

Die Notlage der französischen Fremdenindustrie.

„... Man muß zugeben, daß der einzig stichhaltige Grund in dem Fehlen einer gemeinsamen, klug inszenierten Reklame liegt...“ — „... daß es absolut nötig ist, ein gemeinsames Budget, ein französisches Budget für den Fremdenverkehr in Frankreich aufzustellen. Nötigenfalls würde sich dieses Budget auf hundert Millionen belaufen müssen, so daß man den Wettkampf aufnehmen könnte...“

Le Tourisme français en péril ?

De la nécessité d'une organisation nationale

Les Etats Généraux du Thermalisme, du Climatisme et du tourisme français viennent de se tenir à Paris et ont eu une importance considérable.

Des vœux ont été émis pour appeler l'attention des pouvoirs publics et du Parlement.

A Vichy, le Congrès National Hôtellerie s'est ouvert qui a pris, cette année un très grand intérêt.

Et enfin à Saint-Brieuc le 21 mai l'Assemblée Générale extraordinaire de l'Union des Fédérations de Syndicats d'Initiative de France, des Colonies et des Protectorats.

En réalité, ces trois assemblées avaient eu le même but : celui de montrer que la situation pour nos stations thermales et climatiques est sérieuse et que, dès lors, un effort s'impose pour que le tourisme français vive.

Courageusement, dans toutes ces Assemblées, les personnalités les plus en vue du tourisme, M. Chaix, président des Associations Touristiques ; M. Léon Audcher, qui dirige l'Office National du Tourisme ; M. Fernand David qui préside le conseil d'administration de l'Office National du Tourisme, enfin M. Pierre Audigier, secrétaire général de l'Union des Fédérations des Syndicats d'Initiative, ont jeté un cri d'alarme et ont montré que les plages et les villes d'eaux de France, qui représentent, dans le bilan général des comptes, un revenu annuel de six milliards environ, ont enfin compris que si en n'intervient pas très rapidement en leur faveur, elles vont voir leur clientèle détournée de la France au profit de l'Allemagne, de l'Italie et de la Suisse.

Aux Etats Généraux du Tourisme, la problème a été très bien posé. Il a été démontré que la France pourrait, si elle le voulait, lutter victorieusement avec les autres pays qui sont organisés pour le tourisme.

Quel est, en effet, ce problème ? Il faut attirer les baigneurs d'abord et

les satisfaire ensuite. Et cela est précisément une question de crédits que l'on trouve en France et on le veut, et une question d'organisation, scientifique et commerciale dont la France n'est nullement incapable.

L'Office National du Tourisme est bien placé pour être chargé de la publicité qui devrait être faite au dehors au nom de toute la France.

Il y a trois ans déjà que M. François André, qui dirige un certain nombre de villes d'eau des plus importantes et qui est, par conséquent, tout à fait averti de ces questions, avait vu le danger et avait dit très nettement que si la France ne faisait pas un effort commun de publicité, elle allait voir ses recettes touristiques dangereusement compromises.

Dans l'effort commun, voici quelques mois déjà, une enquête, menée auprès des différentes personnalités spécialisées dans la question, et une interview de M. Fernand David ont montré qu'il était indispensable de faire un budget commun, un budget français pour le tourisme, qui comprendrait, si besoin, cent millions et qui permettrait de lutter contre la publicité qui est faite par nos voisins partout où l'on peut trouver des touristes et principalement en Angleterre et en Amérique.

L'organisation hôtelière de la France est actuellement tout à fait au point. Le crédit hôtellerie a permis de faire l'effort qu'il fallait faire et, dans les moindres plages ou dans les moindres villes d'eau, le voyageur le plus difficile est assuré de trouver toutes les satisfactions qu'il a le droit de réclamer lorsqu'il voyage pour son plaisir et lorsqu'il apporte son argent.

Or, tous les étrangers qui sont passés par la France disent à l'envi que c'est dans ce pays de Cocagne que la vie est restée le meilleur marché. Mais, tous les voyageurs qui sont venus du dehors disent également que le pays qui a le plus de splendours à montrer à l'étranger, c'est la France.

Il suffit d'ouvrir l'Annuaire national des Syndicats d'Initiative pour trouver les renseignements les plus complets sur les plages et les villes d'eau et les sites des trente fédérations de Syndicats d'Initiative qui divisent le pays. Il n'est pas une région de la France où l'on n'ait à montrer des beautés naturelles capables de séduire le voyageur étranger.

