

VI. Journée Suisse des Vacances Zurich 5 mai 2003

Allocution de Dick F. Marty
Président de Suisse Tourisme

2002 sera indiscutablement une année noire dans l'histoire du tourisme : le tourisme mondial doit, en effet, enregistrer une brusque interruption dans sa forte croissance et cela pour la première fois depuis 1982. On estime ainsi que l'année dernière il y a eu 5 millions d'arrivées en moins, ce qui constitue une diminution de 0,6%. Le tourisme suisse ne fait pas exception et il doit faire face à un recul encore plus important.

Nous avons toujours prétendu – à juste titre d'ailleurs – que le tourisme est, pour une partie importante du moins, une branche d'exportation. Il n'est dès lors pas sans intérêt de jeter un bref regard sur l'économie suisse d'exportation. Nous constatons ainsi que si le tourisme subit une baisse de 4,9 % dans l'hôtellerie, avec une diminution de 7,8 % en ce qui concerne les hôtes étrangers, d'autres secteurs ont été encore plus touchés : je pense notamment à l'industrie des machines, -12%, aux textiles, -8,8%, à l'industrie électrique -13%, ou à l'horlogerie, -0,1 %. Si l'ensemble des exportations suisses ne subit qu'une perte de -1%, cela n'est dû qu'aux performances exceptionnelles des secteurs pharmaceutique et chimique. Le fait que d'autres branches de l'économie d'exportation se portent encore plus mal que le tourisme ne constitue certes pas une consolation. C'est cependant un indice sérieux qu'il doit exister des circonstances macro-économiques, voire des conditions cadre et une conjoncture particulièrement défavorables pour l'ensemble du commerce extérieur. A cela, il convient d'ajouter que depuis plusieurs années déjà la croissance économique de la Suisse est l'une des plus faibles de l'ensemble des pays de l'OCDE. Cela aussi n'est pas sans conséquence pour la consommation intérieure et, donc, sur le tourisme, vu qu'environ la moitié de nos nuitées sont générées par nos compatriotes.

La constellation de facteurs négatifs qui a provoqué et accentué cette situation de dépression est bien connue : le 11 septembre, la longue incertitude qui a précédé la guerre en Iraq – une guerre qui a touché assez directement deux de nos quatre marchés principaux - la revalorisation de notre monnaie par rapport à l'Euro et au Dollar, avec le sensible renchérissement que cela a entraîné pour nos produits par rapport à ceux de nos concurrents les plus directs. J'aimerais remarquer, entre parenthèses, que la diminution des prix des produits d'importation, que cela a nécessairement impliqué, n'a que très imparfaitement été répercutée sur la consommation intérieure, ce qui a contribué ultérieurement à pénaliser la capacité concurrentielle du tourisme suisse. La morosité de la situation économique mondiale, et, plus particulièrement les sérieuses difficultés d'un marché aussi important que l'Allemagne, ainsi qu'une consommation intérieure plutôt frileuse ont déterminé les résultats très médiocres de l'année écoulée.

A ces facteurs économiques et conjoncturels, il convient d'ajouter le Grounding et le Crash de Swissair, un choc considérable pour nous tous, surtout pour la confiance dans nos propres moyens, ainsi qu'une perte énorme pour notre image à l'extérieur de pays solide, sûr et bien organisé. Mais un *malheur pousse l'autre*, dit le proverbe ou, comme disent les Italiens *al peggio non c'è fine* : nous voici maintenant confrontés avec les retombées de l'épidémie de la pneumonie atypique SARS et, pour rester en Orient, à une crise inquiétante de nos rapports avec la Chine. Une plainte malencontreuse contre l'Office du tourisme chinois en Suisse, qui

aurait le tort de distribuer une brochure où l'on fait état du Tibet, risque en fait de nous priver du fameux statut ADS, atout déterminant pour l'ouverture de notre pays à l'énorme marché chinois. Je comprends et je partage sans hésitations les combats en faveur des droits de l'homme et de la primauté du droit. Je doute fortement, toutefois, qu'avec des plaintes pénales qui empêchent en fait des dizaines de milliers de Chinois de venir en Suisse on puisse contribuer à la promotion des droits de l'homme en Chine. Je suis en revanche fortement convaincu que le tourisme constitue un instrument formidable pour promouvoir une meilleure compréhension entre cultures différentes et un esprit de tolérance réciproque et de paix, prémisses essentielles pour un véritable respect de la dignité de l'homme.

