

Considérations sur le bilan de l'année touristique 1964

Autor(en): **Kämpfen, Werner**

Objekttyp: **Preface**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Office national suisse du tourisme**

Band (Jahr): **24 (1964)**

PDF erstellt am: **22.07.2024**

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.

A l'étranger, l'année de l'Exposition nationale a souvent été qualifiée d'« Année suisse ». Le bilan touristique est favorable. En pesant mieux nos mots, disons plutôt: étonnamment favorable. En effet, les pronostics dont elle avait fait l'objet sous l'effet de la légère régression notée en 1963 n'inclinaient pas à trop d'optimisme. Mais tout prophète n'est-il pas heureux de voir son pessimisme – qu'il soit sincère ou de commande – démenti par une réalité plus réjouissante que ses prévisions?

Les chiffres de 1964 sont impressionnants. 32,3 millions de nuitées ont été enregistrées, soit 4% de plus que l'année précédente; le résultat de l'année record 1962 a été dépassé de 2%. C'est le niveau le plus élevé atteint jusqu'à aujourd'hui.

Que signifient ces chiffres?

On est tout d'abord tenté d'évoquer leur portée économique, leur contribution à une évolution favorable de la balance des revenus. Cela ne signifie pas que nous attachions plus de poids à un résultat tangible, mesurable, évident qu'aux valeurs qui ne se mesurent ni ne se pèsent: la contribution du tourisme au rayonnement spirituel du pays, à la connaissance intime de ses beautés naturelles et de ses institutions politiques; son apport au développement de relations plus confiantes entre les Etats et les hommes. Mais l'hésitation que l'on met encore à reconnaître pleinement le rôle économique du tourisme, à admettre qu'il alimente aussi fortement que d'autres branches d'activité la balance des revenus, nous contraint à mettre l'accent sur ces résultats concrets. On ne peut se défaire de l'impression que nous n'avons pas encore pris pleinement conscience du rôle grandissant du secteur tertiaire – c'est-à-dire des services – et que son expansion nous inspire même une certaine méfiance. Nous avons pourtant quelque expérience dans ce domaine: il suffit d'évoquer les revenus que le service mercenaire à l'étranger a assurés jusqu'au début du siècle dernier! Les spécialistes estiment à 2,4 milliards de francs l'apport des touristes étrangers à l'alimentation de notre balance des revenus. Bien qu'un économiste ait qualifié ce chiffre d'excessif, nous estimons, quant à nous, qu'il est en-deçà de la réalité. Quelques sondages auxquels nous avons procédé pour déceler les dépenses journalières d'un hôte étranger justifient cette affirmation (et d'ailleurs chacun de nous ne constate-t-il pas, en rentrant des vacances, qu'il a amplement dépassé son budget?). Même si l'on défalque le milliard que des Suisses ont dépensé à l'étranger en 1964, le tourisme se solde par un boni de 1,4 milliard de francs. C'est le plus substantiel au bilan – et un des seuls actifs, avec quelques autres postes,

dont le revenu des capitaux. Il suffit de confronter ce résultat et l'énorme déficit de 4 milliards de la balance commerciale pour se persuader que le tourisme mérite non seulement d'être traité sur le même pied que le commerce, l'industrie, les arts et métiers et l'agriculture, mais qu'il occupe même une place privilégiée. Nous sommes encore loin de compte. Dans la lutte que nous avons engagée pour faire admettre le tourisme comme secteur économique à part entière, nous n'avons gagné que la première manche. Un recul de quelques pour-cent de l'écoulement d'un produit suisse sur un marché lointain inquiète encore davantage les bureaux officiels qu'une information annonçant une régression de 10 ou 20 % du mouvement touristique dans tel ou tel pays. Le récent rapport du Conseil fédéral sur « l'état de la Confédération » – que l'on a qualifié avec raison « d'heureuse innovation » – ne fait pas encore mention du tourisme et de ses problèmes. Alors que dans le même temps le président des Etats-Unis monte lui-même sur la brèche pour stimuler la propagande touristique; la « First Lady » – accompagnée de personnalités officielles – ne dédaigne pas de visiter les principales régions touristiques du pays pour ouvrir la campagne engagée sous le slogan: « Visit the USA »; l'administration américaine voit dans les déplacements de citoyens américains à l'étranger la principale cause du déficit de la balance des comptes et que dans la plupart des pays, le tourisme et sa propagande occupent une place prépondérante dans les préoccupations politiques, on ne peut s'empêcher de penser que le Conseil fédéral serait peut-être bien inspiré, lorsqu'il dressera son prochain « tableau de la Suisse », de vouer quelques considérations à un thème aussi important. Les arrêtés visant à tempérer les cadences de l'expansion (l'économie touristique les a approuvés, mais en faisant des réserves quant au plafonnement de la main-d'œuvre étrangère) étant en application, l'établissement d'un programme conjoncturel complémentaire est à l'ordre du jour. Il s'agit d'un aiguillage vers une économie concertée, vers une conception prévisionnelle de l'évolution, mais élaborée dans la liberté et avec souplesse. On ne saurait entendre par ce terme une planification schématique. Dans ce nouveau « concert » économique, voix et instruments devront être répartis selon leur importance. La musique pour « computers » composée par Liebermann pour l'Exposition nationale ne donne-t-elle pas quelques indications à cet égard? La balance des comptes pourrait heureusement inspirer cette nouvelle partition.

