Zeitschrift: Revue économique franco-suisse
Herausgeber: Chambre de commerce suisse en France
Band: 39 (1959)
Heft: 3

Artikel: L'hôtellerie suisse et le tourisme social
Autor: Tissot, F.
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-888208

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: 12.07.2025

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

L'Hôtellerie suisse et le tourisme social

par F. Tissot, vice-président de la Société suisse des Hôteliers

Cette nouvelle forme, moderne, de tourisme, encore insuffisamment connue et comprise, même par des milieux s'occupant professionnellement de tourisme et d'hôtellerie, préoccupe depuis quelques années des cercles d'initiés et de responsables à l'échelon gouvernemental.

Avant d'aborder l'objet limité de notre article, il nous paraît utile de préciser ce que nous entendons par « Tourisme Social ».

Cette appellation, comme la notion même, est assez récente. Un des précurseurs, sur le plan suisse et international, est le Professeur W. Hunziker, initiateur et président de la Caisse suisse de voyage, fondée en 1939. Le but de cette institution de bien public, sans but lucratif, est d'aider à résoudre le problème du financement des vacances et des voyages pour les personnes aux revenus limités.

Ce n'est cependant qu'en 1947 que les organismes officiels de tourisme, groupés sous l'égide de l'Union Internationale (U.I.O.O.T.) ont abordé pour la première fois les différents problèmes et aspects du « Tourisme Social ». Dans certains pays l'on parlait alors de l'organisation « des congés payés et de tourisme populaire »; l'hôtellerie était en général tenue à l'écart, sciemment ou non, de cette nouvelle forme de tourisme qui devait disposer de possibilités d'hébergement très vastes à des prix accessibles aux bourses modestes.

Il a fallu attendre le 1er Congrès international du tourisme social, dû à l'initiative du Professeur Hunziker, directeur de la Fédération Suisse du Tourisme, qui a réuni les délégations importantes de 21 États, du 28 mai au 1er juin 1956 à Berne, sous le patronage de l'O.E.C.E., pour faire un pas décisif en avant et permettre, grâce à de larges échanges de vues bien préparés par des Commissions de travail, de prendre conscience des besoins, comme des différents moyens de les satisfaire.

Le Conseiller Fédéral, Giuseppe Lepori, président d'honneur du Congrès a déclaré dans son discours inaugural que « le tourisme social est une manifestation de notre temps ». Ce que l'homme d'aujourd'hui ne trouve plus dans son travail, il le recherche dans ses loisirs. Le voyage et les vacances lui offrent un moyen de fuir la routine quotidienne, pour s'adonner *à des buts librement choisis* (sic), pour opérer un retour à la nature, source où ses forces de travail dépensées puiseront un renouveau.

Le Congrès a constaté et admis que l'hôtellerie et les autres moyens d'hébergement seraient en mesure de se mettre plus largement au service du tourisme social si une meilleure répartition de la fréquentation au cours de l'année pouvait être obtenue (1). Cela implique la nécessité d'une réforme de l'organisation des vacances scolaires et l'étalement des vacances dans les industries.

Une des conclusions principales du Congrès souligne que l'expérience démontre la nécessité de développer les possibilités d'hébergement pour les besoins du tourisme social mais qu'il faut se préoccuper de doter ces nouvelles formes d'hébergement du confort nécessaire et, avant tout, de décharger les mères de leurs besognes quotidiennes afin de leur garantir tout le repos souhaitable.

Cela revient à dire que l'hôtellerie, adaptée à ces besoins nouveaux, est la formule idéale, celle qui répond le mieux au besoin réel de détente pour les adultes tout au moins.

(1) Voir rapport du Congrès du T. S., Publication nº 34 de la Fédération Suisse du Tourisme.

L'hôtellerie suisse peut-elle s'adapter et participer au tourisme social?

Nous répondons par l'affirmative et essaierons d'analyser succintement quelques conditions préalables ainsi que les possibilités.

Il faut admettre que si le tourisme social n'est pas forcément un tourisme de masse, il ne peut réellement et valablement être organisé et rentable — donc viable — qu'en admettant une certaine concentration aussi bien pour les transports que pour le logement.

Une des conditions premières est *la fréquence* de l'occupation et aussi *la durée* de cette dernière; problème bien connu de tous les spécialistes, mais trop méconnu du public en général qui ignore tout des charges et frais généraux de l'hôtellerie. Un lit d'hôtel n'est pas une marchandise qui peut être stockée et vendue le lendemain ou plus tard; un jour d'inoccupation est définitivement perdu.

Ce n'est réellement que par la diminution des frais généraux fixes et des charges d'exploitation, des salaires en particulier, par « nuitée » qu'il devient possible de pratiquer des prix pouvant convenir au tourisme social. Cela peut s'obtenir en augmentant fortement le nombre des lits d'un hôtel par exemple de 50 à 150 % sans agrandir l'établissement.

De même que dans l'industrie l'augmentation de la production avec un équipement donné, permet d'abaisser sensiblement le prix de revient et celui de vente.