La situation du tourisme est donc délicate, voire difficile. On aurait cependant tort de céder à la tentation du pessimisme ou du fatalisme. Il y a en fait plusieurs raisons de considérer l'avenir avec confiance et un optimisme raisonnable. Je pense tout d'abord que nous pouvons être satisfaits de la saison d'hiver qui vient de se conclure : les résultats sont réjouissants et nous avons pu constater que si la neige et le soleil sont de la partie, nos stations restent très attractives. Les Championnats du monde de ski alpin à Saint-Moritz ont été un très grand succès et ont certainement donné une excellente image de notre pays: bravo aux organisateurs pour ce très bel exploit ! Ces dernières semaines, la situation monétaire s'est sensiblement améliorée, l'Euro et le Dollar ayant gagné du terrain sur le Franc suisse. N'oublions pas, enfin, que les valeurs fondamentales à la base de notre offre touristique sont intactes : l'extraordinaire beauté de nos paysages, le charme de nos villes, la diversité culturelle, un réseau de transports publics et de chemins de fer de montagne unique au monde, une hôtellerie et une gastronomie de qualité, et j'en passe, restent des atouts formidables qu'il nous appartient, tous ensemble, d'exploiter de la meilleure façon. Pour ce faire, nous pouvons agir sur plusieurs niveaux.

Il y a tout d'abord le cadre que je définirais géopolitique. Certes, les possibilités pour notre pays d'intervenir sur les grands événements de ce monde sont infimes, j'en suis parfaitement conscient. Notre contribution à la lutte contre le terrorisme est indispensable mais pas déterminante. En revanche, j'estime que notre branche doit s'interroger sur notre position face à l'Europe et dire haut et fort quels sont les obstacles que nous rencontrons. Ainsi, ne pas être dans la zone Euro et ne pas appartenir à l'espace Schengen constituent des désavantages concurrentiels pour l'offre touristiques suisse qui deviendront de plus en plus importants, et je doute que la voie bilatérale, toujours plus difficile et exténuante, puisse aboutir à des résultats satisfaisants pour le long terme.

Le facteur prix est indiscutablement un facteur négatif. La situation monétaire n'en est que partiellement responsable. Le niveau des salaires de notre pays est également une réalité sur laquelle nous, comme branche touristique, n'avons que peu ou pas d'influence. Il s'agit néanmoins d'une réalité assez brutale, si l'on considère que les salaires suisses du secteur sont 30% plus élevés que ceux de l'Autriche. Et ce n'est pas tout : on oublie souvent le prix des biens et de prestations qui contribuent à la confection du produit touristique ; deux seuls exemples : + 51 % pour les denrées alimentaires et + 45 % pour l'électricité, toujours par rapport à l'Autriche et à nos principaux concurrents. Il y a indiscutablement un problème de marché intérieur qui exige des interventions urgentes au niveau d'une concurrence plus efficace et d'une lutte plus déterminée contre les cartellisations.

Il y a quelques années de cela, j'avais, devant cette même assemblée, exprimé mon inquiétude au sujet de Swissair, ainsi que la solidarité du tourisme suisse pour notre compagnie nationale. J'avais surtout souligné l'importance de disposer d'une compagnie qui relie directement les

principaux marchés mondiaux à notre pays et qui œuvre activement en faveur de la destination suisse. Les mêmes soucis et la même préoccupation sont, hélas, une fois de plus de brûlante actualité. Swissair a toujours assuré un soutien logistique très précieux et accompli un travail extrêmement important pour le marketing touristique suisse. Dans ce domaine, Swiss n'a pu que partiellement combler le vide laissé par Swissair. Si nous ne devons plus avoir une compagnie nationale, le tourisme perdrait un instrument de promotion d'importance stratégique dont l'ampleur est difficilement évaluable, mais certainement considérable. Je suis sûr que j'interprète les sentiments de l'ensemble de notre branche en exprimant le souhait que Swiss puisse surmonter avec succès les difficultés actuelles et en adressant nos messages de solidarité à toutes celles et à tous ceux qui œuvrent en ce sens. J'aurais vraiment de la peine à comprendre qu'un des pays les plus riches du monde ne puisse pas être à même d'assurer l'existence d'une compagnie aérienne. Je suis d'ailleurs persuadé que cela constitue également un facteur d'importance majeure pour l'ensemble de l'industrie d'exportation et pour la place financière internationale que nous sommes.