Mais, comme nous l'avons dit, cette interprétation purement économique du bilan touristique, encore qu'elle corresponde à notre menta-

lité, ne saurait nous satisfaire entièrement. Le tourisme est davantage qu'une marchandise. Le considérer uniquement dans la perspective de la balance des comptes équivaut à assimiler l'« importation » de personnes à l'exportation de biens matériels. Le tourisme est infiniment plus. Les valeurs que représentent les contacts, le dialogue entre les hommes d'origines diverses, la connaissance plus intime de pays étrangers et de manières différentes de vivre et de sentir ne peuvent s'exprimer en chiffres. Le slogan usé du « tourisme qui unit les nations » n'exprime pas davantage ces valeurs. Les 32,3 millions de nuitées notées dans les hôtels et pensions – qui concernent pour 58% les touristes étrangers – et les quelques 16 millions de nuitées totalisées par l'hébergement complémentaire (camps, chalets, logements de vacances, etc.) ne comprennent que les hôtes qui ont séjourné quelques jours au moins en Suisse; mais ces chiffres n'englobent pas ceux qui ont traversé le pays en transit et que l'on peut évaluer à 60 ou 65 millions. Pendant leur court voyage, ils ont eu un contact, même s'il n'a été que fugitif, avec notre manière de vivre.

La position difficile d'un petit pays neutre au sein d'une Europe en passe de s'unir suscite une inquiétude grandissante. Les nouveaux aménagements politiques se font sans nous et nous constatons qu'entre l'Est et l'Occident il n'y a plus de « milieu » et encore moins un milieu neutre. Notre tourisme nous donne néanmoins, année après année, la possibilité de nouer des contacts plus ou moins longs, plus ou moins étroits, avec des hommes venus d'ailleurs; d'exposer ou d'esquisser nos vues, nos conceptions de l'évolution, les problèmes sociaux de l'heure – sans peut-être parler beaucoup: simplement par notre manière d'être, d'être nous-mêmes. Ainsi conçu, le tourisme n'offre pas seulement à l'économie cette « quatrième dimension » dont parlait André Siegfried: c'est aussi une nouvelle possibilité d'élargir et de renouveler la diplomatie traditionnelle et l'information sur le monde. Lors d'un débat récent au parlement de Bonn, un député, M. Schwabe, a déclaré lapidairement: « Le tourisme a le pas sur la diplomatie. » Il a exprimé l'avis que la République fédérale allemande ne devrait pas se borner à recevoir des représentants de pays en voie de développement qui quémandent – et obtiennent – de l'argent, mais aussi de nombreux touristes qui, eux, apportent de l'argent et prennent un contact réel avec le pays.

L'élévation croissante des niveaux de vie, peut-être même en raison de la dépréciation progressive de la monnaie qui l'accompagne et la rend trompeuse à maints égards, a donné une forte impulsion aux déplacements touristiques. En 1964, les Suisses ont dépensé un milliard à l'étranger. Par habitant, c'est le montant le plus élevé du monde. De citoyens d'un pays dont l'accueil est apprécié, nous sommes devenus aussi, pour d'autres nations, des hôtes recherchés. Cette double position nous convient. Plus que toute autre activité humaine, le tourisme est synonyme de générosité et de liberté.

