



École des hautes études en sciences de l'information et de la communication  
Université de Paris-Sorbonne (Paris IV)

**MASTER 1<sup>re</sup> année**  
**(Maîtrise de l'information et de la communication)**

Mention : Information et Communication  
Spécialité : Communication des Entreprises et des Institutions

**« L'IMAGE DE L'AUTRICHE EN FRANCE »**

***La communication touristique de l'ONAT (Office National Autrichien du Tourisme)  
lors de l'année Mozart en 2006***

préparé sous la direction du Professeur Véronique RICHARD

Nom et prénom : FILIPP Marie-Hélène

Promotion : **2006**

Soutenu le : 13 décembre 2006

Note au mémoire :

**Je dédie ce mémoire à ma grand-mère  
Madame Suzanne Agisson**

**Je tiens à remercier**  
**Madame Valérie Patrin-Leclère, Maître de Conférences**  
**et Monsieur Jean-Marie Dedeyan**  
**pour m'avoir guidée dans mon travail de mémoire**

# Sommaire

<b><u>Introduction</u></b> .....	<b>1</b>
Méthodologie .....	2
Histoire : les relations franco-autrichiennes.....	4
<b><i>I. <u>Les composantes de l'image de la destination touristique de l'Autriche</u></i></b> .....	<b>7</b>
1. L'Autriche, en tant que destination touristique.....	7
1.1 Le tourisme en Autriche .....	7
1.2 Le comportement touristique des Français .....	9
1.3 Les Français et la destination de l'Autriche .....	10
1.4 L'année Mozart en Autriche 2006 .....	12
2. L'image de l'Autriche : forte et stéréotypée .....	14
2.1 Les clichés renforcés par l'histoire et la culture vues par le cinéma et la télévision .....	15
2.2 Les sports alpins de haut niveau .....	18
2.3 Les discours sur l'extrême droite et le passé nazi dans la presse quotidienne française .....	21
3. Les axes de communication de l'ONAT avant l'année Mozart .....	24
3.1 Sports d'hiver .....	25
3.2 Randonnée & Alpinisme .....	25
3.3 Activités loisirs .....	25
3.4 Arts & Culture .....	26
3.5 Coutumes .....	27
3.6 Gastronomie.....	27

**II. La communication touristique à l'occasion de l'année Mozart : sa place dans les discours sur Mozart et de l'image de l'Autriche en France..... 32**

1. La communication touristique à l'occasion de l'année Mozart permet de valoriser et donc de renforcer certains atouts ..... 32
2. La communication touristique à l'occasion de l'année Mozart permet de donner une image plus positive de l'Autriche suite aux événements politiques de 2000 ..... 34
3. La communication sur Mozart renforce les clichés passéistes..... 43
4. La communication de l'ONAT se retrouve noyée dans un grand nombre de discours sur Mozart en France en 2006 ..... 45

**Conclusion : La communication sur l'année Mozart, permet-elle de redynamiser l'image de l'Autriche en France ? ..... 49**

La communication sur Mozart : une efficacité réduite ..... 49

La communication sur Mozart : un « must » ..... 50

Bibliographie

Annexes

Résumé

Mots clés

## ***Introduction***

Nous avons choisi comme sujet de ce mémoire la communication touristique de l'ONAT (office national autrichien de tourisme) lors de l'année Mozart en 2006 et à destination du public français. En effet, le 250<sup>e</sup> anniversaire du compositeur Wolfgang Amadeus Mozart (1756-1791) est l'occasion d'y consacrer une composante importante de la communication touristique autrichienne.

Notre question de départ est de savoir si cette communication de l'ONAT est pertinente pour la perception de l'Autriche en France et en quoi elle permettrait ou non de redynamiser son image. Pour connaître la complexité de la situation, des questions supplémentaires doivent être posées, à savoir comment cette communication s'inscrit dans les discours sur l'Autriche en France, mais aussi quelle place elle prend dans les discours sur Mozart en général.

Nous avons pu dégager une problématique composée de plusieurs éléments. En effet, nous affirmons que la communication de l'ONAT sur l'année Mozart est utile à l'image de l'Autriche en France, d'une part parce qu'elle permet de renforcer les atouts de l'Autriche (une culture très riche de son époque de l'empire Austro-Hongrois et des régions où la tradition a permis de conserver une nature intacte et authentique) et d'autre part parce que suite aux événements politiques autrichiens de 2000 la communication sur l'année Mozart permet de parler de manière positive et de donner une image meilleure à l'Autriche.

En outre, nous constatons que, d'une part, Mozart renforce les clichés passéistes et, d'autre part, la communication de l'ONAT se trouve noyée dans tous les discours sur Mozart en France en 2006, Mozart étant un enfant du monde et non plus nécessairement associé à l'Autriche.

Nous émettons l'hypothèse que l'ONAT axe ses communications sur deux grands « clichés » : l'empire austro-hongrois et les paysages alpins. Cela confère à l'Autriche une image passéiste, traditionnelle, voire de carte postale. Cette image

est, d'une part, renforcée par les autres discours sur l'Autriche en France, d'autre part, elle est abîmée par des discours sur les événements politiques autrichiens.<sup>1</sup>

L'image de l'Autriche en France est donc perturbée par une image passéiste et dissonante, où les discours sur les autres aspects du pays, notamment la culture contemporaine, restent dans des niches. La campagne de communication sur l'année Mozart est, certes utile pour parler d'elle de manière positive, mais se retourne contre elle car elle affirme l'image passéiste de l'Autriche.

En conséquence nous voulons montrer en quoi la communication touristique de l'ONAT à l'occasion de l'année Mozart est utile à l'image de l'Autriche en France et en quoi elle ne l'est pas.

### **Méthodologie**

L'analyse de la campagne de communication de l'ONAT lors de l'année Mozart constitue notre méthode principale à ce mémoire. Pour venir confirmer certains points ou afin de compléter nos informations, nous avons entrepris quelques travaux supplémentaires de recherche.

Nous avons dans un premier temps effectué une recherche et analyse documentaire sur l'Autriche, son histoire, ses rapports avec la France, les événements de 2000, ainsi que son discours touristique en général et plus précisément sur Mozart.

Ensuite, nous nous sommes concentrés sur la communication entreprise par l'ONAT sur l'année Mozart et à l'attention de son public français. Le directeur de l'ONAT à Paris, Monsieur Herwig Kolzer, nous a été d'une inestimable aide concernant le recueil des éléments sur la campagne Mozart 2006. En effet, nous avons ainsi pu analyser notre corpus principal, c'est-à-dire les éléments constituant la communication de l'ONAT lors de l'année Mozart. Il s'agit du site Internet [www.austria-info.com](http://www.austria-info.com), [www.mozart2006.net](http://www.mozart2006.net), et toutes les actions de communication.

---

<sup>1</sup> Constitution d'un gouvernement de droite avec participation de l'extrême droite en 2000

Pour connaître la place que prend le discours sur l'année Mozart en relation avec l'Autriche dans la presse française, nous avons réalisé deux brèves études : Nous avons souhaité connaître le nombre d'article parus sur l'Autriche et les thèmes traités dans ce contexte dans la presse quotidienne française, notamment Le Monde, Libération, L'Humanité, Le Figaro et la Croix. Ce sont d'une part les sites Internet de ces publications, d'autres part l'outil de recherche de la Sorbonne qui nous ont permis d'effectuer ce recensement. Ceci nous a permis de venir confirmer nos hypothèses quant à la place que prend le discours de l'ONAT sur Mozart, par rapport aux autres discours sur l'Autriche en France.

Pour venir confirmer, voire compléter certains éléments, nous avons réalisé 5 entretiens exploratoires avec des habitants du Rhône, du Nord et de Paris, afin de préparer un questionnaire d'une page s'adressant aux personnes ayant déjà été en Autriche ou souhaitant s'y rendre en 2006. Le recueil des réponses s'est fait par notre réseau personnel, mais en majorité par l'intermédiaire de forums de voyage sur Internet, comme Le Routard, E-Voyages, etc.

Des entretiens avec des leaders d'opinion et autres spécialistes sur le thème de l'Autriche et/ou ses rapports avec la France, nous ont permis de compléter les informations recueillies sur les axes de communication et les messages utilisés, de mieux les mettre en contexte et de transposer notre regard sur le sujet.

Afin de mieux mettre en perspective ces réflexions, nous débuterons avec le contexte historique, les relations franco-autrichiennes, puis le contexte touristique de la destination de l'Autriche, avant de répondre aux questions posées ci-dessus.

Nous souhaitons dans la première partie de ce mémoire exposer les composantes de l'image de la destination touristique de l'Autriche avant d'explorer la place que prend la communication touristique à l'occasion de l'année Mozart dans les discours sur Mozart, afin d'argumenter en quoi elle est pertinente ou non pour l'image de l'Autriche en France.

## Histoire : les relations franco-autrichiennes<sup>2</sup>

Afin de mieux mettre en perspective nos réflexions, il est indispensable de mettre en lumière le contexte historique, avant de répondre aux questions posées au début du mémoire.

En effet, l'histoire du pays autrichien et le contexte historique et actuel de ses relations avec la France jouent un rôle non négligeable dans la façon dont l'Autriche est perçue en France et vice-versa. Même si une grande partie de la population ne connaît pas tous les éléments historiques, il en reste néanmoins une influence inconsciente qui contribue à la façon dont un pays étranger est perçu.

Les Habsbourg, qui dominèrent l'Autriche du 13<sup>e</sup> siècle jusqu'à la fin de la première guerre mondiale en 1918, jouent un rôle important en Europe et ont fortement imprégné l'image de l'Autriche d'aujourd'hui, héritière d'un grand empire. Réduite à son territoire germanophone à la fin de la première guerre mondiale, envahie en 1938 par l'armée allemande et incorporée au Reich national-socialiste allemand d'Adolf Hitler, l'Autriche est rétablie comme république (la deuxième) en 1945 mais reste encore occupée pendant une dizaine d'années par les puissances alliées victorieuses avant de retrouver son indépendance en 1955. Les années sombres sous le régime nazi et le travail sur le passé qui s'en est suivi ont laissé des traces dans la perception de l'Autriche en France.

*« Les relations entre l'Autriche et la France sont des relations très anciennes et je veux insister sur le fait que pour nous Français, ce sont des relations fortes marquées par l'histoire, par les péripéties de l'histoire, marquées aussi par les liens très forts de la culture et la signification forte de l'Autriche pour les Français. »<sup>3</sup>*

Les « péripéties de l'histoire » dont parle Dominique de Villepin sont des relations entre la France et l'Autriche souvent marquées par des conflits. Que ce soit l'alliance de François Ier de France à l'empire Ottoman contre les Habsbourg, la guerre de Succession d'Espagne, l'exécution de la reine Marie-Antoinette ou les

---

<sup>2</sup> Bref aperçu de l'histoire de l'Autriche en annexe

<sup>3</sup> Dominique de Villepin lors d'une conférence de presse à Vienne, 30 septembre 2003

guerres napoléoniennes de 1793 à 1814, entre autres. La France était également dans le camp opposé à l'Autriche pendant la première guerre mondiale.<sup>4</sup>

L'Autriche entre les deux guerres mondiales ne semble pas avoir suscité grand intérêt en France, qui n'est d'ailleurs pas intervenu lors de l'Anschluss en 1938.<sup>5</sup> A l'issue de la deuxième guerre mondiale, les provinces de l'ouest (Vorarlberg et Tyrol) sont occupées par la France jusqu'en 1955. Avec la reconstruction d'après guerre et le retour à une vie normale, une nouvelle image de l'Autriche émerge en France. Ce n'est plus celle de l'ennemi, mais d'un pays aux paysages alpins et vestiges culturels de l'empire austro-hongrois, particulièrement à travers les films Sissi<sup>6</sup>. De plus en plus de Français découvrent l'Autriche, notamment le Tyrol, sa culture et ses paysages et rentrent avec des souvenirs très positifs.

Un premier grand scandale éclate en 1986, l'année même où l'exposition Vienne 1900 au centre Pompidou à Paris remporte un grand succès. En effet, Kurt Waldheim, deux fois secrétaire général de l'ONU, est élu président de la république autrichienne, malgré son passé dans les armées nazi qu'il avait jusqu'alors caché. A la fin des années 80, début 90, la France découvre l'auteur autrichien Thomas Bernhard, qui attaque dans ses oeuvres l'Autriche, son passé, son présent et ses habitants. Cette attitude très critique d'auteurs autrichiens envers leur patrie, un trait assez caractéristique de l'Autriche contrairement à la France, est particulièrement appréciée par les intellectuels français.

C'est encore en 2000, avec la formation d'un gouvernement autrichien de droite (OVP) avec la participation du parti d'extrême-droite (FPO) que l'Autriche suscite un vif intérêt dans les médias français, ce qui entache son image encore pour plusieurs années à venir. Selon plusieurs experts<sup>7</sup>, les sanctions contre l'Autriche représenteraient des mesures exagérées et seraient même qualifiées d'échec. Le gouvernement français a joué un rôle important dans ces sanctions, probablement

---

<sup>4</sup> « *Les traités de Saint-Germain-en-Laye et de Trianon ont détruit la monarchie danubienne composée de onze nationalités, une «union européenne» avant la lettre, qui avait fonctionné pendant plusieurs siècles.* » Jürgen Bartsch, docteur en sciences politiques et diplômé en relations internationales, Il a fait ses études supérieures à Graz en Autriche, à Moscou, Londres et Paris, il a travaillé pendant 34 ans à l'OCDE à Paris

<sup>5</sup> Klaus Eisterer, *La présence française en Autriche (1945-1946), Occupation – dénazification – action culturelle (Etudes Autrichiennes 5)* Rouen, 1998 (263 S.)

<sup>6</sup> Voir chapitre 2

<sup>7</sup> Voir transcription des entretiens en annexe

motivé par une montée inquiétante de l'extrême-droite en France, et pour faire de la petite Autriche un exemple à l'attention de l'Allemagne, son partenaire. Il est d'ailleurs intéressant de constater que d'autres pays de l'UE aujourd'hui sous gouvernement d'extrême-droite ne subissent ni une couverture médiatique importante, ni de sanctions, comme la Pologne par exemple.

L'acharnement et la couverture médiatique ont été tels en France qu'on parlait de boycotter les viennoiseries et tout ce qui ferait référence à l'Autriche. Hors des sphères politiques, des échanges culturels et scolaires ont été annulés par des institutions françaises, des classes de lycéens autrichiens refusés d'accès à l'Hexagone, des autrichiens francophiles insultés en France, etc.. Bien que l'embrasement médiatique se soit beaucoup calmé depuis, les relations franco-autrichiennes en ont souffert, peut-être plus du côté autrichien, qui se tourne davantage vers d'autres pays (l'Italie, les pays de l'Est, l'Allemagne, les pays anglo-saxons et africains) avec lesquels elle approfondit ses relations.

L'Autriche assume la présidence de l'UE au premier semestre de 2006, sans grandes vagues.<sup>8</sup> Dans une mesure très discrète se fait la couverture médiatique de l'inauguration de la passerelle Simone de Beauvoir de l'architecte autrichien Feichtinger à Paris ou le fait que la parité homme-femme soit respectée au gouvernement autrichien, son aide et l'accueil de réfugiés, ses nouvelles technologies en matière de protection de l'environnement, etc. Dans le domaine économique, les références à l'Autriche ne sont pas très fréquentes, mais pour parler d'un système social de haut niveau et de sa santé économique (taux de chômage très faible), par exemple.

Il semblerait que la petite Autriche, avec ses 8 millions d'habitants, n'éveille l'intérêt du grand public en France que lorsqu'il s'agit de parler du passé nazi, du parti politique populiste de Haider ou de faits divers (inondations, accident grave dans les Alpes, et plus récemment l'affaire Natascha Kampusch). Nous remarquons pourtant qu'en matière de notoriété ou couverture médiatique l'Autriche ne se situe pas plus mal que d'autres pays de taille similaire, tel le Danemark, la Belgique, l'Irlande, Pays-Bas, Portugal, République Tchèque ou la Suède.

---

<sup>8</sup> Schüssel est alors encore chancelier fédéral autrichien, le FPO toujours représenté au gouvernement (Haider n'a jamais été membre du gouvernement autrichien), mais de plus en plus mis à l'écart. Le fait que le président autrichien Fischer soit socialiste n'est pratiquement pas mentionné en France.

# ***I. Les composantes de l'image de la destination touristique de l'Autriche***

## **1. L'Autriche en tant que destination touristique**

La communication de l'ONAT<sup>9</sup> à l'occasion de l'année Mozart en 2006 a pour objet de promouvoir la destination de l'Autriche. S'agissant en conséquence d'une communication touristique, nous souhaitons ici présenter les caractéristiques du tourisme en Autriche, le comportement touristique des Français aussi bien en général que par rapport la destination de la république alpine et l'année Mozart 2006 en Autriche.

### **1.1. Le tourisme en Autriche**

*L'Office National Autrichien de Tourisme – l'ONAT :*

En Autriche, l'organisation du tourisme remonte au 19<sup>e</sup> siècle, époque à laquelle des formes de tourisme autour de thèmes, tels que santé et bien-être en général, ville et culture, salons et expositions etc. existaient déjà. L'association de la Promotion de l'Autriche à l'étranger est créée en 1955, suivie du début de la promotion en Autriche en 1974 pour devenir en 1990, suite à la décision de l'Assemblée Générale, «l'Office National Autrichien du Tourisme» (ONAT), l'organisation touristique nationale autrichienne.

L'ONAT est financée, d'une part, par le secteur public (75% du budget est délivré par le ministère de l'Economie et de l'Emploi autrichien, 25% par la Chambre de Commerce de l'Autriche) et, d'autre part, par les bénéfices réalisés par la vente de services marketing aux acteurs du tourisme autrichien.

Les activités de l'ONAT, présente dans 45 pays, sont composées de la publicité au sens classique, la communication avec les médias, l'édition de brochures sur des thèmes donnés, l'organisation de salons et d'évènements et de la formation des agents et organisateurs de voyages, entre autres. Informations et offres de toute l'Autriche sont rassemblées sur une plate-forme touristique de l'Autriche sur

---

<sup>9</sup> ONAT : Office National Autrichien du Tourisme

Internet : [www.austria.info](http://www.austria.info). En 2005, l'ONAT a mené près de 1500 opérations marketing mondialement.

#### *Typologie des touristes en Autriche<sup>10</sup> :*

Les touristes d'été en Autriche peuvent être répartis de la façon suivante : les randonneurs 24 %, les nageurs 9 %, les sportifs en général 10 %, les amateurs de Wellness (bien-être) 7 %, les adeptes du soleil et de la plage 10 %, les touristes de ville et de culture 18 %, les amateurs du shopping et du milieu branché (« Szene ») 4 %, les invités auprès d'amis ou d'événements 7 %, ceux qui ne font rien 12 %. Il est à noter que le touriste de forfait ne représente que 7 %.

Selon l'ONAT, les 10 raisons citées par les touristes pour avoir choisi l'Autriche comme destination, sont les sites touristiques 83%, les paysages 82%, les possibilités de détente 75%, l'atmosphère, le paysage villageois (Ortsbild) et l'architecture 61%, les hôtels et logements 59%, le pays et les gens 59%, de bonnes expériences dans le passé 57%, l'image de la destination 56% et le calme 51%.

Parmi les sites touristiques, on retrouve les grands musées, tels que le « Kunsthistorisches Museum » ou l'Albertina à Vienne, les châteaux, palais et forteresses, tels que Schönbrunn à Vienne, les nombreux lacs (45), les parcs naturels et nationaux, etc.

#### *L'Autriche, entre la 7<sup>e</sup> et 9<sup>e</sup> place mondiale malgré sa petite taille :*

Quant à la part de marché touristique de l'Autriche, elle se situe en excellente place au niveau mondial. En effet, avec une part de marché de 2.54 %, bien qu'en baisse, elle est bien le seul « petit » pays, avec ses 8 millions d'habitants, à accueillir autant de visiteurs. Voir tableau Internationale Tourismus- und Wirtschaftsdaten. Sa part

---

<sup>10</sup> Source : ONAT 2004

de marché en Europe est de 4.65 %, en légère baisse, et pour l'Europe de l'Ouest de 14 %.<sup>11</sup>

Le tourisme en Autriche représente une industrie importante. Avec Chypre et la Croatie, elle a atteint le maximum de revenu par habitant, mais est également celle des trois à avoir investi le plus dans le tourisme (salaires, installations, etc.).<sup>12</sup>

## 1.2. Le comportement touristique des Français

Environ 75 %<sup>13</sup> des Français de 15 ans et plus partent en voyage d'agrément chaque année, dont 24 % (et 11% de tous les Français de 15 ans ou plus), se rend à l'étranger pour les vacances, les destinations au bord de mer bon marché (Espagne, Tunisie, etc.), exotiques (Guadeloupe etc.) et nouvelles (Prague etc.) étant privilégiées.

L'Europe centrale et ses capitales, notamment Prague, ou encore l'Irlande sont plutôt choisies pour des courts séjours. D'autre part, des événements culturels ou sportifs attirent les personnes souhaitant associer l'événement à la visite du pays, comme l'Expo universelle de Lisbonne en 98, les JO 2000 en Australie ou encore plus récemment la coupe du monde en Allemagne en début d'été 2006.

Le ministère français du tourisme a démontré certaines tendances plutôt récentes, dont l'augmentation des séjours de courte durée (hors voyage d'affaire), cela étant dû aux 35 heures, ponts et longs week-end. En effet, de plus en plus de personnes choisissent de partir plus souvent dans l'année et pour des périodes plus courtes.<sup>14</sup>

L'Autriche figure en 13<sup>e</sup> position parmi les 20 destinations (étranger et DOM TOM) privilégiées par les Français.<sup>15</sup>

---

<sup>11</sup> Source : WTO (World Tourism Organization), WKO (Wirtschaftskammer Oesterreich – chambre de commerce autrichienne), 2004

<sup>12</sup> Voir tableau en annexe

<sup>13</sup> Source : Ministère français du Tourisme, 2004

<sup>14</sup> Sources : ABM (Aventure du Bout du Monde, association régie par la Loi de 1901, créée en janvier 1988), Ministère français du Tourisme

<sup>15</sup> Voir tableau en annexe

### 1.3. Les Français et la destination de l'Autriche

Après une réduction dans les années 90, le nombre de visiteurs français en Autriche est en augmentation depuis 2003. Un avantage pour l'Autriche en tant que destination touristique vient des changements dans les habitudes des Français envers leur temps libre, une conséquence directe des 35 heures. Les vacances s'organisent de plus en plus à court terme et les séjours, de plus en plus courts (longs week-end, tourisme urbain et culturel), sont davantage étalés sur l'année. L'augmentation du temps libre a également augmenté les randonnées et d'autres activités de plein air.

Les changements d'habitude dans les vacances des Français (raccourcissement de la durée et augmentation de la fréquence des voyages pendant l'année) font de l'Autriche l'une des principales destinations de courts séjours des Français. La flexibilisation du temps de travail, avec les RTT suite aux 35 heures, offre une possibilité de renforcer la promotion des basses saisons (mai - juin, septembre - octobre) et d'accroître le nombre d'hôtes en Autriche.

Avec son offre de produits hautement qualitatifs de tourisme de ville, ainsi qu'avec ses montagnes, sa nature et ses offres de randonnées, l'Autriche permet de répondre aux attentes des clients français. Dans un domaine très concurrentiel, les nouvelles connections aériennes (AUA, Fly Niki, Welcome Air, Skyeurope, Styrian Spirit) vers l'Autriche représentent d'excellentes prédispositions.

Comparé à l'année 2003, les voyages de Français à l'étranger en 2004 ont augmenté de +18,6. L'Autriche détient une part de marché de 2,1 %. Les visiteurs français en Autriche sont principalement originaires des régions d'Ile-de-France, Rhône-Alpes, Alsace et PACA. Les arrivées de visiteurs français en Autriche étaient de 469 131 en 2004, en augmentation de 7.6 % par rapport à 2003. La durée du séjour, de 3.7 jours, reste constante depuis des années. <sup>16</sup>

La répartition des nuitées selon les saisons montre une nette préférence pour l'été (66 %) comparé à la saison hivernale.

Le Tyrol est la première province touristique et représente 56 % de toutes les nuitées. Si le Tyrol est tellement connu des Français, cela peut être aussi dû au fait

---

<sup>16</sup> ONAT (Office National Autrichien du Tourisme)

que cette province avait été occupée par les Français après la 2<sup>e</sup> guerre mondiale. Mais Vienne est également une destination autrichienne de prédilection pour les Français.

