

Zeitschrift: Revue économique franco-suisse
Herausgeber: Chambre de commerce suisse en France
Band: 43 (1963)
Heft: 1: Neutralités européennes

Artikel: Quelques notes sur le tourisme suisse
Autor: Chopard, Théo
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-887682>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

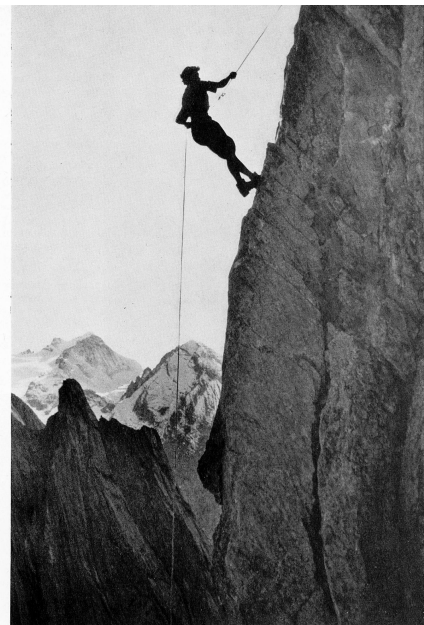
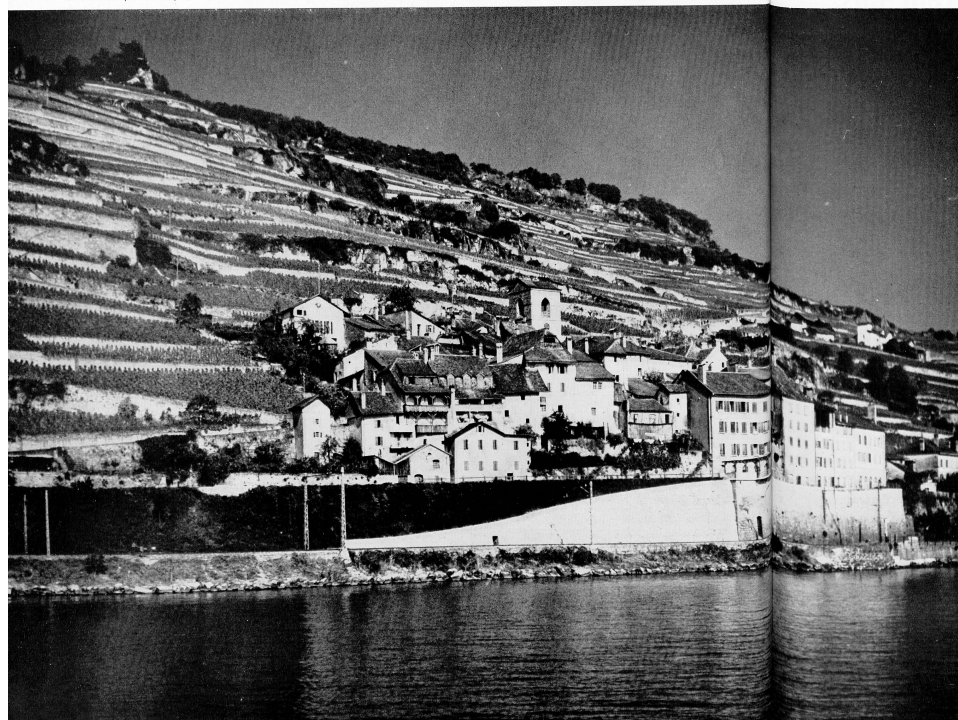
Download PDF: 02.04.2025

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

Quelques notes sur le tourisme suisse

Par Théo Chopard

Saint-Sathonin près de Vevey.



Escalade dans les Alpes.

Disons d'emblée que, pour aborder un thème touristique, il faut avoir une conception optimiste du monde, miser sur la sagesse des hommes, admettre comme un article de foi qu'en dépit des erreurs et des défaillances, la raison aura quand même le dernier mot. Le fait que les tensions politiques des dernières années n'aient pas arrêté l'intensification des courants touristiques ne semble-t-il pas le démontrer? Et cela n'équivaut-il pas à dire que la propagande touristique, qui nourrit cet optimisme chez un nombre croissant de nos contemporains, est une contribution probablement plus efficace qu'on ne le pense au courant de pensée qui éclaire les raisons qu'ont les hommes et les nations de s'entendre plutôt que de s'opposer stérilement les uns aux autres? Il

n'est pas hasardeux de concevoir que les historiens futurs qui expliqueront les causes de l'heureux rapprochement franco-allemand, par exemple, retiennent que le tourisme n'a pas laissé d'y contribuer.

Dans la mesure où l'on peut prévoir, nous avons donc lieu d'admettre que le développement du tourisme — phénomène international — se poursuivra en 1963. S'il est probable que la Suisse, comme cela a été le cas au cours des dernières années, en bénéficiera dans une moindre mesure que les régions récemment ouvertes au tourisme, elle demeurera cependant pleinement dans le circuit, tant il est vrai que l'exotisme n'est pas seul à exercer un attrait grandissant sur les masses des grandes villes assujetties à des travaux que les progrès de

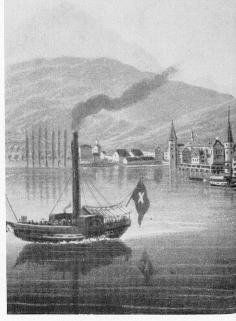


Il y a cent ans,

Thomas Cook...