Dès lors, on se demande comment il est possible que la tourisme puisse périliter en France où la vie est le moins chère, où l'organisation hôtelière est maintenant tout à fait au point, où l'organisation touristique favorise les déplacements et où le thermalisme et le climatisme sont organisés de la façon la plus complète.

On est obligé de reconnaître que la seule raison valable est le manque de publicité commune et intelligemment faite pour attirer l'attention sur les départements français où le Capital Beauté est exploité.

Il suffit d'ailleurs de constater que l'Allemagne n'avait pas un voyageur en 1920, que l'Helvétie suisse était à la veille de faire faillite encore en 1924 parce que tous les hôtels étaient vides et que l'Italie, qui a commencé son effort en 1925, a doublé en 1927 le nombre des voyageurs étrangers qui sont venus chez elle, après trois ans seulement de publicité bien ordonnée.

Peut-on espérer que la réunion des Etats Généraux du Thermalisme et du Climatisme français, qui viennent d'être tenus, que le Congrès national hôtelier, qui siège actuellement à Vichy, et que l'Union des Fédérations des syndicats d'Initiative, qui va tenir ses assemblées à Saint-Brieuc le 21 mai, auront cette fois jeté le cri d'alarme suffisant pour que toute l'industrie touristique française, qui a ses ramifications dans les moindres villages de France, soit alertée et disposée enfin à la lutte pour le maintien de sa place au soleil ? — A. DE GOBART.

Ist das Reisen in Frankreich in Gefahr?

Ueber die Notwendigkeit einer nationalen Organisation

In Paris fand kürzlich eine Tagung von Vertretern der Bäder, Luftkurorte und der gesamten Fremdenverkehrsverbände statt, der große Bedeutung zukommt. Es wurden Resolutionen angenommen, die die Aufmerksamkeit von Behörden und Parlament auf die Notlage der französischen Fremdenindustrie lenken sollen.

Zeitweilig wurde in Vichy der nationale Kongress der Hotelbesitzer eröffnet, der in diesem Jahr ein ganz besonderes Interesse beansprucht.

Schließlich fand in St. Brieuc am 21. Mai die außerordentliche Generalversammlung der Union des Fédérations des syndicats d'Initiative de France, des Colonies et des Protectorats statt.

Tatsächlich verfolgen diese drei Versammlungen denselben Zweck: sie wollen zeigen, daß die Lage unserer Bäder- und klimatischen Kurorte sehr ernst ist, und daß große Anstrengungen gemacht werden müssen, wenn die Fremdenindustrie in Frankreich lebensfähig erhalten werden soll.

In all diesen Versammlungen haben die wichtigsten Persönlichkeiten der Fremdenindustrie, Herr Chaix, Vorsitzender der Touristenverbände, Herr Léon Audcher, der Direktor des Nationalbüros für Fremdenverkehr, Herr Fernand David, der Vorsitzende des Verwaltungsrats des nationalen Fremdenverkehrsvereins, schließlich Herr Pierre Audigier, Generalsekretär der Union des Fédérations des syndicats d'Initiative, Warnungsurteile ausgesprochen. Sie haben dargelegt, daß die Besucher und die Kurorte in Frankreich, die in der Gesamtbilanz ein Jahreserträgnis von ungefähr 6 Milliarden darstellen, zur Konkurrenz gelangt sind, daß, wenn nicht wirblich etwas für sie geschieht, ihre ganze Konkurrenz Frankreich überstiegen werden wird zum Vorteil von Deutschland, von Italien und der Schweiz.

In allen Versammlungen wurde das Problem sehr eingehend diskutiert. Es wurde festgestellt, daß Frankreich, wenn es will, sehr wohl erfolgreich den Kampf mit den anderen Ländern aufnehmen könnte, wenn Fremdenindustrie organisiert ist.

Was besteht nun eigentlich dieses Problem?

Man muß vor allen Dingen die Hotelgäste zuerst in gewissem Verhältnis und sie ab-

zuweilen unterstützen. Dies ist hauptsächlich eine Kreditfrage, die sich, wenn man nur will, in Frankreich selbst lösen läßt. In zweiter Linie ist es eine Frage wissenschaftlicher und künstlerischer Organisation, es deren Lösung Frankreich sehr wohl fähig ist.

Das Zentral-Fremdenverkehrsbüro eignet sich vorzüglich dazu, daß man ihm die Bekanntheit anvertraut, die im Ausland im Namen von ganz Frankreich gemacht werden sollte.

