Développement des transports et tourisme : quelles relations?

Autor(en): **Tissot, Laurent**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizerische Zeitschrift für Geschichte = Revue suisse d'histoire = Rivista storica svizzera**

Band (Jahr): **56 (2006)**

Heft 1: **Verkehrsgeschichte = Histoire des transports**

PDF erstellt am: **27.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-1668

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.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Développement des transports et tourisme: quelles relations?

Laurent Tissot

Summary

This article describes the complex relationship between the development of transport and tourism in Switzerland. To a certain degree, the Swiss case exemplifies what happened in neighbouring countries (Great Britain, France, Germany), where transport infrastructures induced the development of tourism. In this sense, tourism was under the domination of the means of transport, particularly the railway companies. From a historical perspective, such an assumption deserves to be qualified. From the end of the First World War, the development of tourism in Switzerland was clearly integrated in an overall transport strategy. But until then, the implication of the railway companies was more distant and cautious regarding tourism. Tourism could not develop without railway companies, but it developed in spite of them. Reasons for this are not clear. More studies are needed to understand the implementation of tourism in the 19th century within the framework of the Swiss context.

Dans la monumentale histoire des chemins de fer suisses publiée en 1949, onze pages sont consacrées aux liens entre les chemins de fer proprement dits et le tourisme. Rédigées par le chef du service historique de l'Office fédéral des transports, Paul Buchli, elles alimentent la thèse d'un lien causal très étroit entre le développement ferroviaire et la naissance d'une industrie touristique en Suisse, le premier servant de catalyseur au développement du second[1]. Sans nier l'existence de formes touristiques pré-ferroviaires, Buchli montre l'étendue des transformations apportées par le chemin de fer dans le secteur du voyage de plaisir. Onze pages sur une œuvre en contenant plus de 3000 peuvent certes paraître bien peu si l'on prend en compte le rôle du tourisme dans l'économie helvétique. Mais elles suffisent certainement pour fixer une relation qui fait du moyen de transport la condition nécessaire à l'affirmation du tourisme dans la série des activités humaines et à son élévation au rang de secteur économique à part entière. Le tourisme impliquant un déplacement physique dans l'espace, quoi de plus normal que de trouver le moyen de transport à l'amont du processus?

1 Paul Buchli, «Le rôle des des chemins de fer dans le tourisme» in René Thiessing et Maurice Paschoud (sous la dir. de), *Les chemins de fer suisses après un siècle.* Vol. 1, Neuchâtel, Delachaux/Niestlé, 1949, pp. 339–350.

Prof. Dr. Laurent Tissot, Institut d'histoire, Université de Neuchâtel,
Espace Louis-Agassiz 1, CH-2000 Neuchâtel. Laurent.Tissot@unine.ch

Ce que nous dit Buchli pour la Suisse touristico-ferroviaire, d'autres après lui n'ont pas cessé de le réaffirmer, dans d'autres circonstances et pour d'autres moyens. Inscrites dans un contexte international large, toutes les études publiées sur le sujet font cas de cet effet induit fondamental du transport par fer sur l'usage nouveau du voyage[2]. Les mêmes constats se formulent si l'on prend en compte l'apport ultérieur de l'automobile et de l'avion qui servent, dès la fin de la Seconde Guerre mondiale, à faire émerger un véritable 'tourisme de masse'[3]. Basée sur la dimension technique et économique, on peut comprendre pourquoi la relation transport/tourisme a pendant très longtemps gardé ce caractère univoque, le moyen de transport déterminant l'essor touristique. Un mariage de raison a donc uni très précocement le tourisme à des nouveaux moyens de transport qui étaient à même de réduire les distances, d'atteindre les destinations les plus isolées et de faire naître les nouveaux besoins qui pouvaient surgir chez les voyageurs en matière de découverte, d'évasion, de dépaysement et de détente. Un mariage de raison avons-nous dit, mais pourquoi pas un mariage d'amour?