Le volume de touristes français en Autriche est encore élevé et se positionne au 7<sup>e</sup> rang. Selon Monsieur Kolzer, Directeur de l'ONAT à Paris, la grande ère était au début des années 90, où le nombre de touristes français en Autriche était le double.

Le Français qui s'intéresse à l'Autriche, s'intéresse surtout à la culture, moins au sport. Depuis plusieurs années des thèmes tels que Sissi, Schubert, Graz, etc. ont été utilisés pour les campagnes, afin de mettre en exergue un aspect particulier de l'Autriche. Cela permet de ne pas limiter le discours aux montagnes et aux lacs.

La langue peut poser un problème. Il est certain que bon nombre de Français hésitent à aller visiter l'Autriche à cause de la barrière de la langue. Le Français est de moins en moins enseigné dans les écoles touristiques en Autriche, mais des hôteliers autrichiens ont créé, il y a 20 ans, une association professionnelle appelée « Autriche pro France ». *C'était leur réponse à la question : « Comment rapprocher la langue de Molière et celle de Goethe pour découvrir tous les trésors de l'Autriche »* ?<sup>17</sup> Ces hôtels répartis sur toute l'Autriche accueillent le visiteur francophone en langue française.

Il semblerait également y avoir un préjugé de la part des Français vis-à-vis de l'Autriche en tant que destination touristique. En effet l'on pense souvent qu'elle est chère, mais une fois sur place on peut constater avec surprise l'excellent rapport qualité-prix en Autriche.

Un autre aspect qui peut poser problème aux visiteurs français est l'habitude d'utiliser la carte bleue. En effet, en Autriche le règlement en espèces est très répandu, surtout à la campagne et dans les supermarchés. Les horaires d'ouverture et des repas peuvent également perturber certains Français. Située à l'est de la France, le jour commence plus tôt pour finir plus tôt, et le repas du soir est servi à partir de 18 heures, par exemple. En général, ce sont principalement la qualité de l'accueil, la propreté et les paysages qui sont particulièrement appréciés par les visiteurs français.

---

<sup>17</sup> Hanne Mostecky, relations presse de Autriche pro France

La place que prend la musique classique dans l'offre touristique constitue un attrait particulier aux mélomanes français, qui n'auraient peut-être pas songé à l'Autriche en tant que destination de vacances. Cette composante de l'offre touristique permet également de combiner l'aspect « montagne » et l'aspect culturel, permettant ainsi d'augmenter le potentiel de découverte des différentes facettes de l'Autriche.

#### 1.4. L'année Mozart en Autriche 2006

En 2006, une multitude de concerts, d'expositions, festivals, etc. ont lieu dans presque toute l'Autriche. Le festival de Salzbourg, par exemple, programme les 22 opéras de Mozart pour l'été 2006. La chaîne de radio OE1 diffuse chacune de ses 626 œuvres (Koechel). Sa dernière œuvre, l'inachevé « Requiem », clôture officiellement l'année Mozart le jour de sa mort (5 décembre) à l'opéra national de Vienne. Environ 500 manifestations autour de Mozart ont lieu à Salzbourg ; à Vienne le nombre n'est pas connu, mais rien que 330 concerts en plein air sont prévus. Chaque année, environ 65.000 personnes visitent la dernière demeure de Mozart à Vienne, tandis que sa maison natale à Salzbourg a accueilli près d'un demi-million de visiteurs en 2005.

Pour l'année Mozart, un logo<sup>18</sup> et un site Web officiel ont été spécialement réalisés. Existant en allemand, anglais, italien, français, espagnol et japonais, cette initiative a été prise par un partenariat, spécialement conçu pour l'année Mozart, entre l'ONAT et les offices de tourisme de la ville de Vienne, de la ville de Salzbourg et de la province de Salzbourg, qui se sont réunis déjà en 2003 sous le nom de ArGe Mozart<sup>19</sup>. Le but est de réunir les moyens pour promouvoir l'offre touristique et culturelle lors de l'année Mozart 2006 sous un seul sigle « Mozart 2006 ». Malgré le sujet qui se réfère à un passé (époque où vivait Mozart), le logo et le site respectent les éléments graphiques, c'est-à-dire une mise en page claire est structurée, une typographie sans serif, des couleurs vives, qui confèrent une image moderne de l'Autriche. Ceci dans le but de « moderniser » Mozart et ainsi l'image de l'Autriche.

---

<sup>18</sup> Voir en annexe

<sup>19</sup> ArGe = Arbeitsgemeinschaft : groupe de travail

De plus, le site permet de regrouper toutes (ou presque toutes) les manifestations organisées en Autriche en 2006, qu'il s'agisse d'expositions, de concerts, de festivals, musées, opéras, etc. et d'offrir une plate-forme d'informations pour toute personne s'intéressant à Mozart. En effet, le site fournit également la biographie du compositeur, des liens directs vers les manifestations, les partenaires, mais aussi la possibilité de consulter la disponibilité et de réserver des chambres d'hôtel, de voyages et des forfaits ou autres programmes.

Le site réunit l'aspect culturel (biographie, concert, musées, etc.) célébrant l'œuvre et l'homme, et l'aspect commercial (le tourisme). Sans pencher plus vers l'un que l'autre.

Un film promotionnel de Curt Faudon sur la vie, l'œuvre et les sites de Mozart, combine des éléments de son époque (18<sup>e</sup> siècle) avec la modernité (à travers la musique, la mode, etc.). Il permet ainsi de conférer une image dynamique et moderne de l'Autriche et de la façon dont elle s'approprie le thème de l'année Mozart. Le film a reçu le Grand Prix CIFFT, du festival international des films touristiques et la deuxième place lors du 2<sup>ème</sup> festival international du film touristique de Saverne.

Mozart, par son accessibilité (le compositeur classique et ses œuvres les plus connues), peut s'adresser à un public très large ; les produits Mozart sont adaptés aux différents segments de ce public : Concerts et exposition de différents niveaux, boules de Mozart (chocolat) artisanales (les originales) et industrielles, souvenirs kitsch (porte clé, mug, assiette, petite statuettes, etc.) et collections de CD de ses oeuvres, etc.

L'utilisation du nom de Mozart pour la promotion touristique ne date pas de l'année Mozart en 2006 ou en 1991 (200<sup>e</sup> anniversaire de sa mort). On retrouve beaucoup de références, comme « Skiwelt Amadé » (région de stations de ski), ou Pension Mozartblick (gîte du nom de « vue sur Mozart », avec une vue magnifique sur le lac de St Wolfgang à St Gilgen près de Salzbourg, d'où est originaire la mère de Mozart). Mais, il y a aussi le Café Mozart (Getreidegasse, Salzbourg), le gâteau Mozart, etc., les ponts, places et rues qui portent son nom à Salzbourg et ailleurs, sans parler de Amadeus, Amadé, etc.

Lors de l'année Mozart, nous avons trouvé sur un forum le commentaire selon lequel les Autrichiens sont extraordinaires à réussir à faire passer Mozart au monde entier pour un Autrichien. Nous souhaitons expliquer ici que Salzbourg, la ville où Mozart est né et a grandi, était encore une principauté et un archevêché indépendante à son époque et ne fut intégré à l'Autriche qu'après sa mort. D'autre part, Mozart a vécu la plupart de sa vie adulte dans la capitale autrichienne de Vienne, d'où ce fort attachement de Mozart à l'Autriche, malgré ses voyages à Prague, Paris, Londres, Alsace, Italie etc. L'Autriche prend la place de l'hôte des festivités et comme le montre la « baseline » du logo Mozart 2006 « L'Autriche fête le génie ! » on voit bien qu'elle parle « du » et non « de son » génie.

## **2. L'image de l'Autriche : forte et stéréotypée**

Contrairement à ce qu'il pourrait paraître, les Autrichiens ne sont pas nostalgiques des Habsbourg, de Sissi et de Mozart, mais de l'importance de leur pays en tant qu'empire. Ceci s'explique par l'histoire de l'Autriche, qui d'un grand empire avant la première guerre mondiale s'est rétrécie à une petite république alpine avec une influence mondiale très réduite. L'historien Félix Kreissler parle de complexe d'infériorité national de l'Autriche.<sup>20</sup> Les références à l'empire austro-hongrois permettent de retrouver un semblant ou au moins un rappel de l'importance politique qu'a eue l'Autriche jusqu'à la première guerre mondiale.

L'Autriche a souffert d'un certain déficit de culture depuis la montée du nazisme avant la 2<sup>e</sup> guerre mondiale, ce dernier ayant provoqué l'exil, et parfois l'élimination, de beaucoup d'intellectuels, artistes et autres. Cela expliquerait que l'Autriche, dans son discours promoteur touristique aujourd'hui, tente de valoriser son héritage culturel datant d'avant la période sombre de son histoire, sans que nous voulions pour autant minimiser cet héritage culturel d'une grande richesse.

Dans la culture contemporaine, ce sont ceux qui se positionnent dans un discours critique envers l'Autriche, qui sembleraient le mieux accueillis en France, comme les

---

<sup>20</sup> Félix Kreissler : La culture, une résistance subversive, essai sur la culture autrichienne ; Publications de l'Université de Rouen, 1999, 245 pages (Titre original : Kultur als subversiver Widerstand, ein Essay zur oesterreichischen Identitaet, Edition Kappa, Muenchen-Salzburg-Rom, 1997 ; traduit de l'allemand par Chantal Herbert et Juergen Doll)

auteurs Thomas Bernhard et Elfriede Jelinek, dont certaines œuvres ont été mises en scène par le réalisateur autrichien Michael Haneke, avec l'actrice française Isabelle Huppert, par exemple. Bien que l'Autriche bénéficie d'une culture contemporaine très riche par rapport à sa population d'environ 8 millions d'habitants, elle ne permet pas de changer son image passéiste, sauf auprès d'initiés ou de passionnés de l'Autriche.

Nous souhaitons ici aborder le fait que l'Autriche n'est pas la seule à avoir une image à l'étranger qui est réduite à des clichés, souvent puisés dans le passé. Les mots et les expressions relatifs à la France sont la Tour Eiffel, le Paris des années 40 et le paysan avec son béret et sa baguette de pain. L'Italie, l'Allemagne, l'Angleterre, tous renvoient une image qui ne correspond pas à toute la réalité, mais qui permet de leur donner une identité à l'international. L'Autriche prend toutefois une place un peu particulière, car d'autres courants (nazisme, extrême-droite) ont été relayés de façon plus importante en France, brouillant ainsi son image de pays d'opérette.

#### 2.1. Les clichés renforcés par l'histoire et la culture vues par le cinéma et la télévision

C'est dans les années cinquante que la France découvrit Sissi, séries de films austro-allemands. L'actrice autrichienne Romy Schneider a d'ailleurs tellement bien intégré le cinéma français, que la collection des 4 films Sissi a été classée sous « film français » à la Fnac<sup>21</sup>. Le public s'identifie bien à l'impératrice Sissi, qui représente la subversion et l'opposition à un régime traditionnel, strict et conservateur. On y retrouve aussi les paysages autrichiens des lacs et montagnes et les châteaux.

Nous avons recueilli quelques commentaires d'Internautes français à propos des films Sissi : « *L'histoire est vraiment magnifique. Le décor est somptueux et surtout les robes qui sont portées sont d'une beauté.* » « *Romy Schneider est magnifique et les robes resplendissantes. C'est la plus belle histoire d'amour du cinéma* » « *Les paysages, les personnages superbement interprétés, les robes de Sissi, la tendresse et l'amour du prince* » « *On ne tourne plus de si beaux films qui font rêver dans un monde mouvementé.* » « *Histoire de princesse. L'invitation à la beauté, tout*

---

<sup>21</sup> Source : entretien avec Monsieur Herwig Kolzer, Directeur de l'ONAT à Paris

*appelle au rêve : les décors, les paysages et les costumes qui ont fait rêver des générations de petites filles qui se sont imaginées princesses. » « Le naturel du personnage de Sissi, son enfance dans les montagnes et la nature. » « Bien sûr, ce film a pris de l'âge avec le temps, mais encore une fois, la fraîcheur de son héroïne est là pour en faire un film culte ! ».* Ces quelques commentaires reflètent l'impact que ces films ont pu avoir sur l'image de l'Autriche en France.

Un autre film qui renforce ces clichés est « La mélodie du bonheur », comédie musicale américaine de Robert Wise (1965) avec Julie Andrews et Christopher Plummer, qui allie les thèmes de paysages, de château, de musique, de traditions, de religion et de nazisme. L'impact a été très fort aux US, au point qu'un touriste américain récemment dans les Alpes autrichiennes a pris des vêtements folkloriques pour des uniformes nazis !<sup>22</sup>. Les erreurs et hypothèses grotesques sont très fréquentes. Ces films les renforcent plus qu'autre chose.

Le film *Amadeus* de Milos Forman (1984) s'ajoute à ses images d'un temps passé. Il oppose le génie Mozart, vivant et coloré, à des représentants d'un système rigide. Mais aussi des films de Max Ophüls, comme *La Ronde*, etc.

D'autres films internationaux ont été tournés en Autriche, tels que « *Quand les aigles attaquent* » (Brian G. Hutton, US 1969), « *Help* » (Les Beatles), *Sept ans au Tibet* (Jean-Jacques Annaud), etc.<sup>23</sup>

Certaines émissions télévisuelles sur l'Autriche passent sur les chaînes hertziennes comme la Cinq et Arte. Un reportage « *L'Autriche* »<sup>24</sup> diffusé sur la Cinq le 30 mai 2006 et rediffusé le 19 juin de la même année, emmène le spectateur à travers l'Autriche, mais manque de dynamisme et de vie. Il renforce plutôt le cliché poussiéreux de l'Autriche. Avant même de visualiser ce documentaire, l'image du pays est déformée, comme dans le cas de son descriptif. En effet, il y est précisé que tous mettent impérativement leur habit traditionnel pour se rendre à la messe le dimanche. Il va sans dire que les gens habillés de cette façon sont clairement dans

---

<sup>22</sup> Source : Entretien avec Madame Elisabeth Ellison-Kramer, Consule générale d'Autriche à Strasbourg

<sup>23</sup> Source : L2TC.com « Lieux de Tournage Cinématographique »  
Lieux de Tournage Cinématographique

<sup>24</sup> Voir le descriptif du programme en annexe

la minorité, et que de plus en plus de personnes, bien que l'Autriche soit un pays catholique (et non laïque) ne se rendent plus à la messe dominicale.

Un autre reportage, de production autrichienne, a suivi la diffusion du classique américain « Willy Wonka and the chocolate factory » sur Arte le 27 août 2006. Le thème est les gâteaux et pâtisseries autrichiennes. A part l'information très riche et fidèle sur ces « délicatesses » qui mettent l'eau à la bouche, on retrouve un cadre qui peut être considéré par certains comme un peu kitsch, c'est-à-dire deux figurines en aliment (frangipane et autres) sur un gâteau qui se font la conversation entre les différentes parties du reportage. Il s'agit d'un Baron et d'une Baronne qui conversent dans un langage de la fin du 19<sup>e</sup> siècle.<sup>25</sup>

Chaque année le journal télévisé français fait mention du bal de l'opéra à Vienne, où se rencontrent la haute société autrichienne, la jet-set et les célébrités internationales. Le concert du Nouvel an est fidèlement retransmis le 1<sup>er</sup> janvier de chaque année, à partir de la salle de concert « Musikverein » à Vienne, et ces dernières années sous la direction de Hanoncourt, un chef d'orchestre avec un nom français, mais bien autrichien.

Les manifestations culturelles, voire musicales, contemporaines ne sont pas communiquées à l'étranger. Que ce soit le groupe « Bauchklang »<sup>26</sup>, dont seulement la chaîne Arte a parlé, ou les concerts du musicien autrichien Hubert von Goisern qui allient la musique folklorique autrichienne avec des musiques du monde en se produisant en concert avec d'autres artistes, que ce soit d'Asie ou du Burkina-Faso.

Le Forum Culturel Autrichien à Paris a pour mission de communiquer sur la culture contemporaine autrichienne, sans évoquer les clichés. Sur la bannière de leur site, on retrouve les portraits de Arnold Schoenberg, Thomas Bernhard et Sigmund Freud. Il reste toutefois un peu élitiste.

On retrouve l'Autriche dans les faits divers, tels qu'accidents de téléphérique dans les montagnes, inondations, etc. Mais aussi dans des petits reportages comme lors

---

<sup>25</sup> Informations sur ce documentaire disponible sur le site Web de Arte.

<sup>26</sup> Groupe de "musiciens" autrichiens qui produisent des chansons pop et autres uniquement avec leurs voix. Le résultat ne peut pratiquement pas être distingué d'un morceau de musique orchestré ou électronique.

du JT de midi de TF1 le 28 décembre 2005 dans la série de « paysages en hiver », où en retrouve des images du Salzkammergut et de Hallstatt (classé par l'Unesco). Il y est question de « village », « paysages », « clocher », « messe », « coutumes », « traditions », « hors du temps », « pêcheurs », « ébéniste », « protégé », « tranquille ». Dans un autre, on parle de fondeurs de cloches en Autriche, mais aussi « spécial Vienne, Schönbrunn et Sissi » dans l'émission « Des Racines & Des Ailes » diffusée le 20 juillet 2005.

## 2.2. Les sports alpins de haut niveau (« Herminator », etc.)

L'Autriche étant couverte aux deux tiers par les montagnes, notamment le Tyrol, le Vorarlberg et Salzbourg, l'histoire du ski remonte à loin et les pistes skiabiles sont nombreuses. En France, la zone de montagne n'occupe que 22,8 % du territoire national, mais son domaine skiable représente 28 % du domaine skiable européen ; en Autriche : 70 % du territoire national et 19 % du domaine skiable européen.

573 stations de ski sont identifiées dans les Alpes autrichiennes. En France elles sont 357.<sup>27</sup> Contrairement à la France, les fonds de vallée font partie intégrante de l'offre touristique autrichienne. Ces regroupements permettent une gestion et une valorisation commune des services de la destination : navettes, domaines skiabiles, desserte... De plus, les destinations de montagne en Autriche sont liées à une activité quatre saisons.

Comme les Alpes recouvrent une surface importante de l'Autriche, des activités économiques, notamment touristiques, ont été développées, ce qui permet de maintenir 25 % de la population nationale en montagne, contre 7 % en France. La structure communale en montagne est également très différente, car on compte environ 800 communes en Autriche comparé à 6 000 en France, mais une moyenne de 2500 habitants par commune en Autriche contre 725 en France. Selon le ministère français du tourisme, ceci serait à l'avantage de l'Autriche et expliquerait la faiblesse des centres de décision en France.

---

<sup>27</sup> Source : „Le positionnement de l'offre française de sports d'hiver“, 2004, ministère français du tourisme

### *La structuration de l'offre*

Avec une prépondérance de l'offre d'hôtellerie plus importante en Autriche (54 %) l'accueil des touristes est plus convivial, contrairement aux Alpes françaises où la location d'appartement prédominante offre plus d'autonomie. Ce sont les Alpes françaises qui sont fréquentées par plus de deux tiers de nationaux, tandis qu'en Autriche, les skieurs sont pour 76 % des étrangers.

Les stations de ski en Autriche élargissent l'offre pour atteindre un public plus large, allant au-delà des skieurs. Elles proposent une image d'authenticité en offrant le ski et autres sports, ainsi que l'aspect culturel et traditionnel. Elles communiquent « sur une offre à caractère qualitatif, dont le rapport au territoire est un élément fédérateur... ce qui accroît leur lisibilité sur les marchés étrangers. »<sup>28</sup>

Ce sont peut-être justement ces éléments d'ambiance, d'atmosphère et de caractère familial qui parlent aux citadins, et autres qui n'ont pas de montagnes. Ainsi, sur le marché hollandais, on voit que l'Autriche est privilégiée pour son ambiance, son atmosphère et son caractère familial (57 % de la clientèle hollandaise). D'autres, comme la Suisse, estimant que la qualité de leur domaine skiable est connue, choisissent de se positionner sur des produits alliant la pratique sportive, la découverte culturelle ou la valorisation des traditions au travers d'événementiels.

Selon la Maison de la France, dans le domaine de l'hébergement, la France manquerait d'atouts pour les clientèles étrangères par rapport à l'Autriche, la Suisse et l'Italie qui proposent des offres moins chères et de meilleurs rapports qualité/prix.

Par l'intermédiaire d'une centralisation sur Internet, une rapide description de l'offre de sports d'hiver en Autriche est alors proposée. L'objectif est d'orienter l'internaute dans son processus de décision, en valorisant l'ensemble des régions autrichiennes. La navigation va du général (niveau national), jusqu'au renvoi vers le site de la station. De plus, la manière dont est présentée l'offre par l'Autriche varie en fonction de la clientèle visée. Pour la clientèle néerlandaise, par exemple, la présentation de l'offre est structurée selon une logique de découpage territorial,

---

<sup>28</sup> Source : „Le positionnement de l'offre française de sports d'hiver“, 2004, ministère français du tourisme

tandis que pour la clientèle française la segmentation du marché suit le modèle retenu par Ski France.

Le rapport de la Maison de la France indique toutefois que l'Autriche est fragilisée par sa dépendance au marché allemand. En général, les points faibles identifiés seraient les prix élevés qui toutefois reflètent la qualité, tandis que les points forts sont l'accueil, l'ambiance, l'animation et l'après-ski.

Les jeux olympiques d'hiver, deux fois accueillis à Innsbruck, ont également donné à l'Autriche une image de ski alpin. En outre, c'est dans ces disciplines que l'on retrouve un bon nombre de sportifs de haut niveau. Un Hermann Maier est d'ailleurs affectueusement appelé « Herminator », faisant une parallèle au personnage du Terminator<sup>29</sup> et à son interprète, l'autrichien Arnold Schwarzenegger.

En quoi les skieurs autrichiens contribuent-ils indirectement à cette image passéiste ? Le ski est associé aux montagnes et les montagnes aux traditions rurales, contrairement au milieu urbain, bénéficiant d'une image plus dynamique et moderne. De plus, le monde du ski se concentre surtout sur la population alpine, donc peut sembler un peu replié sur soi au niveau international. L'architecture dans les Alpes est également fortement traditionnelle, ce qui s'ajoute à cette image quelque peu passéiste. En effet, les régions alpines en Autriche veillent au maintien d'une architecture qui conserve ou reprend les éléments caractéristiques des fermes et chalets des montagnes autrichiennes, tels que le bois, la forme du toit, les volets, des éléments décoratifs etc. Pour la promotion des sports d'hiver l'ONAT utilise des visuels des paysages alpins et d'hôtels qui répondent aux critères cités plus tôt, promettent ainsi l'authenticité qui fait le charme de ces régions.

Par ailleurs, il ressort des études de Maison de la France que plusieurs faiblesses apparaissent dans l'offre française, dont notamment les activités de montagne dédiées à la clientèle des seniors et des non-skieurs. Quand, dans le même temps, Autriche et Suisse, semblent mieux adaptés aux nouvelles attentes des touristes, concernant notamment la tradition et la famille, les activités hors ski et après ski (chemins de promenade déblayés, itinéraires de randonnées, pistes de luge, installations sportives...), en profitant d'une image d'accueil, de convivialité et d'authenticité respectueuse de l'environnement.

---

<sup>29</sup> Film d'action de James Cameron (1984)

### 2.3. Les discours sur l'extrême droite et le passé nazi dans la presse quotidienne française

Une facette de l'image de l'Autriche qui ne peut pas être négligée est celle des discours sur l'extrême-droite et le passé nazi, très largement traité dans la presse quotidienne. Nous avons constitué un corpus d'articles parus dans les grands quotidiens français pour en analyser le contenu, à savoir quel est le sujet traité et quels sont les références à l'Autriche. Les articles en question comportent les mots clés « Autriche », « autrichien(s) » ou « autrichienne(s) » soit dans le titre, soit dans le corps de texte. Le recensement des articles de presse du Monde, Figaro, etc. que nous avons limité à la période allant de décembre 2005 à juillet 2006, période où la communication sur l'année Mozart est sensée être la plus forte, montre un pourcentage d'environ 12 % quant aux thèmes ou allusions nazies ou d'extrême droite. Cela ne semble peut-être pas énorme, mais permet de maintenir un certain niveau de présence suite au tapage médiatique de 2000.

