

# Problèmes et perspectives du tourisme européen

Autor(en): **Krapf, K.**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Les intérêts du Jura : bulletin de l'Association pour la défense des intérêts du Jura**

Band (Jahr): **29 (1958)**

Heft 1

PDF erstellt am: **18.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-824686>

## **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.

cieux, compétents, fidèlement attachés à l'entreprise dont ils ont le souci d'assurer la marche prospère. Hélios est une maison où règne un excellent esprit et où la recherche de produits nouveaux, élégants, ne perd jamais ses droits. Son personnel et sa main-d'œuvre travaillent dans un immeuble rénové, spacieux et agréable, où ils se sentent à l'aise. Il n'a rien de prétentieux, mais de cette maison calme, paisible, sortent chaque jour des montres calendrier, des montres bracelets, des montres automatiques, des chronographes, tous genres appréciés par une clientèle restée fidèle.

Hélios, nous l'avons dit, est en d'excellentes mains. A l'heure où elle fête ses 75 ans d'existence, elle peut sans fausse modestie regarder le chemin parcouru avec satisfaction. Elle peut surtout regarder l'avenir avec confiance. Certes, nul ne peut dire de quoi demain sera fait. Mais pour autant que la conjoncture actuelle ne subisse pas un fléchissement imprévisible, que sa direction continue à entretenir les excellentes relations qui la lient tant avec les fournisseurs qu'avec ses clients, Hélios S. A. est assurée d'une vie normale. Dans tous les temps, elle a joui d'une très vive sympathie dans les milieux où elle déploie son activité. Aujourd'hui plus que jamais, elle est intimement liée à la vie du monde horloger.

Que souhaiter en cette année de jubilé ? sinon qu'Hélios S. A. continue à se développer, pour le plus grand bien de ceux qui assument la lourde responsabilité de la faire vivre ; pour le plus grand bien de tous ceux qu'elle occupe, comme aussi de la région où elle est née, et où, depuis 75 ans, grâce à sa féconde activité, elle répand un bien-être fort apprécié dans maintes familles.

P. C.

*L'ADIJ présente à la Fabrique d'horlogerie Hélios S. A. ses sincères félicitations à l'occasion de son 75<sup>e</sup> anniversaire et lui adresse ses meilleurs vœux de prospérité, pour elle-même, pour son personnel et la région qui bénéficie de son activité.*

*La rédaction.*

## Problèmes et perspectives du tourisme européen<sup>1</sup>

### Introduction

Le présent rapport se compose de deux parties.

La première se préoccupe du *tourisme d'aujourd'hui*, en rappelle les principaux problèmes, évoque quelques aspects caractéristiques et s'efforcera avant tout de situer la chose touristique dans les cadres généraux de l'économie internationale.

Dans la deuxième partie nous nous pencherons sur *l'évolution probable* du tourisme dans les années à venir. Ce sera une démonstra-

<sup>1</sup> Rapport présenté par M. le prof. K. Krapf à la conférence économique du tourisme romand 1955/57 à Fribourg le 19 juin 1957.

tion qui ne manquera pas d'audace, car le rapporteur n'est ni l'oracle antique de Delphes, ni le Nostradamus du Moyen Age, ni une voyante du 20<sup>e</sup> siècle pour dévoiler les secrets de l'avenir. Cependant, il existe certains éléments d'appréciation susceptibles d'anticiper les développements futurs et d'établir un pronostic à plus long terme.

## PREMIÈRE PARTIE : LE TOURISME D'AUJOURD'HUI

Quelles sont les principales caractéristiques du tourisme d'aujourd'hui ? Je crois qu'un diagnostic de celui-ci décèle les quatre symptômes suivants :

### 1<sup>o</sup> Augmentation quantitative du tourisme

Voyons d'abord les *ordres de grandeur* : « En 1955, près de 28 millions d'arrivées de touristes étrangers ont été enregistrés dans les pays membres de l'OECE et la Yougoslavie » — c'est une masse touristique qui représente presque 6 fois la population de la Suisse. Nous tirons ce renseignement d'un rapport de l'OECE<sup>2</sup>.

