

Les relations franco-suissees sur le plan touristique

Autor(en): **Kämpfen, Werner**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue économique franco-suisse**

Band (Jahr): **45 (1965)**

Heft 4: **Sports d'hiver**

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-886640>

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.

LES RELATIONS FRANCO-SUISSES SUR LE PLAN TOURISTIQUE

Quand on évoque, du versant helvétique des Alpes, le tourisme franco-suisse — et tout particulièrement le tourisme français en Suisse — on songe à ceux que l'on peut ranger parmi ses précurseurs : à Michel de Montaigne et à ses notes de voyage en Suisse et en Italie ; au poème « Les Alpes » d'Albert de Haller et aux « Idylles » de Salomon Gessner, traduites et répandues en France ; à Jean-Jacques Rousseau, qui redécouvre à leur suite la nature, mais avec une toute autre force communicative ; à J.-B. de Saussure qui ouvre, avec le guide Balmat de Chamonix, l'ère des grandes ascensions dans les Alpes ; à Stendhal et à ses « Mémoires d'un touriste » ; aux chapitres que, dans « Le Rhin », Victor Hugo a consacrés à la Suisse ; au « Tartarin dans les Alpes » d'Alphonse Daudet...

On peut dire qu'à dater de cette redécouverte de la nature, les échanges touristiques franco-suisse n'ont cessé d'être constants. Depuis les années cinquante, sous l'effet de l'élévation des niveaux de vie dans les deux pays et de l'allongement des congés payés, ils connaissent une extraordinaire impulsion. Le nombre des nuitées d'hôtes français dans les hôtels, motels et pensions est passé de 1 302 000 en 1952 à 3 400 000 en 1964. En réalité, ce dernier chiffre serait nettement plus élevé si l'on tenait compte des nuits passées sous la tente, dans des chalets et chez des particuliers (mais elles ne font pas encore l'objet d'une statistique exhaustive). De la période d'avant-guerre à aujourd'hui, ce que nous pourrions appeler la structure sociale des touristes français qui viennent en Suisse s'est profondément modifiée ; elle s'est « démocratisée » ; il est probable que la proportion des jeunes gens qui voyagent en groupes s'est sensiblement

accrue. Si l'on considère uniquement les nuitées enregistrées par l'hébergement traditionnel, la France a occupé le second rang en 1964 (augmentation de 7 % au regard de l'année précédente); elle se place immédiatement après l'Allemagne et avant la Grande-Bretagne. Cet accroissement du nombre des touristes français confirme que la Suisse n'est pas un îlot de vie chère dans l'Europe d'aujourd'hui, et peut-être aussi que les plaisirs de la table, auxquels les Français sont sensibles, y sont appréciables.

Le courant touristique suisse vers la France s'est fortement intensifié au cours des dernières années. Les touristes helvétiques ont totalisé 6 500 000 nuitées en 1964 (estimations provisoires selon statistique de l'O.C.D.E.), dont la moitié environ dans les hôtels. Pour ce qui est des nuitées enregistrées dans l'hébergement traditionnel, l'apport des deux pays s'équilibre donc plus ou moins. Mais si l'on compare la population des deux pays, on constate que les nuitées des Suisses en France sont proportionnellement près de dix fois plus nombreuses que celles des Français en Suisse.

Dans la statistique française, la Suisse vient en cinquième rang, après la Belgique, le Luxembourg, l'Allemagne, le Royaume-Uni et les Dominions, l'Italie. Si l'on fait exception de la Belgique et du Luxembourg, c'est la Suisse qui, par rapport à sa population, fournit le plus gros contingent. Il convient aussi d'ajouter que les statistiques internationales révèlent que les dépenses des touristes suisses figurent parmi les plus élevées.

La France et la Suisse ont donc un intérêt réciproque à intensifier leur collaboration sur le plan touristique. L'Année des Alpes, à laquelle diverses manifestations ont associé la France, pays des hauts sommets, a renforcé cette coopération. On sait que la propagande déployée par l'Office National Suisse du Tourisme en faveur de « l'Année des Alpes » a englobé le monde alpin dans son entier. Rappelons ici que les sept pays alpins: Allemagne, Autriche, France, Italie, Monaco, Suisse et Yougoslavie prospectent en commun le marché des États-Unis.

Donnons maintenant quelques informations sur l'importance économique du tourisme suisse. En 1964, la balance des services s'est soldée par un boni de 2 235 millions de francs. Au montant de 3 671 millions de francs versé pour les services fournis par l'étranger ont correspondu des encaissements de 5 906 millions de francs.