*en pourcentage :*

Quotidien	Total d'articles parus sur l'Autriche ou avec référence à l'Autriche	Sport, sports d'hiver (JO 2006)	Présidence à l'UE ou autres mentions de politique UE	Références à la culture	Références extrême-droite ou Nazi
Libération	372	34 %	32 %	22 %	13 %
Le Figaro	414	19 %	34 %	21 %	10 %
La Croix	149	15 %	43 %	26 %	7 %
L'Humanité	219	29 %	23 %	16 %	11 %
Le Monde	344	21 %	32 %	30 %	16 %

Décembre 2005 à juillet 2006

L'année 2000 suscite des réactions démesurées en France. Certains faits semblent alors disparaître à l'arrière plan, comme le fait que Haider n'ait jamais été un membre du gouvernement, que le président autrichien Heinz Fischer est socialiste et que le chancelier socialiste Kreisky, juif, avait déjà constitué un gouvernement avec la participation du FPO (parti libéral et populiste, souvent dit d'extrême-droite) dans les années 80.

Selon plusieurs spécialistes des relations franco-autrichiennes<sup>30</sup>, les événements politiques étaient le grand sujet de 2000, mais seraient un chapitre sur lequel on

<sup>30</sup> Voir transcription des entretiens en annexe

aurait plus au moins tiré un trait. « *Le grand public a pu voir qu'il n'y a pas eu de drame et les relations se sont plus ou moins rétablies* »<sup>31</sup>. « *C'était excessif et cela n'a été fait uniquement parce que l'Autriche est un petit pays, sinon on ne se serait pas permis.* »<sup>32</sup> Il resterait pourtant des résidus, même si ce n'est pas auprès de la majorité de la population française. Ce sont surtout les médias français qui étaient très engagés dans cette affaire, et ce serait eux qui n'auraient pas pu tirer un trait à 100 %. En effet, dans *Le Monde*, par exemple, les allusions aux événements de 2000 persistent (voir aussi tableau plus haut). Par exemple, Daniel Vernet écrit « *Dans neuf mois, un test délicat pour le chancelier Schüssel : LE 4 FÉVRIER 2000, les conservateurs de Wolfgang Schüssel et les libéraux de Jörg Haider signaient solennellement un accord de coalition, s'exposant à la réprobation du président de la République autrichienne et à la condamnation des partenaires européens de l'Autriche.* »<sup>33</sup> rappelant ainsi les événements de 2000 et tirant l'attention sur les élections parlementaires qui doivent avoir lieu en Autriche en automne 2006.<sup>34</sup> Un autre exemple : « *Un ancien partisan de Jörg Haider se prépare à présider l'écofin* » où Arnaud Le Parmentier écrit « *KARL-HEINZ Grasser a un air de golden boy dans les salons de l'hôtel George V à Paris. A 36 ans, le ministre autrichien des finances tient sa revanche. Début 2000, il était infréquentable. Membre du parti d'extrême droite FPÖ de Jörg Haider, il était au ban de l'Union européenne (UE), comme tout le...* »<sup>35</sup>. Les allusions sont faites aussi dans la mesure où la presse française, en parlant de la situation politique en Pologne, fait des références à l'Autriche en 2000, bien que ces deux situations ne soient pas comparables.<sup>36</sup>

« *La presse n'est pas objective dans sa manière de traiter ces événements politiques et a, par moment, et dû à une exacerbation, pu donner l'impression que les NS (Nazis) défilaient dans les rues d'Autriche* »<sup>37</sup>. Le tapage médiatique était tel, que dans l'entourage d'un enseignant de la Sorbonne, une des personnes avec lesquelles nous nous sommes entretenue, des collègues juifs invités à des colloques en Autriche n'osaient plus s'y rendre. « *La situation politique en Autriche,*

---

<sup>31</sup> Monsieur Herbert Pichler, conseiller de presse et de l'information auprès de l'ambassade autrichienne à Paris

<sup>32</sup> Monsieur Yves-Marie Doublet, administrateur de l'Assemblée nationale française

<sup>33</sup> *Le Monde*, 7 février 2006

<sup>34</sup> Elections que le parti socialiste autrichien a emporté, mais dont la couverture médiatique en France a été faible.

<sup>35</sup> *Le Monde*, 3 décembre 2005

<sup>36</sup> Par exemple, dans *Libération* du 13 mai 2006 „La Pologne à droite toute“

<sup>37</sup> Monsieur Jean-Luc Bredel, directeur régional de la DRAC (direction régionale des affaires culturelles) PACA

*bien que préoccupante à cette époque, était fortement exagérée et faussée dans les médias en France »<sup>38</sup>.*

Une enquête par questionnaire, réalisée auprès de 50 personnes<sup>39</sup>, montre qu'environ un tiers des personnes interrogées considèrent que l'on parle de l'Autriche en France de manière négative. Même si cela peut sembler sans grande importance comparé à une nette majorité (2/3) qui pense que les discours sont positifs, ces résultats nous indiquent tout de même l'impact qu'a pu avoir la couverture médiatique de 2000 sur la perception de l'Autriche en France.

Un aspect qui a surgi aussi bien des 11 entretiens que de l'enquête par questionnaire est que les Français auraient tendance à être repliés sur l'Hexagone et manqueraient d'intérêt pour l'étranger. Certains ont entendu parler de Innsbruck et de Salzbourg, mais les situeraient en Allemagne. Même dans la presse écrite on trouverait beaucoup d'erreurs. Par exemple, on aurait parlé des écrivains Peter Handke et Thomas Bernhard étant allemands<sup>40</sup>. On peut par moment constater une forte tendance des Français à faire un amalgame entre tous les pays germanophones (L'Allemagne, l'Autriche, la Suisse). Si l'Autriche a su se démarquer en 2000, c'était hélas en termes altérant son image en France.

Les institutions autrichiennes ont eu beaucoup de difficultés à effectuer leur travail de promotion de l'Autriche et des relations franco-autrichiennes pendant cette période tumultueuse. L'ONAT tente de faire oublier ces sujets fâcheux en renforçant les atouts touristiques de l'Autriche et ce qu'elle peut offrir en termes de patrimoine culturel et de paysages.

### **3. Les axes de communication de l'ONAT avant l'année Mozart**

---

<sup>38</sup> Gerald Stieg, professeur de littérature et civilisations allemandes et autrichiennes à l'Université de la Sorbonne Nouvelle (Paris)

<sup>39</sup> Réalisée auprès de 25 hommes et 25 femmes, des tranches d'âges 20-30, 30-50, +50. Voir aussi tableau des résultats en annexe.

<sup>40</sup> „L'écrivain allemand Peter Handke..." dans „Les Français qui défendent la cause Serbe" de Remy Ourdan, Le Monde, 1er février 1995

S'appuyant sur la vision « L'Autriche est la destination de voyage la plus charmante » et les valeurs (« intensif, cultivé, authentique ») qui s'y rattachent, l'Office National Autrichien du Tourisme cible sa communication sur les thèmes de la ville, de la culture (ici notamment avec l'année Mozart 2006) et de la nature préservée.

Le site Web de l'ONAT étant très complet, nous avons pu en constituer notre corpus principal, complété par des informations directement relayées par l'ONAT. D'autres éléments sont venus s'ajouter pour l'année Mozart, qui est traité en plus de détail dans un chapitre séparé.

Une attention particulière est donnée à chaque thème composant l'image de l'Autriche et répondant à la demande des Français. Le thème de la nature est mis en avant selon deux axes de communication. Sur le plan « authentique » avec des vacances reposantes dans un environnement naturel intact et sur le plan « intensif » avec les séjours actifs intégrant des randonnées. Les aspects nouveaux sont une communication orientée vers des cibles spécifiques et une activité de développement du marché dans le segment de la randonnée. En s'appuyant sur la tendance des sports de plein air (Outdoor) en général et sur la tendance à la randonnée en particulier (selon notre principe de ciblage), il souhaite présenter l'offre autrichienne adaptée aux groupes ciblés et la positionner sur le marché.

En 2006, pour le thème « Ville/Culture » les accents sont mis sur l'année Mozart, la musique classique et les arts et la culture. Les cibles identifiées sont les groupes d'âges de 30 à 49 ans, voire les plus de 50 ans, et les mélomanes. Pour le deuxième thème de 2006, « l'expérience nature », les accents sont mis sur la détente, les vacances en famille, la randonnée/ le trekking et la randonnée en montagne. Les familles et les randonneurs ont été identifiés comme cible des activités promotionnelles. Les outils utilisés sont le marketing direct, le e-marketing (newsletter, etc.), des collaborations économiques et avec les médias, les salons professionnels, les tournées d'acquisition et les voyages d'étude<sup>41</sup>

## 2.1 Sports d'hiver

---

<sup>41</sup> Source : ONAT (Office National Autrichien du Tourisme)

Couvert à deux tiers par les Alpes, l'Autriche dispose de régions montagneuses, qui offrent un domaine skiable important en hiver. « *Pistes raides, versants enneigés et plaisir de la glisse tout au long de l'année sur les glaciers... au paradis autrichien des sports d'hiver, chacun sera comblé. Sur skis ou sur surf, pour les débutants comme pour les cracks - l'hiver est un pur plaisir. Et c'est si simple de savourer les joies hivernales dans les meilleures régions de ski et de snowboard de notre pays* »<sup>42</sup>. Avec un bon nombre de stations thermales, les régions en montagnes unissent souvent deux mondes, celui du montagnard et celui du jet setter, comme à Kitzbühel par exemple.<sup>43</sup>

## 2.2 Randonnée & Alpinisme

L'ONAT promeut le Tyrol en tant que « l'eldo-rando par excellence », mais aussi les régions des lacs où l'on peut faire du camping-caravaning. Avec un bon nombre de stations thermales, les régions en montagnes unissent souvent deux mondes, celui du montagnard et celui du jet setter, comme à Kitzbühel par exemple. Mais c'est la qualité de vie des montagnes autrichiennes, surtout le Tyrol, qui attirent les visiteurs français, qui souhaitent faire de la randonnée. Sur le site Internet de l'ONAT, les visuels sont choisis avec soin : le bandeau publicitaire du Tyrol montre des randonneurs et une jeune femme aux tresses blondes et en "Dirndl" (habit folklorique), renforçant ainsi le cliché de la fille des montagnes, genre « Heidi », tout en lui donnant un aspect contemporain par l'utilisation de modèles professionnels et la qualité de la photo.<sup>44</sup>

## 2.3 Activités loisirs

Dans les activités loisirs on retrouve le vélo et le VTT, la pêche, les sports & activités estivales diverses. « *Qui pense aux sports nautiques et à la baignade pense forcément à... l'Autriche ! Et à juste titre – car... notre pays possède des lacs de baignade qui ont la pureté de l'eau potable et des rivières de montagne limpides*

---

<sup>42</sup> Rubrique Sports d'hiver, site de l'ONAT, [www.austria.com](http://www.austria.com)

<sup>43</sup> Voir aussi chapitre 2.2 Sports alpins de haut niveau

<sup>44</sup> Voir photo en annexe

*invitant aux aventures aquatiques.*<sup>45</sup> » L'ONAT propose également des activités sportives, telles que le rafting, la plongée, le kite-surf et d'autres loisirs qui reflètent l'aspect dynamique, jeune et moderne du pays, se juxtaposant ainsi aux traditions et à l'héritage culturel.

## 2.4 Art & Culture

Aucun autre pays n'a donné naissance à autant de grands compositeurs que l'Autriche, qu'il s'agisse de Mozart, Schubert, Haydn, Johann et Richard Strauss et les vases ou de Bruckner, Schoenberg, Gustav Mahler, Alban Berg, Franz Gruber (Sainte Nuit, Douce Nuit), Horowitz, Ligeti, etc. Cette richesse sur un si petit territoire a donné une place importante à la musique classique en Autriche, qui accueille non seulement des étudiants en musique du monde entier, mais également beaucoup de visiteurs mélomanes lors et hors des nombreux festivals, comme celui de Bregenz, la « Linzer Klangwolke » à Linz, les « Salzburger Festspiele » et les « Mozartwochen » (semaines Mozart). L'ONAT propose un calendrier culturel qui reprend les divers concerts et festivals, comme celui de Salzbourg, mais aussi d'expositions, musées, etc.

Une rubrique est entièrement consacrée à la saison des bals et une autre au patrimoine mondial Unesco, l'ONAT met en valeur les 8 sites classés « *Idéalement situés pour faire un périple en boucle, ces 8 sites vous permettront de découvrir l'Autriche sous son plus beau jour... A chacun sa formule : avec Austro Pauli et son circuit Avion + Autocar ou en individuel avec Austrian Airlines et Sixt.* »<sup>46</sup>.

C'est moins la nostalgie du grand empire austro-hongrois qui opère dans la communication sur les palais, l'architecture, l'art sacré, les beaux-arts et autres trésors, mais plutôt la richesse culturelle importante de cette époque qui fait partie de l'identité autrichienne et représente un attrait non négligeable pour l'offre touristique. Ceci se reflète dans l'offre de courts séjours lors de la saison de bals, mais aussi dans les vacances thématiques autour de l'Art et de la Culture. Le baroque et les couleurs dans l'architecture jouent également un grand rôle et l'Autriche s'est toujours soucieuse de son apparence. De plus, les aspects de son

---

<sup>45</sup> Rubrique Activités loisirs sur le site de l'ONAT, [www.austria.com](http://www.austria.com)

<sup>46</sup> Rubrique Art & Culture sur le site de l'ONAT, [www.austria.com](http://www.austria.com)

histoire, avec ses tragédies et gloires, souvent en relation avec la France, et souvent repris dans des livres ou films, renvoient à une image de conte de fée. L'impératrice Elisabeth est d'ailleurs mieux connue sous le nom de Sissi, à laquelle il est fait allusions lorsque l'ONAT présente le château de Schönbrunn et le musée Sissi à Vienne, en utilisant des visuels de châteaux et de l'impératrice autrichienne la mieux connue des Français par les films.

## 2.5 Coutumes

Les coutumes et traditions : cet axe de communication de l'ONAT regroupe des thèmes de vacances qui suscitent l'intérêt des personnes s'intéressant à la culture et l'art de vivre d'un pays, dont le nouvel an, le carnaval, les rameaux et fêtes de Pâques, les fêtes estivales et les fêtes automnales. Dans les Alpes et les régions rurales on retrouve les traditions folkloriques, que ce soit la transhumance, les vendanges, les marchés de Noël ou autres événements. Ces événements ne sont pas, comme on pourrait le croire, organisés à l'attention de touristes mais font partie intégrante de la vie locale, d'où souvent le terme « conservateur » employé quand on parle des Autrichiens. Conforme au positionnement de la destination autrichienne comme « authentique » et « charmante », l'ONAT propose aux visiteurs de découvrir ses aspects culturels, qui peuvent être considérés comme passésistes, mais confirment une tradition riche. En décrivant l'atmosphère des différents coutumes et événements, en citant multiples exemples et les illustrant de visuels<sup>47</sup> choisis avec soin, l'ONAT suscite l'envie d'aller découvrir la destination autrichienne.

## 2.6 Gastronomie

Le Café autrichien est une institution depuis 300 ans. L'ONAT tente de décrire cette culture autrichienne autour du café, endroits cultes où l'on peut déguster un des nombreux cafés, l'accompagner d'une des pâtisseries dont l'Autriche est si connue, jouer aux échecs, lire le journal, etc. L'ONAT, une fois de plus, utilise l'héritage du passé non sans le transposant dans le présent : « *De nos jours, les cafés connaissent une véritable renaissance. Lieu de rendez-vous en vogue de la*

---

<sup>47</sup> Voir exemples d'illustrations en annexe

*jeunesse de Vienne, de nombreux établissements restent ouverts tard dans la nuit et se font ainsi des fidèles parmi les noctambules. Avec elle, la culture autrichienne fera longtemps le bonheur de visiteurs du monde entier ! »<sup>48</sup>*

« *L'Autriche et le vin - une autre facette du pays* »<sup>49</sup> : L'ONAT promeut les visites des régions viticoles, notamment la Basse-Autriche, le Burgenland et la Styrie. La brochure « *Weinreisen in Österreich* »<sup>50</sup>, donne un aperçu des différentes régions et présente les établissements membres du groupe d'offre VINOVERITAS AUSTRIA de l'Office National Autrichien du Tourisme. On y trouve également une sélection de forfaits intéressants - voyages d'études œnologiques, voyages gastronomiques et culturels, week-ends œnologiques, voyages pour sommeliers ou clubs gastronomiques.

« *Une cuisine aux mille aspects* »<sup>51</sup> : L'Autriche est un pays dont la gastronomie mélange les influences hongroises, tchèques, italiennes, serbes, slovaques ou turques et utilise aussi bien les produits des plaines que ceux des montagnes. Des pays comme l'Allemagne, la République tchèque, la Slovaquie, la Hongrie, la Croatie, la Slovénie, l'Italie ou la Suisse étaient jadis sous l'autorité de l'Empire des Habsbourg. La cuisine autrichienne est le reflet fidèle de ce rayonnement politique. L'ONAT présente les diverses spécialités culinaires de toutes les régions d'Autriche et rappelle aussi bien le côté cosmopolite que son rôle important des temps de l'empire autrichien.

L'ONAT rend l'Autriche accessible et concrète à ses visiteurs. Clairement définies pour le produit Vacances en Autriche, les valeurs « d'intensité » (au sens activité, expérience intense, variété et abondance de l'offre de loisirs), de « culture » et « d'authenticité » font la particularité des vacances en Autriche. Grâce à ces valeurs marketing, l'ONAT positionne l'Autriche comme étant « le pays le plus charmant du monde ». A travers ces clichés, l'ONAT souhaite conférer à l'Autriche une image touristique claire et facilement reconnaissable, son tout premier objectif étant l'orientation « clients » du tourisme autrichien.

---

<sup>48</sup> Site Internet de l'ONAT [www.austria.com](http://www.austria.com)

<sup>49</sup> Titre de la rubrique „Vins“ (Gastronomie) sur le site Internet de l'ONAT [www.austria.com](http://www.austria.com)

<sup>50</sup> Voyages œnologiques en Autriche

<sup>51</sup> Titre de la rubrique „spécialités“ (gastronomie) sur le site de l'ONAT

En tant qu'organisation touristique nationale, il oriente la promotion de l'Autriche comme « destination de voyage la plus charmante », grâce à des aspects stratégiques ayant le « charme » comme point commun, dans le sens « intensif (voir plus haut), cultivé, authentique ». En plus des aspects et valeurs stratégiques, le marketing adapté aux groupes cibles joue un rôle toujours croissant dans la promotion de l'Autriche. Avec le « Affinity Group Marketing », l'Office National Autrichien du Tourisme étudie les caractéristiques des groupes cibles. Ces connaissances sont ensuite adaptées par des mesures concrètes dans l'ensemble des services marketing. C'est ainsi que la promotion de l'Autriche influence intensivement le Affinity Group des mélomanes depuis déjà 2004.<sup>52</sup>

Les filiales à l'étranger mènent la planification marketing chaque année. Ceci permet de garantir la budgétisation et la planification générales, aussi bien que stratégiques, de la redéfinition du marché. Se basant sur des analyses de marché et une observation constante du marché, une stratégie de marché spécifique est, dans le processus de planification, développée par ces filiales à l'étranger. Grâce à ces dispositions les meilleures chances de succès sont ainsi garanties aux directions et objectifs stratégiques et aux mesures concrètes.

Les aspects stratégiques suivants sont établis par l'Office National Autrichien du Tourisme : Activité sportive, nature, ville / culture, santé. S'appuyant sur la vision « L'Autriche est la destination de Voyage la plus charmante » et les valeurs (« intensif, cultivé, authentique ») qui s'y rattachent, l'Office National Autrichien du Tourisme cible sa communication sur les thèmes du tourisme urbain, de la culture et de la nature préservée.

L'intérêt est centré sur chaque thème composant l'image de l'Autriche et adapté à la clientèle française. Le Thème de la nature est mis en avant selon deux axes de communication. Sur le plan « authentique » avec des vacances reposantes dans un environnement naturel intact et sur le plan « intensif », dans le sens de « actif » ou « expériences intenses », avec les séjours actifs intégrant des randonnées. Les aspects nouveaux sont une communication orientée vers des cibles spécifiques et une activité de développement du marché dans le segment de la randonnée.

---

<sup>52</sup> Source : ONAT (Office National Autrichien du Tourisme)

*La campagne de promotion de l'Autriche : De l'art de conter des histoires<sup>53</sup> :*

*« L'envie de partir en vacances en Autriche n'est pas facile à décrire. Mais on peut la raconter, le plus facilement sous forme d'histoire. Une histoire portant poétiquement les valeurs du ticket "Vacances en Autriche". Car si l'on est capable, à partir de l'avantage pur d'un produit, de créer une histoire, les chances de présence sur le marché s'en trouvent alors augmentées. » L'ONAT, site Internet*

Joe & Sally sont les symboles de ce "principe de conter des histoires", deux pingouins représentent l'envie de voyage, la curiosité, l'émerveillement, le désir de découvrir de nouveaux endroits – la fascination indicible de vacances en Autriche. Joe & Sally (voir photos en annexe) sont deux voyageurs qui ont parcouru le monde entier et ont absolument tout vu. Et voilà qu'ils ont trouvé leur destination idéale en Autriche. Joe & Sally, les deux figures de la campagne de promotion pour l'Autriche, ont pour but de confier simplement au monde, dans un silence suggestif et sur plusieurs clichés : « L'Autriche. Enfin. » Et sous-entendent par-là : *« tout ce que peut offrir le monde du tourisme n'a jamais été aussi complet et aussi charmant qu'en Autriche. »*

Le message reste le même : L'Autriche est la destination de vacances charmante. Et les vacances en Autriche proposent aux visiteurs des expériences intenses, aussi bien authentiques que culturelles.

Quelle est la stratégie médiatique derrière cette campagne ? Les hôtes potentiels sont sensibilisés par le titre accrocheur de la campagne. L'ONAT souhaite cibler la clientèle des randonneurs, les personnes s'intéressant au bien-être, et les cyclistes. En Allemagne par exemple, l'ONAT a comme groupe cible les seniors. En Grande-Bretagne, aux Pays-Bas et en Hongrie, l'accent porte plutôt sur les familles.

*La presse et l'Internet<sup>54</sup>*

---

<sup>53</sup> Voir visuels en annexe

<sup>54</sup> Voir visuels en annexe

Les annonces pleine page en quadri en presse, et la publicité Internet, garantissent une forte visibilité. Sur le bandeau se trouvent : le numéro de téléphone du service de vacances et la page Internet [www.austria.info](http://www.austria.info) avec la charmante invitation : Et vous, quand dites-vous « L'Autriche, enfin ! » ? Ceci permet d'offrir un maximum d'informations sur l'Autriche comme destination de vacances, et cela dans la langue du pays de la personne concernée.

## **Conclusion**

La communication touristique de l'Autriche utilise certains clichés, tels que l'héritage de l'empire des Habsbourg et ses paysages pratiquement intacts. Mais elle va au-delà en multipliant les sujets et thèmes de vacances pour présenter la richesse de l'offre touristique du pays. Les thèmes mis en exergue dépendent de l'actualité et de la période de l'année. Par la variété des sujets proposés, on ne peut dans son ensemble détecter d'abus ou un renforcement des clichés. Il s'agirait plutôt de filtres qui peuvent opérer dans la mesure où un public ne retient que les aspects qui lui sont déjà familiers, donc les clichés.

## ***II. La communication touristique à l'occasion de l'année Mozart : sa place dans les discours sur Mozart et de l'image de l'Autriche en France***

Les questions que nous nous sommes posées étaient à savoir quelle est la communication de l'Autriche à l'occasion de l'année Mozart et permet-elle de redynamiser l'image de l'Autriche. Nous souhaitons ici argumenter la problématique présentée dans l'introduction.

### **1. La communication touristique à l'occasion de l'année Mozart permet de valoriser et donc de renforcer certains atouts**

Oui, elle permet de valoriser et donc de renforcer certains de ses atouts (une culture très riche de son époque de l'empire Austro-Hongrois et des régions où la tradition a permis de conserver une nature intacte et authentique).