Si un mariage d'amour est avant tout un partage réciproque de sentiments, d'affection, de richesse, il est aussi une vision commune des buts fixés par chacun des partenaires et des moyens mis en œuvre pour les atteindre. A cet égard, la relation transport/tourisme ne peut pas faire l'économie d'une analyse qui dépasse le caractère technique et économique qui la fonde. Elle nécessite une investigation poussée dans la nature des démarches entreprises, dans l'établissement de la relation et dans l'agencement du processus même vu sous l'angle de sa chronologie et de son fonctionnement. Dans ce sens, le texte de Buchli fait affleurer un aspect sous-jacent et, à ses yeux, implicite. Dans une grande mesure, la qualité des chemins de fer en Suisse explique le degré d'excellence du tourisme qui a pu s'y développer. Outre son caractère technique et ses implications économiques présents dans tous les cas de figure et unanimement admis, la relation comporte donc encore, en l'occurrence, une dimension supplémentaire qui aboutit à associer les deux activités dans la même trajectoire. Si le tourisme n'est rien sans le chemin de fer, ce dernier ne peut guère se concevoir sans le premier parce qu'il lui apporte les ingrédients nécessaires à sa valorisation technique et économique sur les plans national et international: chemins de fer et tourisme viennent à se confondre et à symboliser le caractère profondément unique de leur développement et, conséquemment, de leur participation à la construction d'une véritable identité helvétique[4].

Des remarques identiques peuvent être faites en considérant, dans la même perspective, les relations qui ont affecté, pour prendre l'exemple du transport routier, les cars postaux et le tourisme, et pour le cas de l'aviation, les liens entre

2 François Caron, *Histoire des chemins de fer en France*, 2 vol., Paris, Perrin, 1997, pp. 598 sq. et 2005, pp. 302 ss.; Jack Simmons, *The Victorian Railway*, Londres, Thames, 1991, p. 272ss.

3 Pour la bicyclette et l'automobile, Catherine Bertho Lavenir, *La roue et le stylo: comment nous sommes devenus touristes*, Paris, O. Jacob, 1999; pour l'aviation, Peter Lyth, «The Jet Engine and the Revolution in Leisure Air Travel, 1960–1975» in Laurent Tissot (dir.), *Development of Tourist Industry in the 19th and 20th Centuries. International Perspectives*, Neuchâtel, Alphil, 2003, pp. 111–122.

4 Cf. notre article, «El turismo en Suiza o el advenimiento de un modelo de excelencia (siglos XIX y XX)» in *Historia contemporánea*, Bilbao, N° 25 (2002), pp. 83–100.

Swissair et le tourisme. A la base, on retrouve une relation technique et économique évidente, mais dans les deux cas, la relation symbolique s'est imposée à terme et a abouti à une fusion similaire à celle observée avec le chemin de fer. Rien d'étonnant à cet égard qu'ils aient rejoint le rail dans le panthéon national des transports: ramifiant le réseau ferroviaire suisse dans les recoins les plus reculés des vallées, les cars postaux illustraient la force d'un moyen de transport collectif capable d'atteindre les cols alpins les plus élevés alors que l'excellence 'Swissair', jusqu'à sa malheureuse disparition, prolongeait le modèle touristique suisse jusqu'aux confins planétaires les plus éloignés[5].

Dans cette aventure, l'automobile a peut-être eu plus de peine à s'imposer, non pas en tant que moyen de transport mais en tant que ferment identitaire: même si elle se voyait à terme la vraie gagnante dans l'essor touristique moderne parce que tout aussi, voire plus performante dans ses capacités techniques et économiques que le chemin de fer, le car postal ou même l'avion, elle n'a pas obtenu la sanction lui faisant accéder à ce même panthéon.

Dans cette perspective, un mariage d'amour a certainement en Suisse consacré les relations entre le développement des transports et celui du tourisme et qui est clairement perceptible à travers le texte de Buchli ainsi que vérifiable historiquement dans beaucoup de cas. Si l'impact des transports est facilement démontrable, il s'agit de voir dans quelle mesure le tourisme a pu agir sur le profil des infrastructures des transports et quelles en sont les conséquences sur le visage final donné au tourisme lui-même.

Une première remarque s'impose: sans qu'on puisse encore faire état d'une connaissance exhaustive des différents types de liens créés, il apparaît que, dans beaucoup de cas, la relation n'a pu se faire sans des intermédiaires. L'identité de ces derniers est connu: sous des formes diverses et selon des modalités très éclatées, l'agence de voyage a souvent rempli ce rôle. Dans le même ordre d'idée, nous pourrions encore mentionner l'action des offices de développement qui apparaissent dès les années 1880 et qui agissent aussi puissamment dans les prises d'initiatives[6]. Pour notre exposé, nous ne nous arrêterons que sur les agences de voyages.

