

Zeitschrift: Revue économique franco-suisse
Herausgeber: Chambre de commerce suisse en France
Band: 75 (1995)
Heft: 2

Artikel: Malgré des horizons touristiques toujours plus larges, les Suisses restent fidèles à la France : quels sont ses atouts?
Autor: Roman, Alain
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-886515>

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: 09.01.2026

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

Malgré des horizons touristiques toujours plus larges, les Suisses restent fidèles à la France

Quels sont ses atouts ?

Alain Roman, Directeur de la Maison de la France, Zurich

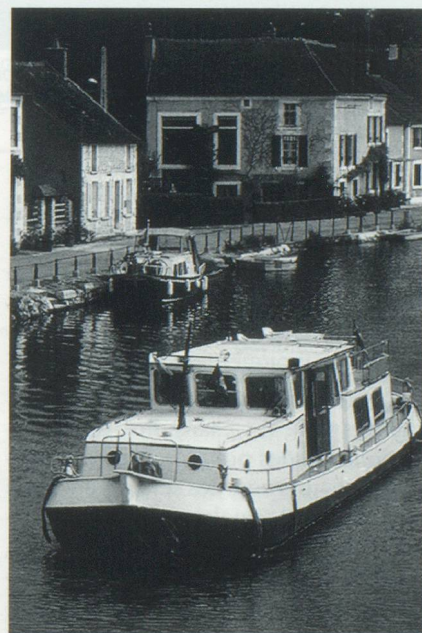
Des quatre pays entourant la Suisse, la France semble avoir la préférence. Pourquoi ? Et cette préférence, est-elle identique, égale ou différente selon les origines géographiques de nos clients ? C'est à ces questions simples en apparence que nous allons essayer de répondre.

Avant tout, il faut savoir que la Suisse est composée de plusieurs marchés selon les appartenances linguistiques. Si les Suisses ont des points communs dans leur démarche touristique, ils se singularisent fortement selon leur canton d'origine, le fait qu'ils soient situés en-deçà ou au-delà de la Sarine (cette rivière, qui partage le plateau suisse d'est en ouest, est une frontière linguistique entre le Nord et le Sud). Les points communs sont sans conteste leur tendance écologique et leur parfaite connaissance du rapport qualité-prix des produits touristiques qu'ils consomment. Au-delà, les divergences apparaissent dans les comportements, les habitudes et les demandes de vacances.

**UNE MÊME LANGUE, UN INTÉRÊT
POUR L'« ART DE VIVRE
À LA FRANÇAISE », FONT DES
ROMANDS DES TOURISTES ASSIDUS**

Pour la partie romande (au sud de la Sarine), la communauté de langue avec la France est pour beaucoup dans cette préférence. Elle permet en effet de se tenir parfaitement informé de l'actualité en « France voisine » grâce aux média audiovisuels captés sans problème. Les revues et journaux français sont disponibles dans tous les kiosques et véhiculent ainsi nombre d'articles sur les régions tou-

ristiques, les « bonnes adresses » de restaurants et de petites auberges sympathiques découvertes par des journalistes français, dégustateurs et fouisseurs ou par des gastronomes réputés ; il en va de même pour les vins et les caves. Il ne faut pas perdre de vue non plus que la Suisse romande possède plusieurs supports de grande qualité dont l'unique objet est de « titiller » les papilles des lecteurs. C'est un processus semblable sur le plan culturel, où les émissions littéraires ou musicales françaises sont régulièrement suivies et relayées par la presse spécialisée vendue en Suisse.