En effet, la communication de l'ONAT sur l'année Mozart permet d'attirer l'attention sur les atouts de l'Autriche. Il positionne cette destination comme « le pays le plus charmant du monde ». Un pays où les concerts et festivals de musique classique prennent une place importante dans son offre culturelle. L'année Mozart n'évoque pas seulement les œuvres du compositeur, mais aussi les coulisses de sa vie, dont beaucoup sont restées intactes jusqu'aujourd'hui, grâce à une conservation du patrimoine architectural de plusieurs endroits, comme la ville de Salzbourg par exemple. Cette ville baroque, où Mozart est né et a grandi, est d'ailleurs inscrite depuis 1997 dans la liste du Patrimoine culturel mondial de l'UNESCO, comme l'est d'ailleurs aussi le château de Schönbrunn (palais impérial de Sissi) à Vienne. Salzbourg utilise dans son logo la baseline : une scène pour le monde. Ceci peut s'expliquer par un patrimoine authentique servant de coulisses aussi bien aux manifestations culturelles qu'à la vie de tous les jours.

Dans son film promotionnel, l'ONAT, en collaboration avec l'ArGe Mozart 2006, marie des représentations de l'époque où vivait Mozart, et cela de manière cinématographique, avec les lieux phares relatifs au compositeur vus d'aujourd'hui. Ces endroits sont revisités par des personnes clairement identifiées – par leurs habits – comme contemporaines, les bâtiments en couleurs vives et claires,

opposées aux couleurs atténuées et brunâtres des représentations de l'époque de Mozart, le tout souligné par la musique classique revue « à la moderne », du type de Rondo Veneziano. Le but est de transposer une représentation romantique du 18<sup>e</sup> siècle au 21<sup>e</sup> siècle et de faciliter l'appropriation du monde de Mozart dans le présent. Montrant des représentations du compositeur pudiques et sérieuses, on y détecte une volonté de contrer l'image caricaturée et peu flatteuse de sa personne, que lui avait créé le film *Amadeus*<sup>55</sup> et, dans un même temps, de faire preuve d'un certain respect envers le génie artistique de cet homme. La musique, qui accompagne le film promotionnel, ainsi que le changement de rythme, aussi bien en musique qu'en images, lui confèrent une dynamique festive et entraînante, non sans une petite dose de sentimentalité, typique de Vienne.

(Re) découvrir la musique de Mozart dans un cadre authentique grâce à la conservation de l'architecture datant de l'époque à laquelle vivait le compositeur - en effet, beaucoup de petites ruelles, de maisons et églises du vieux Salzbourg, par exemple, n'ont guère changé d'aspect et rappellent la vie du 18<sup>e</sup> siècle, tout en étant modernisées pour offrir une expérience de confort et de qualité - vivre Mozart avec ses 5 sens, bien que l'odeur soit sans doute plus douce aujourd'hui que dans la deuxième moitié du 18<sup>e</sup> siècle. C'est ainsi que pourrait être résumée l'offre de l'ONAT à l'occasion de l'année Mozart.

Avec la baseline du logo Mozart 2006 « l'Autriche fête le génie », la connexion entre le pays et le compositeur est rappelée, sans toutefois s'approprier le compositeur. En effet, la baseline parle « du » génie, et non pas « notre » génie. C'est également en utilisant son plus fameux, et dit plus ressemblant, portrait<sup>56</sup> que la reconnaissance est facilitée sur les supports publicitaires.

Le positionnement de l'année Mozart en Autriche en tant que haut de gamme s'adressant aux mélomanes, jeunes urbains, plutôt cultivés, est renforcé par des collaborations de l'ONAT avec divers partenaires en France, tout en utilisant des moyens de communication moderne, tel que l'Internet et la presse écrite.

Mozart vivait au 18<sup>e</sup> siècle, une époque artistiquement très riche en Autriche. On fait également le rapprochement avec les cours royales, l'impératrice Marie-Thérèse

---

<sup>55</sup> Film du réalisateur Milos Forman, 1984

<sup>56</sup> Portrait peint par Barbara Krafft, Vienne 1819. Voir en annexe.

d'Autriche, sa fille Marie-Antoinette, etc. De plus, Mozart a beaucoup voyagé, mais a choisi la ville de Vienne pour s'y installer. Ceci donne de la crédibilité à cette ville.

Mais plus important encore, c'est qu'à travers Mozart, l'ONAT peut faire découvrir d'autres aspects de l'Autriche. Mozart est donc aussi une porte d'entrée.

L'année Mozart a aussi suscité beaucoup de critiques en Autriche. Certains, comme notamment le chef d'orchestre autrichien Nikolaus Harnoncourt (concert du Nouvel An), qui accusent les professionnels d'exagérer l'exploitation de Mozart à des fins économiques, comme le caricaturiste autrichien Wizany le montre bien dans son cartoon « Mozaft »<sup>57</sup> publié dans l'édition du 2 septembre du quotidien « Salzburger Nachrichten ».

## **2. La communication touristique à l'occasion de l'année Mozart permet de donner une image plus positive de l'Autriche suite aux événements politiques de 2000**

Suite aux événements politique de 2000, la communication sur l'année Mozart permet de donner une image plus positive de l'Autriche en valorisant sa composante culturelle.

L'année 2000 a provoqué beaucoup de mauvaise presse en France concernant l'Autriche. Il y a eu beaucoup d'articles d'écrits et surtout étalés dans tous les médias, TV, radio, presse quotidienne, magazines etc. Depuis, les choses se sont calmées, sans pour autant faire oublier cette époque. L'année Mozart permet de reparler de l'Autriche de façon positive. Mozart, entièrement apolitique et mondial, est utilisé comme ambassadeur de l'Autriche. Ses œuvres sont humaines et ont certainement aussi été inspirées par divers pays qu'il a visités pendant sa jeunesse.

Pour revenir sur ce discours négatif sur l'Autriche, il y a eu des ouvrages publiés, comme par exemple « L'Autriche de M. Haider – Un journal de l'année 2000 » de Jacques Le Rider, dont l'illustration sur la couverture du livre<sup>58</sup> en dit long sur l'image de l'Autriche en France : On y trouve côte à côte un Autrichien en habit

---

<sup>57</sup> « Mozaft » : jeu de mots de « Mozart » et de « Saft » qui veut dire « jus ». Voir cartoon en annexe.

<sup>58</sup> Voir image de la couverture du livre en annexe

folklorique et endormi et Jörg Haider en jeans et blouson de cuir. Le code vestimentaire de ce dernier rompt avec l'image traditionnelle de l'Autrichien et confère un dynamisme et un côté décontracté. Le dessin montre Haider sûr de lui et avec fameux sourire charmeur. Les bulles de « parole » au-dessus leurs têtes étant un « Z » pour l'Autrichien et un « Z » avec une barre rouge à travers pour Haider, devenant ainsi une croix gammée. Cela peut être interprété comme l'utilisation d'un endormissement des Autrichiens pour poursuivre ses intérêts à connotation national-socialiste. Possiblement inspiré par le titre donné à l'article de Franz Kaltenbeck, dans le Monde du 25 février 2000 : « Haider, fanfaron d'une société endormie ».

Dans la presse quotidienne au cours de cette année 2000, plusieurs journalistes débattent et dénoncent l'Autriche : Joëlle Stolz, qui, dans Le Monde du 16 février 2000, tire un portrait de Haider mettant en garde contre les explications qui accorderaient trop d'importance au fond « néonazi » du personnage et expliquant que Haider devrait beaucoup au show-biz politique américain et serait plus proche d'une pop-star. D'autres journalistes écrivent sur ce sujet, tels que Michel Cullin (Le Monde), André Glucksmann (Le Monde), Nicolas Weill (Le Monde), Franz Kaltenbeck (Le Monde), etc. Rien que dans Le Monde on retrouve un demi-millier d'articles sur l'Autriche, avec des titres tels que :

- Le haiderisme, c'est la haine de l'Autriche
- L'Autriche contre Hitler : 1933-1938
- Un lobby pro-autrichien sur Internet
- L'identité brouillée de l'Autriche
- Comment je vois la situation en Autriche
- Le psychodrame franco-autrichien
- Autriche : l'extrême-droite bouscule l'Europe
- Ne nous traitez pas en parias
- Les Européens maintiennent les sanctions contre l'Autriche
- SUÈDE-AUTRICHE : Le Premier ministre suédois, Göran Persson, s'est rendu en Autriche en dépit des sanctions diplomatiques de l'UE
- Haider n'est pas l'Autriche
- Simon Wiesenthal s'oppose aux sanctions contre l'Autriche
- Kitsch et nostalgie en autodéfense
- « L'effet Autriche » renforce les nationalistes anti-européens en Suisse

- L'Autriche boycottée
- La droite autrichienne défie l'Europe
- L'Europe isole l'Autriche
- Le MNR veut voir dans le succès du FPÖ autrichien un « signe du destin »
- Michael Haneke ne quittera pas son pays
- Les artistes et intellectuels divisés
- L'extrême droite autrichienne vue du Japon
- Polémique en Autriche après les propos de Jörg Haider sur le « fascisme » français

Il est inévitable, que la couverture médiatique ait laissé des traces profondes.

Nous avons effectué une recherche sur le nombre d'articles parus dans le Monde depuis 2000. Le critère de recherche était : Autriche, extrême-droite. En voici les résultats :

Année	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006*
Nombre d'articles	258	36	93	15	30	30	18

\* de janvier à fin juin 2006

Même si le nombre d'articles dans Le Monde au premier semestre de 2006 concernant Mozart et l'Autriche n'est que de 10, Mozart est mentionné dans 209 articles. Par contre, il est important de préciser ici, que la communication de l'ONAT s'est faite de façon plus ciblée. Ce n'est pas dans la presse quotidienne, à quelques exceptions près, comme le « 20 minutes », mais dans les magazines que l'on trouve des articles et reportages sur Mozart et l'Autriche. Cela correspond à la cible identifiée (urbain, mélomane,...).

De fin décembre 2005 à fin février 2006 des articles et par moments des reportages assez complets sur l'année Mozart ont pu être découverts presque quotidiennement. S'y ajoutent 9 numéros spéciaux sur Mozart. A la télévision et à la radio, Mozart était un des premiers thèmes culturels. Une partie de ces communications incluait la destination Autriche.

### *Reportages sur Mozart dans les médias français*

Des articles et reportages, dans lesquels il est également question de l'offre touristique de l'Autriche, ont été publiés dans des numéros spéciaux de magazines tels que *Classica*, *Télérama*, *Pianiste* et *Nouvel Observateur*.<sup>59</sup> Des médias avec une cible identifiée de mélomanes, comme les mensuels *Classica Répertoire*, *Le Monde de la Musique* et *Diapason*, mais aussi des publications plus générales, telles que *l'Express* et *Le Pèlerin* ont été spécialement ciblés par l'ONAT. En plus de ces médias, un bon nombre de reportages sur Mozart, par exemple des concerts et événements en France, information sur sa vie etc., ont été publiés, mais n'incluaient pas la destination autrichienne.

L'ONAT a été très actif et a organisé 17 voyages de presse entre septembre 2005 et avril 2006, dont les retombées médiatiques ont été très satisfaisantes. Les journalistes et photographes de plusieurs magazines, tels que Stéphane Bern pour *Madame Figaro* et Henry-Jean Servat pour *Paris Match*, de journaux, tels Céline Baussay du *Parisien*, ou encore Béatrice Benoid-Gonin et Pierrick Bequet pour *France 2*, ont ainsi pu découvrir l'offre « mozartienne » de l'Autriche lors de visites à Vienne et Salzbourg.<sup>60</sup>

Une bonne trentaine de reportages de plusieurs pages ont été publiés entre octobre 2005 et mai 2006 dans des journaux tels que *Le Figaro* et des magazines tels que *Gala*.<sup>61</sup> S'y ajoutent d'autres articles entre la moitié et une page entière.<sup>62</sup>

Mozart 2006 à la télévision et à la radio françaises :

- TF1 diffuse du 15 au 31 décembre 2005 pendant le journal de midi quatre courts métrages sur Mozart et l'Autriche. Lors du journal de midi le 27 janvier et quelques jours plus tard au journal de 20 heures, un reportage sur le début de l'année Mozart est diffusé.<sup>63</sup>

---

<sup>59</sup> Liste des publications en annexe

<sup>60</sup> Voir liste des voyages de presse en annexe

<sup>61</sup> Voir liste des reportages en annexe

<sup>62</sup> Voir liste des publications en annexe

<sup>63</sup> Voyages de presse de Mme Thouard & équipe TV.

- France 2 informe sur Mozart le 26 janvier lors de l'émission « C'est au programme » et diffuse un court métrage sur la maison de Mozart le 27 janvier dans „Télématin“. <sup>64</sup>
- Radio Classique présente „Radio Mozart“ du 2 au 27 janvier 2006.
- Radio France diffuse en mars 2006 une émission de deux heures à partir du Café Bazar à Salzburg. <sup>65</sup>
- Radio France International parle abondamment de Mozart et l'offre culturelle en Autriche lors de 4 émissions différentes le 26 et 27 janvier. (3 reportage de 4 minutes, 1 reportage approfondie d'environ 20 minutes). <sup>66</sup>

De plus, une conférence de presse a eu lieu au Théâtre des Champs-Élysées. 60 journalistes et critiques de musique choisis ont assisté à la conférence de presse „Mozart 2006“ en septembre 2005 au Théâtre des Champs-Élysées. Un grand intérêt a pu être remarqué pour les événements à l'occasion de l'année Mozart et pour la destination Autriche.

Un travail important a également été fait auprès de l'industrie touristique pour promouvoir la destination de l'Autriche à l'occasion de l'année Mozart :

Les activités suivantes de l'office de tourisme autrichien ont pour but d'inciter les tour opérateurs français à intégrer Mozart et l'Autriche dans l'offre de leurs catalogues.

#### a) Le Mozart Workshop

Le début de la promotion de l'année Mozart en France était l'atelier de travail de l'office de tourisme autrichien dans les salles historiques de la Maison des Arts & Métiers à Paris en mars 2005. Cet atelier a offert à 18 partenaires du secteur touristique autrichien une plate-forme professionnelle de communication et de networking. Plus de 45 journalistes et 150 décideurs de l'industrie touristique

---

<sup>64</sup> Voyage de presse de Béatrice Benoid-Gonin et Pierrick Bequet.

<sup>65</sup> Voyage de presse de Mathieu Vidard avec son équipe.

<sup>66</sup> Voyage de presse de Danielle Birck.

française ont ainsi pu se renseigner sur l'offre spéciale autrichienne à l'occasion de l'année Mozart.

b) Newsletter à destination de l'industrie touristique française

Des informations régulières sur l'offre touristique sur l'année Mozart et la destination autrichienne ont été envoyées par e-Newsletter aux chefs de produit des 300 plus importants tour opérateurs français.

c) Salon professionnel Top Resa & Mit International, salon public SITV à Colmar<sup>67</sup>

Les stands communs de l'office de tourisme autrichien avec des partenaires de Vienne, Salzbourg, Tyrol et le Vorarlberg étaient présents sur les salons professionnels les plus importants de France, notamment le Top Resa à Deauville en septembre 2005 (16.000 visiteurs professionnels et médias) et le Mit International à Paris en octobre 2005 (10.000 visiteurs professionnels et médias). L'offre autrichienne a également eu un grand succès sur le salon public traditionnel de la SITV à Colmar. 12 représentants autrichiens ont pu ainsi toucher 27.000 clients finaux et professionnels.

d) Insertion « Guide Mozart » – Manuel de Vente dans le magazine professionnel Tour hebdo

Tour hebdo, un hebdomadaire (tirage de 14.000) est un des magazines professionnels les plus importants de l'industrie touristique en France. 100% des tour opérateurs et agences de voyages sont abonnés. Le "Guide Mozart", un manuel de vente de 20 pages "spécial Mozart" pour des agents de voyage est inséré à l'édition du 20 janvier 2006. 1000 exemplaires supplémentaires sont diffusés lors d'événements professionnels. Préparé par un journaliste du Tour hebdo en collaboration avec l'office de tourisme autrichien, et valide de janvier à décembre 2006, ce guide représente un document de travail pour les agents des agences de voyage pendant toute l'année Mozart. Les partenaires sont les organisations touristiques autrichiennes, des compagnies aériennes et des tour opérateurs.<sup>68</sup>

---

<sup>67</sup> Voir photo en annexe

<sup>68</sup> Voir liste de tour opérateur et exemples en annexe (la Fugue)

*D'autres éléments de la campagne de communication de l'ONAT à l'occasion de l'année Mozart :*

a) Site Internet de l'office de tourisme [www.austria.info/fr](http://www.austria.info/fr)

Les pages françaises du site Internet de l'office de tourisme fournissent des informations profuses sur l'année Mozart et la destination de l'Autriche. Elles permettent aux clients (touristes) de choisir et acheter un package de l'offre abondante des voyagistes. Les pages sont consultées par environ 15'000 visiteurs par mois. <sup>69</sup>

b. e-Newsletter

La communication est renforcée par l'envoi de l'e-Newsletter mensuelle et gratuite à 20'000 abonnées (personnes s'intéressant à l'Autriche), qui contient des offres de séjour, promotions et nouveautés culturelles. Le site Internet en propose une souscription.

c. Campagne en ligne sur [www.evene.fr](http://www.evene.fr)

Du 19 septembre au 16 octobre 2005 l'office de tourisme autrichien en collaboration avec la ARGE a conduit une campagne en-ligne sur le portail culturel [www.evene.fr](http://www.evene.fr). Ceci a permis de toucher 600'000 lecteurs en l'espace de 4 semaines par l'intermédiaire de publicités, de banner, d'interstitiels, de skyscraper etc. Cette campagne sur [www.evene.fr](http://www.evene.fr) a généré 31'000 clicks sur le site de l'ArGe [www.mozart2006.net](http://www.mozart2006.net). <sup>70</sup>

---

<sup>69</sup> Voir illustration en annexe.

<sup>70</sup> Voir photo en annexe.

#### d. Collaboration avec des organisateurs de salles de concert

Des collaborations comme avec le Théâtre des Champs Elysées, avec les Concerts Parisiens et le magazine de culture musicale Cadence ont permis d'intéresser un public mélomane de haut niveau à l'Autriche. La semaine précédant Noël 2005, 3'500 abonnés et clients du Théâtre des Champs Elysées ont reçu un dépliant de 4 pages, qui a également été ajouté au CD de music de Classica Répertoire. De plus, des publicités ont été insérées dans le programme de Concerts Parisiens (tirage de 15.000). Le magazine Cadence (tirage de 60.000), qui est disponible dans les salles de concert et conservatoires, a consacré huit pages entières de son numéro de décembre à Mozart. L'office de tourisme autrichien, avec la ARGE, y avait inséré une publicité et un coupon de commande pour obtenir de l'information sur Mozart et l'Autriche.

#### e. Collaboration avec Classica avec le coffret de double CD Mozart et une publicité sur l'Autriche

L'office de tourisme autrichien, de la part de la ARGE, a initié dans le numéro spécial de décembre 2005/janvier 2006 du magazine Classica Répertoire l'insertion d'un double CD de Mozart. Sur la pochette du CD se trouvent les logos de la ARGE, de l'office de tourisme autrichien et des offices de tourisme de la ville de Vienne, de la ville de Salzburg et de la province de Salzburg. Ajouté à ce double CD était un dépliant de quatre pages avec de l'information sur Vienne et Salzburg, et les offres des spécialistes La Fugue et Austro Pauli (deux tour opérateurs). Ce magazine de musique classique avec un tirage de 35.000 vise un public sensibilisé à la musique et la culture. S'y ajoute une grande visibilité dans l'Express, l'Expansion, Lire, Mieux Vivre, ainsi qu'auprès de 2.000 marchands de journaux.<sup>71</sup>

#### f. Le Monde de la Musique & Radio Classique

L'office de tourisme autrichien (avec la ARGE) a pu gagner la coopération du Monde de la Musique et de Radio Classique pour la promotion de l'année Mozart. Le Monde de la Musique (tirage de 35.000) est un des trois plus importants

---

<sup>71</sup> Voir illustrations en annexe.

magazines et Radio Classique la chaîne numéro deux dans le domaine de musique classique en France. Le Monde de la Musique a consacré la page de couverture ainsi que la plupart du numéro de décembre 2005 à Mozart. Radio Classique a fait la promotion de l'année Mozart du 2 au 27 janvier 2006 (27.01. étant l'anniversaire de Mozart), période pendant laquelle les destinations de Vienne et Salzbourg ont été présentées dans le cadre d'un jeu concours.<sup>72</sup>

#### g. FNAC

En collaboration avec la FNAC, voir annexe, un mailing aux membres de la FNAC a été réalisé. Des packages attrayants ont ainsi été relayés à une cible de fort pouvoir d'achat. Un dépliant de quatre pages (voir illustrations) a été ajouté au FNAC magazine "Contact" (tirage de 1,2 million de membres dans les régions d'IDF, PACA, Centre et Nord-Est. De plus, une communication de l'année Mozart est incluse dans son site [www.fnac.com](http://www.fnac.com) Rubrique „Voyages“ (5000 visiteurs par jour).

- annonce de l'année Mozart en décembre 2005
- pub sur les relevés de compte Finaref (400'000 foyers), jan '06
- EPOK : page de publicité avec packages voyage en janvier 2006
- CONTACT : double page d'infos sur l'année Mozart (musique, voyages, livres, etc.) en mars 2006
- Rayon CD : mise à disposition d'une brochure "Parcours Mozart" & publicité

#### h. Mozart sur les taxis parisiens

L'office de tourisme autrichien a coordonné la communication de l'office de tourisme de la ville de Vienne sur 250 taxis parisiens (donc 500 faces) pour la semaine du 21 au 28 novembre 2005. Le contact visuel est estimé à 70 millions de personnes.<sup>73</sup>

---

<sup>72</sup> Voir illustrations en annexe.

<sup>73</sup> Voir photo en annexe.

i. Coopération médiatique avec Télé Obs

Insertions publicitaires dans Télé Obs (tirage de 510.000) du 15 décembre 2005 du Nouvel Obs.

j. Campagne dans des médias ciblés

De fin février à fin mars 2006 : insertions publicitaires en collaboration avec le tour opérateur Austro Pauli (présentant des offres) dans le Figaroscope, Le Monde 2, Paris Obs, Télérama Sortir, Rappels, Le Nouvel Observateur et l'Express IDF.

k. Conseil ciblé aux clients par l'équipe de l'office de tourisme autrichien „Info Vacances“

L'équipe d'informations touristiques "Info Vacances" (0811 60 10 60 tarif local) de l'office de tourisme autrichien donne des conseils personnalisés et détaillés. En novembre 2005, il y a eu 800 demandes concernant l'année Mozart. Suite aux diverses communications dans le cadre de la campagne de promotion (dans la presse) et l'intérêt personnel de personnes pour Mozart (compositeur le plus écouté en France), les demandes ont presque doublé dans les mois suivants.<sup>74</sup>

Selon Monsieur Kolzer, le Directeur de l'ONAT à Paris, Mozart et la culture sont les discours principaux de la communication touristique de l'Autriche envers la France et représentent environ 50 % du budget.

### **3. La communication sur Mozart renforce les clichés passéistes**

Mozart fait partie des clichés de l'Autriche, c'est-à-dire d'une époque du passé. Mozart ayant vécu dans la deuxième moitié du 18<sup>e</sup> siècle, il n'y a pas de photo mais uniquement des peintures de lui. La musique classique est également d'un domaine qui est du passé. On repart sur une image de l'Autriche passéiste. L'Autriche en tant que conservatoire, voire pouponnière de ses trésors du passé. Cela rejoint un peu

---

<sup>74</sup> Voir illustrations en annexe.

l'image d'un pays conservateur. De plus, la musique classique est plus élitiste qu'en France.

Selon Monsieur Pichler, Conseiller de Presse et de l'Information auprès de l'Ambassade autrichienne à Paris, il s'agirait d'un dilemme. « *Les clichés on y tient et on en profite* », notamment dans le tourisme, où les thèmes principaux sont les montagnes et l'héritage culturel de l'empire habsbourgeois. D'autre part, il existe les autres aspects de l'Autriche. Selon lui, il faudrait pouvoir allier les deux.

L'architecture, avec la passerelle « Simone de Beauvoir » de l'Autrichien Feichtinger ou le Vulcania de l'Autrichien Hollein sont des exemples de modernité. Les choses sont là, mais on ne les connaît pas, car elles ne se voient pas : que ce soit la production de CD (produits en Autriche), Swarovski ou autres. On ne parle pas des machines de TGV et peu de la haute technologie autrichienne (exportée). L'Autriche a beaucoup de PME et de sous-traitance, contrairement à la France qui a des grandes entreprises du type Alstom. L'Autriche a donc peu de marques internationales renommées, à part quelques niches, le luxe (Wolford, Helmut Lang) et la qualité autrichienne (Glock, KTM). Ces aspects sont moins connus du grand public. Ils sont présents, mais... Il s'agit plutôt d'un problème structurel (PME en Autriche) que d'un problème de communication. La communication ne se fait pas au niveau grand public mais ciblé ou B2B.

