

Zeitschrift: Revue suisse : la revue des Suisses de l'étranger
Herausgeber: Organisation des Suisses de l'étranger
Band: 46 (2019)
Heft: 5

Artikel: Des masses de touristes en montagne et au bord des lacs
Autor: Wenger, Susanne
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-912777>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 22.05.2025

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



Au pas de charge à Lucerne: la ville de Suisse centrale est très populaire auprès des groupes de touristes chinois. Les habitants ne sont pas tous ravis.

Photo Keystone

Des masses de touristes en montagne et au bord des lacs

Venise n'est pas la seule à attirer des foules de visiteurs. Certaines localités suisses comme Lucerne et Interlaken découvrent elles aussi le phénomène du «surtourisme». D'autres régions attendent en revanche toujours les visiteurs et certains hôtels sont contraints de mettre la clé sous la porte.

SUSANNE WENGER

Panorama alpin à couper le souffle, villes invitant au shopping: la Suisse est une destination de voyage prisée. En 2018, l'hôtellerie a enregistré 38,8 millions de nuitées, un record qui témoigne du rétablissement du tourisme helvétique après des années difficiles. Dès 2008 en effet, la crise financière et économique avait pesé sur les résultats, une situation

encore aggravée par le fort renchérissement du franc il y a quatre ans. En raison de l'abandon du taux plancher de l'euro par la Banque nationale et de la revalorisation du franc, la Suisse était devenue chère, surtout pour les Européens. Les responsables du tourisme broyaient du noir. Mais à présent, les chiffres repartent à la hausse. À certains endroits, l'essor est tel que la population com-

mence à manifester son mécontentement.

C'est le cas à Lucerne, sur les rives du lac des Quatre-Cantons, qui accueillent chaque jour plus de 20 000 visiteurs en haute saison. La plupart d'entre eux viennent des États-Unis et d'Asie, ces derniers généralement en groupes. Au mois de mai de cette année, 12 000 Chinois ont débarqué en ville. Jamais la Suisse n'avait connu de

groupe de voyageurs aussi important. Cet afflux est rentable, comme le montre une étude de la Haute école de Lucerne: en 2017, les groupes de touristes ont rapporté 224 millions de francs rien qu'aux boutiques d'horlogerie, bijouteries et magasins de souvenirs de la place centrale de la ville, où les cars font halte.

Le parlement local réagit

Mais tandis que les tiroirs-caisses tintent, les habitants s'énervent de la hausse du trafic et de la foule au centre ville. La situation est devenue une affaire politique: le parlement lucernois a récemment accepté une motion des Verts proposant des mesures drastiques telles qu'une régu-

lation par les prix et une limitation de l'offre hôtelière. Le gouvernement de la ville doit désormais définir sa conception du tourisme pour 2030 dans un rapport. Car l'affluence devrait encore grandir. «La principale cause du tourisme de masse, ce sont les flux de voyageurs qui ne cessent de croître à l'échelle mondiale», explique le chercheur lucernois Jürg Stettler, interviewé par la «Revue Suisse» (voir page 8).

Non loin de là, sur le Rigi, la population se plaint aussi du déferlement de touristes. L'an dernier, les chemins de fer du Rigi ont transporté près d'un million de personnes, un nouveau record également. Des Suisses, mais aussi des groupes venus de Chine et de Corée du Sud viennent y admirer la vue. Tandis que les chemins de fer envisagent de se développer, l'opposition prend forme. Par une pétition, des milliers de personnes – très connues pour certaines – refusent que le Rigi devienne un «Disney World» (voir «Revue Suisse» 4/2018). Leur protestation a trouvé un écho. Les habitants de la région, les communes et les responsables du tourisme ont signé récemment une charte intitulée «Rigi 2030» pour le développement durable de la montagne.

Des Arabes très dépensiers

Dans l'Oberland bernois, Interlaken a aussi connu un essor marquant du tourisme ces dernières années. En plus des Asiatiques, qui rejoignent le sommet de la Jungfrau à plus de 3000 mètres en transports publics, de nombreux habitants des pays du Golfe viennent visiter la ville située entre les lacs de Thoun et de Brienz. Ils voyagent individuellement et leur pouvoir d'achat est conséquent. Chacun d'eux dépense 420 francs par jour en moyenne, hébergement non compris. Par comparaison, un touriste chinois se déleste de 380 francs, et un Suisse de 140 francs. Près de 90 % des

personnes actives à Interlaken travaillent dans le tourisme. Ce n'est donc pas un hasard si les efforts de séduction visent surtout le marché lucratif du Proche-Orient.