Du total des 28 millions de touristes, un million de visiteurs sont venus des autres continents dont presque près de la moitié étaient originaires des Etats-Unis. En d'autres termes : le tourisme européen est numériquement alimenté, dans une très forte majorité, par les Européens eux-mêmes. Le flux des touristes est particulièrement important entre des pays limitrophes.

En revanche, le *pouvoir d'achat des touristes* n'est pas absolument proportionnel à leur répartition géographique. Ce sont avant tout les visiteurs américains dont les dépenses sont beaucoup plus considérables que celles des touristes européens. L'apport du tourisme américain à la balance des paiements dépasse de loin leur nombre. Ainsi, du montant de 1,7 milliards de dollars que les pays de l'OECE ont enregistrés en 1955 au titre de recettes touristiques, environ 430 millions proviennent de source américaine. Le pouvoir d'achat des visiteurs européens est, en moyenne, plus réduit et avec l'ascension progressive au tourisme des larges couches de la population, la dépense moyenne par touriste continuera à fléchir. C'est donc par sa masse que le tourisme social déploiera ses heureux effets économiques.

Il convient de signaler encore deux tendances importantes dans le tourisme européen :

- la première est l'orientation *vers le sud* des grands courants touristiques en Europe. Avides de chaleur, de soleil et du ciel bleu, les touristes marquent une préférence très nette vers les pays méditerranéens : Italie, Côte d'Azur française, Espagne, Yougoslavie, Grèce. Du point de vue de l'économie européenne, cette tendance produit un effet heureux en ouvrant aux régions agricoles et insuffisamment développées du sud de nouveaux débouchés dans les pays hautement industrialisés du nord. Le tourisme concourt ainsi à un meilleur équilibre, à l'harmonisation des échanges intereuropéens ;

<sup>2</sup> OECE, le tourisme en Europe, étude préparée par le comité du tourisme en octobre 1956.

— la seconde réside dans la participation toujours plus forte de la *clientèle allemande* au tourisme européen qui, il y a 10 ans, en était pratiquement exclue.

Au cours des dernières années, le mouvement touristique s'est développé à tel point qu'on peut prétendre que jamais, dans l'histoire de l'humanité, tant d'hommes ont voyagé dans un but pacifique.

## 2° Libération progressive des échanges touristiques

Si nos pères nous racontent les voyages qu'ils ont fait avant 1914, nous avons de la peine de les croire. Car le régime libéral d'alors permettait le franchissement des frontières sans passeport ni visa, le contrôle douanier fut quasi inexistant et la liberté d'importer ou d'exporter des devises complète.

Ce souvenir de la « belle époque » a pu sembler, il y a quelques années encore, un conte de fée. Aujourd'hui, le retour à la *liberté de circulation* ne paraît plus impossible. La libération des échanges touristiques, grâce avant tout à l'activité de l'OECE, a fait d'importants progrès.

Dans le *domaine monétaire* les restrictions apportées à l'exportation de devises, si elles n'ont pas disparues, furent au moins partiellement levées. On peut prétendre qu'à de rares exceptions près, les pays européens donnent aujourd'hui des allocations de devises suffisantes pour financer un séjour de vacances normal à l'étranger.

Progrès également dans les formalités de *franchissement des frontières*. L'obligation du visa étant supprimée, les efforts tendent maintenant, dans les relations touristiques entre pays européens, de substituer au passeport une carte d'identité plus simple et surtout moins coûteuse. Une telle mesure serait certainement susceptible d'intensifier le mouvement touristique, comme le fera, dans le domaine du tourisme automobile, la simplification des documents douaniers.

Si nous nous rappelons encore les tolérances douanières accordées par les pays OECE aux touristes étrangers, notamment américains, il n'est peut-être plus une illusion de croire à la réalisation du régime idéal que préconisait déjà, il y a 200 ans, le *Marquis d'Argenson* en demandant « que le passage des marchandises d'un Etat à l'autre devrait être aussi libre que celui de l'air et de l'eau » et que « toute l'Europe ne devrait être qu'une foire générale et commune ».