L'ONAT ne communique pas que sur les grands clichés, mais fait aussi beaucoup de petits projets, qui restent plutôt dans des niches. « *Concernant l'année Freud, c'est moins porteur. La psychanalyse est quelque chose de très personnel. Tandis que Mozart apporte joie et facilité* ». <sup>75</sup>

Bien que Mozart bénéficie d'une image de jeune compositeur, moderne et enjoué, l'utilisation dans la communication touristique de l'Autriche renforce l'image passéiste de ce pays. C'est d'une part par la musique classique, les costumes d'époque, le fait que Mozart soit depuis plusieurs décennies utilisé à des fins de promotion touristique et culturelle autrichienne qu'il fait partie intégrante des clichés sur l'Autriche. Mozart n'évolue guère, à part à travers une chanson pop des années 80 « Amadeus, Amadeus » de Falco, ou la mise en scène de Don Giovanni par Michael Haneke.

---

<sup>75</sup> Selon Monsieur Strutzenberger,

#### **4. La communication de l'ONAT se retrouve noyée dans un grand nombre de discours sur Mozart en France en 2006**

La communication de l'ONAT s'est trouvée noyée dans un grand nombre de discours sur Mozart en France en 2006, Mozart étant un enfant du monde et non plus nécessairement associé à l'Autriche.

Cela est d'ailleurs flagrant quand on pense au nombre d'articles parus sur Mozart, sans parler de l'Autriche. Peut-on être sûr que Mozart est systématiquement associé à l'Autriche ? Non, car il est devenu plutôt supranational, voire international.

Le nombre d'articles parus dans les grands quotidiens sur Mozart est d'environ 220 pour la période de décembre 2005 à juillet 2006, dont seulement une dizaine d'articles font référence à l'Autriche. En comparaison, 55 articles avec des références au nazisme (historique), l'extrême-droite ou Haider et 102 articles sur l'Autriche et la culture. Voir fig. :

##### **Nombre d'articles par thème<sup>76</sup>**

Mozart : 220  
Mozart & Autriche : 10  
Références aux sanctions de 2000 : 10aine  
Haider: 15  
Autriche & Nazi : 6  
Autriche, autrichien(ne), Sport : 73  
Autriche & EU : 100  
Autriche & Economie : 20  
Autriche & Culture : 102  
Autriche & référence au nazi, extrême droite, Haider, (historique) : 55  
Autriche, science, architectes actuels, etc. : 10aine

Comme nous l'avons évoqué plus haut, Mozart n'est pas automatiquement lié à l'Autriche. Sa musique est universelle et ses voyages à l'étranger ont contribué à lui donner une image d'Européen. De plus, la situation géopolitique ayant changé depuis la vie de Mozart, il ne peut pas vraiment être considéré comme autrichien, mais est beaucoup plus associé à plusieurs villes européennes qui ont compté dans sa vie, comme Salzbourg, Vienne, Prague, Paris, Londres, etc.

---

<sup>76</sup> Sur une période allant de décembre 2005 à juillet 2006

Sa musique joue également un rôle important : son œuvre est énorme – avec 22 opéras, 55 symphonies, etc., un total de plus de 600 oeuvres. Ayant commencé à composer dès l'âge de 5 ans, certains de ces morceaux sont facilement accessibles par les enfants, ce qui contribue à sa notoriété et au fait qu'il soit considéré comme universel. Dans un de nos entretiens, Monsieur Alain Terrenoire, président de Paneurope international, évoque le fait que « *La musique est un art universel et donc déconnecté de son pays d'origine. C'est surtout le cas dans la musique, contrairement à la peinture qui est plus facilement associée à son pays d'origine. Mozart est un des plus grands, s'il n'est pas le plus grand. On sait d'où il vient, on connaît son origine, mais la musique en général est moins reconnue dans un contexte géographique.* »

En 2006, on peut constater que tout un chacun tente de s'approprier ce grand compositeur. « *Mozart, l'année de tous les plaisirs : Mozart sera sur les lèvres de tous les mélomanes cette année. La frénésie a gagné les directeurs des salles de concert du monde entier...* »<sup>77</sup>. On retrouve des concerts et manifestations partout en Europe. Une association s'est ainsi créée dès 2002 : les « Voies Européennes de Mozart », afin de mobiliser les villes et régions d'Europe ayant reçu sa visite.<sup>78</sup> « *La dimension européenne et l'ambition culturelle du projet ont été reconnus et distingués par le Conseil de l'Europe, qui a attribué à l'association, désormais dotée de 75 membres issus de 10 pays européens, le titre de « Grand Itinéraire Culturel* ».<sup>79</sup>

En France, le département du Bas-Rhin s'est particulièrement mobilisé. En effet Mozart y fit un séjour de quelques semaines. Le Conseil Général du Bas-Rhin assure la coordination des « Voies Mozart » : une cinquantaine d'événements qui se déroulent de janvier à décembre 2006.<sup>80</sup> Un autre exemple est le Conseil général de l'Aube<sup>81</sup> et l'orchestre symphonique de l'Aube qui rendent hommage à Mozart en proposant 4 chefs-d'œuvre du répertoire lyrique : Don Giovanni, La Flûte enchantée, Les Noces de Figaro, Così fan tutte.

---

<sup>77</sup> Par Jean-Louis Validire, Le Figaro, 21 janvier 2006

<sup>78</sup> <http://www.mozartways.com> (en anglais et en allemand uniquement).

<sup>79</sup> <http://fr.franceguide.com> site officiel du tourisme en France

<sup>80</sup> <http://mozart.cg67.fr/> site du Conseil général du Bas-Rhin

<sup>81</sup> <http://www.cg-aube.com> site du Conseil général de l'Aube

Paris propose également une multitude d'événements et concerts à l'occasion de l'année Mozart. « *Riccardo Muti lance avec brio l'année Mozart : Le concert Mozart dirigé par Riccardo Muti au Théâtre des Champs-Élysées* ». <sup>82</sup> « *Colloque Mozart : Historiens, philosophes, écrivains, artistes se réunissent le 11 février à l'Opéra Bastille...* » <sup>83</sup>.

Un aspect non négligeable est la place que prend la musique classique dans l'offre culturelle en France, où la variété et spectacles avoisinants (comédies musicales, telles le Roi Soleil etc.) semblent représenter la majorité de l'offre culturelle musicale. Il est important de préciser que, même si Mozart est un des compositeurs les plus accessibles et appréciés, l'offre culturelle s'adresse à des initiés et mélomanes en premier. Il est bien sûr à espérer que l'année Mozart a pu gagner de nouveaux mélomanes.

Quant à l'Autriche, ou plus précisément l'ONAT, il n'y a pas de monopole possible sur le compositeur. « *En 1991, nous étions pratiquement les seuls à communiquer sur l'année Mozart* » <sup>84</sup>.

« *En 2006, la communication sur l'année Mozart ne représente pas une nouveauté avec laquelle l'Autriche pourrait véritablement susciter beaucoup d'attention. Il s'agit plutôt d'une piqûre de rappel* » <sup>85</sup>. La musique est un art universel et donc déconnecté de son pays d'origine.

## **Conclusion**

Par l'intermédiaire de l'analyse de la campagne de communication de l'ONAT lors de l'année Mozart nous avons voulu connaître la place que prenait celle-ci dans les discours sur l'Autriche en France et si elle permettait de redynamiser l'image de l'Autriche en France.

En effet, nous avons pu constater que la communication touristique de l'année Mozart renforçait plutôt les clichés passéistes en fêtant l'anniversaire d'un

---

<sup>82</sup> Extrait de l'article publié par Marie-Aude Roux, Le Monde, 14 Janvier 2006

<sup>83</sup> Chorus Classic, Le Figaro, 8 février 2006

<sup>84</sup> Monsieur Herwig Kolzer, Directeur de l'ONAT à Paris

<sup>85</sup> Monsieur Armand Jung, Président du groupe d'amitié franco-autrichien (Assemblée nationale)

compositeur du 18<sup>e</sup> siècle. En même temps ce message semble se noyer dans les nombreux discours généraux sur Mozart, devenu « un enfant du monde », et donc sans rapport nécessaire avec l'Autriche.

D'autre part, la communication touristique de l'ONAT à l'occasion de l'année Mozart offre l'opportunité d'évoquer l'Autriche en termes positifs, de faire un rappel de ses atouts, et de redorer son blason, notamment après les événements politiques de 2000. De plus, elle permet d'atteindre un public ciblé par des actions de communication pertinentes. L'ONAT, par l'intermédiaire de l'année Mozart, offre ainsi une porte d'entrée à la destination autrichienne.

***Conclusion : La communication sur l'année Mozart, permet-elle de redynamiser l'image de l'Autriche en France ?***

**La communication sur Mozart : Une efficacité réduite**

Mozart, un enfant du monde

Les moyens que déploie l'ONAT sont importants, bien que l'Autriche soit un « petit » pays, et ait donc un budget moins important qu'une grande nation telle que la France ou l'Allemagne. Nous avons pu voir que l'Autriche ou l'ONAT n'a pas pu s'approprier Mozart autant qu'avant, notamment en 1991. La presse quotidienne et les magazines, les chaînes télévisuelles et les radios ont communiqué sur l'année Mozart, sans nécessairement faire référence à l'Autriche. Des concerts et autres manifestations ont eu lieu sur le thème de Mozart en France – principalement sans référence particulière à son pays. Les salles de concert et autres salles de spectacle en France ont programmé des œuvres de Mozart à l'occasion de son 250<sup>e</sup> anniversaire.

Elle cible un public restreint

Comme nous l'avons évoqué plus tôt, la cible de la communication de l'ONAT à l'occasion de l'année Mozart est bien définie. Les publicités s'adressent plus à un public urbain, par l'intermédiaire d'un article dans le 20 Minutes, par exemple, ou la publicité sur les taxis parisiens. Toujours dans le milieu urbain, l'ONAT s'adresse également au CSP+, comme les articles et publicités dans des magazines hebdomadaires du genre Le Point, l'Express, etc.

Les niches (créneaux) dans le secteur du tourisme autrichien jouent depuis longtemps un rôle important dans la communication touristique. Il ne s'agit pas des voyages pour "hommes d'affaires" ou encore ceux pour "3eme âge", mais plutôt de niches plus spécialisées : voyages pour mélomanes, randonneurs et d'autres circuits et séjours à buts plus ou moins sportifs ou culturels.

Cette segmentation du marché touristique correspond à une réponse aux besoins très spécifiques de voyageurs de plus en plus exigeants quant à leurs différences et leurs envies de vacances, tant estivales qu'hivernales.

Elle renforce les clichés et l'image passéiste de l'Autriche (Sissi, Mozart, Alpes, passé nazi, extrême droite)

Mozart n'est pas une nouveauté. Il est connu depuis longtemps et associé à l'Autriche depuis plusieurs dizaines d'années. Il fait parti des clichés de l'Autriche : Mozart, Sissi, les Chalets, etc. L'aspect traditionnel, par la musique classique, et quelque peu élitiste font de l'Autriche un pays que l'on peut facilement associer à une mentalité conservatrice et repliée sur le passé.

#### **La communication sur Mozart : un « must »**

Elle permet de redorer le blason autrichien (Mozart étant accessible à un grand public)

L'année Mozart permet de reparler de l'Autriche, notamment de certaines destinations, telles que Salzbourg et Vienne, et cela d'une façon très positive. Tandis qu'on peut être de divers avis concernant les peintres ou autres compositeurs, la musique de Mozart et l'image qu'il véhicule, ainsi que le film Amadeus (1984), font qu'il est largement reçu de façon très positive. De plus, l'époque à laquelle il vivait était très fructueuse au point de vue culturel et architectural. La deuxième moitié du 18<sup>e</sup> siècle est souvent reliée à des images reprises dans des films et histoires passionnelles tels « les Liaisons dangereuses » de Stephen Frears, les clips vidéo de Mylène Farmer etc. De plus, avec sa musique très variée - de menuets, d'opéras légers tels que « L'enlèvement au sérail » ou plus sérieux « Don Giovanni », jusqu'au requiem - Mozart permet d'atteindre un maximum de gens et de ne pas les laisser indifférents. On connaît sur sa vie plus que sur d'autres compositeurs, notamment à travers les lettres pleines d'humour et de fantaisie. Cela rend le personnage attachant. L'Autriche a deux atouts géographiques concernant Mozart. C'est d'une part sa ville natale de Salzbourg,

une ville très baroque, très charmante, et situé dans une région de lacs et près des Alpes. D'autre part, c'est la grande métropole de Vienne, centre culturel de l'Europe centrale par excellence.

#### Une communication adaptée à sa cible (restreinte)

Un public urbain de +30 ans, intéressé par la culture et les arts, le tourisme de ville. De plus, la cible se définit en tant qu'amateurs de musique classique. Ce ciblage permet d'éviter des pertes en communication.

Avec sa communication ciblée, l'ONAT s'adresse principalement aux mélomanes, par les magazines spécialisés. Grâce au partenariat avec des tour opérateurs, les offres sont immédiatement réservables. Les bandeaux et autres publicités sur des sites de voyages (Fnac Voyage, La Fugue, etc.) permettent d'attirer l'attention sur Mozart et l'Autriche. La campagne sur les différents supports et les divers partenariats permet d'atteindre les mélomanes et personnes intéressées par l'Autriche, ou ses villes pour des séjours courts. On remarque également que Mozart est probablement le compositeur qui s'adresse le plus facilement aux plus jeunes, les enfants. « *Mozart raconté aux enfants par Gérard Philippe. Je l'ai écouté en boucle pendant des années* »<sup>86</sup>. Les personnes âgées y sont également sensibles.<sup>87</sup>

L'ONAT considère que les tendances aux séjours courts de randonnée, de culture et de ville, représentent d'excellentes opportunités de marché pour les mi-saisons. Ceci demande en conséquence une communication professionnelle envers des cibles bien identifiées.

#### Elle permet d'augmenter le nombre de visiteurs français en Autriche

Avec le thème Mozart, l'ONAT s'adresse aux mélomanes pour les intéresser à l'Autriche, et donc au-delà de l'offre Mozart (Vienne, Salzbourg). De plus, elle

---

<sup>86</sup> Par Valérie LeJeune, Alexandre Desplat, Le Figaro, 19 août 2006

<sup>87</sup> Medica, journée intergénérationnelle

<http://www.actusnews.com/communiqu.php?ID=ACTUS-0-6075>

permet d'attirer l'attention sur l'Autriche, que ce soit pour le tourisme culturel ou les lacs et montagnes. Les vacanciers s'étant concentrés sur ce dernier aspect, pourront ainsi envisager de changer ou de combiner leurs vacances avec les visites des villes et manifestations qui ont lieu à l'occasion de l'année Mozart.

Un premier recensement en juillet 2006, montre que le nombre de visiteurs français en Autriche a effectivement augmenté, de 8,9%<sup>88</sup>. Il est toutefois trop tôt pour faire la relation entre la campagne de communication de l'ONAT et ces visites.

La communication sur l'année Mozart représente donc une porte d'accès supplémentaire à l'Autriche.

En conclusion, Mozart fait partie des clichés associés à l'Autriche. L'ONAT communique sur ce cliché, car il permet ainsi d'attirer l'attention sur l'Autriche et de créer ou rappeler une porte d'entrée. Même si, par cette communication plutôt ciblée, l'ONAT affirme l'image passéiste du pays, en passant par Mozart, une clé universelle, elle propose aussi une clé pour l'Autriche.

---

<sup>88</sup> Voir tableaux de l'ONAT en annexe

## Bibliographie et références (sources) :

### Histoire - Politique :

#### Ouvrages :

- Comité pour l'exposition sur le traité d'état 2005 à Vienne : La Nouvelle Autriche (Oesterreichische Galerie Belvedere, 2005, 359 pages)
- Kreissler, Félix : La culture, une résistance subversive, essai sur la culture autrichienne (Publications de l'Université de Rouen, 1999, 245 pages ; Titre original : Kultur als subversiver Widerstand, ein Essay zur oesterreichischen Identitaet, Edition Kappa, Muenchen-Salzburg-Rom, 1997 ; traduit de l'allemand par Chantal Herbert et Juergen Doll)
- Kreissler, Félix : L'Autriche, treizième des douze ? – entre « nostalgies » et « obsolences », quelle identité ? (Publications de l'université de Rouen, Collection France-Autriche, 1993, 123 pages)
- Kreissler, Félix : L'Autriche, brûlure de l'Histoire (PUR Publications de l'Université de Rouen, Collection Etudes autrichiennes, 2000, 150 p.)
- Le Rider, Jacques : L'Autriche de M. Haider, un journal de l'année 2000 (PUF, 2001, 311 pages)
- Le Rider, Jacques et Levrat, Nicolas : La crise autrichienne de la culture politique européenne (Ed. P.I.E. Presses interuniversitaires européennes - Peter Lang, Bruxelles, Collection « Cité européenne » n°31, 2004, 241 pages)
- Pasteur, Paul : L'Autriche : de la libération à l'intégration européenne (Editions La Documentation française, mars 1999, collection: notes et études documentaires, 203 pages)
- Sévillia, Jean : Zita, Impératrice courage (Editions Perrin, 1999, 343 pages)

#### Rapports :

- Ambassade d'Autriche: Austrian Trade Bulletin 2006 (bimestriel)
- Chambre de commerce autrichienne : Wirtschaftskammer Report 2006 (français)
- Ministre autrichien des affaires étrangères : Außenpolitischer Bericht 2002

#### Articles :

- Leder, Danny, correspondant du quotidien autrichien Kurier à Paris : „Dank an Chirac. Zwischen Paris und Wien während der Sanktionen der EU-14“, paru dans „Das Jüdische Echo“ 50 (Octobre 2001) (9027 mots)
- Pasteur, Paul : L'Autriche, pourquoi la dérive, publié dans le Monde Diplomatique, Mars 2000

- Tous les articles sur l'Autriche et Mozart parus dans les grands quotidiens de la presse française (Le Monde, Le Figaro, Libération, L'Humanité, La Croix) entre le 1<sup>er</sup> décembre 2005 et le 14 juillet 2006, plus une sélection d'articles parus entre 2000 et 2005.

#### Sites Internet :

- Ambassade de France en Autriche <http://www.ambafrance-at.org/>
- Austrian Trade <http://www.austriantrade.org/france/fr/>
- Général Béthouart <http://promogalbethouart.free.fr/parrain/parrain.htm>
- Ministère autrichien des affaires étrangères <http://www.bmaa.gv.at>
- Ministère français des affaires étrangères <http://www.diplomatie.gouv.fr>
- ORF Science <http://science.orf.at/science/news/141522>
- Pasteur, Paul, sur l'année 2000 dans « Festival der Regionen »  
[http://www.fdr.at/fdr/fdr01/Affaire\\_autrichienne.html](http://www.fdr.at/fdr/fdr01/Affaire_autrichienne.html)
- Radio France : L'Autriche et l'élargissement de l'Europe, émission de Radio France (7 mars 2002) [http://www.radiofrance.fr/chaines/france-culture/emissions/enjeux\\_inter/fiche.php?diffusion\\_id=5405](http://www.radiofrance.fr/chaines/france-culture/emissions/enjeux_inter/fiche.php?diffusion_id=5405)
- Site sur Bruno Kreisky : Wie uns andere sehen « Comme les autres nous voient », colloque, [http://www.kreisky.org/kreiskyforum/lib/show\\_pdf.php?textId=84&file=PDF\\_DE](http://www.kreisky.org/kreiskyforum/lib/show_pdf.php?textId=84&file=PDF_DE)
- Stieg, Gerald : Entretien avec le Professeur Stieg sur Félix Kreissler  
<http://semioweb.msh-paris.fr/AAR/676/#Entretien%20avec%20Gerald%20STIEG>
- Wikipédia : Général Béthouart [http://de.wikipedia.org/wiki/Emile\\_B%C3%A9thouart](http://de.wikipedia.org/wiki/Emile_B%C3%A9thouart)

#### Communication :

##### Ouvrages :

- Ambassade française en Autriche : Enquête sur la place de l'Autriche dans l'enseignement de l'allemand en France
- Boyer, Marc et Malon, Philippe : La communication touristique (Que sais-je n°2885 ; PUF 1994, 128 pages)
- Breuss, Liebhart, Pribersky : Inszenierungen. Stichwörter zu Österreich. Avec une préface de Anton Pelinka. (Sonderzahl, Vienne, 1995, 416 pages)
- Jelinek, Elfriede : En avant pour l'image, la jolie, l'innocente image (Parlement international des écrivains, 28 janvier 2000, Remue.net)
- Pikkemaat, Birgit : The measurement of destination image: the case of Austria (The University of Innsbruck)
- Wolton, Dominique : Penser la communication (Flammarion, Poche, 1997, 416 pages)

## Tourisme :

### *Ouvrage :*

- Ministère français du tourisme : Le positionnement de l'offre française de sports d'hiver, Note de Synthèse, février 2005, Etude réalisée par le cabinet Architecture et Territoire pour le compte de la direction du Tourisme

### *Sites Internet :*

- AMB : Tendances : les Français et les voyages [www.abm.fr](http://www.abm.fr)
- Austria Tourism [www.austria-tourism.com](http://www.austria-tourism.com)
- Czech Tourism <http://www.czechtourism.com/index.php?lang=5&show=003009>
- L'Internaute : Les destinations préférées des Français  
<http://www.linternaute.com/savoir/dossier/tourisme/etranger.shtml>
- Le Routard [http://www.routard.com/guide/code\\_dest/autriche.htm](http://www.routard.com/guide/code_dest/autriche.htm)
- Ministère français des affaires étrangères [http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/conseils-aux-vo  
yageurs\\_909/pays\\_12191/autriche\\_12203/index.html](http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/conseils-aux-voyageurs_909/pays_12191/autriche_12203/index.html) Mozart 2006  
<http://www.mozart2006.net/fra/index.php>
- Ministère français du tourisme <http://www.tourisme.gouv.fr/fr/home.jsp>
- Statistik Austria [www.statistik.at](http://www.statistik.at)

## Culture & Société :

### *Emissions télévisuelles :*

- Arte : Gâteaux et pâtisseries autrichiennes (émission diffusée le 27 août 2006)
- France 3 : Programme culturel : Salzburger Marionnettentheater à Paris (dimanche 19 mars 2006 à 12h15)
- France 3 : Spéciale Vienne, Schönbrunn et Sissi (Des Racines et des Ailes, 20 juillet 2005)
- France 5 : L'Autriche (mardi 30 mai 2006)
- TF1 : Paysages en hiver (28 décembre 2005)

### *Sites Internet :*

- Forum Culturel Autrichien <http://www.fca-fr.com/detail.do?noArticle=110>
- Lieux de Tournage Cinématographique [www.L2TC.com](http://www.L2TC.com)
- Médica, journée intergénérationnelle :  
<http://www.actusnews.com/communique.php?ID=ACTUS-0-6075>
- Site Internet français sur l'année Mozart <http://anneemozart2006.sur-internet.fr/>

## ANNEXES

1. Eléments photographiques de la campagne de communication de l'ONAT lors de l'année Mozart .....	1
2. Bref aperçu historique .....	16
3. Liste des voyages de presse organisés par l'ONAT et l'ArGe.....	21
4. Liste des reportages sur Mozart.....	22
5. Sites Web de l'ONAT et Mozart2006.net (imprimés écran).....	25
6. Données touristiques.....	29
7. Discours de M Villepin le 27 janvier 2006 à Salzbourg .....	31
8. Liste des entretiens avec des experts des relations franco-autrichiennes .....	44
a. M Jung, Président du groupe d'amitié franco-autrichienne (AN) .....	46
b. M Terrenoire, Président du mouvement Paneurope International.....	48
c. M Kolzer, Directeur de l'ONAT à Paris .....	51
d. Mme Mostecky, relations presse de Autriche pro France.....	54
e. M Pichler, Conseiller de presse et de l'information auprès de l'ambassade d'Autriche en France.....	58
f. M Strutzenberger, Adjoint au Conseiller Commercial auprès de l'ambassade d'Autriche en France.....	62
g. M Doublet, administrateur de l'Assemblée nationale .....	66
h. Mme Ellison-Kramer, Consule générale d'Autriche en France.....	68
i. M Bredel, Directeur régional de la DRAC PACA .....	72
j. M Angerer, comité directeur de l'association France-Autriche à Vienne .....	76
k. M Stieg, professeur de littérature et civilisations allemandes et autrichiennes à la Sorbonne Nouvelle .....	78
l. M Stoullig, représentant de l'AFP à Vienne .....	84
9. Transcription de l'émission TV sur l'Autriche (France 5).....	87
10. Communiqué de presse d'Autriche pro France .....	94
11. Salzburg as film location (anglais).....	95
12. Sélection d'articles de presse.....	97
a. Le Point.....	97
b. Libération .....	101
c. Challenges (Nouvel Obs).....	109
d. Le Monde.....	118
13. World Travel Guide – Autriche Mini Guide .....	129
14. Résultats de l'enquête sur la perception de l'Autriche en France .....	132
15. Chiffres touristiques du premier semestre 2006.....	134

