

# Le succès de l'industrie touristique : que serait la Suisse sans tourisme?

Autor(en): **Kaufmann, Elisabeth**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue suisse : la revue des Suisses de l'étranger**

Band (Jahr): **18 (1991)**

Heft 2

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-912889>

## **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.

Le succès de l'industrie touristique

# Que serait la Suisse sans tourisme?

*Ce sont les naturalistes Johann Jakob Scheuchzer et surtout Albert de Haller, avec son célèbre poème «Die Alpen» paru en 1732, qui ont donné, au 18<sup>e</sup> siècle, une impulsion décisive à l'ascension fulgurante de la Suisse – qui n'était encore qu'un simple but de voyage – au rang de «grande puissance» touristique. Entre-temps, le tourisme – dont le chiffre d'affaires global s'est élevé, en 1989, à quelque 33 milliards de francs – figure au troisième rang de l'industrie d'exportation suisse.*

Dès le milieu du 18<sup>e</sup> siècle, les Anglais font figure de véritables découvreurs de l'alpinisme et de la Suisse en tant que «play-ground of Europe». Ce sont eux qui ont découvert les joies des sports d'hiver: St-Moritz a hébergé les premiers hivernants en 1864; Davos a suivi en 1865. Avant 1914, les touristes d'origine étrangère étaient nettement les plus nombreux. Ils représentaient environ 80 pour cent de la fréquentation totale. Dès le début, l'Allemagne et la Grande-Bretagne ont été parmi les principaux pays d'origine de nos hôtes. Après la Deuxième Guerre mondiale sont venus s'ajouter la France, la Belgique, le Luxembourg, l'Italie, les Pays-Bas et, dans une mesure croissante, les Etats-Unis. Ces années passées, le renchérissement du franc suisse a notablement contribué à faire diminuer le nombre d'hôtes venant des pays à monnaie faible.

## Les hauts et les bas au rythme de la politique mondiale

L'évolution de l'hôtellerie et de la restaura-

tion au 20<sup>e</sup> siècle reflète dans une large mesure le déroulement des événements politiques et économiques survenus dans le monde au cours de cette époque mouvementée. Autrefois, l'hôtellerie – prétendument industrie de luxe – était l'une des branches économiques les plus touchées dans les périodes de dépression. Dans la période de récession du milieu des années septante, l'hôtellerie a étonnamment bien résisté à la crise. Au début des années 80, on a assisté à un nouvel essor du tourisme: en 1981, on a même enregistré des résultats records. Par la suite, les taux de fréquentation se sont stabilisés jusque vers la fin de la décennie. Ces derniers temps, c'est surtout le tourisme d'affaires et de congrès qui a souffert de la guerre du Golfe.

## Rénovations continues

Sur le plan quantitatif, l'offre de lits de l'hôtellerie suisse n'a que peu varié au cours des cinquante dernières années. En revanche, sur le plan de la qualité, l'offre a dans une large mesure été adaptée à des besoins touristiques

qui ont fortement évolué. Rien qu'entre 1974 et 1989, la Société suisse de crédit hôtelier (SCH) a accordé des prêts et des cautionnements pour un montant de 505,4 millions de francs pour la rénovation d'hôtels, la construction de nouveaux hôtels, l'achat d'hôtels, de nouvelles constructions remplaçant des anciennes et des installations thermales. Les capitaux ainsi mis à disposition ont induit durant la même période un volume d'investissement de 3,53 milliards de francs.

## Pays industriel à vocation touristique

Les dépenses des touristes étrangers en Suisse se sont élevées en 1989 à 11,5 milliard de francs. Avec ce montant, le tourisme figure au troisième rang des cinq principales industries suisses d'exportation, avant l'industrie horlogère et l'industrie textile. En tenant compte

### Evolution de la demande dans l'hôtellerie et la parahôtellerie suisses (en milliers de nuitées)

Année	Hôtels et établissements thermaux	Parahôtellerie
1950	18 635	
1960	28 195	
1965	31 356	
1968	32 484	23 137
1970	35 656	25 774
1975	33 579	34 652
1980	35 716	39 566
1985	35 994	38 729
1990	37 548	40 097

Au cours des 20 dernières années, on a assisté à un véritable transfert de la demande de l'hôtellerie vers la parahôtellerie:

Année	Hôtels et établissements thermaux	Parahôtellerie
1970	58%	42%
1975	49%	51%
1980	47%	53%
1985	48%	52%
1990	48%	52%



*La tranquillité et le calme de nos campagnes est une valeur inestimable (sur la photo: le village jurassien La Bosse, 960 m d'altitude).*

## Les organisations faitières du tourisme

L'Office national suisse du tourisme (ONST) s'occupe de l'information et de la publicité pour la Suisse, pays de vacances. Outre son siège principal qui est à Zurich, il entretient 24 représentations à l'étranger. C'est une corporation de droit public. Ses ressources financières proviennent pour la plus grande partie de subventions de la Confédération et pour une plus faible partie de contributions versées par l'économie touristique.

La Fédération suisse du tourisme est le pendant de l'Office national suisse du tourisme sur le plan national; sa tâche peut être décrite comme il suit: défendre les intérêts de l'économie touristique dans la politique économique de notre pays, coordonner les activités de tous les milieux intéressés au tourisme, donner des informations et des renseignements ainsi que promouvoir la recherche appliquée dans le domaine du tourisme. En tant qu'association de droit privé, la Fédération est financée pour l'essentiel par les cotisations des membres.

du tourisme journalier et d'affaires, des dépenses pour les équipements sportifs et pour les transports privés par véhicule à moteur, des dépenses pour les résidences secondaires que le propriétaire utilise lui-même et des investissements en travaux de construction et d'équipement induits par le tourisme, la demande touristique globale en Suisse se situe entre 32 et 34 milliards de francs.