## 3° Rapide évolution des moyens de transports

La domination du tourisme par les transports a toujours été très marquée. C'est pourquoi l'industrie touristique s'est développée au 19<sup>e</sup> siècle principalement le long des lignes de chemins de fer dont la création venait de lui donner une nouvelle impulsion. Aujourd'hui, se sont mis, à côté du chemin de fer, qui restera certainement le moyen de transport des masses, deux concurrents : l'auto et l'avion.

Il ne nous appartient pas d'esquisser ici l'évolution brillante des deux nouveaux moyens de transport. La *motorisation* des pays européens saute aux yeux et se manifeste par une circulation toujours plus intense que le réseau routier, construit en grande partie pour le modeste trafic du 19<sup>e</sup> siècle, a beaucoup de peine à contenir. En Suisse, le nombre des véhicules est aujourd'hui six fois supérieur à celui de 1937. Il

va sans dire que l'augmentation du tourisme va de pair avec l'accroissement du nombre de voitures.

Plus spectaculaire encore est l'essor de *l'avion* dont l'avenir n'a fait que commencer. D'ores et déjà l'avion a multiplié les voyages intercontinentaux. Dans l'Atlantique du nord son chiffre de transport se rapproche singulièrement de celui du bateau : en 1956 sur les 781 000 voyageurs transportés d'Amérique du nord en Europe, 360 000, soit 46 %, ont choisi la voie des airs, la part du bateau étant de 421 000 voyageurs, soit le 54 %. D'aucuns prétendent que l'utilisation des avions à réaction en service commercial, prévue pour 1960, marquera le début d'une nouvelle ère dans le tourisme. D'ores et déjà, plus d'un milliard de dollars de nouveaux avions ont été commandés ; ceux-ci vont pouvoir transporter les passagers plus loin et à meilleur compte qu'auparavant ; ils traverseront également l'Atlantique deux fois plus vite qu'aujourd'hui.

L'incidence des transports sur le tourisme est ainsi manifeste, il serait cependant erroné de croire que le rapide développement d'un moyen de transport se fasse au détriment de l'autre, que la route remplacera le rail et que l'avion triomphera du bateau. Au contraire, il me semble que le nombre toujours croissant des touristes alimentera *toutes les formes de transports* sous la condition que ceux-ci s'adaptent continuellement au progrès technique.

#### 4° Le rythme saisonnier

Si les caractéristiques du tourisme actuel dont nous venons de parler sont favorables à son développement, le *rythme saisonnier* agit, très souvent, en sens inverse. Malgré tous les efforts déployés tant sur le plan national qu'international, on n'est pas encore arrivé à une prolongation notable de la saison. Celle-ci se concentre toujours sur une *période très limitée* de l'année. Les mois de juillet et août accusent une pointe de trafic très marquée qui se traduit par une insuffisance de capacité d'hébergement, par une affluence excessive dans les moyens de transport et les stations de tourisme, ce qui n'est pas sans diminuer le plaisir de voyager.

Selon les données fournies dans le rapport de l'OECE, les seuls mois de juillet et août absorbent près de 40 % du trafic touristique annuel. 62 % de celui-ci furent enregistrés, en 1955, dans les mois de juin à septembre. Cette concentration du mouvement touristique est contraire à l'utilisation rationnelle de l'hôtellerie et influe de manière défavorable sur sa rentabilité.

C'est la raison qui a empêché, jusqu'ici, une augmentation de l'équipement hôtelier correspondant à l'accroissement général du mouvement touristique. En vue du coût très élevé de construction il sera très difficile de monter de nouveaux hôtels aussi longtemps qu'une *fréquentation suffisante en dehors de la pleine saison* n'est pas assurée. Si on connaît les difficultés de réunir les fonds nécessaires pour la modernisation de l'hôtellerie existante, on voit mal par quel coup de baguette magique le capital privé puisse être intéressé à une affaire dont la rentabilité reste toujours très incertaine. Les quelques semaines en juillet et août, au cours desquelles les hôtels refusent du monde, ne sont malheureusement pas suffisantes pour garantir un bénéfice d'exploitation.