16. Rapport du ministère français du tourisme .....	142
17. Couverture du livre « L'Autriche de M. Haider » .....	146
18. Portrait de Mozart par Barbara Krafft .....	147

# Eléments de la campagne de communication à l'occasion de l'année Mozart 2006

L'ONAT (Office National Autrichien du Tourisme) et l'ArGe (Arbeitsgemeinschaft)



Fig. 1 : Sally & Joe et l'année Mozart

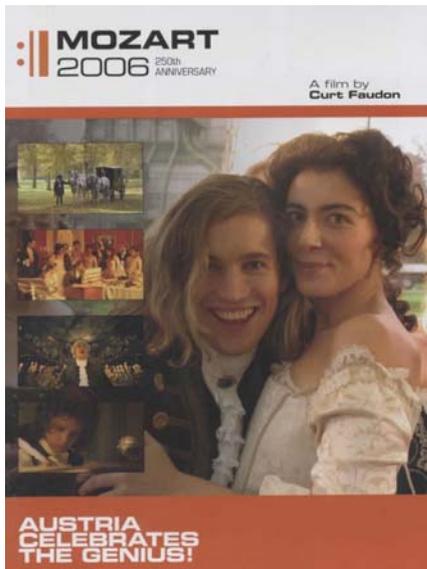


Fig. 2 : Film promotionnel de Mozart

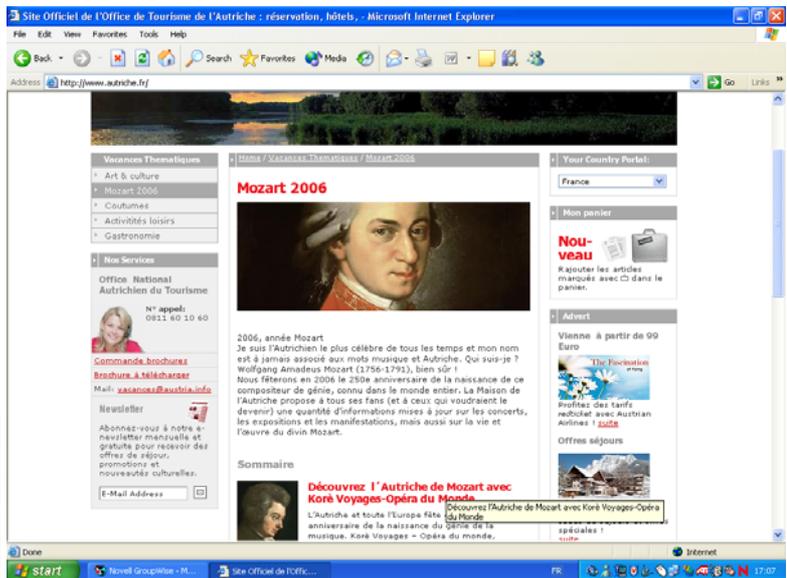


Fig. 3 : Site Internet de l'ONAT [www.austria.info/fr](http://www.austria.info/fr) (voir aussi pages suivantes)



Fig. 4 : Logo de l'ArGe





Fig. 5 : [www.mozart2006.net](http://www.mozart2006.net) (partenariat ArGe)

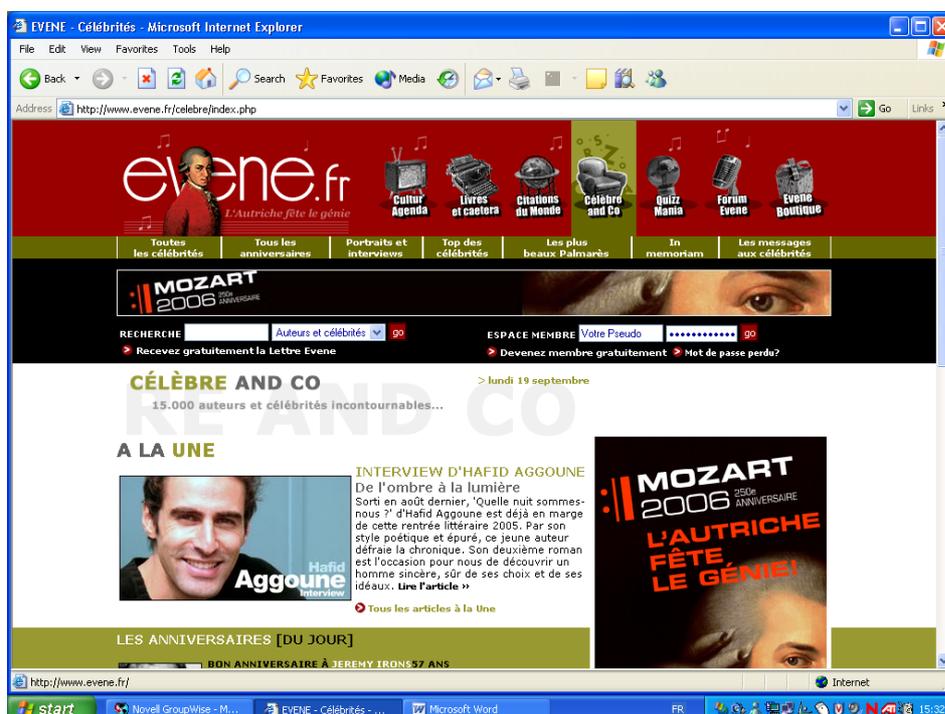


Fig. 6 : Campagne en ligne sur [www.evene.fr](http://www.evene.fr)





Fig. 7 : Collaboration avec Classica avec le coffret de double CD Mozart et une publicité sur l'Autriche



Fig. 8 : Le Monde de la Musique & Radio classique

Mozart 28/11/05 17:28 Page 3

### Circuit de Salzburg à Vienne

5 jours / 4 nuits à partir de 1251 €

sur les traces de Mozart

4 mai, 23 juin et 6 octobre 2006

3% de réduction pour une réservation confirmée avant le 15/2/2006

Ce circuit très complet vous conduira sur les traces de Mozart, depuis Salzbourg où il naquit jusqu'à Vienne où le compositeur connut la gloire mais aussi l'infortune. Dans la ville des princes-archevêques comme dans la capitale impériale, vous vivrez une succession de séduisantes découvertes avec deux moments d'exception : un concert d'œuvres de Mozart à Salzbourg et une représentation d'un opéra de Mozart à Vienne.

**Inclus :** vol régulier Paris-Munich / Vienne-Paris, déplacements en autocar, hôtel 4\* en pension complète, visites guidées, concert à Salzbourg et opéra à Vienne, accompagnateur au départ de Paris, assurance assistance. Prix par personne en chambre double de Paris (valable le 4/5/2006, hors taxes d'aéroport : + 105 €).

**Informations et réservations sur les voyages Mozart 2006**  
**Fnac Voyages** 10 agences 0 825 09 06 06 (0,15 €/min)  
 Forum des Halles, Montparnasse, Saint-Lazare, www.fnac.com  
 Ternes, Paris 2, Villeta 2, Grenoble Victor-Hugo, Lille, Lyon Bellecour, Marseille Centre Bourse.

**Informations sur l'Autriche et l'Année Mozart**

<b>Office National Autrichien du Tourisme</b> Service Info Vacances : Tél. 0811 60 10 60 (*14 d'appel sur 10 lignes) vacances@autrie.info www.autrie.info/fr	<b>Office de Tourisme de la ville de Vienne</b> Service info : Tél. +43 1 24 555 info@vienna.info www.vienne-autriche.info	<b>Office de Tourisme de la ville de Salzbourg</b> Service info : Tél. +43 662 889 870 tourist@salzburg.info www.salzburg.info	<b>Office de Tourisme du Pays de Salzbourg</b> Service info : Tél. +43 662 6658 44 info@salzburgerland.com www.salzburgerland.com
---	--	--	---

MOZART 2006 ANNIVERSAIRE  
 L'AUTRICHE FÊTE LE GÉNIE!  
 WWW.MOZART2006.NET

Certifié non conforme fnac.com

Fig. 9 : Fnac Voyages



Mozart 28/11/05 17:28 Page 1

### Mozart 2006

Le 27 janvier 1756 Wolfgang Amadeus Mozart venait au monde à Salzbourg. Dès son plus jeune âge, il apprenait avec son père, musicien, à jouer du clavecin, de l'orgue et du violon et à 5 ans, le jeune prodige écrivait sa première composition musicale...

Pour fêter le 250<sup>e</sup> anniversaire de la naissance du musicien, l'Autriche nous offre une riche palette de manifestations dans l'ensemble du pays.

## Vienne et Salzbourg fêtent le génie !

À Vienne, la Maison Mozart, au 5 Domgasse, restaurée et ouverte, nous permettra de découvrir le génie et l'entourage du musicien dans la Vienne baroque (à partir du 27 janvier 2006), tandis que son œuvre, ses idées et ses voyages nous seront contés dans l'exposition Mozart 2006 à l'Albertina (du 17 mars au 20 septembre). Ses opéras investissent tous les lieux de la ville. Le Volksoper Wien a bâti toute sa programmation autour de *La Clémence de Titus*, *La Flûte enchantée*, *Les Noces de Figaro*, *Così fan tutte* et *Don Giovanni*... ; le Theater an der Wien, scène de comédies musicales, proposera 80 manifestations Mozart avec notamment Seiji Ozawa, Nikolaus Harnoncourt, Thomas Hampson... ; l'Opéra national programmera les plus grandes œuvres du Maître.

Ses arias et duos seront interprétés par des musiciens en costumes d'époque au Wiener Mozartorchester (du 14 avril au 30 octobre). Sans oublier les concerts des Petits Chanteurs de Vienne (du 21 avril au 27 octobre) et du château de Schönbrunn sur les lieux mêmes de la joute musicale entre Mozart et Salieri...

À Salzbourg, l'exposition *Vivaldi MOZART* inaugurerait le Jubilé en présentant des objets du compositeur dont sa première œuvre musicale écrite à la main (du 27 janvier 2006 au 7 janvier 2007). Elle sera relayée par des expositions temporaires dans la maison où naquit Mozart, Getreidegasse, et où il vécut, Marktplatz.

La semaine Mozart fêtera le compositeur avec des artistes lyriques et des ensembles de renom (du 20 janvier au 5 février). Nikolaus Harnoncourt dirigera la Philharmonique de Vienne le 27 janvier tandis qu'au cours Festival d'ouverture (du 27 au 29 janvier) toute la ville se transformera en une scène où la musique, la danse et la lecture seront à l'honneur.

Pendant l'été, tous les opéras de Mozart seront représentés au Festival de Salzbourg (du 23 juillet au 31 août). Enfin, tout au long de l'année, les églises retiendront des messes de Mozart sans oublier le Théâtre de marionnettes qui jouera les opéras du maître ou encore les salles du conservatoire de musique Mozarteum qui proposeront de la musique de chambre composée essentiellement à Salzbourg...



### Week-end à Vienne

3 jours / 2 nuits à partir de 413 €

**Inclus :** vol régulier A/R Paris-Vienne, transferts privés aéroport-hôtel/aéroport, hôtel 3\* avec petits déjeuners, assurance assistance. Prix par personne en chambre double de Paris, Lyon, Marseille, Strasbourg, Nice et Toulouse (valable du 1/2 au 25/3/2006, hors taxes d'aéroport : + 69 à 82 € selon ville).

**En supplément :** Billet d'opéra au Theater an der Wien à partir de 130 €, à l'Opéra populaire à partir de 70 €, à l'Opéra national à partir de 175 €.

**En option :** Exposition Mozart à l'Albertina : 12 € (du 17 mars au 20 septembre). Maison Mozart : 9 € (à compter du 27 janvier). Visite de Vienne avec guide privé : 194 € (2h30).



### Week-end à Salzbourg

3 jours / 2 nuits à partir de 407 €

**Inclus :** vol régulier A/R Paris-Salzbourg, transferts privés aéroport-hôtel/aéroport, hôtel 3\* avec petits déjeuners, assurance assistance. Prix par personne en chambre double, départ de Bordeaux, Lyon, Marseille, Strasbourg, Nice et Toulouse : + 21 € (valable du 1/2 au 25/3/2006, hors taxes d'aéroport : + 82 à 134 € selon ville).

**En supplément :** Billet de concert au château de Salzbourg à partir de 35 €, concert à Best of Mozart + à partir de 48 €, ou Croisées Festivalbus à partir de 185 €.

**En option :** Exposition Vivaldi MOZART ou Salzburgmuseum : 10 € (à compter du 27 janvier). Maison natale de Mozart : 7 €. Visite de Salzbourg à pied avec guide privé : 97 € (1h30).

(\*) : achat d'1 supplément au minimum obligatoire.

Fig. 10 : Fnac Voyages



Fig. 11 : Mozart sur les taxis parisiens



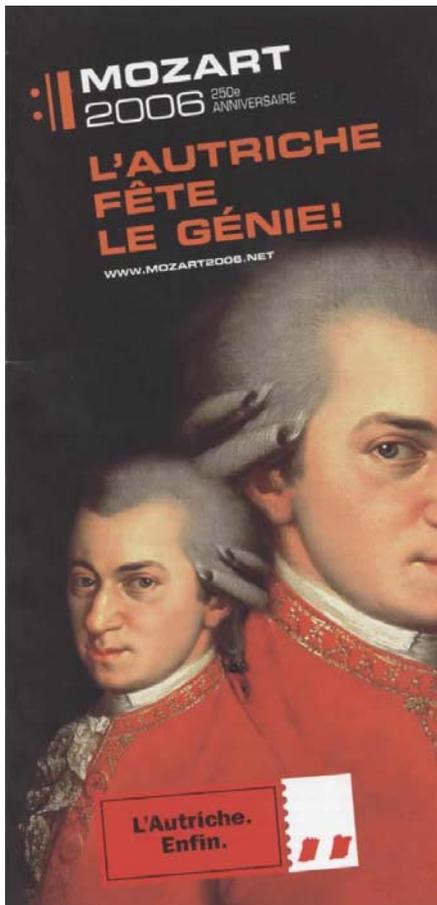


Fig. 12 : Dépliant



Fig. 13 : Salon professionnel Top Resa & Mit International, salon public SITV à Colmar

**LA FUGUE EUROPERA**  
L'agence spécialiste des voyages musicaux



**L'agence spécialiste des voyages musicaux**

Les voyages de La Fugue « Sur les pas de Mozart... en compagnie de conférencier ou en séjour liberté avec le premier Audio-Guide Urbain, « Le Fugueur » - de véritables productions sur MP3, permettant de mettre en scène et en musique votre séjour :

- Des voyages à thèmes,
- Tous les festivals
- Plus de 30 week-ends musicaux et lyriques

à Salzbourg et à Vienne entre le 25 janvier et le 7 décembre 2006

www.mozart2006.fr  
mail : information@lafugue.com  
tel +33 (0)1 43 59 10 14  
fax +33 (0)1 43 59 36 79

**AustroPauli**



**Le spécialiste de l'Autriche depuis 25 ans.**

vous propose ses programmes pour l'Année Mozart 2006, notamment :

- Festival Mozart à Salzbourg
- Mozart, l'enfant de Salzbourg
- Mozart, de Salzbourg à Vienne
- Mozart, comme il vous plaira

Programmes comprenant les vols, l'hébergement, les concerts, les expositions, les visites guidées.

Tarifs et programmes : dans le catalogue Austro Pauli, disponible dans toutes les agences de voyages ou au 0821 00 20 22.

LI. 068.95.0023.

Fig. 14 : Insertion „Guide Mozart“ – Manuel de Vente dans le magazine professionnel Tour hebdo





Fig. 15 : logo en bandeau



Fig. 16 : Hors série Classica

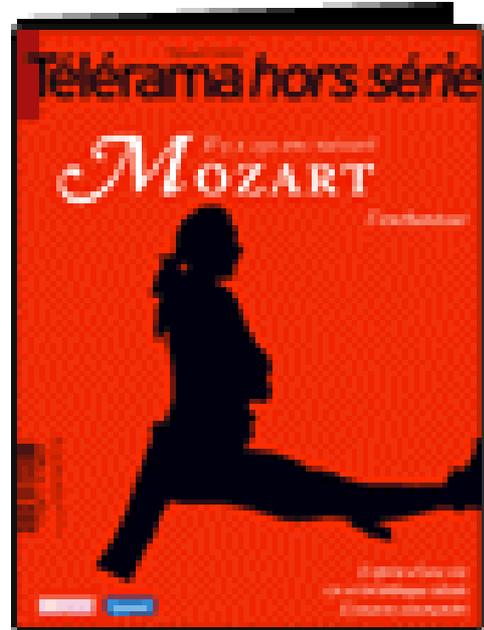


Fig. 17 : Hors série Télérama

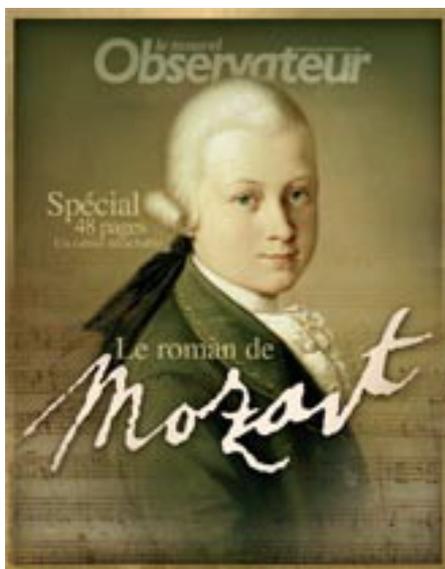


Fig. 18 : Hors série Pianiste

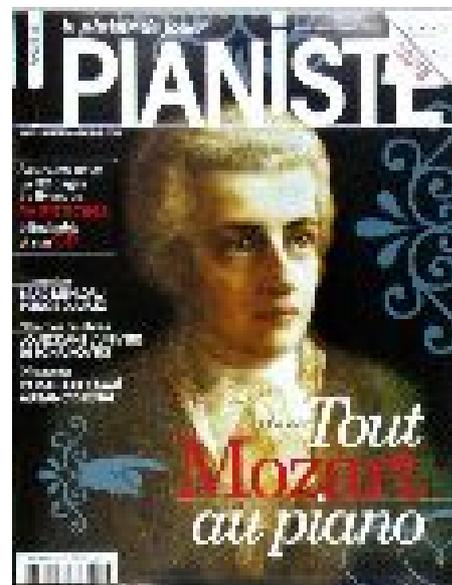


Fig. 19 : Hors série Nouvel Observateur



# Mozart superstar en 2006

## CÉLÉBRATION

L'Autriche s'apprête à fêter son enfant prodige. Au programme : concerts, expositions, opéras, théâtre... Il est urgent de réserver.

L'AUTRICHE fêtera en 2006 le 250<sup>e</sup> anniversaire de la naissance de Mozart. Plus de cent trente manifestations sont prévues. L'engouement manifesté pour le compositeur incite à réserver sans tarder ses voyages, chambres d'hôtel et fauteuils de concerts.

Le coup d'envoi de cette « année Mozart » sera officiellement donné le 27 janvier, jour anniversaire de Wolfgang Amadeus, à Salzbourg et à Vienne. Elle s'achèvera le 5 décembre suivant, jour de la mort de Mozart, sur le *Requiem* joué tant à Salzbourg qu'à Vienne.

Ces deux villes sont évidemment les plus concernées par l'événement. L'une parce que Mozart y naquit puis y passa son enfance et une partie de sa jeunesse. L'autre parce qu'il y vécut sa courte vie d'adulte, de 1781 à 1791. Les spectacles musicaux constituent l'essentiel de cette Année Mozart. Mais le livret comporte aussi des expositions (1).

À Salzbourg, le festival d'ouverture, du 27 au 29 janvier, va transformer la ville en une vaste scène. Concerts, ballets, lectures (gratuits la plupart) animeront les places, les cours intérieures et toutes les salles. Des concerts de musique de chambre sont programmés tout au long de l'année au conservatoire Mozarteum (48 € la place en catégorie A et 35 € en catégorie B). Des messes

de Mozart seront jouées dans les églises (avec un programme renforcé à l'automne) et des opéras au Théâtre de Marionnettes.

Durant le fameux Festival d'été, du 23 juillet au 31 août, tous les opéras de Mozart, sans exception, seront représentés. Le Landestheater donnera seize fois *La Fausse Jardinère*, entre mars et mai, et vingt fois *La Flûte enchantée*, entre septembre et décembre.

## Opéras à ciel ouvert

À Vienne, quelque 170 salles de spectacle participeront. Le 27 janvier, au lancement de l'année Mozart. Le lyrique Theater an der Wien se consacrera entièrement au compositeur en 2006. Les œuvres les plus célèbres sont inscrites toute l'année aux programmes de l'Opéra national et de l'Opéra populaire. Quant au Théâtre de Marionnettes du château de Schönbrunn, il va proposer *La Flûte enchantée*. Bien sûr, le Festival de Vienne, du 12 mai au 18 juin, fera la part belle à Mozart, de même que toutes les manifestations musicales. En juillet-août, à la tombée de la nuit, on pourra même assister à des opéras et concerts à ciel ouvert, spectacles enregistrés dans le monde entier et projetés sur écran géant sur la Rathausplatz, avec l'hôtel de ville néogothique en toile de fond.

Au chapitre des expositions, les deux principales se tiendront, l'une à Vienne, dans les salons d'apparat de l'Albertina, du 17 mars au 17 septembre. Et l'autre à Salzbourg, « Viva Mozart », du 27 janvier 2006 au 7 janvier 2007, dans le nouveau bâtiment du Salzbourg Museum. Dans



Le coup d'envoi de l'Année Mozart sera donné le 27 janvier à Salzbourg (notre photo) et à Vienne. DR

cette ville, le troisième étage de la maison natale du musicien (9 Getreidegasse) a été rénové. Tout contre la maison de Marktplatz, où Mozart vécut en famille avant de partir à Vienne en 1781, elle présentera des expositions tout au long de l'année.

Dans la capitale, la Mozarthaus Vienna ([www.mozarthausvienna.at](http://www.mozarthausvienna.at)) rouvrira le 27 janvier après d'importants travaux d'agrandissement et de restauration. Située dans la vieille ville (5 Domgasse), à l'ombre de la cathédrale Saint-Étienne, cette « Maison de Mozart » nouvelle version a été conçue sur six étages et

1 000 m<sup>2</sup> autour de l'appartement de quatre pièces et 188 m<sup>2</sup> qui servait jusqu'à présent de lieu commémoratif. Le musicien y avait habité avec sa femme, Constanze, de 1784 à 1787. Les historiens s'accordent à dire qu'il y a passé ses meilleures années, composant notamment *Les Noces de Figaro* et plusieurs concertos pour piano.

Il est grand temps d'organiser son voyage. Vienne, par exemple, attend 70 000 personnes pour le week-end d'inauguration en janvier. Les réservations de billets sont ouvertes, la ville de Salzbourg a même concocté des forfaits séjours (2). Cette année

Mozart figure aussi au sommaire des brochures des tour-opérateurs. Spécialiste du voyage musical, La Fugue publiera ici à la fin du mois une brochure de 42 pages exclusivement dédiée à l'événement.