tourisme social comme M. Jourdain faisait de la prose, c'est-à-dire sans le savoir. En effet, est-ce autre chose qu'une généralisation, qu'une démocratisation des voyages collectifs en vogue depuis des générations? Le premier voyage en groupe organisé en Suisse par Thomas Cook au début de l'été 1863 n'est-il pas le précurseur de ce mode de voyager et de se détendre « à meilleur marché »? La Suisse a toutes raisons de célébrer ce centenaire. Certes, ce rappel est pittoresque et offre un élément bienvenu de propagande. Mais il fournit, bien plus, l'occasion d'exprimer un sentiment de réelle reconnaissance. Ce premier voyage collectif et ceux qui ont suivi ont donné

par la suite une forte impulsion au tourisme individuel. Nous avons tout lieu de penser que l'essor grandissant du tourisme collectif moderne stimulera à son tour les voyages individuels. C'est dire que les organisations touristiques suisses ont tout intérêt à promouvoir les formes diverses du tourisme « de masse ». Il faut se persuader que les touristes encadrés d'aujourd'hui seront les voyageurs individuels de demain. C'est d'autant plus probable que le tourisme collectif s'emploie dans une mesure croissante à combiner les avantages du voyage en groupe et ceux du déplacement individuel. Il alimente incontestablement le sentiment d'indépendance



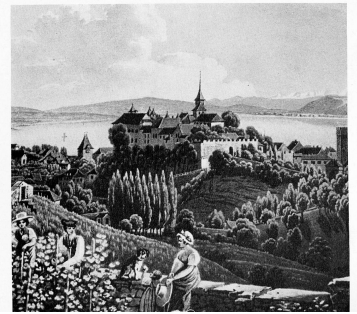
la rationalisation rendent toujours plus monotones. Si l'amplification du mouvement touristique confirme bien que ce « retour à la nature », sur lequel notre publicité a mis l'accent à l'occasion du centenaire du « Promeneur solitaire », répond à un besoin profond, l'évolution du tourisme en Suisse au cours des dernières années montre aussi qu'en nombre croissants des vacanciers recherchent la détente non pas dans un paysage « neuf et inédit », dans quelque « robinsonnade », mais dans un

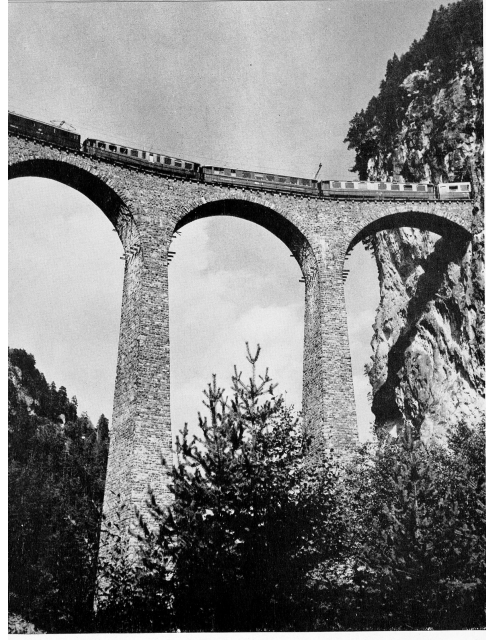
paysage façonné par l'histoire, qui allie aux beautés naturelles les héritages d'une vieille culture et les hardiesses et les avantages de la technique moderne; dans des sites où l'on ne se sente pas coupé des grands courants universels. Notre slogan publicitaire : « La Suisse, pays paisible ouvert au monde », répond à cette aspiration et le rappel du Centenaire de la Croix-Rouge, qui alimentera en partie notre propagande, éclairera mieux — l'Œuvre de Genève étant connue de cha-

cun — cette vocation internationale de la Suisse. Le contraste entre cette vocation et la vigueur des diversités locales (que le touriste ressent physiquement), d'une part, et entre ces diversités et une stabilité politique devenue légendaire, de l'autre, n'est-il pas l'un des secrets de l'attrait qu'exerce notre pays?

Cette attirance se traduit également par un net développement du tourisme dit social. Si le mot est à la mode, il n'est pas nouveau. Il y a longtemps que l'on fait du

Portrait de Thomas Cook.
Le château de Chillon.
Luzern.
Face aux Alpes bernoises.
Nüschtel.





*Viaduc dans les Grisons.
Sur le lac Léman.
Aux États de Genève.
Cauvet dans le Jura neuchâtelois.*



ce, de sorte que l'on peut admettre que l'évolution ne va pas, comme on le craint encore ici et là, vers une sorte de gréganisme touristique. Cette perspective doit engager la Suisse, parallèlement à l'effort qu'elle doit poursuivre — si elle veut demeurer dans la course — pour faciliter le tourisme collectif, à mettre encore davantage l'accent sur ce que nous pourrions appeler le service individuel, le tourisme sur mesure par opposition au tourisme de confection. En dépit de certaines apparences, mais passagères, c'est

le premier qui a l'avenir pour lui — en liaison avec l'élévation des niveaux de vie et la diversification grandissante des besoins et de la consommation. « Courez l'Europe — détendez-vous en Suisse », dit encore un autre slogan de l'Office national suisse du tourisme. Il n'appelle qu'un commentaire — et qui nous servira de conclusion : Mettez-le en pratique et obéissez à cette amicale injonction!

Théo CHOPARD.

Courez l'Europe, détendez-vous en Suisse...