L'augmentation de la productivité ne veut pas dire diminution de la qualité. Dans notre cas il faut admettre une densité plus forte, soit une diminution de l'espace à disposition de chaque personne et un service simplifié, ce dont s'accommodent parfaitement les bénéficiaires de prix diminués en conséquence. Il y a là une analogie avec les usagers des véhicules à moteur; celui qui achète un scooter ou une toute petite voiturette correspondant à ses moyens n'en attend pas le même confort que celui qui peut s'offrir une puissante limousine. Le premier en jouit tout autant que le second, se déplace de la même manière, seul ou en famille et peut être parfaitement heureux et satisfait *tant qu'il reste libre de choisir lui-même son moyen de transport comme son lieu de vacances*. L'un comme l'autre doivent lui être suggérés ou proposés par une propagande adéquate et des services d'information compétents.

Dans certains pays où l'hôtellerie est proportionnellement moins importante qu'en Suisse, on estime que le tourisme social ne peut se développer qu'au moyen de subventions officielles importantes ou par la création, de toutes pièces, de centres d'hébergement étatisés ou subventionnés.

En Suisse, l'hôtellerie peut jouer un rôle non négligeable dans ce domaine. En participant à la fondation de la Caisse suisse de voyage en 1939, elle a déjà témoigné de l'intérêt pour cette question et admis qu'elle pouvait et devait contribuer au développement du tourisme social et le favoriser dans la mesure du possible.

La Caisse suisse de voyage offre chaque année des vacances gratuites à 300 familles avec enfants nombreux et des vacances à l'hôtel à demi-prix à 100 autres familles.

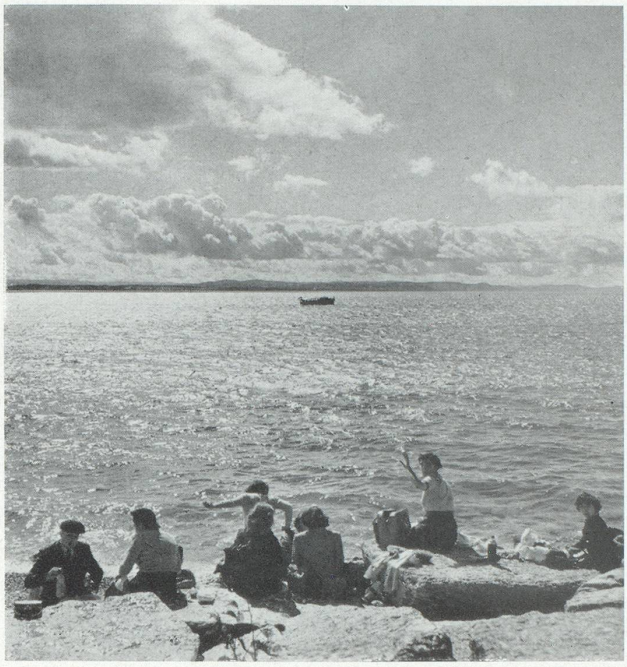
L'hôtellerie a en outre encaissé pour 3.929.630 francs de timbres de vacances offrant à leurs bénéficiaires des réductions variant de 10 à 25 % suivant la participation de leur employeur.

▲ Les pittoresques maisons de Tarasp, dans les Grisons

◀ Les bains de Loèche, en Valais, tels qu'ils étaient représentés dans la Chronique de J. Stumpf en 1548

Une vue de Zoug ▶

Au bord du lac de Neuchâtel



Mille cinq cents hôtels environ font partie de la Caisse suisse de voyage et acceptent les timbres en paiement en accordant une réduction de 5 %. Plus de 130.000 lits d'hôtels — sans compter ceux de nombreuses pensions non organisées — sont à disposition à des *prix de pension forfaitaires* variant de 10 francs à 15 francs.

Il n'en reste pas moins que pour de très nombreuses familles les vacances à l'hôtel sont encore inaccessibles en raison des frais d'exploitation trop élevés de ces derniers. Des moyens complémentaires d'hébergement à prix modestes, permettant cependant aux mères de familles d'abandonner totalement les soucis et fatigues du ménage pendant les vacances, doivent être développés. Ils peuvent l'être dans bien des cas en liaison avec l'hôtellerie ou par l'hôtellerie elle-même.

La participation active de l'hôtellerie au tourisme social est-elle compatible avec la politique raisonnable des prix?

Les chiffres publiés par le bureau fédéral de statistique sur le mouvement hôtelier durant la saison d'été 1958 démontrent que la capacité d'hébergement de 34 stations de tourisme disposant de plus de 25.000 lits *n'a pas été utilisée à 50 % pendant la saison.* L'occupation a varié de 30 à 50 %. Cela représente plus de 15.000 lits inutilisés durant la saison d'été, soit 1.800.000 nuitées perdues. L'on nous dira, non sans pertinence, que ces 15.000 lits inoccupés ne peuvent pas tous servir à des buts de tourisme social, nous en convenons parfaitement. Il n'est guère possible de pratiquer deux catégories de prix et de services dans la même maison et il faut éviter que la pratique de prix adaptés aux possibilités du tourisme social serve de base de comparaison pour les prix que doivent pratiquer les hôtels du type traditionnel.