Si elle reste encore peu étudiée, leur histoire s'est enrichie de plusieurs recherches qui permettent d'ores et déjà de tirer quelques conclusions[7]. Dans une large mesure, la création des agences de voyages témoigne des carences des réflexions des responsables ferroviaires sur les potentialités que le chemin de fer pouvait générer. De là à dire qu'elles ne peuvent être comprises que comme des 'agences matrimoniales' facilitant le rapprochement entre le transport et le tourisme, il y a un pas que nous ne franchirons pas. Les logiques d'entreprises qui ont guidé les agences de voyage dans leur apparition et leur développement ne sont pas des simples duplicata de celles réglant les compagnies de chemin de fer.

L'exemple de Thomas Cook nous éclaire à cet égard sur la spécificité d'un secteur économique qui s'affirme comme prépondérant pour de nombreuses

5 Une visite au Musée suisse des transports de Lucerne suffit pour s'en rendre compte…

6 Pour un bel exemple, cf. Stefano Sulmoni, «Pro Lugano: une société au service de l'aménagement d'espaces de loisirs (1888–1919)» in Hans-Jörg Gilomen, Beatrice Schumacher, Laurent Tissot (éd.), *Freizeit und Vergnügen vom 14. bis zum 20. Jahrhundert*, Zurich, Chronos, 2005, pp. 143–155.

7 On trouve des éléments dans notre étude, *Naissance d'une industrie touristique. Les Anglais et la Suisse au 19ème siècle*, Lausanne, Payot, 2000, 137ss, et aussi Karl Fuss, *Die Geschichte der Reisebüros*, Darmstadt, Verlag Erwin Jaeger, 1960.

régions dès le milieu du 19e siècle[8]. La réticence de certaines compagnies ferroviaires ne l'empêche pas d'organiser des excursions en exploitant à son profit la concurrence et en utilisant d'autres moyens de transports, tels que les compagnies maritimes, fluviales ou encore routières.

Loin de n'y voir aussi qu'une compagnie de transport en modèle réduit, l'agence de voyage esquisse les contours d'une forme d'activité qui inclut le voyage, mais pas uniquement: l'hébergement, la restauration, la distraction entrent peu à peu dans son domaine d'activité et conduisent à la formation de savoir-faire complexes. Mais il n'en reste pas moins que, dans cette perspective, les agences de voyage ont joué le rôle que des compagnies n'ont pas pu ou n'ont pas voulu jouer. Rien ne les empêchait en effet d'intégrer ces domaines dans leurs prestations.

Sous l'extrême variété des comportements, on peut postuler l'idée que certaines compagnies de transport n'ont pas tout de suite compris le rôle de catalyseurs que bon nombre d'auteurs qui se sont joints à l'avis de Buchli leur ont d'emblée prêté dans l'essor touristique. En d'autres termes, si le transport reste déterminant dans la naissance et le développement du tourisme, les compagnies de transports n'ont pas partout créé l'industrie touristique en tant que telle. Elles ont servi de supports, de supports nécessaires mais parfois indifférents, distants, voire contraints, préférant souvent laisser à d'autres le soin d'organiser des activités qui pouvaient présenter des risques ou jugées inintéressantes sur le plan économique. C'est dire que la dimension touristique est aussi née d'une dynamique qui lui est propre et qu'elle a répondu à la question des transports dans le prolongement des autres exigences à satisfaire en matière d'hébergement, de restauration et de distraction.

A cet égard, le cas suisse mériterait des études plus approfondies. L'évidence de cette relation d'amour souffre en effet d'une ambiguïté. L'affirmation peut trouver une réalité en ce qui concerne la période qui commence à la fin de la Première Guerre mondiale. Dès ce moment, les chemins de fer suisses s'imposent, à l'échelle internationale, comme un modèle réussi alliant peu à peu l'efficacité économique, l'excellence technique et l'adhésion populaire. En revanche, le 19e siècle nous donne une autre image de ces chemins de fer. Ils sont gratifiés d'une réputation assez mauvaise tant en ce qui concerne les questions financières avec les nombreuses faillites et scandales de toutes sortes qui les ont caractérisées dès 1860 que les questions de gestion et d'organisation qui les font apparaître comme peu sûres et peu efficaces[9]. C'est dans ce contexte néanmoins que l'essor touristique suisse prend son envol.