Pourtant, ici aussi, la population arrive à saturation, comme le constate une étude de l'Université de Berne. En particulier la présence de femmes intégralement voilées parmi les touristes arabes ne passe pas inaperçue. Alors qu'au Tessin, le port du niqab est interdit, le canton de Berne le tolère, ce qui n'empêche pas les réactions irritées. L'office du tourisme d'Interlaken mise sur l'information

L'exemple de la Chine

En raison de l'essor économique et de l'assouplissement des règles relatives aux déplacements, de plus en plus de Chinois voyagent. Cela se ressent aussi en Suisse. En 2018, les touristes chinois ont passé 147 300 nuits en Suisse, contre 17 500 en 2006. Et selon les experts, la tendance se poursuivra. À ce jour en effet, seuls 10 % des Chinois (qui sont près de 1,4 milliard) possèdent un passeport leur permettant de voyager.

(SWE)

et le dialogue pour prévenir les malentendus d'origine culturelle. Le personnel touristique est spécialement formé. De plus, un service et un guide d'informations familiarisent les visiteurs arabes avec les coutumes locales, parmi lesquelles le code de la route.

«Un phénomène très localisé»

L'audience prodigieuse des réseaux sociaux a rendu des lieux reculés mondialement célèbres. Devenue un sujet de photo pour les touristes Instagram du monde entier, l'auberge de montagne Aescher-Wildkirchli, dans le canton d'Appenzell Rhodes-Intérieures, l'a appris à ses dépens. Dépens

«Tout le monde veut aller au même endroit»

Selon Jürg Stettler, chercheur en tourisme à Lucerne, la croissance des marchés asiatiques, les réseaux sociaux et le comportement caractéristique des touristes sont à l'origine du tourisme de masse.

«Revue Suisse»: Jürg Stettler, assiste-t-on à un phénomène de «surtourisme» en Suisse?

Jürg Stettler: À certains endroits, l'évolution est similaire à celle qu'ont connue des villes souvent citées en exemple comme Venise, Barcelone ou Amsterdam, mais dans une moindre mesure. Il n'existe néanmoins pas de seuil objectif en la matière. Nous pouvons mesurer des indicateurs, comme le nombre de touristes proportionnellement à la population. Le moment où la limite est dépassée dépend toutefois de la perspective et relève de la perception subjective. Les habitants de Lucerne et d'Interlaken affirment ne plus reconnaître leur ville. Dans le même temps, les vendeurs de souvenirs se réjouissent de l'afflux de touristes.

Foule abondante, diminution des logements vacants, boutiques de souvenirs partout: ne s'agit-il pas là des symptômes de «surtourisme»?

Ce sont des critères, oui, mais ils sont aussi perçus différemment. Et les villes n'ont pas un problème de «surtourisme» généralisé. J'étais l'été dernier à Venise pour une conférence. Venise à la haute saison? À en croire les médias, c'est un cauchemar. Et effectivement, certains lieux étaient parfois bondés. Pourtant, ma surprise a été de trouver des petites places désertes, à quelques centaines de mètres des hauts lieux touristiques.

Les médias exagèrent-ils avec le «surtourisme»?

Non, mais ils prennent souvent des raccourcis et ne se basent pas assez sur des faits. Il

nous manque des données pour effectuer une évaluation fondée. Je ne veux pas minimiser le phénomène, mais juste élargir l'angle de vue.

Quelles sont les causes du tourisme de masse?

La première, ce sont les flux touristiques croissants à l'échelle mondiale. Sur les grands marchés chinois et indien, de plus en plus de personnes peuvent se permettre de voyager. La deuxième, c'est que tout le monde veut aller au même endroit. Ce n'est pas un comportement nouveau, les Suisses font la même chose, mais la quantité peut devenir un problème. La troisième cause réside dans les réseaux sociaux. Les touristes partagent leurs pérégrinations en photos sur Instagram, les bloggeurs publient des listes d'endroits incontournables. Conséquence: de plus en plus de gens y vont.

Entrées payantes, parkings plus chers pour les cars, gestion des flux de touristes, limitation des offres Airbnb: quelles sont les mesures efficaces?

Dans les villes historiques, de nombreuses mesures ne sont pas réalisables ou ont un effet limité. Chaque destination doit plutôt se faire une idée du tourisme qu'elle souhaite avoir. Et tous les acteurs doivent être impliqués dans cette réflexion pour qu'ils tirent tous à la même corde. Le directeur du tourisme de Lucerne peut miser sur une offre de qualité autant qu'il veut, mais si un chemin de fer de montagne ou un bijoutier signe tout

de même des contrats avantageux avec des tour-opérateurs chinois qui visent la quantité, la situation n'est pas près de changer. Il n'est pas facile de gérer les groupes d'intérêts, mais je ne vois pas d'alternative. Sinon, des voix s'élèveront tôt ou tard contre le tourisme, tant au sein de la population que du



Jürg Stettler est professeur à la Haute école de Lucerne, où il dirige l'institut d'économie du tourisme.

côté des politiques. Avec pour conséquence des décisions trop drastiques, comme l'interdiction d'Airbnb.