Un voyage permet de comparer, engage à comparer. Les comparaisons critiques sont bienvenues. Nous avons rassemblé et analysé celles qui sont parvenues à notre connaissance. Cette étude nous permet de conclure que les critiques émanant d'étrangers n'ont augmenté ni en nombre, ni en poids; en revanche, celles qui sont le fait de Suisses voyageant à l'extérieur se sont multipliées, probablement parce qu'ils parcourent des distances toujours plus grandes et touchent des horizons inhabituels. Quels enseignements pouvons-nous en tirer? Les appréciations critiques dignes d'être prises au sérieux, qu'elles soient exprimées par lettre ou dans la presse, sont pour la plupart inspirées par une constatation ou par un événement très personnel. Le fait qu'un voyageur n'a pas trouvé immédiatement un taxi en débarquant dans une ville suisse alors qu'il n'avait pas dû attendre à Paris n'autorise pas à conclure que les transports sont moins bien organisés chez nous qu'en France. Une conclusion aussi hâtive donne une fausse image de la réalité. L'offre suisse de moyens de transport, de communications ferroviaires notamment, répond à toutes les exigences. Par kilomètre carré du territoire, le réseau ferroviaire est le plus dense du monde; si l'on considère les chemins de fer et les routes ensemble, nous occupons le second rang en Europe – immédiatement après l'Allemagne occidentale. La ponctualité des moyens de transport – qui révélait encore, à notre grand dam, des marges de quelques minutes en 1963 – a retrouvé l'an dernier le standard traditionnel. Quant aux critiques dont fait l'objet le réseau routier, elles portent plutôt sur la lenteur avec laquelle progresse la construction des routes nationales; mais elles négligent trop souvent les difficultés auxquelles s'est heurtée la planification de l'entreprise, la nécessité de tenir compte des vœux de 25 cantons et demi-cantons, de 3000 communes – sans parler des multiples oppositions des particuliers. Parallèlement, on passe sous jambe la qualité des routes secondaires, qui font pourtant l'admiration des touristes étrangers. Quoi qu'il en

soit, dans cinq ou six ans, nous pourrons offrir un réseau bien conçu d'autoroutes. Les progrès sont nets.

Quant à ceux qui ironisent sur le nombre excessif des « tortillards », ils oublient les services que les petites lignes ferroviaires rendent en permettant une large diffusion du tourisme jusque dans les stations les plus décentralisées. En hiver, 776 entreprises ferroviaires secondaires permettent « d'éclore » 311 712 personnes par heure vers les champs de ski.

Un réseau aérien très dense relie la Suisse à toutes les régions du monde. Les relations de Swissair, qui totalisent 128 000 km, desservent tous les continents. Les résultats financiers de notre compagnie nationale d'aviation – c'est l'une des très rares sociétés aériennes qui travaillent sans déficit – provoquent l'étonnement à l'étranger.

Parmi les équipements qui figurent à l'inventaire du tourisme, mentionnons en passant que la Suisse, à côté de nombreuses patinoires naturelles, dispose de 50 patinoires artificielles au regard de 31 en Allemagne et de 10 en Autriche. Et quel autre pays possède-t-il, comme nous, des dizaines de milliers de kilomètres de sentiers bien aménagés, qui stimulent le tourisme pédestre et le retour à la nature dans la meilleure acception du terme?

Abordons maintenant les services offerts en matière d'hébergement – sans oublier la gastronomie. On sait qu'ils sont déterminants dans le jugement porté sur un pays touristique. A la fin de la guerre, la Suisse disposait de 160 000 lits (compte non tenu des établissements de cure); en 1964, ce chiffre s'inscrivait à 230 000; comme le relève le rapport de la Société fiduciaire suisse de l'hôtellerie, cette augmentation reflète au premier chef l'agrandissement des exploitations existantes; les constructions nouvelles n'y ont contribué que pour une faible partie. Ce rapport relève, en se fondant sur des enquêtes sérieuses, que les investissements consacrés au renouvellement et à la modernisation de l'équipement hôtelier ont totalisé un milliard de francs auxquels s'ajoute un montant équivalent apporté par l'hôtellerie elle-même pendant la période 1945/1964. En Suisse, l'hébergement touristique dispose de 40 lits pour mille habitants; elle vient en second rang après l'Autriche (49 lits). Mais il s'agit moins de chiffres que de la qualité des services offerts – et assurés. Dans tous les pays touristiques, l'ampleur des services s'est accrue; en revanche, leur qualité – la chaleur humaine de l'accueil notamment – laisse parfois à désirer. Ce phénomène, que l'on a lieu de déplorer, ne se manifeste pas plus fortement en Suisse qu'ail-