**Faites confiance au**

**TAVAPAN**

le panneau de bois reconstitué bien connu

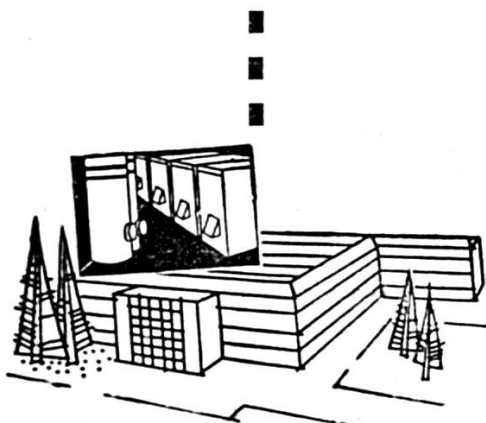
C'est un produit de la

**FABRIQUE DE PANNEAUX FORTS ET BOIS CROISÉS S. A.**  
**TAVANNES**

853

**PÄRLI & C<sup>IE</sup>**

**BIENNE DELÉMONT PORRENTROY TRAMELAN**



860

**Chauffage central**

**Application de la chaleur**

**à tout usage**

**Chauffage par rayonnement**

**Chauffage au mazout**

**Climatisation**

**Installations sanitaires**



## ***Nos bons hôtels du Jura***

**Vous pouvez vous adresser en toute confiance aux établissements  
ci-dessous et les recommander à vos amis**

<b>Bévilard</b>	<b>Hôtel du Cheval-Blanc</b> (G. Suter) Moderne et confortable	<b>(032) 5 25 51</b>
<b>Bienne</b>	<b>Hôtel Seeland</b> (A. Flückiger) Entièrement rénové — Confort	<b>(032) 2 27 11</b>
<b>Boncourt</b>	<b>Hôtel A la Locomotive</b> (L. Gatherat) Salles pour sociétés — Confort	<b>(066) 7 56 63</b>
<b>Delémont</b>	<b>Hôtel Terminus</b> (Robert Obrist) Tout confort	<b>(066) 2 29 78</b>
<b>Macolin</b>	<b>Hôtel Bellevue</b> Moderne et confortable — Salles pour sociétés	<b>(032) 2 42 02</b>
<b>Moutier</b>	<b>Hôtel Suisse</b> (Famille Brioschi-Bassi) Rénové, grandes salles	<b>(032) 6 40 37</b>
<b>La Neuveville</b>	<b>Hôtel J.-J. Rousseau</b> (William Cœudevez) Neuf — Confort, salles	<b>(038) 7 94 55</b>
<b>Porrentruy</b>	<b>Hôtel du Simplon</b> (S. Jermann) Confort, sa cuisine, sa cave	<b>(066) 6 14 99</b>
<b>Porrentruy</b>	<b>Hôtel du Cheval-Blanc</b> (C. Sigrist) Rénové, confort, salles	<b>(066) 6 11 41</b>
<b>St-Imier</b>	<b>Hôtel des XIII Cantons</b> (Mme R. Wermeille) Rénové, confort, grill, bar, salles	<b>(039) 4 15 46</b>
<b>St-Ursanne</b>	<b>Hôtel du Bœuf</b> (Jos. Noirjean) Rénové, sa cuisine, sa cave	<b>(066) 5 31 49</b>

Il est vrai que le problème se pose de façon différente pour les grandes villes et quelques *centres touristiques en vogue* dont la fréquentation est plus longue et plus régulière. Là, la construction de nouveaux hôtels se justifie et les investissements ont beaucoup plus de chance d'être rentables.

Ajoutons encore que *l'hébergement complémentaire*, les maisons de vacances, villages de tentes etc., parce qu'elles offrent moins de confort et demandent un montant d'investissement réduit, se développent plus facilement. Il en est de même de certains nouveaux types d'hébergement, tels les motels, qui satisfont, à l'heure actuelle, un besoin particulièrement urgent.