Vor drei Jahren hatte bereits Herr François André, der Direktor einer Anzahl sehr bedeutender Bäder und Kurorte, der dies vollkommen über all diese Fragen orientiert ist, die Gefahr erkannt und ganz klar geäußert, daß wenn Frankreich nicht in einem Gesamtsinne eine geschickte Propaganda unternähme, die Einrichtungen, die es durch die Besuche des reisenden Publikums erhält, außerordentlich gefährdet werden würden.

Im „Internationale“ wurde bereits vor einigen Monaten bei einigen für diese Fragen besonders wichtigen Spezialisten eine Umfrage gehalten; eine Unterredung mit Herrn Fernand David hat ebenso wie diese Umfrage bewiesen, daß es absolut nötig ist, ein gemeinsames Budget, ein französisches Budget für den Fremdenverkehr in Frankreich aufzustellen. Nötigenfalls würde sich dieses Budget auf hundert Millionen belaufen müssen, so daß man den Wettkampf aufnehmen könnte gegen die Reklame der unsere Nachbarn überall da machen, wo sich Reisende finden, und ganz besonders in England und in Amerika.

Die Organisation der französischen Bäder ist z. Z. vollkommen auf der Höhe. Der Kredit, den die Hoteliers genießen, hat es ihnen ermöglicht, die notwendigen Anstrengungen zu machen. In den kleinsten Bädern oder in den kleinsten Kurorten kann nach der vorerwähnten Besondere gestellt sein, daß in jeder Weise alles bereitgestellt, Ansprüche befriedigt werden, wenn es zu seinem Vergleichen mit und Geld ins Land bringt.

Alle Fremden, die durch Frankreich gehen sind, gelangen überaus reichlich an der Poststellung, daß in diesem Sektor ein Leben noch immer am billigsten gehalten ist. Alle Reisenden aber, die aus dem Ausland kommen, bekommen

daß das Land, das dem Fremden die größten Attraktionen zu bieten hat, Frankreich ist.

Es genügt, den Annuaire National des Syndicats d'Initiative anzuschauen, um dort vollständige Aufschlüsse über die Bäder, die Bäder- und Kurorte und die Lage der 83 Verbände der Syndicats d'Initiative zu finden, die sich auf das Land verteilen.

Es gibt keine einzige Gegend in Frankreich, welche nicht Natursehenswürdigkeiten aufzuweisen hätte, die den Fremden begeistern könnten.

Nun fragt man sich, wie es denn möglich war, daß das Reisen in Frankreich eine gefährdete Abnahme aufweist, trotzdem hier in Frankreich das Leben am billigsten, die Beschaffenheit der Bäder absolut auf der Höhe ist, die Organisation des Fremdenverkehrs dem Oberstufen bedingt, und wo die klimatischen Kurorte, die Bäder und Kurorte so sehr organisiert sind.

Man muß eingestehen, daß der einzige stichhaltige Grund in dem Fehlen einer gemeinsamen, klug inszenierten Reklame liegt, welche die Aufmerksamkeit auf diejenigen französischen Bezirke lenken soll, in denen das Kapital Natursehenswürdigkeiten ausgebeutet wird.

Im übrigen genügt es festzustellen, daß Deutschland im Jahre 1928 keinen einzigen Reisenden hatte, daß die Schweizer Hoteliers noch im Jahre 1924 kurz vor dem Bankrott standen, weil alle Bäder leer waren, und daß Italien, das im Jahre 1925 seine Einkommensverluste begann, bereits im Jahre 1927 die doppelte Anzahl fremder Reisender hatte als vorher, nachdem es nur drei Jahre lang eine gut organisierte Reklame gemacht hatte.

Kann man hoffen, daß die Tagung der klimatischen Kurorte und Bäder in Frankreich, die eben stattfand, daß der nationale Kongress der Hotelbesitzer, der z. Z. seinen Sitz in Vichy hat, daß die Union der Fédérations des syndicats d'Initiative, die am 21. Mai ihre Sitzung in St. Brieuc abhalten wird, diesmal genügend laut Alarm schlagen haben, damit die gesamte französische Fremdenindustrie, die sich bis ins kleinste Dorf Frankreichs verzweigt, aufmerksam wird und endlich sich zum Kampf um die Aufrechterhaltung ihres Platzes an der Sonne bereit findet? — A. DE GOBART.

Deutsche Übersetzung des nebenstehenden Textes aus dem „Internationale“ in Paris vom 21. Mai 1928.

Lern die deutsche Fremdenindustrie hieraus? Ist sie für den „Wettkampf“ gerüstet?