leurs. Un examen critique de la situation nous engage à conclure que notre seul handicap réside dans le fait que l'on n'admet pas chez nous un fléchissement de la qualité – qu'il soit dû ou non à la présence de personnel étranger et de collaborateurs parfois insuffisamment formés. « Nous sommes condamnés à la supériorité », disait dernièrement une personnalité de premier plan du monde horloger. La Suisse touristique, sans y être pour autant « condamnée », reste consciente de l'importance essentielle de la qualité dans les services comme dans la production.

Telle est la situation que nous avons enregistrée en 1964. Il s'agit uniquement d'un inventaire. Il ne permet aucun pronostic. Toutes les critiques formulées au cours de l'année étaient limitées à l'instant, localisées. Elles n'ouvrent aucune perspective vers l'avenir. Tout esprit de synthèse en est absent; elles n'éclairent pas les relations de cause à effet et ne jettent aucune lumière sur l'ensemble. Le présent est déjà le passé. C'est sur les exigences de demain que nous devons porter dès maintenant notre regard si nous voulons être en mesure d'y faire face. Cette constatation vaut pour tous les anciens pays de tourisme. Toujours davantage, ils sont qualifiés, lors des conférences internationales, de « terres classiques du tourisme ». Ce prédicat n'est pas un compliment. Il implique une appréciation péjorative. Il marque en quelque sorte, dans l'esprit de ceux qui font cette distinction, une opposition – mais toute artificielle – entre les « anciens » et les « nouveaux » pays de tourisme et laisse entendre que les premiers – qui étaient douze seulement à la Conférence mondiale du tourisme organisée il y a deux ans à Rome par l'ONU – sont « dépassés » et que l'avenir appartient désormais aux quelque quatre-vingt nouveaux venus qui étaient leurs partenaires dans la Ville éternelle. Il nous appartient de démontrer qu'un pays « classique » demeure capable d'aborder avec élan, vigueur et imagination les problèmes de demain et qu'il ne se contente pas de vivre sur son passé.

Des divers rapports annuels de l'ONST ressort la nécessité d'élaborer une politique concertée des stations touristiques suisses. Nous ne pouvons nous défaire de l'impression que la prospection du marché est encore trop orientée vers le passé; on se contente trop souvent d'enquêtes limitées au moment présent; les statistiques sont, certes, excellentes, imposantes même. Mais ne sont-elles pas que des « cimetières de chiffres », dont il n'émane aucune impulsion pour l'avenir? Plus que tout autre secteur économique, le tourisme – comme le professeur Angehrn le préconise de manière générale pour les études de marché –

