Zeitschrift: NIKE-Bulletin

Herausgeber: Nationale Informationsstelle für Kulturgüter-Erhaltung

Band: 10 (1995)

Heft: 2: Gazette

Rubrik: En direct

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: 02.07.2025

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

Développer un tourisme intelligent

EN DIRECT

Un entretien avec Marco Hartmann, directeur du Tourisme Suisse

Depuis le 1er janvier 1995, Marco Hartmann est le nouveau directeur du Tourisme Suisse (TS) comme l'Office national suisse du tourisme s'appelle depuis début mai. Le Centre NIKE s'est entretenu avec lui sur différents thèmes, entre autres en vue du colloque 'Conservation et gestion des hôtels historiques' qui se tiendra à Lucerne les 14 et 15 septembre 1995 (voir également page 43) et qui est organisé conjointement par l'ICOMOS, la CFMH et la Société suisse des hôteliers.

NIKE: Comment jugez-vous la place actuelle qu'occupe la culture dans le secteur touristique de notre pays?

Marco Hartmann: La place de la culture dans le secteur touristique a encore des capacités de développement. On peut juger la place qu'elle occupe actuellement de différents points de vue. Du point de vue du touriste, une étude du marché réalisée par nos soins montre qu'environ 2 % des touristes étrangers viennent chez nous spécialement pour assister à des manifestations culturelles ou pour visiter des curiosités culturelles. 2 % de 20 millions de touristes étrangers chaque année, cela fait environ un demi-million de personnes. Par ailleurs, nous constatons que plus de 20 % des personnes qui visitent notre pays sont intéressées par la culture et désirent se consacrer à des activités culturelles. Voilà pour la demande.

En ce qui concerne l'offre, le Tourisme Suisse doit à l'avenir intégrer plus de propositions et de solutions intéressantes dans les programmes de voyages afin de mettre encore plus en évidence la pluralité culturelle existante. Nous désirons nous engager encore plus dans ce sens et introduire des activités culturelles comme éléments et composantes de nos offres. L'intérêt est là, le potentiel également, le Tourisme Suisse n'a jusqu'à présent pas travaillé suffisamment dans ce sens, entre autres, parce que les moyens financiers lui manquaient. Il existe cependant de bons exemples qui fonctionnent admirablement commme à Lucerne, Gstaad, Davos et en Haute-Engadine.

En ce qui concerne la place encore trop modeste de la culture dans le tourisme, on ne peut pas faire porter la responsabilité uniquement aux instances dirigeantes du tourisme, les représentants de la culture et les créateurs culturels craignant souvent que le tourisme ait une emprise trop forte sur la culture. Il faudrait mettre sur pied une collaboration entre les responsables du tourisme et les créateurs culturels à l'esprit ouvert. Les uns comme les autres pourraient tirer profit d'une telle collaboration. Car en fin de compte le tourisme suisse est entre les mains de personnes qui assument leurs responsabilités, respectent l'identité nationale et la culture et donc sont désireux de travailler à leur développement et de faire évoluer les choses.

NIKE: A l'occasion de votre assemblée générale début mai, à Bienne, vous avez présenté les cinq grands thèmes qui domineront les activités du Tourisme Suisse de 1995 à 1999: «Summer Live», «Fascination Eau», «Plaisirs culturels», «Joies d'hiver», «La Suisse, point de rencontre». Que peut-on attendre des «Plaisirs culturels» et d'une manière générale quelle est la place que va occuper la culture à l'avenir dans le concept de marketing du Tourisme Suisse?

Marco Hartmann: Le Tourisme Suisse doit désormais avoir un champ d'action beaucoup plus large. Nous devons nous détacher de l'image classique de la Suisse, le fromage, le chocolat, les armaillis, le folklore et du symbole limité de la nation sportive. La Suisse a le grand avantage de pouvoir offrir en même temps plusieurs choses, c'est pourquoi nous avons essayé de définir le thème 'Suisse' grâce à différents domaines d'activité qui sont complémentaires et donc se recoupent. On ne peut pas non plus séparer la culture du contexte général.

Nous désirons présenter le pays touristique qu'est la Suisse avec ses possibilités et ses aspects culturels très variés et multiples. C'est l'objectif de notre nouvelle orientation. Nous aimerions aller dans le sens de la tendance générale, permettre à nos hôtes de vivre la culture, de consommer la culture, de jouir de la culture pendant leurs vacances. Cela peut se traduire concrètement par des concerts open-air qui permettent une meilleure approche de la musique, des séminaires de toutes sortes, des manifestations culturelles de portée internationale, des expositions, la visite de musées, de monuments historiques, de sites protégés, etc. Car enfin la culture doit être synonyme de plaisir et c'est pourquoi nous avons choisi le thème 'Plaisirs culturels'.

NIKE: Comment va se manifester la croissance qualitative du secteur touristique qui est déjà annoncée depuis longtemps et comment allez-vous atteindre vos objectifs?