Quelle destination épargnée par l'afflux de touristes recommandez-vous aux Suissesses et aux Suisses de l'étranger qui souhaitent passer leurs vacances ici?

Tous les lieux accessibles uniquement à pied ou à vélo: la probabilité d'y découvrir une perle cachée à certaines heures de la journée est grande. C'est le cas de Fräkmüntegg sur le mont Pilate, entre les cantons de Lucerne et de Nidwald. S'y rendre avant le coucher du soleil, c'est être certain de pouvoir savourer le calme et la vue. Mais surtout, évitez de poster vos photos sur Instagram!

sés par l'invasion, les anciens gérants ont jeté l'éponge en 2018. Ces effets collatéraux du tourisme de masse alimentent le débat sur ce qu'on appelle aussi en Suisse, le «surtourisme». Au point que même la Fédération suisse du tourisme, qui défend les intérêts du secteur, a récemment pris position par écrit sur ce thème. Robert Zen-

häusern, son représentant, relativise: «En Suisse, ce phénomène reste très localisé».

Il constate que la répartition des touristes en Suisse est inégale. Certaines régions de montagne du Valais et des Grisons situées hors des circuits des tour-opérateurs internationaux déplorent toujours l'absence

de visiteurs. La demande européenne n'a toujours pas retrouvé son niveau d'avant la crise. Pour le spécialiste, c'est là qu'il faut œuvrer. Car le revers de la médaille du «surtourisme» fait des dégâts perceptibles dans certaines régions. D'après Hôtellerie suisse, une centaine d'hôtels ferment leurs portes chaque année



en Suisse. Au rétrécissement extrême des marges s'ajoute l'absence d'investisseurs pour rénover l'infrastructure touristique vieillissante. Or, lorsqu'un hôtel ou une installation mécanique ferme, les conséquences économiques pour la région sont lourdes. Certains politiques revendiquent un soutien accru de l'État. Selon les experts, la Suisse doit, elle aussi, se préparer à la croissance mondiale du tourisme. Pour

éviter les pics ingérables et ne pas mettre trop à l'épreuve la tolérance de la population, la branche mise sur la gestion des flux de touristes: au lieu de se vendre uniquement comme une destination d'hiver et d'été, elle lance pour la première fois une campagne destinée à promouvoir l'automne.

Célèbre du jour au lendemain grâce à Instagram: la petite auberge de montagne Aescher, en Appenzell.

Photo Keystone



Le centre de wellness fermé de Schwefelberg-Bad illustre le revers de la médaille du boom du tourisme: dans les régions périphériques, 100 hôtels ferment chaque année. Photo Danielle Liniger

La «Cinquième Suisse» aime voyager

Certains visiteurs, en Suisse, ne sont pas à la recherche de l'inédit, mais du passé. Autrement dit, ils viennent voir leur ancienne patrie. Ainsi, des dizaines de milliers de Suissesses et de Suisses de l'étranger rafraîchissent leur relation avec leur pays à l'occasion d'un voyage. Les chiffres exacts manquent, les statistiques touristiques détaillant le pays d'origine des visiteurs, mais pas leur rapport avec la Suisse.

Un sondage de l'Organisation des Suisses de l'étranger auprès de 35 000 personnes permet cependant d'y voir plus clair: 68 % des sondés ont indiqué se rendre en Suisse une ou plusieurs fois par année. Un petit tiers y vient même trois fois ou plus. Une personne sur dix fait le déplacement au moins cinq fois par an. Les Suissesses et Suisses de l'étranger étant actuellement 760 000, ces résultats montrent que les expatriés forment un groupe de visiteurs impressionnant pour notre pays.

D'un point de vue économique, les vacanciers de la «Cinquième Suisse» sont assurément un facteur non négligeable. Alors que les touristes étrangers restent en moyenne moins de trois nuits en Suisse (2017: 2,1 nuits), les vacanciers de la «Cinquième Suisse» s'accordent plus de temps. Une nette majorité séjourne huit jours ou plus dans sa patrie d'origine, un quart, plus de deux semaines. En matière de souvenirs, le comportement des Suissesses et des Suisses de l'étranger est assez classique: le chocolat, le fromage, le vin et les montres constituent l'essentiel de leurs emplettes avant de reprendre le chemin de la maison. Pour l'hôtellerie en revanche, les bénéfices sont moindres: la majorité dort chez des amis ou des proches.

Au chapitre des solutions choisies pour consolider ses rapports avec la Suisse, il ressort clairement du sondage que les visites régulières sont le meilleur moyen de conserver des liens forts avec sa patrie d'origine. En deuxième position, on trouve la lecture de la «Revue Suisse», suivie de la possibilité d'avoir une participation politique. Notons que ce sondage a été effectué avant la remise en question du vote électronique.

MARC LETTAU