Mais, en général, il est nécessaire de garder une *vue réaliste* sur les possibilités d'augmenter l'équipement hôtelier dont le mécanisme des frais fixes demande un taux d'utilisation élevé, un débit constant. La fréquentation nécessaire pour renter les nouveaux investissements dans l'hôtellerie est fonction, à côté du facteur prix, de l'étalement de la saison.

## DEUXIÈME PARTIE : L'AVENIR DU TOURISME

Ayant fait le point de la situation du tourisme, penchons-nous maintenant sur sa future destinée.

En prévision des années à venir on discerne un ensemble de *facteurs favorables* :

### 1° Evolution démographique

Le recul de la mortalité et le développement du chiffre des naissances offrent des perspectives démographiques propices. Une récente étude de l'OECE<sup>3</sup> indique, en tenant compte des migrations, la variation de la population totale de 1951 à 1971 en distinguant cinq groupes de pays :

- a) Diminution ou augmentation faible : Autriche, Irlande, Luxembourg
- b) Augmentation de 6-7 % : Allemagne, Belgique, Royaume-Uni
- c) Augmentation de 9-10 % : France, Suisse
- d) Augmentation de 15-18 % : Danemark, Italie, Norvège
- e) Augmentation de plus de 20 % : Grèce, Pays-Bas, Portugal

Pour l'ensemble des quinze pays, l'augmentation de 1951 à 1971 est de l'ordre de 26 millions d'habitants, soit 10 %.

On conçoit vite qu'une telle augmentation de la population correspond à une augmentation analogue du potentiel des touristes. Il en résultera aussi un accroissement de la demande effective de sorte que le *volume du tourisme*, du fait de l'évolution démographique, continuera à grandir.

L'accroissement de la population ne se manifeste pas seulement en Europe, mais dans le monde entier ce qui laisse également présager une intensification des courants touristiques vers notre continent en provenance des *pays d'outre-mer*, notamment de l'Amérique du Nord.

<sup>3</sup> OECE, L'évolution démographique en Europe occidentale 1951-1971, Paris 1956.



## 2° Expansion économique

Les dépenses des touristes, le pouvoir d'achat disponible pour les voyages d'agrément dépendent de l'ampleur des *revenus individuels*. Ces derniers sont, à leur tour, le produit de l'évolution économique en général, du degré d'occupation et de la rémunération du travail en particulier. Or, « la production, l'emploi et le niveau de vie de l'Europe occidentale n'ont jamais été aussi élevés qu'en 1956<sup>4</sup> ». Le tourisme en a particulièrement bénéficié.

Peut-on raisonnablement croire à une suite de cet heureux état de fait ? Bien qu'il semble que le rythme très rapide d'expansion économique soutenu depuis la fin de 1952 ait considérablement ralenti, rien ne laisse prévoir un changement radical de la température économique. La douloureuse expérience des années de crise 1931-1935 a amené tous les pays à mieux s'armer contre la dépression économique, beaucoup plus facile à conjurer aujourd'hui grâce à la coopération européenne. Ainsi, l'OECE estime « que le produit national brut de l'ensemble des pays membres augmentera de 17 % environ en valeur réelle durant la période de 1956-1960<sup>5</sup> ».

*La consommation privée* dans laquelle sont puisés les fonds servant à des fins touristiques, s'accroîtra entre 1955 et 1960, toujours selon la même source, de 18 %, c'est-à-dire à raison de 3 % par année. Ceci semble peu, mais rappelons-nous que les dépenses touristiques s'apparentent à celles qui commencent à absorber, au delà d'un point donné, à partir d'un certain seuil, une part croissante de la consommation. En langage scientifique on dit que *l'élasticité de la demande touristique* est supérieure à 1. Si le revenu augmente de 10 % par exemple, les dépenses touristiques monteront de 15 ou 20 % — l'augmentation n'étant pas proportionnelle, mais progressive. Il est donc très probable que l'augmentation des fonds utilisés pour les voyages et séjours touristiques dépassera sensiblement le taux annuel de 3 % valable pour la consommation en général.