a besoin de vues prospectives, d'hommes qui, tout en se fondant sur une solide expérience, envisagent l'avenir avec audace et imagination. On ne peut se contenter d'établir des prévisions limitées à une station ou à une région seulement: elles doivent embrasser l'ensemble, être élaborées dans un esprit de synthèse. Les plans ou programmes limités à une station doivent porter sur les problèmes de croissance, non pas à court, mais à long terme: sur l'adaptation de services publics (voirie, alimentation en eau, protection contre l'incendie, etc.) à un chiffre double ou triple de touristes. Mais il se peut que les solutions prévues pour faire face à l'une des tâches soient préjudiciables à celles qu'appellent les autres tâches. Un exemple le fera mieux comprendre. La nécessité de répondre aux exigences d'un trafic croissant peut être en contradiction avec celle de lutter simultanément contre le bruit et la pollution de l'air. L'aménagement global des stations touristiques doit être inclus dans l'aménagement général du territoire. Il s'agit de délimiter des zones réservées au repos et à la détente – non seulement pour nous, mais aussi pour les touristes étrangers. Il faut aussi déterminer judicieusement l'emplacement des nouveaux centres touristiques afin d'éviter des concentrations excessives et indésirables dans une aire limitée. Les nouveaux centres doivent être conçus de manière à répondre aux besoins des touristes de demain, qui doivent y trouver le paysage, l'ambiance, le repos auxquels ils aspirent. Les promoteurs des nouveaux « centres de vacances » doivent tout particulièrement tenir compte de ces impératifs. Sans exagérer, on peut dire que tout plan d'avenir doit être étalé à tout le moins en prévision de l'an 2000. Ainsi donc, ceux qui ont la responsabilité de l'essor d'une station nouvelle inséreront le temps de la réflexion dans leur effort d'expansion. Réfléchir, c'est prévoir. Il y a vingt ans encore, qui aurait pensé que, parmi les nombreuses brochures que l'ONST diffuse à l'étranger, celles qui recommandent les stations sans circulation automobile auraient un jour la cote? Il faut se garder de confondre prévision et croyance naïve au progrès (ou du moins à un certain progrès) de céder à la tentation de croire que tout ce qui est « nouveau » est forcément souhaitable et bénéfique. Au cours de l'exercice, l'élaboration d'une conception claire de la politique d'aménagement des stations touristiques a fait un progrès marqué. Une commission nommée par la Fédération suisse du tourisme a élaboré un excellent programme. Les communes et les offices ou syndicats d'initiative locaux sont invités à coopérer. Nombre de stations ont pris l'heureuse décision d'adapter leur système d'adduction d'eau et de

canalisation aux exigences nouvelles. Des installations pour l'incinération des ordures et l'épuration des eaux sont en construction; de nombreux projets sont au point. On constate aussi avec satisfaction que diverses stations ont construit, à grands frais, des routes de détournement. Cependant, l'élaboration des règlements qui régissent la construction et leur entrée en vigueur s'opèrent encore à un rythme trop lent. Dans le catalogue des tâches urgentes d'une station, le règlement relatif aux constructions doit venir en tête; de surcroît, il ne doit pas se borner à déterminer les espaces entre les immeubles et leur hauteur, les alignements, mais répartir aussi l'espace disponible en zones de résidence et en zones de détente, conserver l'aspect caractéristique de la station et prévoir une zone d'expansion pour les nouvelles constructions, harmoniser le passé et l'avenir. Les citoyens bernois ont adopté une loi que l'on peut considérer comme étant la première qui tienne effectivement compte des exigences touristiques de demain; elle vise non seulement à stimuler le tourisme, mais aussi à aménager à temps les infrastructures nécessaires. Des lois analogues sont à l'étude dans les cantons du Tessin, de Vaud et de Fribourg. La Confédération a mis sur pied un avant-projet de loi concernant l'ouverture de crédits pour l'hôtellerie et les stations touristiques et nous souhaitons qu'elle entrera en vigueur sous peu. En garantissant les crédits bancaires jusqu'à concurrence de cent millions de francs, la Confédération permettra de poursuivre la modernisation de l'hôtellerie; cette garantie déclenchera un volume de constructions de l'ordre de 400 millions de francs. Cette loi englobe également les équipements touristiques d'intérêt général. Si la diversité consécutive à notre fédéralisme est l'un des atouts de notre propagande touristique et l'un de nos attraits, il ne faudrait cependant pas en conclure que le développement des infrastructures touristiques est exclusivement l'affaire des cantons et des communes. Une aide appropriée de la Confédération s'impose, en particulier si l'on songe qu'ailleurs le pouvoir central finance plus ou moins largement l'équipement touristique. Le moment semble venu d'insérer dans la constitution fédérale un nouvel article concernant le tourisme. Si nous avons insisté sur l'aménagement futur de nos structures touristiques, c'est parce qu'il préoccupe vivement l'ONST, bien qu'il se voue avant tout à la propagande touristique. C'est d'ailleurs logique. Une bonne propagande n'est possible que si elle peut offrir des services répondant à la demande de la clientèle. La qualité des services précède donc la propagande. Nous n'avons cessé de le rappeler.