Comment au 19e siècle, compte tenu de cet état économique et technique peu satisfaisant, les compagnies ferroviaires suisses ont-elles répondu aux perspectives touristiques qui s'amoncelaient à l'horizon? Quelques indices nous font penser que, de prime abord, elles s'en remettent aux initiatives des agences de voyage sans état d'âme mais non pas sans conditions[10]. Une véritable prise de conscience n'est

8 Piers Brendon, *Thomas Cook. 150 years of popular tourism*, Londres, Secker & Warburg, 1991, et Renata De Lorenzo, «Modelli europei e mondiali per il turismo italiano: la 'Rivista di viaggi' della Thomas Cook (1926–1938)» in *Storia del turismo. Annale 2002*, Naples, pp. 55–93.

9 On en a quelques exemples dans l'ouvrage de E. Foxwell et T. C. Farrer, *Express Trains English and Foreign*, Londres, 1889. Cf. aussi Andreas Balthazar, *Zug um Zug. Eine Technikgeschichte der Schweizer Eisenbahn aus sozialhistorischer Sicht*, Bâle, 1993.

10 Pour le premier voyage de Thomas Cook en Suisse et ses contacts avec les chemins de fer suisses, cf. Laurent Tissot, *Naissance d'une industrie touristique, op. cit.*, p. 158 sq.

perceptible que dans les années 1880 sans que le phénomène ne soit pour autant généralisable. Alors que le processus est engagé dès les années 1850 pour les compagnies anglaises et françaises, une compagnie suisse, celle du Jura-Simplon en l'occurrence, n'ouvre sa première agence de représentation à Londres qu'en 1893[11].

L'existence de cas concrets montre que l'immixtion précoce de compagnies de transport dans le tourisme n'a pas nécessité la création d'agences de voyage et les a rendues superflues dans leur forme connue.

La problématique des chemins de fer compris comme créateurs de loisirs reste à cet égard d'une extrême importance[12]. Historiquement, la naissance de nouveaux moyens de transport (que ce soit le chemin de fer, mais encore de façon plus évidente la bicyclette, l'automobile ou l'aviation) s'inscrit très vite dans leur faculté à assouvir des attentes ludiques ou à en faire prendre conscience. Aristocrates en mal de reconnaissance ou grands bourgeois à la recherche de loisirs ont d'abord usé le moyen de transport dans des perspectives qui ne recouvraient pas exactement des mobiles utilitaires stricto sensu: les usages économiques, militaires ou professionnels[13]. Dans cette perspective, rien d'étonnant à ce que des compagnies de chemin de fer aient joué le rôle d'agences de voyage sans perdre pour autant leur identité de moyens de transport. Elles ont pu jouer ce rôle non seulement comme agent technique et par intérêt économique, mais elles ont également déterminé les formes et les modalités de l'industrie touristique naissante. Les dimensions touristiques ont en quelque sorte agi comme un coup de foudre sur ces compagnies qui ont abordé ces nouvelles activités dans ce qui s'avère être très vite un mariage d'amour. Inutile de dire que, dans cette perspective, des compagnies de transport ont été créées à des fins uniquement touristiques.

En France, la compagnie du Paris-Lyon-Méditerranée, celle du Midi ou encore celle de l'Ouest sont des exemples parfaits d'une intégration très précoce et très réussie dans les rouages touristiques: la construction d'hôtels, l'organisation de tours en cars, l'aménagement de prestations touristiques, la formation de départements 'publicité', l'édition de guides de voyage et de cartes, bref tout concorde avec l'idée d'une étroite osmose entre le transport ferroviaire et l'activité touristique[14].

11 Christophe Delley, *La Suisse, pays de vacances des peuples, 1930–1939. Etude des stratégies publicitaires et des médiums déployés par le Service de publicité des CFF en faveur du tourisme en Suisse.* Mémoire présenté à la Faculté des lettres, Université de Lausanne, juin 2005, p. 22.