Il y a donc lieu de se féliciter. Non seulement le nombre des touristes est en constante augmentation, mais leurs disponibilités financières suivent le même mouvement de hausse. Ces prévisions optimistes sont d'ailleurs confirmées de source autorisée. En établissant la *balance des paiements* des pays membres, le rapport de l'OECE s'exprime en de termes suivants : « Dans la rubrique des « invisibles », le poste « Tourisme et voyages » est sans doute celui qui accusera l'accroissement le plus sensible au cours des cinq années à venir. En fait, si l'Europe tire pleinement parti des possibilités qui lui sont offertes dans le domaine du tourisme, les recettes nettes du poste « Voyages » pourront un jour ou l'autre jouer le rôle qu'avait avant la guerre le revenu des investissements européens dans la couverture du déficit de la balance visible<sup>6</sup> ».

Une réserve s'impose cependant contre un optimisme par trop excessif à l'égard du *tourisme américain* se dirigeant vers l'Europe. Le tourisme, ne l'oublions pas, est en compétition avec les autres dépenses de consommation, notamment pour les biens durables. Au lieu de faire un voyage d'outre-mer, l'Américain peut utiliser cet argent pour l'acqui-

<sup>4</sup> 8e rapport de l'OECE, L'Europe aujourd'hui et en 1960, Paris 1957.

<sup>5</sup> <sup>6</sup> Ibid.

sition d'un équipement ménager : machine à laver automatique, réfrigérateur dernier modèle, poste de télévision etc. ; il peut également acheter un manteau de vison et des bijoux à sa femme etc. Cette *substitution*, encouragée par une publicité aussi importante qu'imposante, peut facilement s'opérer en défaveur du tourisme. Preuve en est la statistique suivante :

	Quote-part des dépenses pour les voyages à l'étranger par rapport à l'ensemble des dépenses de consommation des Américains <sup>7</sup> en %
1929	0,33
1937	0,66
1955	0,58

Nous voyons donc que les dépenses touristiques, dans le budget familial de l'Américain, ont relativement diminué. Grâce à l'augmentation des revenus, les Américains disposent naturellement, en chiffres absolus, de plus de fonds pour les voyages d'outre-mer — ce qui permet d'envisager leur venue plus nombreuse en Europe. Cependant, notre démonstration recommande une certaine prudence dans les prévisions et elle est en même temps un appel en faveur d'une *intensification de la publicité touristique européenne* sur le marché américain. La position concurrentielle du tourisme s'en trouverait fortement améliorée.

Dans cet ordre d'idée et pour une mise en garde contre un optimisme sans limite dans l'évolution du tourisme américain en Europe, on relèvera que le nombre de nuitées américaines en Suisse plafonne (augmentation de 1,2 % en 1956 par rapport à 1955) — malgré l'impulsion qu'on était en droit d'attendre de l'Asta-Convention de Lausanne.

### 3° Développement des transports

Les dépenses d'investissements prévues pour les années à venir tiendront tout particulièrement compte des transports.

Dans les *chemins de fer*, l'électrification et la modernisation du matériel roulant, surtout pour les relations rapides entre les principales villes européennes, est en cours. Quant à la *navigation maritime*, elle affiche également des progrès : 10 nouveaux paquebots transatlantiques ont été commandés et au moins 10 autres navires de 20 000 tonnes ou plus, actuellement en construction, seront affectés aux grandes lignes reliant l'Europe aux autres parties du monde. L'essor de l'*aviation* a déjà retenu notre attention.

A son tour, le trafic routier est en plein développement. Selon les prévisions de l'OECE, le nombre des voitures de tourisme, immatriculées dans les pays membres, qui fut d'environ de 7 millions en 1951 et de 10,2 millions en 1954 montera à 19,3 millions en 1960. Pour réjouissante que soit cette augmentation du parc automobile, elle pose toute une série de problèmes.

L'aménagement du *réseau routier* construit pour les besoins d'une circulation infiniment plus modeste, en est le plus sérieux. L'OECE constate que « dans de nombreux pays, l'extension du réseau routier n'a pas été de pair avec l'accroissement de la circulation... Pour répondre aux besoins nouveaux et rattrapper le retard accumulé, un très grand effort

<sup>7</sup> Department of Commerce, Survey of International Travel, Washington 1956.

devra être fait en matière de construction de route<sup>8</sup>. Or pour éviter un encombrement des routes il sera certainement nécessaire de créer, sur les parcours les plus chargés, des *autostrades*. Ces autoroutes devront être conçues de façon à faciliter, dans la mesure du possible, l'accès aux régions touristiques.