Ils ont été alimentés au premier chef par le tourisme, dont l'apport a totalisé 2 550 millions de francs. Ce chiffre — dont il faut cependant défalquer les dépenses de touristes suisses à l'étranger de l'ordre d'un milliard de francs — est nettement supérieur au rendement des capitaux suisses placés à l'étranger (1 170 millions), au produit des assurances (209 millions) des transactions du commerce de transit (110 millions) et des transports de marchandises en transit (235 millions). Les dépenses des touristes étrangers en Suisse sont assimilées à une « exportation invisible ». Si on la compare aux exportations visibles, elle vient en second rang, après les livraisons de machines (3 241 millions de francs en 1964); le troisième rang est occupé par les produits chimiques et pharmaceutiques (2.271 millions), le quatrième par l'horlogerie (1 631 millions) et le cinquième par les textiles (1 218 millions).

Sans exagérer nullement, on peut donc dire que le tourisme figure parmi les facteurs essentiels de la prospérité générale. Son importance économique et sa contribution au renforcement de la position et de la « présence » de la Suisse dans le monde étant évidentes, il est naturel que l'on s'interroge sur l'avenir de cette industrie. La prévision à long terme est devenue un élément de l'« économie de l'abondance ». On scrute l'évolution avec tout un arsenal de moyens modernes d'investigation parce que l'on redoute plus que tout un ralentissement de l'essor. Tout signe de régression paraît inquiétant. Un tourisme suisse en pleine expansion ne peut se passer de prévisions. L'attrait grandissant qu'exercent les paysages exotiques, les plages du Sud et les « dépaysements tout compris » offerts à des prix étonnamment bas, la concurrence des « nouveaux venus » qui ont découvert que le tourisme est gros fournisseur de devises constituent-ils une menace pour le tourisme suisse ?

Jusqu'à maintenant, cette évolution n'a pas freiné son essor. Si l'offre s'accroît, la demande — en liaison avec l'élévation générale des niveaux de vie, la prolongation de la durée des vacances — augmente plus fortement encore. S'il y avait une « bourse » du tourisme, on constaterait que les valeurs suisses se sont vigoureusement défendues. Ce résultat satisfaisant est dû en grande partie à l'essor du tourisme d'hiver, qui a été préparé à temps par un développement approprié de nos stations et des équipements. A côté de nombreuses patinoires naturelles, la Suisse dispose de 50 patinoires artificielles au regard de 31 en Allemagne et de 10 en Autriche. De 1950 à 1963, le nombre

des téléphériques (y compris les installations de remorquage pour skieurs) est passé de 29 à 146. Il augmente chaque année. Sans cesse de nouvelles régions sont ouvertes aux skieurs. 776 chemins de fer secondaires — reliés aux grandes lignes des C.F.F. — permettent d'« écluser » 311.712 personnes par heure vers les champs de ski. Le réseau serré des automobiles postales y contribue également, sans parler du réseau très dense des routes secondaires qui amènent les skieurs aux stations de départ des téléphériques, télésièges et monte-pentes. En un mot comme en cent, l'équipement hivernal de la Suisse est à la hauteur des exigences. Notons que l'afflux des touristes français va grandissant, notamment dans les stations de Suisse romande, dont bon nombre ont été « lancées » par des Français. Mais dans le domaine du ski comme dans les autres, l'échange joue; il convient de mentionner les migrations de skieurs suisses vers les Alpes de Savoie.

On a donc lieu d'admettre qu'au cours des dix prochaines années une nouvelle expansion du tourisme hivernal, tant en France qu'en Suisse, est dans l'ordre des choses probables. Cette perspective est cependant de nature à engager à tenir encore mieux compte des besoins de la clientèle qui ne pratique pas les sports d'hiver, mais qui aspire simplement à bénéficier d'un soleil vivifiant. Elle constituerait d'ores et déjà un tiers des hôtes des stations.

C'est surtout sur le développement du tourisme d'été et d'entre-saison que l'effort devra porter, d'autant plus qu'il est chaque jour mieux évident qu'une proportion grandissante de vacanciers recherchent des séjours reposants, loin du vacarme et de l'agitation. On peut dire que la campagne déclenchée par l'Office National Suisse du Tourisme, à l'occasion de l'« Année Rousseau » en faveur d'un « retour à la nature » a été un élément de cette prévision. Ces vacances reposantes, la Suisse les offre encore. Le dernier slogan de l'O.N.S.T. — c'est plus un conseil judicieux qu'un slogan — : « Courez l'Europe, détendez-vous en Suisse » a eu l'écho le plus favorable. Cela démontre bien que cette « pédagogie » (nous sommes le pays de Pestalozzi) répond vraiment à une aspiration de plus en plus générale.

Werner KÄMPFEN,
Directeur de l'Office National Suisse du Tourisme.