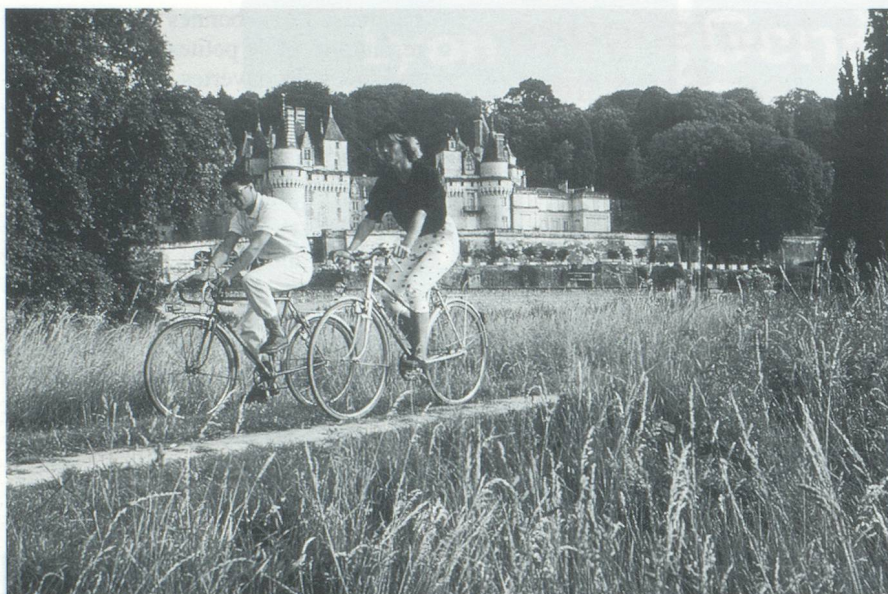


...« Un autre point sur lequel Romands et Alémaniques ont le même intérêt : celui des vacances au fil de l'eau...
Photo : tourisme fluvial en Bourgogne
© Maison de la France.

Nos amis suisses, est-ce un effet de la communauté linguistique, sont friands de ce type de renseignements et de ce que nous nommons d'un air pompeux « notre art de vivre » : l'alliance étroite de la culture et de la gastronomie, dans une ambiance décontractée. Notre Bureau de Genève, par exemple, tient à disposition tous les

Jamais la France et la Suisse n'ont été si proches

Bordeaux



... « Nous avons en France la chance d'avoir de l'espace et une nature variée, un environnement parfait pour la pratique d'activités très appréciées de nos amis suisses, telles le cyclotourisme ». © Maison de la France.

programmes de l'Opéra de Lyon, ainsi que les dates des principales expositions et manifestations de cette ville. Il communique également les listes des grands restaurants ou des petits « bouillons » si typiquement lyonnais.

Les départements des régions frontalières sont, il va sans dire, des destinations prisées pour de petites excursions à la journée, des séjours de fin de semaine ou de quelques jours. Le fractionnement accentué des congés a d'ailleurs tendance à amplifier ce phénomène (le canton de Genève a enregistré, en 1994, 15 661 demandes de renseignements sur les départements limitrophes de la Suisse).

Les Suisses y trouvent tout ce qu'ils cherchent pour une évasion rapide hors de leurs frontières : la nature, l'espace, la remise en forme ou des activités culturelles au sens large du terme : visite de monuments petits ou grands, humbles ou célèbres, d'expositions variées, fréquentation de nombreux festivals... enfin tout ce qui permet de ne pas perdre ce temps si précieux, même en vacances. Mais, me direz-vous, n'ont-ils pas tout cela en Suisse ? Bien sûr que oui ! Mais il s'y

ajoute en France, sans aucun doute, les possibilités et attraits offerts par la force du franc suisse. D'où l'acquisition, en augmentation constante, de résidences secondaires dans les départements limitrophes avec pour corollaire l'accroissement du nombre de passages frontière enregistré les fins de semaine.