Marco Hartmann: L'époque de la croissance quantitative, de l'augmentation des capacités dans tous les domaines est pour ainsi dire révolue. C'est ce que l'on constate régulièrement depuis 15 ans. Cela peut paraître extraordinaire mais le nombre des lits dans les hôtels est aujourd'hui le même qu'il y a un siècle! Dans les secteurs liés à l'hôtellerie, la croissance a également fortement diminué au cours des dix dernières années. Par contre le nombre des appartements secondaires a augmenté. Aux téléphériques, depuis

EN DIRECT

environ 1975, on pratique une politique de concession restrictive. Un des objectifs principaux est une meilleure exploitation des capacités existantes. Le Tourisme Suisse travaille également dans ce sens et vise une plus grande utilisation des infrastructures existantes.

Par ailleurs, nous savons que le tourisme se développe à toute vitesse dans le monde entier. Nous avons à faire à un marché du tourisme et des loisirs qui ne cesse de croître. A l'heure actuelle, on compte chaque année environ 500 millions de touristes dans le monde et pour 2010 on estime le chiffre à 1 milliard. Un petit pays aux ressources limitées comme la Suisse n'est pas adapté au tourisme de masse. Chez nous, il n'y a que peu de lieux et sites capables de faire face à de grandes quantités de touristes. C'est pourquoi nous misons intentionnellement sur le tourisme individuel, sur ce type de tourisme qui offre uniquement des possibilités susceptibles de sensibiliser les personnes intéressées à la culture et ainsi de les faire choisir la Suisse comme lieu de vacances. Donc pas de manifestations de taille démesurée, pas de congrès gigantesques, au contraire nous mettons l'accent sur des activités de plus petite envergure, plus individuelles, c'est là, à mon avis, un aspect très important de l'évolution qualitative du tourisme. Car en fin de compte, opter pour la qualité signifie également opter pour une amélioration de l'offre, c'est pourquoi nous devons développer un tourisme intelligent.

NIKE: En septembre 1992, à Davos, dans le cadre d'un congrès d'Arge Alp, l'Office du tourisme du Canton des Grisons a organisé en collaboration avec le service de conservation des monuments historiques du même canton, un symposium intéressant sur le thème 'La conservation des monuments historiques et le tourisme'. A cette occasion, on a, entre autres, posé la question suivante: est-il normal que le secteur touristique profite des monuments historiques sans avoir à s'acquitter de quoi que ce soit? Quel est votre prise de position actuelle sur ce problème?

Marco Hartmann: Ma réponse à cette question ne concerne que la situation telle qu'elle se présente à l'heure actuelle. De même que la nature, les paysages, les forêts et les lacs sont libres d'accès, je pense que les bâtiments publics, donc les monuments historiques, font également partie de notre propriété à tous. Les monuments historiques ne profitent pas uniquement au tourisme mais sont aussi le but de visites scolaires, contribuent donc à l'éducation et permettent une approche de l'histoire. Considérés de ce point de vue, les monuments historiques font partie du patrimoine public. Si j'étais conservateur des monuments historiques, je pense que j'apprécierais que le tourisme contribue à ce que ces bâtiments soient visités et admirés et donc que les monuments historiques jouissent d'une plus grande considération auprès du public car le public est indispensable aux monuments historiques comme il est indispensable, d'une manière générale, à la culture!

Le danger d'une surexploitation est certainement présent mais il existe certains moyens de régler le problème. D'ailleurs des expériences ont déjà été faites avec ce que l'on appelle le 'Visitor's management' qui nous propose des solutions pour régler ce genre de problèmes. Nous devons laisser libre accès aux biens culturels mais responsabiliser l'opinion publique qui, pour moi, comprend également les visiteurs et les touristes du monde entier. C'est pourquoi je suis pour une liberté aussi grande que possible dans ce domaine.

NIKE: Que vont devenir les hôtels historiques en Suisse? Leur sauvegarde et leur adaptation au confort moderne ne posent-ils pas de sérieux problèmes?

Marco Hartmann: Je suis d'avis que l'on doit conserver ces témoins de l'histoire dans la mesure des possibilités. Bien entendu, il faut adapter ces hôtels au confort moderne, ce n'est pas possible autrement. Cela semble à priori facile et pourtant ce n'est pas une mince tâche. On devrait par exemple se demander dans quelle mesure la Société suisse de crédit hôtelier est capable de prendre de tels arguments en considération lorsque se pose la question de la réduction des intérêts pour les crédits et d'autres réductions de ce genre.

Finalement, un bâtiment historique de ce type doit fonctionner comme un hôtel et non pas comme un musée. Il faut choisir la solution qui permet en fin de compte de sauvegarder la substance bâtie qui fait d'un hôtel un bâtiment historique. Et il est possible d'aller dans ce sens. Je citerai des résultats probants comme le 'Kronenhof' à Pontresina, excellent exemple d'un établissement historique florissant. Il faut cependant dire que l'exploitation et l'entretien de ces hôtels sont très coûteux et que dans l'organisation pratique de la vie interne il y a des problèmes bien difficiles à surmonter. Je pense par exemple aux longs chemins que doit parcourir le personnel de service, aux couloirs souterrains entre les cuisines et les salles de restaurant, aux problèmes du confort des salles de bain, au chauffage, aux divers équipements internes, à la consommation d'énergie, à la protection de l'environnement, etc. Toutes ces choses jouent également un rôle. Les exigences fondamentales de l'hôte désireux d'habiter en sécurité dans un hôtel confortable doivent être finalement respectées et garanties.

Entretien: Gian-Willi Vonesch