Mais sur quels marchés, à quelles occasions, et de quelle manière convient-il de recommander, ou simplement de présenter la Suisse touristique? Les pages qui suivent répondent à cette question. Peut-être n'en ressort-il pas assez clairement que le programme annuel élaboré par le siège principal de Zurich laisse aux agences à l'étranger une marge de manœuvre suffisante pour adapter leurs initiatives particulières à la situation du marché – tout en respectant les directives fondamentales. Nous attachons une grande importance au maintien de cette mobilité. Dans la mesure du possible, nous avons écarté la notion de « propagande ». Notre tâche consiste plutôt à informer sur notre pays, conformément d'ailleurs à l'additif au nouveau statut d'organisation de l'ONST édicté par le Conseil fédéral; il précise, en effet, que l'ONST a pour tâche de « susciter à l'étranger la compréhension pour les particularités d'ordre politique, culturel et économique de la Suisse ». Nous nous efforçons de présenter avec objectivité, avec goût, sans présomption, parfois même avec humour, dont l'esprit critique n'est pas absent, un tableau de la Suisse que nous voulons véridique.

L'Exposition nationale, sa présentation à l'étranger ont donné pour la première fois l'occasion de réaliser la coopération que nous souhaitions depuis longtemps entre toutes les organisations et entreprises qui portent à l'extérieur le drapeau suisse. C'est ainsi que, sous l'égide de l'insigne de l'Exposition, presque toutes les informations sur le pays ou sur un événement suisse ont été en quelque sorte insérées organiquement dans une présentation générale portant à la fois sur les institutions politiques, les valeurs culturelles, le visage aimé de la patrie et son économie. Les articles, les études, les émissions de radio et de TV consacrés à l'Exposition nationale et à la Suisse au cours de l'année dernière se comptent par milliers. La Suisse a été plus fortement présente dans le monde, même si maints des commentaires qui lui ont été consacrés avaient un ton critique. Cette réalité nous paraît compenser le déficit financier de l'Exposition.

Les deux centres suisses de Londres et de New York sont une nouvelle étape dans l'effort visant à une présentation synthétique, exhaustive, de la Suisse à l'étranger. Nous tenons à remercier ici le Conseil fédéral et les Chambres fédérales d'avoir contribué – en accordant des crédits spéciaux à l'ONST – à financer ces deux centres et à inscrire dans les faits la conception d'une information économique, culturelle et touristique concertée.

Sous le couvert du slogan: « Courez l'Europe, détendez-vous en Suisse »,

l'ONST et ses agences à l'étranger se sont employés à alimenter le contre-courant, la réaction que provoque dans les milieux toujours plus larges un certain tourisme qui évoque le champ de foire et à répondre à l'aspiration au repos et à une véritable détente. Nous avons pris nos distances à l'égard d'une forme de tourisme qui détruit le tourisme. La conception que nous avons défendue a trouvé une large audience. Nos efforts ont été couronnés de succès. Les félicitations, voire les distinctions n'ont pas manqué.

Le programme de l'« Année des Alpes » a été conçu au cours de l'exercice précédent déjà. Il reprend, sur de nouvelles variations, notre thème des vacances reposantes et régénératrices des forces. Nous avons opposé à l'idéal du farniente absolu, le bénéfique effort corporel qu'exige la montagne et mis l'accent sur les effets tonifiants de son climat. Nous avons rappelé que les Alpes ne sont pas seulement une barrière qu'il importe – de l'avis d'aucuns – de franchir aussi rapidement que possible, mais qu'elles demeurent la plus belle des « places de jeux » de l'Europe. Certes, les exigences du trafic continental appellent encore certains percements des Alpes – et peut-être plus encore sans doute le trafic interne suisse appelle-t-il la création de quelques bonnes relations alpestres reliant des endroits judicieusement choisis avec les Cantons méridionaux –, mais en se gardant de toute exagération. C'est bien cette exagération que visait récemment le président de la Confédération en évoquant avec ironie le « pays des tunnels alpins ». Notre objectif touristique ne saurait consister à présenter une « Suisse souterraine »!

Arrivés au terme de cette introduction, nous prenons congé de l'Année de l'Exposition nationale – si satisfaisante à tant d'égards – et nous passons avec confiance de l'« Année suisse » à l'« Année des Alpes ».

Werner Kämpfen

*Directeur de l'Office national suisse
du tourisme*