ANNIE BARRACCIA

■ (1) Renseignements et liste complète des manifestations auprès de l'Office du tourisme autrichien, tél. 0 81 1 60 10 60 et [www.austria.info](http://www.austria.info) et [www.mozart2006.net](http://www.mozart2006.net) (2) Salzbourg : tél. : 00 43 662 88 98 70 et [www.salzburg.info](http://www.salzburg.info)

## Cinq idées pour participer

**Week-end :** Salzbourg, Vienne ou Prague pour un week-end. Le forfait comprend deux nuits en hôtel 4-étoiles, l'avion, un ou deux concerts, un pass musées et expositions et un baladeur MP3 pour visiter la ville avec des commentaires et des plages musicales. A partir de 830 €. Tél. : 01.43.59.10.14 et [www.lafugue.com](http://www.lafugue.com)

**En famille :** une escapade de trois jours à Vienne ou à Salzbourg pour deux adultes et un enfant de moins de 11 ans (chambre triple) dans un hôtel 4-étoiles. Elle comprend une demi-journée de visite guidée, un pass musées et expositions et un opéra au théâtre de marionnettes. A partir de 1 524 € pour trois personnes, au départ de Paris. Korè Voyages, tél. : 01.53.42.12.24 et [www.korevoyages.com](http://www.korevoyages.com)

**De Salzbourg à Vienne :** un voyage accompagné de cinq jours, avec un concert au Mozarteum de Salzbourg et *La Flûte enchantée* à Vienne. Arrêt à Linz. A partir de 1 246 € tout compris au départ de Paris les 17 février et 24 mars. Austro Pauli, tél. : 0 821.00.20.22 et [www.pauli.fr](http://www.pauli.fr)

**Croisière sur le Danube :** du 29 septembre au 6 octobre 2006, le M/S Amadeus Royal 5-étoiles partira de Munich, (embarquement à Passau) pour rallier Linz (excursion à Salzbourg), puis Vienne, Szentendre, Visegrad, Budapest et Bratislava. A partir de 1 995 € tout compris depuis Paris avec des concerts à bord et à terre. Intermèdes, tél. : 01.45.61.90.90 et [www.intermedes.com](http://www.intermedes.com)

**Croisière en Méditerranée :** du 6 au 16 mai prochain, cette superbe odyssée voguera de Nice à Istanbul. Un concert ou un opéra est prévu chaque jour, à bord ou sur terre dans un endroit soigneusement choisi. A partir de 9 900 € tout compris au départ de Paris. Tél. : 01.43.59.10.14 et [www.lafugue.com](http://www.lafugue.com)

Fig. 20 : Le Figaro – 18 octobre 2005, 118.000 ex.



Theater an der Wien (à gauche). Au programme : la *Flûte enchantée*, *Don Giovanni*, les *Noces de Figaro*, *Così Fan Tutte*... Construit en 1801, c'est pour son directeur d'alors que Mozart écrit la *Flûte Enchantée*.



La Rathausplatz (à droite), le centre névralgique de Vienne, et son marché de Noël.

La maison de Mozart : 1.000 m<sup>2</sup>, au 5 rue de la Domgasse, derrière la cathédrale Saint-Etienne.



**Mozarthaus Vienna**

Projekt Mozarthaus Vienna zu Leben und Werk W.A. Mozarts unter Einbeziehung der Mozartbiografie

Architekt: ...  
 Baubeginn: ...  
 Baufertigstellung: ...  
 Adresse: ...  
 Telefon: ...  
 E-Mail: ...  
 Web: ...



La place de l'Albertina.

A droite, le café Mozart.



Fig. 21 : Le quotidien du Tourisme – 30 novembre 2005, 8.315 ex.



**L**e 27 janvier, jour de naissance du génie de la musique, Vienne s'engagera dans trois jours de fête *non-stop*. 70 000 personnes sont attendues. 170 salles ouvrent le bal des festivités. Si l'enfant prodige est né à Salzbourg, c'est bien dans la capitale autrichienne qu'il vécut ses dix dernières années les plus fécondes (1781-1791). Vienne va donc jouer sa propre partition. La ville a créé à dessin une structure de pilotage, "Vienna Mozart Year Organisations". Son directeur exécutif, Frantz Patay, explique : "Sans nous placer en concurrence avec Salzbourg, cet événement est l'occasion de confirmer la vocation de Vienne comme lieu de mémoire et comme capitale mondiale de la Musique et des Arts. Ainsi, ce qui est mis en place pour 2006 s'inscrit dans la durée."

Illustration. Au 5 rue de la Domgasse, derrière la cathédrale Saint-Etienne, la *Figaro-haus*, l'immeuble qui abritait le seul appartement encore existant habité par Mozart devient, après d'importants travaux, la *Mozarthaus*. Inaugurée le 27 janvier prochain, la nouvelle version délivrera sur six étages et 1 000 m<sup>2</sup> l'appartement de 180 m<sup>2</sup>, une salle de concert de 100 places, un café. Des installations multimédias servent de support à une visite interactive, ludique, résonnant de musique et riche en émotions. Le multimédia info ludique animera bien d'autres lieux comme la Maison de la musique où un "virtual Conductor" permettra de se mettre à la place d'un chef d'orchestre. On pourra encore mixer la *Flûte Enchantée* avec des sons de son cru, puis emporter son CD. Au fil

de sa flânerie dans cette cité considérée à juste titre comme l'une des plus belles d'Europe, le visiteur identifiera les lieux liés à Mozart grâce à des bornes, près de 70 au total. Et pour peu que l'on ait chargé les données sur le site internet ([mozart2006.net](http://mozart2006.net)) il suffira de brancher son MP3 et d'écouter les explications "en live". "On veut également investir dans le contemporain en s'appuyant sur les œuvres de Mozart", indique Frantz Patay. Et d'annoncer le festival de musique électronique, New Crowned Hope, dirigé par Peter Sellars, du 12 novembre au 13 décembre. L'année Mozart rejouera, avec les meilleurs artistes du moment, les grandes œuvres de Mozart dans les salles de concert de la ville, mais donnera aussi à écouter dans les cafés, restaurants ou musées de petits concerts "surprises" (700 au total). Dans les rues, des orchestres de chambres (près de 300) surgiront à l'improviste. La ville se veut accessible à tous les budgets et à tous les publics. D'ores et déjà, l'office du tourisme de Vienne propose sur son site ([info.wien.at](http://info.wien.at)) deux *packages* "Mozart vous attend" à partir de 100 euros, valables du 27 janvier au 28 décembre : 2 nuits en 3, 4 ou 5 étoiles, avec petit déjeuner-buffet, billet de concert et ticket d'entrée à la Mozarthaus ou à l'exposition "Mozart" de l'Albertina (nuit supplémentaire à partir de 35 euros). Un autre forfait, "Amadeus de luxe", a été conçu à partir de 135 euros.

Les tours opérateurs suivent le mouvement. En tête, les spécialistes du genre musical. La Fugue programme les hauts lieux incontournables et les fes-

tivals. Le voyageur Clio invite à une croisière musicale de 8 jours sur le Danube, à bord de l'*Amadeus Royal*, à partir de 2 100 euros.

Austro Pauli a bouclé sa gamme exclusive de voyages à thème. On citera le week-end à Vienne, du 1<sup>er</sup> mai au 24 septembre, avec vol, hébergement de 2 nuits, entrée à l'Albertina et un concert, pour 432 euros.

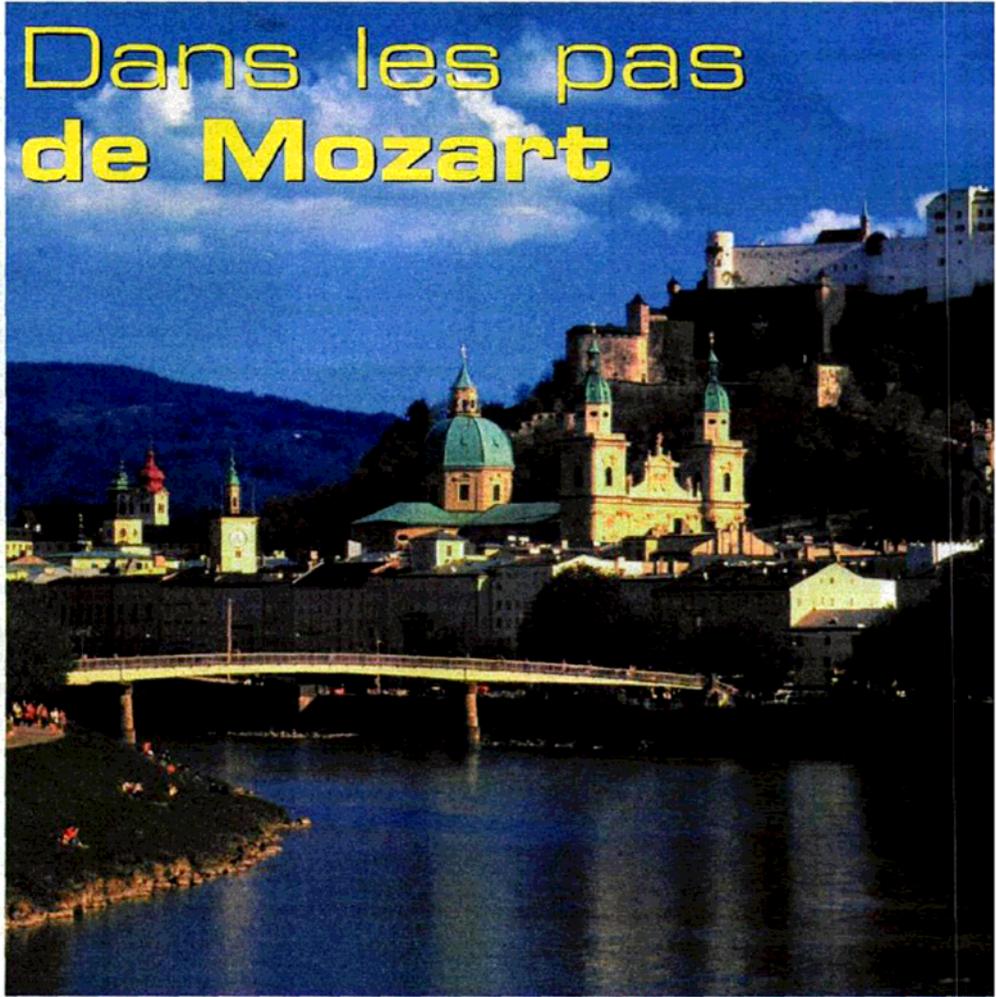
Nouvelles Frontières présente dans la brochure "Week-end, courts séjours et escapades", différents produits au départ de Paris. "Week-end Musique Mozart à Vienne", un 3 jours/2 nuits en 3 ou 4 étoiles, valable à partir du 2 janvier, pour 459 euros, avec visite guidée du château de Schönbrunn, dîner Mozart au Residenz dans la cour du château, suivi d'un concert et de valse à l'Orangerie. Fram est en voie de finaliser la brochure généraliste et le produit "Le Triangle danubien, circuit d'une semaine, Prague, Budapest, Vienne et Salzbourg" ajoutant une journée supplémentaire au circuit. La brochure *Autocars* proposera Vienne dans son circuit de 10 jours au départ de Bordeaux, Paris, Toulouse. Valable de mai à octobre.

Jet tours propose un week-end à Vienne en 3 étoiles et vol direct au départ de Paris, comprenant la visite de la maison de Mozart, un dîner (hors boissons) au Griechenbeisl, le plus ancien restaurant de Vienne, un opéra ou un concert au Staatsoper, l'opéra national. À partir de 595 euros. On pourrait encore citer Thomas Cook, dont le "Vienne de Mozart" au départ de Paris axe la visite sur le château de Schönbrunn, avec une pause au café Mozart, et l'hébergement au Tigr, un 4 étoiles où séjourna Mozart.



OFFICE DE TOURISME D'AUTRICHE

**L'Autriche célèbre, en 2006, le 250<sup>e</sup> anniversaire de la naissance du génial compositeur. Fêtes, concerts, expos... C'est l'occasion de s'offrir une escapade, sur les traces de l'enfant prodige.**



### Vienne, Salzbourg : 7 incontournables



OFFICE DE TOURISME D'AUTRICHE

**▲ La maison de Mozart, à Vienne**

**A VIENNE** ♦ **VISITER** la Maison Mozart, qui rouvre après une importante rénovation. Au 5 de la Domgasse, près de la cathédrale Saint-Étienne, tout est plein de souvenirs. Le compositeur a vécu là de 1784 à 1787, avec sa femme, Constance, et y a composé *Les Noces de Figaro*. A voir, leur appartement au 2<sup>e</sup> étage et les expositions organisées sur les autres niveaux. *Mozarthauss*. Tél. : 00 43 (1) 503 31 00

♦ **BOIRE** un chocolat chaud dans les salons du célèbre Café Landtmann, sur le Ring. On y croise tous les intellectuels et politiciens viennois. *Dr Karl-Lueger-Ring 4*.

♦ **VISITER** la Hofburg, le palais des Habsbourg. Le portrait de l'impératrice Sissi y est toujours exposé. *Michaelerplatz*.

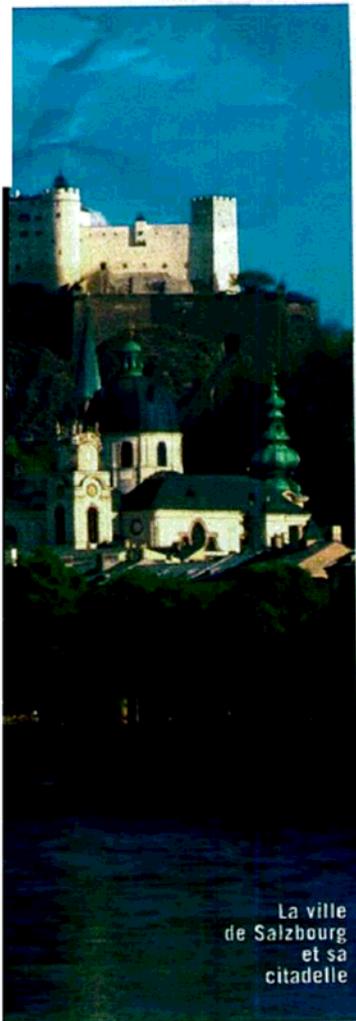
♦ **REGARDER** Vienne de haut, depuis la grande roue du parc du Prater (en souvenir du film *Le Troisième Homme*).

♦ **ADMIRER** les collections de peintures (Klimt, Schiele, Renoir, Van Gogh, Picasso...) de l'Oberes Belvedere, l'ancienne résidence d'été du prince Eugène. *P. Eugen-Strasse*.

**A SALZBOURG** ♦ **SE PERDRE** dans les ruelles de la vieille ville inscrite au Patrimoine culturel mondial de l'Unesco. Visiter la forteresse Hohensalzburg, l'emblème de Salzbourg et le plus grand château fort d'Europe centrale, entièrement conservé.

♦ **VISITER** la région du Salzkammergut, aux paysages sublimes, entre lacs, forêts, montagnes et villages typiques.

Fig. 23 : Télé 7 Jours – 21 janvier 2006, 1.813.000 Ex.



La ville de Salzbourg et sa citadelle

OFFICE DE TOURISME D'AUTRICHE

**PLUS D'INFOS**  
Office du tourisme autrichien au 0 811 60 10 60 et [www.austria.info/fr](http://www.austria.info/fr)

▼ **Le palais Schönbrunn à Vienne**



OFFICE DE TOURISME D'AUTRICHE



Le célèbre café Sacher

DONATELLO

**Y aller**

♦ **"MOZART À VIENNE"** avec Donatello. Au prix du week-end de 3 jours/2 nuits à l'Hôtel Alexander (389 € avec les vols réguliers), il faut ajouter un forfait à 175 €. Ce forfait inclut des entrées à la Maison Mozart, à l'exposition de l'Albertina, un grand tour de la ville guidé, un concert et, pour finir, l'inévitable pause au café Sacher afin de déguster le savoureux gâteau qui porte le nom de l'établissement.  
*Rens. : 01 44 58 30 81*

♦ **"MOZART 2006"** avec La Fugue-Europera. Ce spécialiste des voyages musicaux édite une brochure spéciale « Sur les pas de Mozart », avec plus de 50 voyages à Salzbourg et Vienne. A l'occasion des Fêtes Printanières, du 28 avril au 1<sup>er</sup> mai et du 25 au 28 mai, le séjour, en compagnie d'un conférencier, vous permettra de découvrir tous les lieux d'art et d'histoire des deux villes.  
*A partir de 1380 € au départ de Paris. Rens. : 01 43 59 10 14*

♦ **"TOUTE L'AUTRICHE DE MOZART"** avec Opéra du Monde-Koré Voyages. Guidé par le musicologue Philippe Olivier, le circuit (du 19 au 24 avril 2006) passera par Salzbourg et Vienne, avec visite de l'exposition Viva Mozart et représentations (concert à la Hofburg, *Les Noces de Figaro* au Staatsoper...). Les excursions prévues vous mèneront à Linz et à l'abbaye de Melk qui domine le Danube.  
*Au départ de Paris en pension complète avec les nuits au célèbre Goldener Hirsch à Salzbourg et au Vienne Radisson SAS Palais : 2430 €. Rens. : 01 53 42 12 24*

♦ **"MOZART, LES ANNÉES VIENNOISES"** avec Austro Pauli. Le dépliant spécial Mozart comprend plusieurs offres de découverte. En 4 jours/3 nuits, ce voyage à Vienne propose un concert, des visites (notamment celle de la Grande Exposition consacrée à Mozart) et une promenade dans la forêt viennoise. *En pension complète au départ de Paris : à partir de 920 €. Rens. 0 826 803 303*

♦ **"MUSIQUE ET MONTAGNE"** avec Voyageurs en Europe. Un hôtel de charme romantique (la Villa Auersperg) au cœur de la vieille ville, une escapade vers les montagnes et les lacs environnants, et tous les événements prévus pour cette année Mozart.  
*Le forfait de 5 jours/4 nuits au départ de Paris est à partir de 430 €. Rens. : 0 892 23 61 61*

♦ **"MOZART OR"** avec Thomas Cook. Ce forfait de visite à 125 € la journée comprend une entrée au palais Schönbrunn, un dîner Mozart et un billet pour le concert de clôture au théâtre du Château. *La nuit à l'hôtel Tigra dans un immeuble historique du centre-ville est à partir de 45 € par personne. Rens. : 0 825 825 055*

Pages réalisées par Christian-Luc Parison

Fig. 24 : Télé 7 Jours – 21 janvier 2006, 1.813.000 Ex.



# Salzbourg fête Mozart

Rien n'a changé ou presque dans la cité autrichienne des cardinaux archevêques mélomanes...

PAR GILLES PUDLOWSKI

**A** Salzbourg, tout se passe sur Getreidegasse, la rue des enseignes. Le plus bel hôtel de la ville – le Golden Hirsch – voisine avec le magasin le plus chic, Stassny, qui prône la mode Dirndl – et surtout la maison natale de Wolfgang Amadeus Mozart.

L'enfant terrible de la ville est né le 27 janvier 1756. Sa maison-musée rappelle qu'il vécut là avec sa famille, en compagnie de Nannerl, sa sœur, et son père, Léopold, musicien officiel de la cour. Son enfance, ses passions, son génie, ses folies (ne manquez pas la pièce où son chien aboie sur son piano, ni celle du « monde à l'envers ») y sont fêtés avec gaieté.

Mais c'est tout Salzbourg qui s'est mis à la mode Mozart pour l'occasion.

Concerts (250 sont prévus !), spectacles d'avant-garde ou pour enfants, musique d'église et expositions se succéderont. On ne loupera pas la mise en scène vedette dite « Viva Mozart ! », destinée à durer jusqu'au 7 janvier 2007, dans la nouvelle résidence de l'archevêque – la Neue Residenz. Amadeus est censé y accueillir ses amis, sa famille, ses admirateurs, ses mécènes venus fêter son anniversaire. Et son œuvre

s'y trouve replacée dans son époque.

Salzbourg, ses cent clochers baroques, sa forteresse panoramique (Festung Hohensalzburg), ses placettes riannes, ses fontaines, se met partout à l'heure Mozart : la maison d'habitation du génie et de sa famille, de l'autre côté de la Salzach, du palais Mirabell, qui abrite aujourd'hui la mairie, et ses beaux jardins à la française. Mozart et les siens y trouvèrent gîte plus vaste, plus aristo grâce à la protection du prince archevêque. De vieux instruments, un clavecin qui aurait pu lui appartenir, des tableaux qui sont des portraits de famille, sans omettre les montages audiovisuels racontent Mozart, ses voyages, ses amitiés, sa musique.

Toute la ville lui est dédiée. À l'image de la gourmandise locale, le Mozart Kugel, cette boule de massapain trempée dans du chocolat, dont la famille Fürst continue de proposer la version originale et artisanale depuis 1884 dans son salon de thé rénové de l'Alter Markt, ou

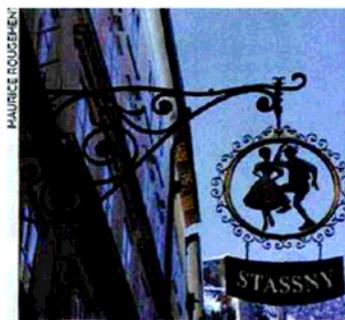


Fig. 25 : Le Point – 2 mars 2006, 391.000 Ex.



KRIST - CORBIS



KRIST - CORBIS

Salzburg, sous son manteau de neige, est féérique. La ville de Mozart se découvre à pied – l'originale rue des enseignes, la Getreidegasse – et en levant les yeux – ses cent clochers baroques.

dans la mini-échope de la Brodgasse. L'arrière-grand-oncle Paul avait inventé la « formule » en plongeant le massepain roulé en boule dans du chocolat liquide. Nicolas Fürst continue la tradition artisanale, même si l'industrie chocolatière a pris les rênes du marché dans les boutiques alentour.

A deux pas, le plus beau café de la ville, qui porte un nom italien, Tomaselli, accueille le Tout-Salzburg, qui vient très tôt, dès 7 heures (jusqu'à 21 heures et même minuit durant le festival Mozart), prendre ses aises, boire un café, goûter un gâteau (par priorité la Kardinalschnitte, genre génoise légère avec mousse café : un délice!), lire le journal. Bref, prendre le temps de vivre. Comme si rien n'avait changé en ville depuis que Mozart rédigea les premières notes de la « Petite musique de nuit » ■

## VOYAGES TENDANCES

### CARNET DE ROUTE

#### Y aller

Styrian Spirit (+ 43 (0)50805.1212, www.styrianspirit.com) est la seule compagnie à assurer la liaison directe Paris-Salzburg (2 vols quotidiens la semaine depuis CDG 2D, au comptoir Air France, 1 le week-end), à partir de 99 € aller-retour.

#### Séjourner



MAURICE ROUGEHEIT

Goldener Hirsch, Getreidegasse 37. Tél. : 0662/80840. Ch. : 204-660 €. welcome@goldenerhirsch.com. Quatre maisons patriciennes du XV<sup>e</sup> siècle réunies en une auberge de luxe et de charme, avec recoins, voûtes, poutres, murs à la chaux, meubles polychromes ou de bois blond, personnel en costume local. Table chic et taverne plus relaxe à l'enseigne de Herzl. Sacher, Schwartztr. 5. Tél. : 0662/88977. salzburg@sacher.com. Ch. : 175-565 €. Ce palace au bord de la Salzach avec sa terrasse sur la rivière (c'était l'Esterreichischer Hof) a conservé le charme fin de siècle. Mobilier Biedermeier et noble service. Arthotel Blaue Gans, Getreidegasse 41. Tél. : 0662/842.4910. office@blauegans.at. Ch. : 105-199 €. Dans la rue la plus mozartienne, décor design sous façade du XV<sup>e</sup>. Les chambres facturées sage-

ment jouent le minimalisme fonctionnel. Bar et restaurant sont fréquentés par le meilleur monde de la ville. Lasserhof, Lasserstr. 47. Tél. : 0662/873.388. Ch. : 55-159 €. Pas cher, discret, non loin du palais Mirabell. Une des « affaires » locales.

#### Se restaurer

Hangar 7 et Ikarus, Wilhelm Spazier St. 7a. Tél. : 0662/219.777. Table gastronomique, veillée par Eckart Witzigman, avec la venue d'un chef/star différent chaque mois dans un nouveau hangar de l'aéroport. Avec son musée de l'Aviation et son bar ultra-design. Riedenburg, Neutorstr. 31, Salzburg. Tél. : + 43/662.830.815. Chic décor de taverne ancienne, sobre et belle cuisine autrichienne revue au goût du jour de Richard Brunnauer.

Alt Salzburg, Bürgerhospitalgasse 2. Tél. : 0662/841.476. Menus : 38-45 €. Sous le rocher et près de la Festpielhaus, cadre de tradition et cuisine de terroir allégée (crème aux raviols de boudin, quenelles de sandre aux herbes).