Nous sommes cependant de l'avis qu'un certain nombre de stations — celles qui accusent un taux de fréquentation notoirement insuffisant — et dont les hôtels ne répondent souvent plus aux exigences des touristes aisés, auraient tout intérêt à s'orienter carrément vers le tourisme social. Ces hôtels verraient rapidement leur fréquentation augmenter et leur situation s'améliorer. Trois nuitées à 12 francs valent plus, tenu compte des charges et des prestations, qu'une nuitée à 20 francs. Cela demande, il va sans dire, une adaptation, l'abandon de certaines routines et d'idées préconçues.

Le monde évolue avec rapidité, les besoins du tourisme social sont immenses et augmenteront encore d'année en année. Il faut savoir évoluer également et s'adapter.

La tradition est une belle chose et il faut en conserver ce qui est valable aujourd'hui et le sera toujours : l'honnêteté, la qualité et la cordialité de l'accueil, la propreté proverbiale, valeurs qui ne sont pas forcément fonction du prix payé. Il faut toutefois s'en rendre compte, la tradition ne fait pas vivre, elle ne suffit plus.

L'affectation d'un certain nombre d'hôtels, voire de stations au tourisme social pourrait-elle nuire à la réputation de l'hôtellerie suisse? Cette question mérite d'être posée et examinée. Il est possible si l'on ne prend aucune précaution qu'une certaine clientèle habituée à séjourner dans les hôtels de prix normal soit attirée par les hôtels pratiquant les prix du tourisme social, et, critique sans faire la distinction, avec tendance à généraliser. Il faut y parer; les hôtels adaptés au tourisme social à prix modestes doivent prévenir la clientèle qui doit savoir que le service est simplifié et adapté au prix de pension.

La station de Leysin dans les Alpes vaudoises

Sur le plan de la concurrence, nous pouvons admettre, pour autant que la différence de prix soit suffisante, que les hôtels attirant la clientèle modeste tant par ses goût que par ses moyens, ne feront pas concurrence aux autres. Au contraire, leur contingent de lits ne sera plus à la disposition de la clientèle traditionnelle qui se dirigera automatiquement vers les autres hôtels ou stations à même de satisfaire leur exigences, ce qui contribuera à améliorer le taux de fréquentation de ces derniers également.

Le problème de la rénovation des hôtels de montagne trouverait aussi une solution partielle par l'affectation ou la conversion au tourisme social de tous ceux qui ne seront pas à même, quoi que l'on fasse, de financer d'importants travaux de rénovation ou qui n'en valent pas la peine. Avec relativement peu de frais ils peuvent être adaptés et rafraîchis, sans procéder à des transformations coûteuses. Le nombre des lits doit en être augmenté au maximum.

La sélection s'opérera, soit tout naturellement avec le temps si elle n'est pas provoquée par un mouvement ou une action spéciale, soit volontairement partout où l'on prendra conscience des possibilités nouvelles offertes par le besoin irrésistible de vacances de milieux toujours plus larges et où des hommes voudront bien se mettre au travail avec la volonté de réussir et l'enthousiasme qui doit animer des entreprises de ce genre.

Une expérience pratique assez récente, puisqu'elle a débuté en 1956, permet déjà aujourd'hui d'affirmer que l'hôtellerie peut s'adapter aux besoins du tourisme social tout en améliorant sa situation.

C'est le cas de la station de Leysin dans les Alpes vaudoises. Cette importante station, autrefois exclusivement médicale, ayant totalisé plus d'un million de nuitées par année après la fin de la guerre, a vu ses sanatoriums et cliniques se fermer les uns après les autres dès 1954 et cela à une cadence très rapide. La station allait vers la catastrophe et la ruine totale. Le tourisme social lui a donné l'occasion d'opérer une conversion salutaire et de réouvrir les uns après les autres les anciens sanatoriums transformés en hôtels. Une société créée dans le but d'opérer cette conversion, « Leysintours », a provoqué très rapidement la création d'un équipement touristique et sportif qui faisait totalement défaut et dès l'été 1956 a organisé un mouvement touristique nouveau vers cette station, faisant bénéficier du même coup la Suisse d'un afflux de touristes qui, auparavant, échappait totalement à notre pays. Dès la deuxième saison d'hiver, Leysin avait conquis le 6e rang, au point de vue nuitées touristiques, de toutes les stations suisses de sports d'hiver. Cette transformation de Leysin a permis à des milliers de néophytes de s'adonner, pour la première fois, à la joie des sports d'hiver et à des milliers d'autres de passer, pour la première fois, des vacances d'été en Suisse.

Cette expérience constitue un test et permettra de démontrer que l'hôtellerie peut s'adapter aux besoins du tourisme social et remplir son utile mission dans ce secteur nouveau au même titre qu'elle a joué un rôle prédominant dans le développement du premier siècle de tourisme.

F. Tissot