12 L'exemple de la compagnie du Jura industriel est particulièrement intéressant, cf. Johann Boillat, *Le fiasco du Jura industriel: heurs et malheurs d'une compagnie ferroviaire au XIXème siècle (1853–1865): stratégie de développement, question du personnel et exploitation*, Université de Neuchâtel, Mémoire de licence, 2004.

13 Pour la bicyclette, Philippe Gaboriau, «Les trois âges du vélo en France» in *Vingtième siècle*, 1995, pp. 42–57; pour l'automobile: Christophe Maria Merki, «Sociétés sportives et développement de l'automobilisme (1898–1930)» in Christophe Jaccoud, Laurent Tissot et Yves Pedrazzini (sous la dir. de), *Sports en Suisse. Traditions, transitions et transformations*, Lausanne, Ed. Antipodes, 2000, pp. 45–73.

14 Marie-Suzanne Vergeade-Willot, «Un aspect du voyage en chemin de fer: le voyage d'agrément sur le réseau de l'Ouest des années 1830 aux années 1880» in *Histoire, Economie et Société*, 1990, pp. 113–134; id. «Chemin de fer et tourisme: le cas exemplaire du PLM pendant l'entre-deux-guerres» in *Les transports par fer et leurs clientèles. Revue française d'histoire des chemins de fer*, 1992, pp. 259–273; Christophe Bouneau, «La politique touristique de la Compagnie du Midi, 1852–1937» in *Midi. Revue de Sciences humaines et de littérature de la France du Sud*, juin 1987, pp. 76–87; et id. «La contribu-

Dans ces cas d'espèces, autant le transport influe sur l'organisation touristique, autant la fonction tourisme détermine les comportements des compagnies de transport sans que celles-ci n'en perdent pour autant leurs réflexes ferroviaires par leur engagement dans d'autres activités. Leurs efforts dans le domaine publicitaire ont notamment agi comme des révélateurs du pouvoir de persuasion de l'image sur le consommateur. La naissance du 'marketing' comme outil économique repose en grande partie sur ces expériences. En Italie, force est de constater le même intérêt ferroviaire pour le développement touristique[15]. L'exemple espagnol et belge est aussi à signaler de même que les expériences extra-européennes[16].

En élargissant le propos à l'automobile, nous arrivons à un constat identique. Le phénomène 'Michelin' peut également se comprendre dans cette perspective: l'amour du paysage, le critère de choix des sites à visiter, la formation du goût puisent dans l'imaginaire qu'un nouveau moyen de transport est à même de créer et dans sa faculté à susciter le voyage touristique[17].

Faut-il y joindre la Suisse? Aux yeux de Paul Buchli, nous l'avons vu, la cause est entendue. L'excellence touristique ne peut s'y expliquer sans les facteurs positifs entourant l'organisation et la gestion des chemins de fer, qu'ils soient privés ou publics. Mais une césure doit être fixée: le début du 20e siècle, soit un moment où l'essor touristique en Suisse est déjà bien lancé. Nous avons déjà mentionné la prise de conscience de la compagnie du Jura-Simplon. Une preuve supplémentaire est à trouver dans l'étroite collaboration qui s'instaure rapidement entre l'Office suisse du tourisme créé en 1917 et les Chemins de fer fédéraux. En y ajoutant la construction des chemins de fer de montagne et des funiculaires, on saisit encore mieux la dynamique qui a uni les transports et le tourisme. Créée en 1901, la compagnie du Montreux-Oberland bernois (MOB) est notamment à l'origine d'une implication totale dans le tourisme, par l'établissement d'infrastructures réunies sous sa coupe[18]. Elle ne fait que prolonger un mouvement visible dès 1880 où l'éclatement du réseau assure sans conteste l'affirmation d'un mariage d'amour qui n'avait été que de raison jusque là. Mais rien de prémédité dans ces initiatives ni au niveau fédéral, ni au niveau cantonal et pas même au niveau régional ou local.

tion des chemins de fer au développement touristique d'Arcachon de 1841 au second conflit mondial» in *D'Arcachon à Andernos. Regards sur le Bassin*, Bordeaux, F.H.S.O., 1997, pp. 265–293. Pour les guides ferroviaires, Goulven Guilcher, «Les guides de chemin de fer: pratiques anglaises et françaises» in François Moureau et Marie-Noëlle Polino (sous la dir. de), *Ecriture du chemin de fer*, Paris, Klincksiek, 1997, pp. 23–36.

