

Zeitschrift: Le messenger suisse : revue des communautés suisses de langue française
Herausgeber: Le messenger suisse
Band: - (1999)
Heft: 124

Artikel: "Nous ne touchions qu'un Français sur six"
Autor: Goumaz, Michel / Fragnière, Marcel
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-847584>

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](#)

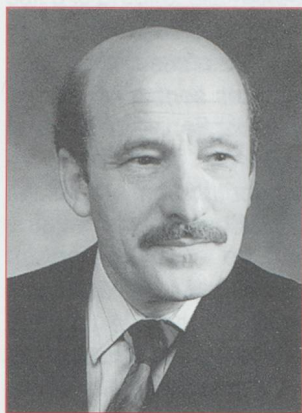
Terms of use

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: 12.01.2026

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

« Nous ne touchions qu'un Français sur six »



L'annonce de la fermeture au public des bureaux de Suisse Tourisme à Paris a suscité chez nos lecteurs des réactions d'inquiétude, d'incompréhension, de protestation parfois. Fallait-il vraiment fermer boutique ? La Suisse a-t-elle une nouvelle fois joué le jeu de l'isolement ? Les réponses de Marcel Fragnière, son directeur, au terme de trois mois d'expérience du nouveau système.

Propos recueillis par Michel Goumaz

Le Messager Suisse : Monsieur Fragnière, vous êtes arrivé il y deux ans à Paris après un long parcours depuis 1972 au sein de l'Office national suisse du tourisme (ONST, devenu Suisse Tourisme. Vous avez travaillé à Zürich, New York, San Francisco avant de diriger les agences de Chicago, Madrid et Stockholm. Que pensez-vous du marché français ?

Marcel Fragnière : C'est sans doute le plus difficile que je trouve sur mon parcours. Le Français est individualiste, voyage peu à l'étranger en comparaison avec les autres Européens, sans doute parce que la France a d'immenses richesses touristiques qui la placent en tête de toutes les destinations mondiales. En plus, à peine 15 % des touristes français partant en Suisse utilisent les services des agences de voyages.

MS : Le nombre de Français allant en Suisse régresse régulièrement depuis des années. Selon les statistiques, on a enregistré le record de nuitées en provenance de France en 1971, soit plus de 4,4 millions. Ce chiffre est tombé à 2,77 millions en 1980 et à 1,77 en 1998.

MF : C'est hélas vrai. Cependant ce phénomène mérite quelques explications. Dans les premières années d'après-guerre, la Suisse épargnée était un des seuls buts de vacances et bénéficiait de sa réputation de pays d'accueil. Petit à petit, le marché touristique s'est enrichi de nouvelles destinations en Europe, puis

outre-mer. L'arrivée des charters a démocratisé le prix des voyages. Les destinations « soleil en hiver » ont fait une sérieuse concurrence à la neige. Les prix ont baissé massivement. On trouve aujourd'hui dans les agences de voyages des produits exotiques à des prix d'appel inférieurs à ceux que l'on peut trouver pour des vacances de qualité en Suisse.

MS : Que recherchent les touristes français qui viennent en Suisse ?

MF : Sans doute la beauté de nos paysages, une nature intacte, une recherche d'authenticité, une qualité, qu'il faut impérativement maintenir à son plus haut niveau et un certain art de vivre. Nous sommes optimistes en pensant à l'avenir car le désir de retrouver de vraies valeurs progresse. Cela étant dit, la Suisse ne sera jamais, et heureusement, une destination de tourisme de masse.

MS : Il y a pourtant des freins sérieux à la venue des Français en Suisse.

MF : Certes oui. L'image d'une Suisse chère est tenace et pourtant bon nombre de prestations sont, à qualité égale, parfaitement compétitives. Notre non-appartenance à l'Europe ne nous est, en plus, pas particulièrement favorable. L'introduction de l'euro facilitera des comparaisons de prix plus objectives puisque, dans leur grande majorité, les milieux du tourisme suisse les afficheront en euros et en francs suisses.

MS : Cela ne nous explique pas pour-

quoi Suisse Tourisme a fermé l'accès au public de son agence. Ses services étaient pourtant particulièrement appréciés. Vous avez sans doute reçu des réclamations en masse.

MF : Nous comprenons parfaitement la réaction des habitués de notre maison. Face aux changements, il est normal que l'on ressente quelques sentiments nostalgiques. Rassurez-vous tout de même, les réclamations ne dépassent pas la douzaine. Et ce qui est réjouissant, bien plus que des plaintes, ce sont surtout des élans de reconnaissance à l'égard de nos collaborateurs. Cela étant dit, notre agence de Paris existe toujours mais ne se voue plus qu'aux tâches qui lui sont expressément dictées par le plan directeur établi par les dirigeants de Suisse Tourisme.

MS : Aviez-vous vraiment de bonnes raisons pour prendre cette décision ?

MF : Nous vous devons quelques explications. Il y a quelques années, notre gouvernement a redéfini de façon précise la mission de l'Office national suisse du tourisme qui est de promouvoir la demande pour la Suisse, pays de voyages, de vacances, de congrès. Il faut reconnaître qu'auparavant l'office prenait en charge des tâches pour lesquelles il n'était pas destiné. Cette restructuration correspond à un besoin de concentration des efforts afin d'être toujours plus performant face à une concurrence toujours plus vive.

MS : Vous nous avez offert depuis 1903, année d'ouverture du premier bureau des chemins de fer suisses à Paris, devenu quelques années plus tard office du tourisme suisse, un excellent service d'information. Quelles sont les raisons de la fermeture d'une véritable institution ?

