

Le tourisme en 1988 : reprise au second semestre

Autor(en): **Leu, Walter**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Office national suisse du tourisme**

Band (Jahr): **48 (1988)**

PDF erstellt am: **29.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-629871>

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.

Le tourisme en 1988: reprise au second semestre

Pendant l'année sous revue, le nombre des voyages internationaux a une nouvelle fois augmenté de quelque 30 millions, soit d'environ 8,7%, par rapport à l'exercice précédent. Il ressort des données de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) un total de quelque 390 millions de voyages internationaux. La Suisse, elle, est parvenue à maintenir de justesse le résultat des nuitées touristiques de l'année antérieure.

Il vaut la peine de se pencher quelque peu sur ces chiffres pour en tirer d'utiles enseignements (on en trouvera une analyse plus détaillée dans l'annexe statistique du présent rapport).

Selon les chiffres de l'Office fédéral de la statistique (OFS), ce sont près de 74,7 millions de nuitées qui ont été enregistrées en Suisse pendant l'exercice 1988, résultat pratiquement identique à celui de l'année précédente. L'hôtellerie est en baisse de 1%, la parahôtellerie en hausse de 0,9%.

Si le résultat global de l'hôtellerie se solde par une baisse minime, nous en sommes redevables à la demande soutenue des hôtes européens et, surtout, à celle des vacanciers suisses. Il n'en reste pas moins que la douzaine de stations et de villes traditionnellement privilégiées par la clientèle d'Amérique du Nord ont de nouveau enregistré un net recul en 1988. Ceci confirme de manière exemplaire combien il est difficile de faire face à des situations monétaires défavorables.

Nos chances face à la concurrence

Nous estimons toutefois qu'il serait erroné de n'imputer ces difficultés qu'aux fluctuations des changes, ou éventuellement à la neige qui a réellement fait défaut au début et à la fin de l'année, au point que de nombreuses entreprises des régions de montagne axées sur le tourisme d'hiver se sont retrouvées aux abois. Il est des évolutions auxquelles nous devons rester attentifs si nous voulons sauvegarder notre compétitivité:

- Il est indéniable qu'en comparaison d'autres pays touristiques importants, la Suisse a eu du mal à maintenir ses positions au cours des dernières années et qu'elle a même enregistré des reculs partiels. Ses concurrents traditionnels, mais aussi certains nouveaux venus, se sont qualitativement améliorés. Nous serions bien avisés de ne jamais perdre de vue la devise «L'efficacité prime la publicité».
- Le fait que les recettes provenant du tourisme étranger continuent d'augmenter, même en cas de stagnation des fréquences, doit être apprécié de manière différenciée. On ne peut prétendre que l'hôte soit disposé à dépenser davantage dans notre pays. Il n'a pas le choix: il doit y consentir, souvent à son corps défendant. On admettait jusqu'ici que si les prestations sont un peu plus chères en Suisse, leur surcoût est justifié. Or des sondages significatifs font apparaître que cette idée a désormais du plomb dans l'aile.

Faut-il se résigner? Le tourisme suisse est-il en déclin? Non. Il y a suffisamment de preuves du contraire:

- Il ressort de vastes enquêtes réalisées à l'étranger que la Suisse reste très demandée dans d'importants groupes sociaux, notamment au sein des jeunes familles. Cela dit, de nombreux clients potentiels renoncent à un séjour en Suisse à cause de préjugés souvent erronés sur le niveau des prix, ou parce qu'ils croient qu'il n'y aurait dans notre pays que des hôtels de haut de gamme. Or, nous avons un atout de poids à faire valoir dans toute une série de pays, à savoir les nombreuses petites entreprises familiales. Nous avons attiré l'attention des tenants de l'offre sur cet aspect dans notre «Rapport sur la situation touristique». Nous pourrions notamment conquérir d'importants segments de marchés en soumettant aux familles davantage d'offres attrayantes (par exemple des réductions de prix également pour les enfants ne partageant pas la chambre des parents) pour les périodes de vacances scolaires, qui ne coïncident d'ailleurs pas toujours avec la haute saison touristique pour bien des entreprises.
- Une autre opportunité consiste à rendre encore plus perceptible à nos hôtes le sentiment qu'ils sont réellement bienvenus dans notre pays. Ils ne viennent pas pour faire gonfler nos statistiques de nuitées ou recettes touristiques: ils viennent chez nous pour s'y sentir bien. Ceci paraît aller de soi. Il ressort pourtant de certaines enquêtes touristiques que cet aspect n'est pas encore suffisamment perçu.