La comparaison avec les autres pays européens montre que la Suisse, bien qu'elle ne détienne qu'une part de marché de 4 pour cent du total des nuitées enregistrées en Europe, est l'un des pays les plus fortement touristiques. Par tête d'habitant, la Suisse dénombrait en 1989 5,4 nuitées d'étrangers. Si l'on calcule les rentrées de devises provenant du tourisme étranger, la Suisse, avec 1737 francs par habitant, occupe le deuxième rang, après l'Autriche.

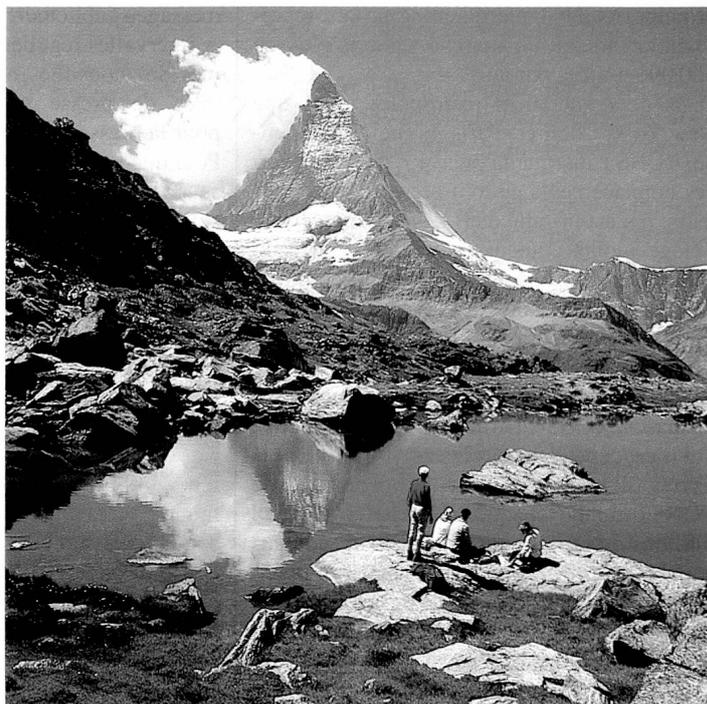
### Concentration dans les régions de montagne et les régions périphériques

L'économie touristique occupe directement ou indirectement quelque 290 000 personnes. Le tourisme est, après l'industrie métallurgique et l'industrie des machines, le principal employeur de Suisse. En 1989, la part de la consommation touristique (dépenses des touristes étrangers et suisses en Suisse) au produit intérieur brut (PIB) s'est élevée à 6,4 pour cent.

Plus des deux tiers des nuitées en Suisse profitent aux régions préalpines et alpines, qui sont sans cela peu favorisées du point de vue économique. Le tourisme procure du travail et un revenu à de nombreuses vallées de montagne, ce qui freine l'exode rural. L'agriculture de montagne, qui est si typique de la Suisse mais dont le rendement est maigre –

*Le Cervin, en toile de fond, est notre meilleure carte de visite.*

*(Photos: ONST)*



elle constitue d'ailleurs une attraction touristique de premier ordre – ne peut dans beaucoup d'endroits être maintenue que parce que le tourisme procure au paysan un revenu complémentaire. L'avenir du tourisme et le

sort de l'agriculture de montagne seront encore plus étroitement liés sous le signe de l'intégration européenne.

*Elisabeth Kaufmann  
Fédération suisse du Tourisme*

### L'Office national suisse du tourisme à l'étranger

## La vitrine de la Suisse

*Les quelque 230 employé(e)s de l'Office national suisse du tourisme – dont 70 travaillent au siège principal de Zurich et 160 se répartissent sur 25 représentations dans 17 pays – se considèrent comme les ambassadeurs et ambassadrices de la Suisse, pays de vacances et de voyages. Ils traduisent en acte le mandat que la Confédération a donné à l'ONST, qui consiste à organiser en Suisse et à l'étranger l'information touristique et la propagande pour notre pays.*

Les débuts de la propagande touristique suisse sont dus à l'initiative de compagnies de chemin de fer – celles du St-Gothard et du Jura-Simplon – qui ont voulu faire connaître à l'étranger également l'ouverture des nouvelles lignes à travers les Alpes, contribuant ainsi au premier grand essor du tourisme suisse, à la fin du 19<sup>e</sup> siècle. Après la nationalisation des compagnies de chemin de fer privées en 1902, le service de publicité des CFF ont mis petit à petit en place un réseau d'agences à l'étranger, qui a été ultérieurement repris et complété par l'ONST. Au début du siècle déjà, les différents secteurs de la branche du tourisme étaient tombés d'accord sur la nécessité d'avoir un office national de propagande, mais pas sur le mode de financement de celui-ci. Ce n'est que lorsque la Con-

fédération, au vu des conséquences catastrophiques de la Première Guerre mondiale pour le tourisme, s'est laissée fléchir et a octroyé une aide financière que la propagande touristique suisse a commencé à prendre forme. A «l'Association nationale pour le développement du tourisme» fondée en 1917 sur une base privée a succédé en 1939 «l'Office central suisse du tourisme», qui était une corporation de droit public. En 1955, elle a changé de nom pour devenir «l'Office national suisse du tourisme», qui compte actuellement 450 membres.

### Des représentations dans le monde entier

Le réseau actuel de 25 représentations de l'ONST a été créé petit à petit; il est avant tout fonction de l'importance des marchés. En