15 Andrea Giuntini, «Le tourisme ferroviaire en Italie des origines jusqu'à la création des 'trains populaires'» in Laurent Tissot (dir.), *Development of Tourist Industry in the 19th and 20th Centuries. International Perspectives*, Neuchâtel, Alphil, 2003, pp. 59–81.

16 Pour l'Espagne, Carlo Larrinaga Rodriguez, «El turismo en la Espana del Siglo XIX» in *Historia contemporanea*, 2002, p. 158; pour la Belgique, Frank Welwaert, «La côte belge avant 1914. Quelques aspects considérés dans une perspective internationale» in *Histoire d'Eaux. Stations thermales et balnéaires en Belgique, XVIe–XXe siècles.* Bruxelles, 1987, pp. 149–159. Pour les Etats-Unis, Thomas Weiss, «Tourism in America before World War II» in *The Journal of Economic History*, 2004, pp. 298 sq. Pour l'Australie, Richard White, *On Holidays. A history of getting away in Autralia*, Melbourne, Pluto Press, 2005, pp. 54 sq.

17 Stephen Harp, *Marketing Michelin: advertising & cultural identity in twentieth-century France*, Baltimore [etc.], The Johns Hopkins University Press, 2001.

18 Laurent Tissot, «A travers les Alpes. Le Montreux-Oberland bernois ou la construction d'un système touristique, 1900–1970» in *Histoire des Alpes*, 2004/9, pp. 227–244.

Des occasions sont saisies, des initiatives réussissent, mais plusieurs courent à l'échec[19]. Une analyse fouillée des promoteurs et de leurs réseaux financiers et politiques apporterait beaucoup dans l'explication de ces mariages transports/tourisme.

De ce point de vue, on peut avancer l'idée que le tourisme s'est bâti en Suisse sur des références qui étaient en grande partie, non seulement étrangères à son cadre géographique d'action comme nous l'avons montré dans une autre étude[20], mais encore étrangères à la dynamique ferroviaire qui s'y amorçait. Les compagnies ferroviaires suisses n'ont pas émis de résistances particulières, mais elles n'ont pas non plus manifesté d'intérêt suffisant les amenant à prendre en charge le processus qui s'engageait.

Conclusion

Aux termes de ces propos, on se trouve comme le promeneur au milieu d'une forêt constituée d'autant d'espèces que d'arbres. Si l'historien prend parfois les airs d'un promeneur, il agit sous des contraintes particulières qui le poussent non seulement à classer, mais aussi à tenter de dégager des tendances. A la recherche d'une explication, il aspire à vouloir chercher à tout prix une essence dominante. Le danger est alors grand de gommer toute la richesse de la forêt qu'il explore. Faut-il le plaindre?

La relation transport/tourisme s'inscrit dans un processus très complexe où les éléments d'explication manquent encore pour comprendre toutes les modalités qui conduisent à la prise de conscience et à la prise d'initiatives dans le domaine touristique. Elle n'est ni simple, ni mécanique. Paul Buchli a montré une clé d'interprétation. Les louanges qu'il tresse aux chemins de fer suisses sont méritées pour la période qui s'ouvre avec le 20e siècle. Mais l'acteur ferroviaire reste en retrait de l'activité touristique pendant les cinquante années qui précèdent laissant ainsi les contours du tourisme helvétique se dessiner sans lui, mais pas en dépit de lui. Même si, à mesure qu'il s'enfonce dans la forêt, la variété de celle-ci peut s'effacer au profit d'une ou deux espèces, il est sûr que l'intérêt de l'historien devra se porter encore à l'avenir sur les raisons de ces transformations en Suisse.

19 Wolfgang König, *Bahnen und Berge: Verkehrsgeschichte, Tourismus und Naturschutz in den Schweizer Alpen 1870–1939*, Frankfurt etc., Campus Verlag, 2000.

20 Laurent Tissot, *Naissance d'une industrie touristique, op. cit.*