Autrement dit, le tourisme suisse doit d'abord maintenir ses positions dans le domaine de la compétitivité internationale. Il doit ensuite reconquérir des parts perdues de marchés et en gagner de nouvelles. Ceci suppose de l'entregent dans la mise en valeur du produit, ainsi que dans son amélioration.

Temps forts de l'année...

La mise en œuvre du thème annuel «Vacances d'été dans les montagnes suisses» a montré que nous pouvions avoir du succès. Nous avons consenti un vaste effort d'information et de promotion en Suisse et à l'étranger. Et nous avons été particulièrement heureux d'apprendre que les fréquences ont justement augmenté d'environ 2% pendant le semestre d'été dans les stations de montagne.

Parmi nos campagnes promotionnelles, nous aimerions mentionner en premier lieu la création du grand chemin des Walser. Ce qui n'était initialement qu'un projet local soumis au quatrième Congrès pour l'étude des Walser, en 1986 à Splügen, est finalement devenu une remarquable réalisation internationale de grande portée culturelle grâce à l'initiative de l'ONST, appuyé par l'Association internationale de la culture des Walser ainsi que les offices de tourisme régionaux et locaux. Les longues pérégrinations entreprises il y a plusieurs siècles par les Walser pour établir des colonies dans les régions montagneuses constituent aujourd'hui de superbes itinéraires touristiques susceptibles de donner de nouvelles dimensions aux vacances: détente et découverte, plaisir et réflexion, rencontres et hospitalité. Les vieux chemins ont été restaurés et réunis en un réseau totalisant près de 850 kilomètres de randonnées. Il est intéressant de souligner que le Conseil de l'Europe a accordé au grand chemin des Walser le label de chemin culturel européen. Le cahier de juillet de notre revue «Suisse», au tirage accru, et les quelque 230 articles de presse consacrés au grand chemin des Walser témoignent du vif intérêt suscité par cette réalisation dans les médias et le public.

Pour promouvoir notre tourisme, l'ONST a également organisé trois voyages promotionnels outre-Atlantique et en Italie, en collaboration avec ses partenaires du tourisme suisse. C'est ainsi que le «Swiss Travel Show» a été l'occasion d'établir des contacts entre les professionnels suisses du tou-

risme et plus de 2300 délégués d'agences de voyage d'Amérique du Nord. Un deuxième voyage, axé sur les relations publiques et la promotion des ventes, a conduit trois douzaines de vendeurs suisses de tourisme sur les marchés en expansion du Japon, de Hong-Kong, de Taiwan et de Singapour. Enfin, l'opération «Buongiorno» a également ouvert de nouvelles voies: plus de 7500 hôtes choisis avaient répondu à l'invitation de l'ONST et de ses partenaires, en participant à des manifestations promotionnelles de haut niveau dans quatre villes de l'Italie du Nord.

... et le travail promotionnel quotidien

Ces quelques éléments de notre programme d'activité ne sauraient faire oublier les initiatives de moindre importance, ni le travail courant d'information et de promotion de toutes nos représentations. C'est dans une très large mesure leur pré-

sence permanente sur nos principaux marchés qui est à l'origine de l'afflux des hôtes étrangers en Suisse.

J'adresse ici mes sentiments de gratitude à tous ceux qui, en Suisse et à l'étranger, s'engagent personnellement, avec conviction et créativité, pour que nous puissions atteindre nos objectifs. Ma reconnaissance inclut les pouvoirs publics, en particulier le Département fédéral de l'économie publique avec son Office fédéral de l'industrie, des arts et métiers et du travail, ainsi que les associations et entreprises de transports publics qui nous ont apporté leur concours, directement ou indirectement. Sans oublier, bien entendu, notre excellent président, le conseiller national Jean-Jacques Ceveney, qui n'a cessé d'œuvrer avec cœur et compétence en faveur du tourisme suisse, tout comme le Bureau et le Comité de notre office.

Walter Leu, directeur ONST



Pages 7 et 8

Vacances d'été dans les montagnes suisses:

Surf sur les lacs de la Haute-Engadine.

Golf à 1600 m. dans les Alpes vaudoises.