L'ALSACE, UNE DESTINATION TRÈS PRISÉE DES SUISSES ALÉMANIQUES

Si la communauté de langue et la proximité jouent un grand rôle dans les relations entre la Romandie et la France, on ne peut, à priori, dire la même chose de la Suisse alémanique. Tout semblerait rapprocher cette dernière du monde germanique qui borde directement la Suisse au nord et à l'est. Et pourtant, force est de constater que près de la moitié de notre clientèle suisse est composée d'alémaniques. Les raisons en sont simples et tiennent au bilinguisme des citoyens d'outre-Sarine pour qui le français est une des quatre langues nationales. Par ailleurs, la très grande

majorité des touristes suisses alémaniques qui se rendent en France a un niveau culturel supérieur à la moyenne et n'a donc aucune difficulté à parler notre langue. Je suis toujours agréablement surpris par le nombre de personnes s'adressant à notre bureau de Zurich désireuses d'obtenir les programmes de l'Opéra ou des théâtres parisiens. Certains sont même des habitués et reviennent régulièrement.

Parmi les régions voisines de la Suisse alémanique, l'Alsace est de loin la plus populaire (9 435 demandes au bureau de Zurich l'an passé) et si l'on tient pour certain que la proximité géographique est un élément essentiel de ce choix, ce n'est pas le seul. En effet, les racines de cette province, fortement teintées de germanisme, permettent aux Bernois ou à l'Argovien d'être à l'étranger sans être totalement coupé de son propre environnement. Les dialectes parlés par les deux communautés sont assez proches et permettent aisément de se comprendre si, par hasard, le mot fait défaut en français.

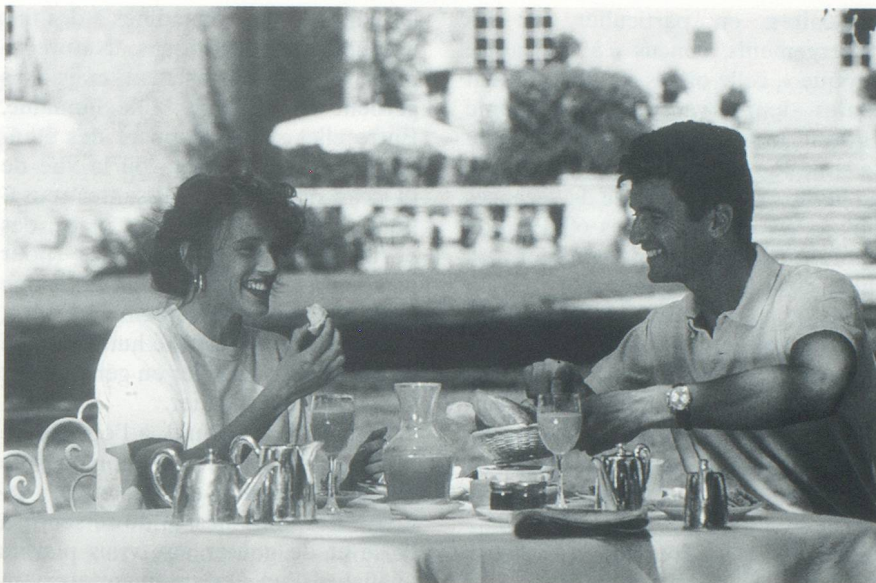
LES GOÛTS DES VACANCIERS CHANGENT, L'OFFRE TOURISTIQUE AUSSI

On vient de voir le rôle important joué par la proximité géographique et/ou la communauté de langue, dans le choix de la France comme destination de vacances ou de courts séjours. D'autres facteurs cependant jouent également en notre faveur : nous avons en France la chance d'avoir de l'espace et une nature variée, un environnement parfait donc pour la pratique d'activités très appréciées par nos amis suisses : les randonnées pédestres ou cyclotouristes (3 220 demandes en 1994). Bien sûr, les régions frontalières sont encore privilégiées, mais elles ne sont pas les seules : les demandes s'étalent sur toute la France sans que l'on puisse dire qu'une région soit plus favorisée qu'une autre. Peut-être celle du Val de

Loire arrive-t-elle légèrement en tête, grâce à sa très forte image culturelle et à l'aménagement de sentiers, d'itinéraires (en particulier pour les cyclistes) avec possibilités d'hébergement en hôtels ou en camping. Ces formules plaisent, car elles ont l'avantage d'être très souples, les bagages étant parfois acheminés par l'hôtelier à la halte suivante libérant ainsi le randonneur de tout souci. Mais n'allez pas croire que l'absence de difficultés du terrain est la raison principale du succès du Val de Loire auprès des touristes suisses ; nous enregistrons autant de demandes pour la Corse qui, mise à part la plaine orientale, n'est pas spécialement une platitude !

