

Zeitschrift: Le messager suisse : revue des communautés suisses de langue française

Herausgeber: Le messager suisse

Band: - (1997)

Heft: 95

Artikel: Le tourisme suisse en profonde mutation

Autor: Baldenweg-Bölle, Ulrike

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-847790>

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: 03.01.2026

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

LE TOURISME SUISSE EN PROFONDE MUTATION

PAR ULRIKE BALDENWEG-BÖLLE
IN NOTICES ÉCONOMIQUES UBS, DÉCEMBRE 1996

Depuis 1991, le nombre de touristes en Suisse recule d'année en année. Cette baisse de fréquentation n'est pas uniquement imputable au marasme conjoncturel et à l'évolution des devises. Des raisons structurelles y ont également contribué. L'élimination de handicaps et la mise en valeur des nombreux atouts du pays conféreraient au tourisme suisse de nouvelles chances de succès.



© DR

Entre 1991 et 1996, le nombre de nuitées dans les hôtels et les appartements de vacances suisses a régressé de 11%, atteignant à peine 70 millions. L'été 1996 représente la plus mauvaise saison depuis 40 ans. La chute de la demande est à mettre au compte d'une multitude de facteurs. Ainsi, la récession, qui s'est installée en Europe, a incité les consommateurs à fortement resserrer les cordons de leur bourse. Par ailleurs, le franc suisse s'est apprécié de près de 17 % en

termes réels face aux devises des principaux partenaires commerciaux entre début 1993 et fin 1995.

A cela, il convient d'ajouter l'évolution fort divergente du coûts des vacances en Suisse par rapport à l'étranger.

D'autre part, des problèmes d'ordre structurel ont également contribué à la baisse du tourisme en Suisse. En effet, le rapport qualité/prix, l'accueil et l'esprit d'innovation, sont autant de points à améliorer. Tant dans l'hôtellerie et la restauration que

dans les transports de montagne par câble, les structures sont de taille artisanale, ne permettant pas une gestion optimale. Et, caractéristiques typiques de la branche, des installations coûteuses, une main-d'œuvre nombreuse et un fort endettement concourent à des frais fixes relativement élevés. De plus, beaucoup de domaines du tourisme suisse souffrent de surcapacité. Ces problèmes se répercutent sur la situation financière tendue des entreprises de tourisme.

La Suisse dans le « Top 15 »

Le tourisme constitue un important secteur de croissance à l'échelle mondiale. Entre 1960 et 1995, les voyages touristiques internationaux ont été multipliés par plus de 8.

La Suisse figure encore parmi les quinze plus importantes destinations touristiques mondiales, même si sa part du marché est passé de 4 % en 1985 à environ 2 %. Pour les revenus dégagés par le tourisme « transfrontalier », la Suisse se classe au onzième rang mondial.

Aussi le tourisme est-il d'une grande importance pour l'économie suisse. Il constitue la troisième branche exportatrice de notre pays, et contribue pour 5,6 % à son PIB.

Mais son importance effective est bien plus élevée. D'une part, nombre d'autres branches profitent, directement et indirectement, du tourisme. D'autre part, la création de plus-values dues au tourisme se fait en majorité en Suisse même. En effet le tourisme ne bénéficie généralement pas de prestations préalables en provenance de l'étranger. Par ailleurs, comme les prestations de services touristiques nécessitent une main-d'œuvre nombreuse, elles ont un impact assez net sur l'emploi. En Suisse, plus d'une personne active sur onze travaille directement ou indirectement dans le tourisme. Au niveau régional l'importance du tourisme est d'autant plus grande que très souvent les revenus en provenance de cette branche sont générés dans des régions ne possédant relativement que peu d'alternatives en matière d'emploi.

Atouts et handicaps

Avec la globalisation du marché du tourisme, réfléchir à ses propres atouts et handicaps revêt encore plus d'importance en vue de se positionner correctement sur le marché mondial et de remédier de manière ciblée à certaines carences. Il n'est guère possible de déterminer objectivement les atouts et les handicaps de la Suisse en tant que destination touristique. En effet, la perception des points forts ou faibles



d'une destination touristique varie selon la sensibilité des personnes interrogées.

Dans le cadre d'une enquête, nous avons prié des directeurs de stations en Suisse ainsi que des représentations de « Suisse Tourisme » et d'importants voyagistes à l'étranger de classer un certain nombre de critères comme atouts ou handicaps de la Suisse. Lorsqu'on interroge des spécialistes ayant de fréquents contacts avec des touristes en Suisse, leurs réponses reflètent leur expérience professionnelle, mais dans une certaine mesure aussi les opinions de leurs clients. Sans être représentatif, le sondage peut néanmoins fournir de précieuses indications sur les atouts et les carences de l'offre touristique suisse.

Selon les soixante-cinq directeurs de stations interrogés, couvrant l'ensemble de la Suisse, le paysage intact et la nature constituent nos atouts majeurs. La bonne infrastructure des transports représente le deuxième point fort cité. En troisième place figurent la tradition et la diversité culturelle, alors que le critère - situation centrale en Europe occupe le quatrième rang des points positifs. Les possibilités d'activités sportives et les curiosités à visiter figurent également en bonne place. D'autre part, selon les directeurs de stations, le rapport qualité/prix dégagé par la Suisse en tant que destination touristique, figure au premier plan des points à améliorer. L'absence d'esprit d'innovation au

niveau de l'offre touristique suisse constitue la deuxième carence. La coopération/coordination entre les prestataires touristiques est également jugée insuffisante. Parmi les autres points négatifs figurent le climat en été, l'accueil et le manque de suivi actif des clients. Les mêmes directeurs de stations attribuent la note « insuffisant » aux systèmes d'enregistrement et de réservation ainsi qu'au professionnalisme des prestataires touristiques.

Enfin, l'image que se font les touristes de la Suisse est considérée par les directeurs de stations comme un handicap. Les appréciations formulées par les seize représentations étrangères de « Suisse Tourisme » et celles des voyagistes à l'étranger donnent un tableau plus ou moins semblable. Toutefois, les directeurs de stations se différencient de ces opinions. Ainsi, l'image qu'ont les étrangers de la Suisse, leur semble plutôt positive. Il est également intéressant de voir quels critères sont jugés plus sévèrement par les experts étrangers que par leurs homologues suisses. Parmi ces derniers critères figurent l'infrastructure pour congrès, les spectacles/manifestations, les possibilités de shopping ainsi que le système de réservation.

Le point complet sur les structures, atouts/handicaps, condition-cadres, segments de croissance et défis posés à la branche du tourisme figure dans la nouvelle analyse de branche de l'UBS, intitulée « Tourisme en Suisse : situation, perspectives ».