MF : Ce n'est pas sans avoir analysé avec soin notre marché que nous avons pris cette décision. Notre bureau parisien ne profitait directement qu'aux personnes habitant la ville lumière et ses proches environs franciliens. Cela ne représente au mieux qu'un sixième de la population. En outre l'arrivée de nouveaux moyens de communication (téléphone plus performant et moins cher, Minitel et maintenant Internet et les e-mails) a considérablement modifié la palette de la transmission de l'offre et de l'information. Nous avons fait un test en 1998 auprès des clients qui venaient à nos guichets. Il nous a révélé que 70 % d'entre eux se sont exprimés en faveur d'une centrale de réservation. Nous nous sommes aussi aperçus que, dans les 18 000 visiteurs venus à notre agence l'an dernier, chiffre en baisse régulière, la proportion de nouveaux clients était non seulement faible mais insuffisante.

MS : Vos arguments sont sérieux mais qu'allons-nous faire si nous avons envie de passer des vacances en Suisse ?

MF : Nous avons créé à Zürich un nouveau service d'information par téléphone (Call Center) ouvert tous les jours, dimanche compris, de 8 h à 21 h. Un personnel parfaitement rôdé et multilingue, répond aux différentes demandes et fait parvenir très rapidement la documentation correspondante. Pour cela il suffit d'appeler en France le 01 44 51 65 51.

MS : Vous savez qu'en Suisse on a tendance à être prudent ! Nous avons donc testé votre proposition. Nous avons fait une première tentative au début juin. Ce ne fut pas fameux, les lignes toujours occupées ne nous ont jamais permis d'obtenir une réponse. Était-ce de la malchance ou une organisation encore nouvelle qui en était la cause ? Laissons

le bénéfice du doute à l'accusé. Il y a quelques jours, avec des amis, nous avons téléphoné au 01 44 51 65 51 pour avoir différents renseignements et de la documentation. Cette fois le résultat a été excellent. Chacun a eu les informations souhaitées données par un personnel compétent et agréable et a reçu, dans les deux à trois jours, un envoi richement doté en brochures.

MF : Comme vous allez sûrement regretter la suppression de la vente de billets de train, je prends les devants en vous signalant que les points de vente de la SNCF (deux boutiques à 200 m de la rue Scribe) et certaines agences spécialisées vendent des titres de transport suisses (swiss pass, swiss card et tous les billets à destination de la Suisse). Il est aussi possible de réserver sa place et de commander son billet pour les principales gares du réseau CFF par Minitel (3615 SNCF).

MS : La Suisse ne fait-elle pas cavalier seul à Paris où il y a toujours de nombreux offices étrangers de tourisme.

MF : Saviez-vous que l'Autriche a fermé son service d'information au public bien avant nous, que de très nombreux bureaux ont abandonné leurs vitrines pour se réfugier dans les étages et que les compagnies aériennes ont fait de même ?

MS : Avec cette restructuration qui s'est faite dans toutes ses agences européennes, Suisse Tourisme fait de substantielles économies. Qu'allez-vous faire de cet argent ?

MF : Un des buts de cette opération consistait à mieux utiliser les fonds mis à notre disposition en les consacrant notamment à nos efforts de promotion. Il est évident que si les frais généraux de notre agence de Paris ont considérablement diminué, il a fallu à Zürich renforcer le personnel du secteur information. Depuis très longtemps, nos budgets de publicité étaient insuffisants, voire inexistantes. Cette année, nous avons réalisé une campagne de publicité avec des offres très attractives en FF.

MS : Allez-vous imiter l'Irlande qui depuis de nombreuses années fait une fantastique campagne de communication ayant transformé l'image d'un pays pluvieux et triste en celle d'un pays vert et particulièrement chaleureux.


MF : Nos problèmes sont différents. Nous n'avons pas besoin de dire que nos paysages sont superbes et intacts. En revanche, nous devons faire savoir que nos prix sont abordables et compétitifs en proposant des offres séduisantes.

MS : Des projets pour l'an 2000 ?

MF : Le premier verra le jour en octobre de cette année. Suisse Tourisme lancera un nouveau site Internet particulièrement sophistiqué. On y trouvera toutes les informations que l'on puisse désirer, on pourra créer son propre carnet de voyage et faire des réservations d'hôtels (www.suissevacances.ch). Bien entendu, notre service Minitel 3615 Suisse subsiste.

L'an prochain, en partenariat avec différentes organisations touristiques de notre pays, nous lancerons une importante campagne médiatique sur le marché français.

MS : Nous vous remercions. Nos lecteurs, nous l'espérons, comprendront qu'à l'heure de la mondialisation, loin d'avoir voulu diminuer ses services, Suisse Tourisme les a sans doute améliorés. Monsieur Fragnière, en guise de conclusion, avez-vous peut-être un souhait à exprimer ?

MF : Oui, mais utopique peut-être. Si les 160 000 Suisses de France venaient régulièrement se ressourcer dans leur pays d'origine et qu'ils en soient les ambassadeurs enthousiastes auprès de tous leurs amis français, je n'aurais plus aucun souci en consultant les statistiques des mouvements touristiques. 

OÙ S'ADRESSER ?

Informations et demandes de brochures :

Téléphone : 01 44 51 65 51 - tous les jours de 8 à 21 h., dimanche compris

Minitel : 3615 Suisse

Internet : www.suissevacances.ch

Commandes de billets de chemins de fer :

Points de vente SNCF

+ agences spécialisées + Minitel 3615 SNCF