Il y a un autre point sur lequel Romands et Alémaniques ont le même intérêt : il s'agit des vacances au « fil de l'eau ». La clientèle suisse est la première en nombre à fréquenter nos rivières et canaux (environ 30 000 personnes chaque année). Après avoir découvert et sillonné la Bourgogne, puis le canal du Midi et en avoir épuisé toutes les possibilités, ils sont partis plus loin. Nous les retrouvons maintenant dans l'Ouest, en Bretagne, Pays de la Loire et sur la Charente. Quelques audacieux précurseurs s'aventurent même sur les canaux de Lorraine, de Champagne et du Nord.

Cet engouement pour le tourisme fluvial ou les randonnées s'explique par un des aspects fondamentaux, si ce n'est le principal, du touriste suisse : sa quête de nature, d'authenticité, d'où son attrait pour notre campagne. Un mouvement qui se dessine de plus en plus nettement depuis quelques années. Les vacances balnéaires font place au séjour rural de plus en plus apprécié par les familles avec jeunes enfants. L'hébergement hôtelier cède la place aux nuitées à la ferme ou en gîte rural, en adéquation parfaite avec l'aspiration qu'ont les Suisses de passer des vacances au calme, en pleine nature, proche des habitants et de leur environnement quotidien, où la détente est associée avec le retour aux sources, si en vogue actuellement (2 403 demandes de vacances en gîtes ruraux ont été enregistrées l'an dernier).



...« Un zeste de culture, une pincée de gastronomie, quelques moments de farniente et les vacances sont réussies »...

Photo : Petit déjeuner à Mercues, dans le Lot. © Maison de la France.

ET LES DÉPARTEMENTS D'OUTRE-MER ?

Passons du coq à l'âne et du très proche au très lointain : la France étant aussi une destination tropicale avec les Antilles, la Réunion et même Tahiti (la Nouvelle-Calédonie et la Guyane étant totalement inconnues ici), nous avons enregistré près de 4 000 demandes pour ces îles l'an passé (non comprises celles qui transitent directement par l'agent de voyage).

Pour ces voyages long-courriers, dont ils sont de fervents adeptes, les Suisses font encore preuve de leur différence linguistique : les Antilles, le Pacifique ou l'Océan Indien attirent, mais qu'en plus on puisse y parler sa propre langue, ces destinations deviennent alors plus qu'appréciables... pour les Romands. Ceci ne veut pas dire que leurs compatriotes alémaniques n'apprécient pas le charme des îles francophones ; ils sont sans doute moins sensibles à l'argument linguistique et partent tout aussi volontiers vers les îles de langue anglaise ou espagnole.

DE L'ART DE BRONZER « INTELLIGENT »

Tout ceci nous amène à un constat : depuis quelques années, le tourisme change, ou plutôt les goûts des touristes se modifient, à une telle rapidité d'ailleurs que les professionnels ont du mal à suivre. Par exemple, le bronzage « idiot » sur la plage est en passe de devenir une « image d'Épinal ». Le touriste veut des occupations durant ses vacances au bord de la mer : activités physiques – sportives ou non – liées à la mer le plus souvent, mais pas forcément (le golf ou la bicyclette dans l'arrière pays sont très demandés) ; il y ajoute un zeste de culture (profitant de son séjour pour visiter musées, expositions ou participer à un festival), une pincée de gastronomie, quelques moments de farniente, et ses vacances sont réussies !