L'augmentation du tourisme automobile appelle, par ailleurs, un accroissement correspondant de l'hébergement. En effet, un nombre croissant d'automobilistes demandent « le gîte et le couvert », c'est-à-dire des établissements hôteliers susceptibles de servir les besoins d'une clientèle de passage. Nous avons fait allusion aux difficultés de construire de nouveaux hôtels traditionnels de séjour. Il faut donc envisager de créer, pour les automobilistes, un hôtel d'un type simplifié, dont les dépenses d'investissement seront réduites, à l'instar du *Motel*.

Il n'en reste pas moins que le développement des transports, en dépit des charges financières qu'il incombe, contribuera puissamment à l'essor du tourisme de demain.

#### 4° Harmonisation des politiques touristiques

L'Europe tend à s'organiser et à s'intégrer de plus en plus. Deux solutions ont été préconisées et mises en exécution : le *Marché commun européen* et la *Zone de libre échange*. Ces deux formules ne s'excluent d'ailleurs pas, mais sont susceptibles de se compléter.

Il serait prématuré d'étudier les incidences des deux organismes européens sur le tourisme. Tout laisse croire que les initiateurs et les porte-paroles du Marché commun comme de la zone de libre échange ne se sont pas encore fait d'idée sur l'inclusion du tourisme dans leurs projets, la priorité revenant aux échanges de marchandises.

Cependant, puisqu'il s'agit dans les deux cas d'une collaboration économique encore plus étroite des pays européens, il est normal que le tourisme en bénéficiera à son tour. Et puisque l'effort principal se porte à réduire ou à supprimer les entraves mises aux échanges entre les pays européens, le rétablissement de la libre circulation des biens devra s'accompagner de celle des personnes. Il y a donc raison d'espérer que le Marché commun comme la zone de libre échange aboutiront à délivrer les échanges touristiques des obstacles encore existants et mèneront à chef la libération monétaire du tourisme européen et la simplification ou même la suppression des formalités frontières pour personnes et véhicules.

Ce n'est pas tout. Il est à prévoir que dans le cadre d'une entité économique, à l'instar du Marché commun, ou d'une simple communauté d'intérêts, telle la zone de libre échange, les *politiques touristiques des pays membres* ne seront plus entièrement dissociées les unes des autres, mais qu'elles s'harmoniseront.

Ce qui revient à dire que de plus en plus on arrive à résoudre les problèmes du tourisme, qui sont singulièrement les mêmes partout, sur le plan européen. La publicité collective des pays européens aux Etats-Unis en est un heureux présage.

A côté de ces facteurs favorables à l'évolution du tourisme à long terme, il existe cependant *quelques ombres*. Sur un plan général, le dan-

<sup>8</sup> Conf. O.E.C.E., L'Europe aujourd'hui et en 1960.