Un autre facteur qui nous pénalise par rapport à d'autres concurrents est indiscutablement constitué par le surendettement d'une partie assez significative de notre hôtellerie. Cela contribue à renchérir le produit, voire à générer une marge insuffisante pour effectuer les investissements nécessaires pour assurer le niveau de qualité demandé par une clientèle toujours plus exigeante. Des mesures proposées par le Conseil fédéral sont actuellement à l'examen du Parlement. Je doute, cependant, qu'elles soient à même d'éviter un profond et douloureux processus de restructuration.

Dans le domaine infrastructurel, je ne peux certes pas oublier le problème du trafic le long de la dorsale nord-sud et la situation endémique de chaos qui en découle aux entrées du tunnel routier du Saint-Gothard. Certains n'y voient qu'un désagrément régional, un point chaud de la circulation comme il y en a d'autres, le Baregg ou le Belchen, par exemple. Je crains que cela soit le point de vue du Conseil fédéral qui fait preuve à cet égard d'une grave myopie, voire d'une inquiétante indifférence. J'ai cité le Baregg et le Belchen pour lesquels le même Conseil fédéral a décidé pour l'un et envisagé pour l'autre la construction d'un tunnel supplémentaire, soit un total de six pistes. Les bouchons toujours plus fréquents au Gothard, réduits à deux seules pistes, sont en réalité un véritable problème national, car ils provoquent en fait un isolement croissant de toute une région qui n'a pratiquement pas d'autres véritables alternatives pour être reliée au reste du pays. Les annonces de queues aux entrées du Gothard et les longs temps d'attente qu'elles impliquent se répercutent sur les ondes radio de toute l'Europe, un marketing négatif, hélas, fâcheusement efficace. Il est aujourd'hui indéniable que le tourisme au sud des Alpes est appelé à payer un prix très élevé à cause de cette situation. Il y a deux ans, le Conseil des Etats a adopté, à l'unanimité et contre l'avis du Conseil fédéral, une recommandation que j'avais proposée et qui demandait que l'on prenne les mesures pour ouvrir le plus tôt possible le Col, route d'un standard excellent, aujourd'hui ouverte seulement cinq mois par année, alors que jusqu'en 1946 on pouvait franchir le Col du Gothard pendant au moins dix mois. A ma connaissance encore rien n'a été entrepris en ce sens. Les cantons d'Uri et du Tessin paient un prix extrêmement élevé pour les milliers de poids lourds qui parcourent chaque jour les étroites vallées qui conduisent au Gothard, passage obligé entre le sud et le nord. J'estime que ces régions mériteraient plus d'attention et de considération. Les résultats du tourisme tessinois par rapport à la tendance nationale sont hélas très éloquents et fort inquiétants. Quelles que soient les mesures que l'on prendra, il faudra du temps pour les réaliser. Entre-temps il faut que l'offre touristique pour le sud des Alpes fasse preuve de grande flexibilité : je pense en particulier à des paquets qui favorisent les familles, ou la

clientèle qui peut se mettre en route les jours de la semaine où il n'y a pas ou peu de bouchons. Bref, il y a une exigence urgente de créativité et d'innovation.

Au-delà de ces conditions cadre au sujet desquelles notre degré d'influence est assez limité, il existe bien évidemment tout un domaine où nous pouvons et devons intervenir pour rendre plus attractif et plus concurrentiel notre produit. Je pense tout particulièrement à la nécessité de revoir nos structures dans le sens d'une plus grande rationalité et d'une meilleure efficacité, et je pense à un effort accru pour encore améliorer la relation entre le prix et la qualité de la prestation. Innovation et qualité, des atouts essentiels et qui constituent justement le point fort de la Journée des Vacances de cette année.