Une autre remarque : le vacancier suisse bouge. Il ne reste guère plus de quelques jours dans une station. Ce changement de mentalité n'est pas sans avoir de répercussions sur les infrastructures générales des stations

balnéaires, en particulier sur les hébergements, conçus « à une autre époque », celle où les clients restaient toutes leurs vacances au même endroit. Je ne parle pas de l'époque où se situe le roman de Colette « Le blé en herbe », mais du mode de vacances qu'ont connu les années 60. Période bénie où les clients demeuraient un mois dans le même appartement ou villa. Ces derniers avaient été conçus dans l'esprit d'un séjour longue durée et avaient un amortissement assuré en conséquence. De nos jours, sans entrer dans le détail des prix (terrain, construction, aménagement et amortissement très court), les promoteurs



...« La France a conservé son image de marque, celle d'un pays où le rapport qualité-prix est encore une réalité, où l'on se sent bien et, par conséquent, où il fait bon revenir »...

ont privilégié la construction rapide qui, à terme, aboutit au standardisé de masse refusé justement de plus en plus par le client. Dilemme. Mais c'est peut-être ce phénomène qui, ajouté aux autres, (haute densité de touristes pendant la saison avec son cortège de nuisances) pousse le client suisse à se porter de plus en plus vers les côtes atlantiques.

En effet, la pression immobilière moins forte ajoutée au particularisme aigu des habitants, a permis d'y éviter

les concentrations citadines à des fins uniquement touristiques. Naturellement, des stations existent, mais elles gardent encore une taille humaine. Entre elles se développent des étendues de nature intacte où la vue de l'Océan procure de puissantes sensations iodées. De place en place, des ports de pêche authentiques (pour combien de temps ?) présentent une vie locale encore fortement enracinée, c'est-à-dire cette touche humaine que recherche le vacancier en général – et le Suisse en particulier.

Ce caractère naturel, à l'opposé de la sophistication, des phénomènes de mode, à l'abri du « star-system », permet à nos amis suisses de se sentir à l'aise et de goûter aux vrais plaisirs vivifiants d'un Océan vivant au rythme des marées.

*
* *

En résumé, notre touriste ne consomme pas toujours de la même façon, selon qu'il part pour la fin de la semaine ou pour de grandes vacances. Panachant ses loisirs, ses hébergements, il devient un touriste difficile à satisfaire, d'autant que l'ouverture de nombreux pays au

tourisme offre un éventail plus large d'idées. Mais, comment se fait-il que dans des conditions de concurrence accrue, où le facteur prix entre pour une bonne part dans le choix des lieux de vacances (crise aidant), comme se fait-il donc que la France maintienne et même conforte ses positions sur le marché suisse (depuis quatre ans, elle est la première destination de vacances) ? La réponse, outre ce qui vient d'être dit, réside peut-être dans le fait que la France a conservé son image de marque, celle d'un pays où le rapport « qualité-prix » est encore une réalité, où l'on se sent bien, à l'aise et par conséquent, où il fait bon revenir. La fidélité est en effet une des caractéristiques essentielles de notre clientèle suisse.

Enfin, pour conclure la France dispose sans conteste, vis-à-vis du marché suisse, de nombreux arguments qui correspondent aux motivations touristiques des Helvètes. En plus de sa proximité, il y est facile d'organiser individuellement ses vacances, de s'y amuser, de s'y détendre dans une atmosphère conviviale. C'est aussi un des pays où la variété des paysages est la plus large, sans oublier l'offre culturelle et la gastronomie fort appréciées de nos voisins. ■

?

**Si je connais la Chambre de Commerce
Suisse en France... Bien sûr, j'en suis membre !**

Vous aussi, rejoignez les nombreuses entreprises qui nous font confiance. Vous pourrez ainsi bénéficier de nos Services juridiques, commerciaux et participer à nos fréquentes manifestations.

Dossier et conditions d'adhésion sur demande à la

Chambre de Commerce Suisse en France
10, rue des Messageries, 75010 Paris
Tél. 0033/1 48 01 00 77 - Fax 0033/1 48 01 05 75