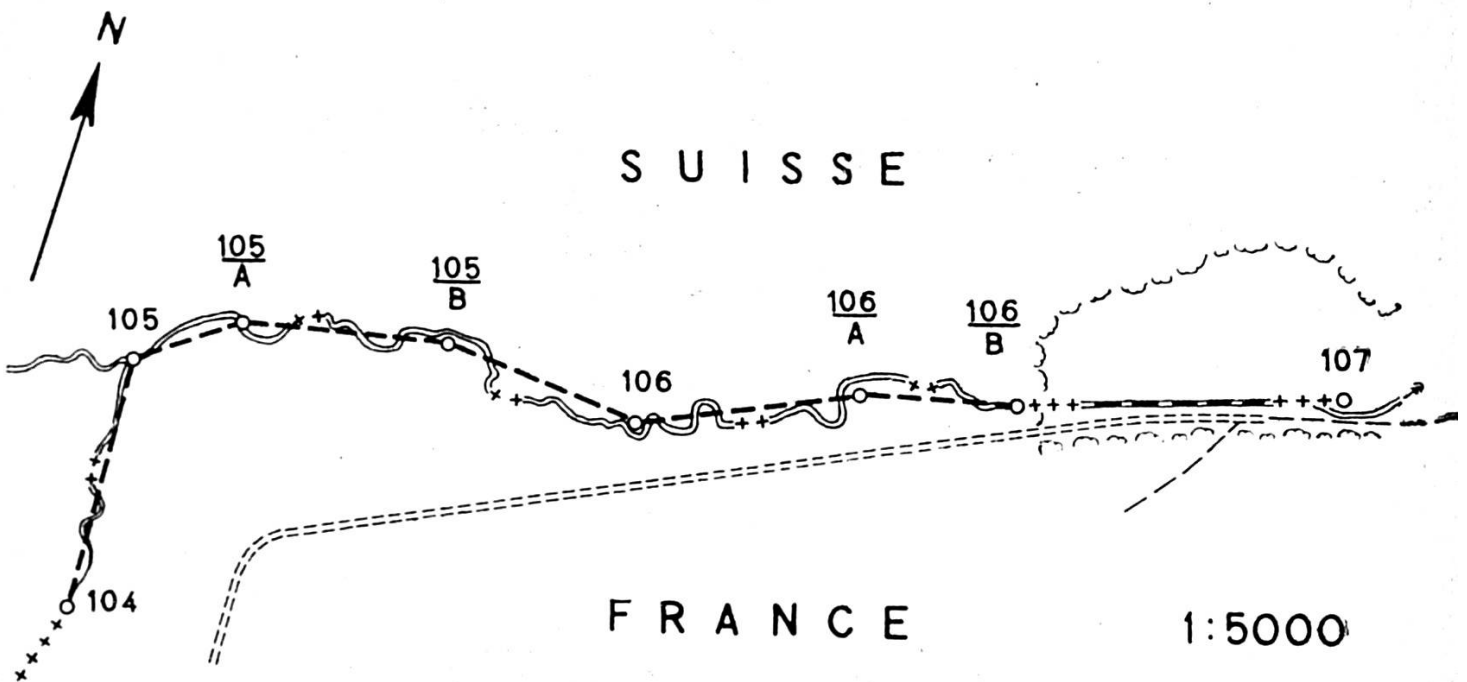
ger le plus grand vient sans doute des *pressions inflationnistes* dont la hausse des prix est le terrible apanage. Inutile de rappeler que la vie chère, en prélevant une part plus grande du revenu pour les biens de première nécessité, diminue par là même les fonds disponibles pour les biens du confort ou de luxe auxquels s'apparente le tourisme. Celui-ci a donc un intérêt manifeste à soutenir tous les efforts tendant à la *stabilité financière* dans les différents pays.

Sur le plan du tourisme, nous avons déjà évoqué les *difficultés de financer les investissements*, notamment dans l'industrie hôtelière. Celle-ci souffre aussi, dans certains pays, de la *pénurie de main-d'œuvre qualifiée*. C'est un autre obstacle qui s'oppose à élargir de façon exceptionnelle la capacité hôtelière comme on le demande de différents côtés. Rappelons encore la nécessité d'étaler les vacances dans le temps et dans l'espace. Peu de progrès ont été faits dans ce domaine.

Malgré les facteurs défavorables dont nous avons rappelé les principaux, l'avenir du tourisme peut être envisagé avec un *optimisme modéré*. Ceci dans l'hypothèse que de graves crises politiques et économiques ou une guerre nous soient épargnées. Vers ce but convergent les efforts de tous les hommes de bonne volonté. Le tourisme, à son tour, est appelé à créer, par les échanges des hommes, ce climat d'entente et d'amitié dont dépendra une meilleure compréhension des peuples.

K. Krapf.

## Modifications du tracé de la frontière franco-suisse



Plan N° 1<sup>1</sup>

Entre les bornes 104 à 107,  
commune de Bonfol et commune de Courtavon.

<sup>1</sup> Les clichés nous ont été obligeamment prêtés par la Chancellerie fédérale.