Les autres secteurs de l'industrie d'exportation ont également été soumis à des pressions et des contraintes analogues. Ils ont dû réagir et intervenir sur les coûts de production en innovant en améliorant la qualité de leurs produits. Cela doit être possible, cela est possible aussi dans notre domaine. Je pense, par exemple, à une station avec une trentaine d'hôtels qui, aujourd'hui fonctionnent, en règle générale, comme trente unités de production complètement indépendantes offrant une prestation de même nature, sinon identique. Il doit bien être possible de réduire les coûts de fonctionnement en mettant toute une série de services en commun, des achats à la réservation, du marketing au management. Et cela, j'en suis persuadé, peut être fait dans de nombreux domaines, au bénéfice des entreprises et, bien sûr, de la clientèle.

Les structures de notre secteur doivent aussi s'adapter aux exigences de la rationalité et de l'efficacité. Individualisme excessif et dispersion des forces sont encore, hélas, l'un des traits caractéristiques, pour ne pas dire la faiblesse principale de notre branche. Il est nécessaire, je dirais même qu'il est urgent que chacun se concentre sur sa tâche et sa compétence spécifique. Vouloir tout faire, sans en avoir les moyens ni les capacités ne peut aboutir, dans la meilleure des hypothèses, qu'à un résultat médiocre. Suisse Tourisme a pour mission essentielle de promouvoir l'offre touristique suisse et nous y engageons toutes nos énergies. Avec d'importants partenaires nous avons lancé SDM, un système moderne de réservation, véritable atout stratégique de notre politique. Suisse Tourisme et SDM ne sont dans un rapport de concurrence ni avec les stations, ni avec les offices du tourisme : ils sont au service de l'ensemble des milliers de petites et moyennes entreprises qui œuvrent au sein du tourisme suisse ; à ces dernières la tâche essentielle de confectionner le meilleur produit possible. Le 60% des moyens de Suisse Tourisme sont mis à disposition par la Confédération. Vous connaissez tous l'état déplorable des finances de la Confédération et nous devons être suffisamment réalistes pour savoir qu'il n'y a pas de très grandes chances pour que nous obtenions plus de moyens, nonobstant que tous nos concurrents bénéficient d'un soutien beaucoup plus important. Pour faire face aux défis qui nous attendent, il faudra une plus grande mobilisation de la branche, notamment des secteurs qui profitent aujourd'hui largement de l'action de Suisse Tourisme sans y contribuer de façon significative. Je pense que de plus en plus la politique va s'inspirer du principe *aide toi et le ciel t'aidera*, un principe qui ne me paraît pas dépourvu de sagesse et de bon sens.

Lors des dernières éditions de la Journée des Vacances j'ai insisté sur la nécessité d'améliorer la qualité du tourisme suisse. Le Label de qualité que nous avons introduit n'est certes plus une nouveauté. Il conserve, néanmoins, toute son importance et son actualité et je ne peux que réitérer l'invitation pressante à tous les acteurs de notre tourisme pour qu'ils s'engagent à obtenir successivement les différents degrés de la certification de qualité. Le tourisme mondial, après cette crise, va certainement connaître une forte reprise et la concurrence sera

très dure. Si nous savons faire de la qualité une part essentielle de notre culture de l'accueil, je suis sûr que l'avenir de notre branche sera assuré. C'est avec cet esprit que quatre stations (Lenzerheide, Villars, Scuol et Zermatt) ainsi que dix associations et entreprises nationales de notre branche ont entrepris le nouveau programme *Enjoy Switzerland* qui ne vise pas seulement à la qualité des prestations, mais aussi à la qualité particulière de l'offre et de l'événement touristiques. C'est l'un des thème qui va nous occuper ces prochaines heures et je me réjouis dès maintenant des résultats de nos discussions et réflexions.

Mesdames et Messieurs, le tourisme suisse connaît de sérieuses turbulences, cela est indéniable. Nous savons cependant que nous avons tout pour réussir et qu'il nous appartient d'exploiter au mieux nos excellents atouts. Il n'y a aucune raison de céder au pessimisme et défaitisme. Il y a seulement deux ans de cela, nous avons obtenu un des meilleurs résultats de tous les temps pour la saison d'hiver. Je ne vois vraiment pas pourquoi nous ne devrions pas renouer très bientôt avec le succès.