Magazin, Augustiner-gasse 13. Tél. : 0662/841.5840. www.magazin.co.at. Boutique gourmande, belle cave et table mode étoilée qui revoit les classiques locaux (Beuschel, goulache ou

Fürst, Alter Markt & Brodgasse 13. Tél. : 0662/843.7590. Pour goûter les massépains de Mozart chez le créateur du genre. Schatz-Konditorei, Getreidegasse 3. Tél. : 0662/842792. Les trésors sucrés d'Erich Winkler, comme le « Papageno » (génoise avec mousse au chocolat et crème fouettée).

#### La maison de Mozart, une visite incontournable



MAURICE ROUGEHEIT

Strudel) avec malice dans un bunker reconverti.

K + Kam Waagplatz, Waagplatz 2. Tél. : 0662/842.156. Au premier étage d'une demeure ancienne sur une place stratégique, taverne boisée, service enjoué, cuisine de tradition. Terrine de chèvre à l'huile de potiron, Tafelspitz et poulet pané à la viennoise assurent en beauté. Prix doux.

#### Goûter

Café Tomaselli, Alter Markt 9. Tél. : 844.488. Café mythique, à la mode depuis le XVIII<sup>e</sup>. Pour lire le journal, goûter une pâtisserie fine ou simplement sentir l'air de la ville.



MAURICE ROUGEHEIT

Fürst, Alter Markt & Brodgasse 13. Tél. : 0662/843.7590. Pour goûter les massépains de Mozart chez le créateur du genre.

Schatz-Konditorei, Getreidegasse 3. Tél. : 0662/842792. Les trésors sucrés d'Erich Winkler, comme le « Papageno » (génoise avec mousse au chocolat et crème fouettée).

#### Lire

« Autriche » (Guide du routard et Guide vert Michelin). « Pays, villes, paysages », de Stefan Zweig (Belfond).

#### Pratique

Tél. depuis Paris : + 43.

#### Utile

Office autrichien du tourisme. Tél. : 0811.60.10.60. vacancesaustria.info et www.austria.info/fr.

Fig. 26 : Le Point – 2 mars 2006, 391.000 Ex.

## Amadeus en Autriche

De Salzbourg à Vienne en passant par St. Gilgen et Seeham.

Salzbourg n'oublie pas Mozart, son enfant chéri, à l'occasion du 250<sup>e</sup> anniversaire de sa naissance, le 27 janvier 2006. Vedettes du lancement, les chefs d'orchestre Nikolaus **Harnoncourt** et Riccardo **Muti** y dirigent le Philharmonique de Vienne au Mozarteum et au Grosses Festspielhaus, du 27 au 29, tandis qu'à Vienne, où Mozart rencontra la famille impériale, se maria et connut ses succès majeurs, Placido Domingo et le violoniste Julian Rachlin se retrouvent, dès le 8 janvier au Theater an der Wien, nouvelle place dédiée au théâtre du compositeur. Seiji **Ozawa** dirigera ensuite, toujours à Vienne, les ouvrages lyriques à l'Opéra national, dont il est le directeur, tandis qu'à Salzbourg, le Festival programme l'intégrale des vingt-deux opéras, du 23 juillet au 31 août.

Tous les opéras de Mozart sont à l'affiche du Festival de Salzbourg 2006.



Côté expositions, « Viva Mozart ! » se déroule à la Neue Residenz de Salzbourg, alors qu'à Vienne, une grande rétrospective s'installe dans les salons d'apparat de l'Albertina. Dans la maison natale du compositeur de la Getreidegasse, sur la Marktplatz, on découvre au travers d'expositions temporaires, dont une scénographiée par Robert Wilson, des documents originaux. Toute l'année dans sa ville natale, on retrouve aussi bien le Théâtre de Marionnettes, que de nombreux concerts de musique de chambre et l'ensemble de ses messes, dans les églises. Enfin, à St. Gilgen, village situé sur les bords du lac Wolfgangsee, où le grand-père du compositeur a vécu, sa mère est née et où sa sœur s'est installée après son mariage, des concerts sont prévus dans l'église paroissiale et dans le jardin du musée, ainsi que des lectures de lettres de Mozart. Ce beau panorama ne serait pas complet sans la reprise d'*Amadeus*, la fameuse pièce de Peter Shaffer, sur la scène lacustre de Seeham, du 30 juin au 31 juillet. ■

Pour plus d'informations [www.mozart2006.net](http://www.mozart2006.net)

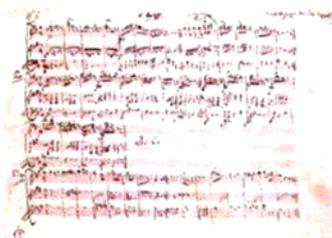
Fig. 27 : Classica Répertoire – Décembre 2005/janvier 2006, 40.000 Ex.

**Mozart** Salzbourg et Vienne multiplient les événements pour fêter le 250<sup>e</sup> anniversaire de leur génie

## Balade sur les traces du virtuose



Une escapade à Salzbourg s'impose pour visiter la maison natale et les endroits qu'affectionnait Mozart. A Vienne, où le compositeur vécut pendant dix ans, de nombreux objets lui ayant appartenu sont présentés au musée.



**Un week-end en Autriche avec Mozart commence inévitablement à Salzbourg, sa ville natale.** Le 27 janvier, la jolie cité baroque célèbre le 250<sup>e</sup> anniversaire de la naissance de son *genius loci*, (génie protecteur) et lance ainsi une Année Mozart. C'est que le compositeur vécut vingt-cinq ans à Salzbourg, avant de la quitter, fâché, pour Vienne. Première étape incontournable, l'exposition-événement interactive, « Viva! Mozart ». Joueur, le maestro nous entraîne à sa fête d'anniversaire, nous initie au menuet et au tir sur cible, nous fait goûter ses spécialités préférées dans un café reconstitué. Pour l'occasion, la maison où naquit le prodige (il maîtrisa le violon à 4 ans sans avoir appris), au n° 9 de la célèbre ruelle des Enseignes, a totalement reconstitué sa muséographie en conservant quelques objets personnels de Wolfgang

Amadeus (son petit violon, son piano-forte...). Outre les souvenirs kitsch et les fameuses boules Mozart au chocolat créées par la célèbre confiserie Fürst en 1890, on trouve à Salzbourg de nombreuses traces du compositeur. L'itinéraire démarre à la cathédrale où il jouait de l'orgue, enfant. Une halte s'impose au très beau café Tomaselli, sur Alter Markt, où il s'adonnait au billard tout en composant ses œuvres. Sans oublier le vaste appartement de Makartplatz, lui aussi transformé en musée, ou encore la tombe familiale du joli cimetière Saint-Sébastien, de l'autre côté de la rivière. Lors d'un dîner-concert à Saint Peter Stiftskeller, le plus vieux restaurant d'Europe, on découvre dans un cadre fastueux ses compositions les plus célèbres. Un délice pour les papilles et oreilles.

Catherine Levesque, à Salzbourg

## Vienne, au cœur de la maison du génie

**Mozart a passé les dix dernières années de sa vie à Vienne, habité dans douze lieux différents,** et pourtant il n'en reste qu'un : la Mozarthaus, qui rouvrira le 27 janvier, après une restauration d'envergure. Sa courte vie dans la capitale est ici déclinée sur quatre niveaux, avec



La Mozarthaus, à Vienne.

objets d'époque, lettres authentiques, partitions... On s'attarde fatalement dans l'émouvant appartement où le maestro composa *Les Noces de Figaro*. Pour saluer le génie, mort à 35 ans, on visitera à deux pas de là, l'emblématique cathédrale Saint-Etienne, où il épousa Constance et où son corps fut béni le 6 décembre 1791, avant de se recueillir sur sa tombe dans le romantique cimetière Saint-Marx. La Haus der Musik permet de terminer la balade de façon ludique. Saisissant une baguette virtuelle, le visiteur doit diriger l'orchestre, virtuel lui aussi, sur la *Petite Musique de nuit*, sans s'attirer les foudres des musiciens. N'est pas Mozart qui veut.

C. L., à Vienne

27 janv.-7 janv. 2007  
« Viva! Mozart » (8 €).  
Restaurant :  
K+K, Waagplatz, 2.  
Env. 20 à 30 €/pers.  
Hôtel : Amadeus,  
Linzer Gasse 43-45.  
(140 €/nuit en double).  
Paris-Salzburg,  
à partir de 99 € A/R.  
[www.styrianspirit.com](http://www.styrianspirit.com)

Café-restaurant :  
Sperl, Gumpendorferst.,  
11. Env. 15 à 25 €/pers.  
Hôtel Amadeus :  
[www.hotel-amadeus.at](http://www.hotel-amadeus.at)  
Env. 85 €/nuit en single.  
Haus der Musik (10 €)  
[www.hdm.at](http://www.hdm.at). Mozart  
Haus (9 €). [www.mozarthausvienna.at](http://www.mozarthausvienna.at)  
Paris-Vienne,  
à partir de 29 € AR.  
[www.airberlin.com](http://www.airberlin.com)  
Rens. 0811 60 10 60,  
[www.mozart2006.net](http://www.mozart2006.net)

Fig. 28 : 20 Minutes – 20 janvier 2006, 401.000 Ex

## Bref aperçu historique

### Brève histoire de l'Autriche : d'un Empire à la République des Alpes (Alpenrepublik)

Située au cœur de l'Europe centrale, les racines de l'Autriche remontent à 25 000 ans avant notre ère. Après le développement de la civilisation celte de « Hallstatt » au 1<sup>er</sup> millénaire avant JC, l'Autriche a d'abord été occupée puis réunie à l'empire romain vers 33. À partir du 5<sup>e</sup> siècle, elle a été envahie par les Huns, les Lombards, les Ostrogoths, les Bavares et les Francs. Le nom d'Autriche est pour la première fois cité dans un document datant de 996 sous le nom de « Ostarrichi » (aujourd'hui « Oesterreich »). Les Babenberg dominèrent l'Autriche entre le Xe et XIIIe siècle, puis les Habsbourg leur succédèrent et restèrent au pouvoir jusqu'en 1918, d'abord sous le nom de Habsbourg jusqu'en 1780, puis sous le nom de Habsbourg-Lorraine.

Lors de la révolution de 1848, François Ier est renversé par la bourgeoisie et l'empereur François-Joseph Ier, mari de d'Elisabeth dite Sissi, accède au trône. Avec l'assassinat de l'archiduc François-Ferdinand, l'héritier du trône autrichien, à Sarajevo en 1914, démarre la première guerre mondiale, à l'issue de laquelle, en 1918, l'Autriche devient une république. Réduite à son territoire germanophone, elle subit une situation économique extrêmement difficile et s'en suit une guerre civile en 1934 à l'issue de laquelle le chancelier Engelbert Dollfuss établit un Etat corporatif autoritaire. La tentative de putsch des nationaux-socialistes autrichiens en juillet 1934 échoue, mais le chancelier Dollfuss est assassiné. Le 12 mars 1938, l'armée allemande envahit l'Autriche et incorpore le pays comme « marche de l'Est » au Reich national-socialiste allemand d'Adolf Hitler. A la fin de la deuxième guerre mondiale l'Autriche est rétablie comme république (la deuxième), mais reste encore occupée pendant une dizaine d'années par les puissances alliées victorieuses – la Grande-Bretagne, la France, les Etats-Unis et l'Union soviétique avant de retrouver son indépendance en 1955.

Située à côté du « rideau de fer » elle devient une plaque tournante entre l'Est et l'Ouest. Elle accueille d'ailleurs beaucoup de réfugiés du bloc de l'est, notamment après la révolte hongroise de 1956 et le Printemps de Prague en 1968. De plus, la capitale Vienne devient le site d'organisations internationales (ONU, OPEP) et d'importants sommets et conférences. Malgré sa neutralité, l'Autriche adhère à l'Union européenne en 1995.

## Ses liens / conflits avec la France : de l'occupation française après-guerre aux événements de 2000

*« Les relations entre l'Autriche et la France sont des relations très anciennes et je veux insister sur le fait que pour nous Français, ce sont des relations fortes marquées par l'histoire, par les péripéties de l'histoire, marquées aussi par les liens très forts de la culture et la signification forte de l'Autriche pour les Français. »<sup>1</sup>*

Les « péripéties de l'histoire » dont parle Dominique de Villepin sont des relations entre la France et l'Autriche souvent marquées par des conflits. Que ce soit l'alliance de François Ier de France à l'empire Ottoman contre les Habsbourg, la guerre de Succession d'Espagne, l'exécution de la reine Marie-Antoinette ou les guerres napoléoniennes de 1793 à 1814, entre autres. La France était également dans le camp opposé à l'Autriche pendant la première guerre mondiale. *« Les traités de Saint-Germain-en-Laye et de Trianon ont détruit la monarchie danubienne composée de onze nationalités, une « union européenne » avant la lettre, qui avait fonctionné pendant plusieurs siècles. »<sup>2</sup>*

L'Autriche entre les deux guerres mondiales ne semble pas avoir suscité grand intérêt en France, qui n'est d'ailleurs pas intervenu lors de l'Anschluss en 1938. Une anecdote montre encore une fois les relations, bien que souvent conflictuelles, souvent aussi étroites. En effet, Napoléon II, dit l'Aiglon, fils de Napoléon I et Marie-Louise d'Autriche et petit-neveu de Marie-Antoinette et Louis XVI, est mort de la tuberculose à Vienne en 1832. Son corps fut rendu à la France par Adolf Hitler en 1940, pour être enterré aux Invalides près de son père, Napoléon I, que Hitler considérait comme modèle.

### *Occupation de l'Ouest de l'Autriche par la France*

La situation difficile immédiatement après la guerre est bien représentée par le discours de Noël 1945 du chancelier Figl: *« Je ne peux rien vous offrir à Noël. Je ne peux pas vous donner de bougies pour votre arbre de Noël, si même vous en avez un. Pas un morceau de pain, pas un morceau de charbon pour vous chauffer, [...]. Nous n'avons rien. Je ne peux que vous supplier : Croyez en cette Autriche ! »*

---

<sup>1</sup> Dominique de Villepin lors d'une conférence de presse à Vienne, 30 septembre 2003

<sup>2</sup> Jürgen Bartsch, docteur en sciences politiques et diplômé en relations internationales, Il a fait ses études supérieures à Graz en Autriche, à Moscou, Londres et Paris, il a travaillé pendant 34 ans à l'OCDE à Paris.

A l'issue de la deuxième guerre mondiale, l'Autriche est occupée par les quatre vainqueurs, c'est-à-dire les Russes, les Britanniques, les Américains et les Français, ces derniers occupant les provinces de l'ouest, soit le Tyrol et le Vorarlberg.

Les puissances d'occupation, au début considérées comme des libérateurs du régime nazi, perdent rapidement la sympathie suite aux actions de leurs soldats contre la population, des actions qui sont que très rarement punies. D'autre part, la population a subi la propagande nazie pendant des années. Mais le problème principal est sans doute le sentiment d'insécurité de la population face à son avenir. Dans les médias et cinémas on s'efforce de créer une nouvelle identité pour les Autrichiens. Dans les « Heimatfilme », films régionalistes, on ne montre d'abord que des images positives de l'époque de la première république et des films du point de vue des alliés. Ceci contribue à un refoulement des temps durs et à un manque de travail sur le passé si peu de temps après la guerre.

La relance économique est très inégale dans les régions d'Autriche. Pendant que la partie ouest peut rapidement entamer la reconstruction, l'est de l'Autriche est très désavantagé par l'occupation russe. Un autre problème est la situation de millions de réfugiés et expulsés, d'anciens forçats et de survivants de camps de concentration, qui veulent rester en Autriche. A cause de cette situation et comme le peuple n'a déjà pas assez pour se nourrir, le gouvernement autrichien ne fait pas d'efforts pour faire revenir d'anciens Autrichiens ou émigrés.<sup>3</sup>

L'occupation française des provinces de l'ouest (Vorarlberg et Tyrol) est marquée par le général Emile Béthouart, commandant en chef des forces d'occupation françaises en Autriche, puis Haut-commissaire de France en Autriche entre 1946 et 1950. Les débuts s'avèrent difficiles dû à une population méfiante et un pays ruiné par la guerre. Le général s'emploie alors au ravitaillement, aux personnes déplacées et à la dénazification. Il entreprend l'inscription aux frontières ; « Autriche, pays ami », et dépasse le simple rôle d'administrateur en se faisant autrichien. Le culte rendu à Andreas Hofer, résistant autrichien fusillé par les troupes napoléoniennes, est autorisé et il est même déclaré « grand résistant » par Béthouart. Le commandant en chef encourage une renaissance de la culture autrichienne fondée sur des relations étroites et amicales avec la France, par l'intermédiaire de nombreuses expositions d'œuvres d'art, par exemple. L'objectif de Béthouart est de rendre au plus vite l'indépendance à la fois culturelle et territoriale à l'Autriche et de la

---

<sup>3</sup> Klaus Eisterer, La présence française en Autriche (1945-1946), Occupation – dénazification – action culturelle (Etudes Autrichiennes 5) Rouen, 1998 (263 S.)

renforcer face au bloc soviétique à l'est.<sup>4</sup> En 2003, une passerelle à Innsbruck (Tyrol) portant le nom de Emile Béthouart a été inaugurée sous des hauts dignitaires autrichiens et français.

5

### 1955 – 2000 : De la libération de l'Autriche au scandale de la formation d'un gouvernement de droite avec la participation de l'extrême-droite en 2000

Les années 60 représentent une période d'essor économique et civil pour l'Autriche. Avec la reconstruction d'après guerre et le retour à une vie normale, une nouvelle image de l'Autriche émerge en France. Ce n'est plus celle de l'ennemi, mais d'un pays aux paysages alpins et vestiges culturels de l'empire austro-hongrois, particulièrement à travers les films Sissi, dont nous parlerons dans le chapitre 2. De plus en plus de Français découvrent l'Autriche, notamment le Tyrol, sa culture et ses paysages et rentrent avec des souvenirs très positifs.

Un premier grand scandale éclate en 1986, l'année même où l'exposition Vienne 1900 au centre Pompidou à Paris remporte un grand succès. En effet, Kurt Waldheim, deux fois secrétaire général de l'ONU, est élu président de la république autrichienne, malgré son passé dans les armées nazi qu'il avait jusqu'alors caché. A la fin des années 80, début 90, la France découvre l'auteur autrichien Thomas Bernhard, qui attaque dans ses oeuvres l'Autriche, son passé, son présent et ses habitants. Cette attitude très critique d'auteurs autrichiens envers leur patrie, un trait assez caractéristique de l'Autriche contrairement à la France, est particulièrement appréciée par les intellectuels français.

C'est en 2000, avec la formation d'un gouvernement autrichien de droite (OVP) avec la participation du parti d'extrême-droite (FPO) que l'Autriche suscite un vif intérêt dans les médias français, ce qui entache son image encore pour plusieurs années à venir. Selon plusieurs experts (voir transcription des entretiens en annexe), les sanctions contre l'Autriche représenteraient des mesures exagérées et seraient même qualifiées d'échec. Le gouvernement français a joué un rôle important dans ces sanctions, probablement motivé par une montée inquiétante de l'extrême-droite en France, et pour faire de la petite Autriche un exemple à l'attention de l'Allemagne, son partenaire. Il est d'ailleurs intéressant de constater que d'autres pays de l'UE aujourd'hui sous gouvernement d'extrême-droite ne subissent ni une couverture médiatique importante, ni de sanctions, comme dans le cas de la Pologne par exemple.

---

<sup>4</sup> Source : <http://promogalbethouart.free.fr/parrain/parrain.htm>

<sup>5</sup> Source : [http://de.wikipedia.org/wiki/Emile\\_B%C3%A9thouart](http://de.wikipedia.org/wiki/Emile_B%C3%A9thouart)

L'acharnement et la couverture médiatique ont été tels en France qu'on parlait de boycotter les viennoiseries et tout ce qui ferait référence à l'Autriche. Hors des sphères politiques, des échanges culturels et scolaires ont été annulés par des institutions françaises, des classes de lycéens autrichiens refusés d'accès à l'Hexagone, des autrichiens francophiles insultés en France, etc.. Bien que l'embrasement médiatique se soit beaucoup calmé depuis, les relations franco-autrichiennes en ont souffert, peut-être plus du côté autrichien, qui se tourne davantage vers d'autres pays (l'Italie, les pays de l'Est, l'Allemagne, les pays anglo-saxons et africains) avec lesquels elle approfondit ses relations.

#### L'Autriche en 2006 : présidence de l'UE au premier semestre 2006, situation politique actuelle en Autriche, activités culturelles contemporaines

L'Autriche assume la présidence de l'UE au premier semestre de 2006, sans grandes vagues. Schuessel est alors encore chancelier fédéral autrichien, le FPO toujours représenté au gouvernement (Haider n'a jamais été membre du gouvernement autrichien), mais de plus en plus mis à l'écart. Le fait que le président autrichien Fischer soit socialiste n'est pratiquement pas mentionné en France et en 2006 on parle d'elle principalement dans le domaine des jeux olympiques, où les skieurs autrichiens se font remarquer, mais aussi de divers sommets mondiaux ayant lieu à Vienne. La présidence à l'UE reste plutôt discrète en France, mais on retrouve des références au passé nazi de l'Autriche dans la presse. Les médias couvrent des sujets tels la restitution des tableaux du peintre Klimt et parlent de l'extrême-droite dans d'autres pays européens, comme la Pologne par exemple, en faisant certaines parallèles ou comparaisons avec l'Autriche. Dans le domaine de la culture, on retrouve un bon nombre d'articles et prises de positions sur les opinions de l'auteur autrichien Peter Handke, qui a assisté à l'enterrement du criminel de guerre, Slobodan Milosevic.

Dans une mesure très discrète se fait la couverture médiatique de l'inauguration de la passerelle Simone de Beauvoir de l'architecte autrichien Feichtinger à Paris ou le fait que la parité homme-femme soit respectée au gouvernement autrichien, son aide et l'accueil de réfugiés, ses nouvelles technologies en matière de protection de l'environnement, etc. Dans le domaine économique, les références à l'Autriche ne sont pas très fréquentes, mais pour parler d'un système social de haut niveau et de sa santé économique (taux de chômage très faible), par exemple.

## Voyages de presse organisés par l'ONAT

1. Connaissance des Arts – Journaliste Valérie Bougault, photographe Arnaud Carpentier (Salzbourg du 16 au 21 septembre 2005)
2. Paris Match – Journaliste Henry-Jean Servat, photographe Hubert Fanthomme (Vienne du 29 novembre au 4 décembre 2005)
3. Pèlerin – Journaliste Jean-François Fournel (Vienne du 5 au 7 décembre 2005)
4. Le Figaro – Photographe Francis Peyrat (Vienne du 6 au 8 décembre 2005)
5. Madame Figaro – Journaliste Stéphane Bern (Vienne du 1er au 5 janvier 2006)
6. 20 Minutes et Accor Magazine – Journaliste Catherine Levesque, photographe Eric Planchard (Vienne et Salzbourg du 2 au 8 janvier 2006)
7. Le Point et Gala – Journaliste Gilles Pudlowski, photographe Maurice Rougemont (Salzbourg du 10 au 13 janvier 2006)
8. Le Parisien – Journaliste Céline Baussay (Vienne du 11 au 13 janvier 2006)
9. Républicain-Lorrain – Journaliste Richard Bance (Sbg, Vienne du 16 au 20 janvier 2006)
10. Radio France International – Journaliste Danielle Birck (Vienne du 18 au 21 janvier 2006)
11. France 2, "Télématin" – Journalistes Béatrice Benoid-Gonin et Pierrick Bequet (Vienne, maison de Mozart, du 20 au 21 janvier 2006)
12. L'Echo Touristique – Journaliste Jérôme Bourgine (Salzbourg et Vienne du 29 janvier au 3 février 2006)
13. Point de Vue – Journaliste Pauline Sommelet (Salzbourg du 2 au 4 février 2006)
14. L'Essentiel des Relations Internationales – Dimitri Friedman (Vienne du 9 au 11 décembre 2005)
15. Internet ViaMichelin – Journaliste Georges Rouzeau (Salzbourg du 13 au 15 février 2006)
16. Radio France Inter – Journaliste Mathieu Vidard & équipe (Salzbourg du 22 au 26 mars 2006)
17. Radio Notre Dame – Journaliste Jean Rocchi (Vienne 3 au 5 avril 2006)

## Reportages sur Mozart (plusieurs pages)

a) Numéros spéciaux 2005/2006 (voir annexe) :

Classica

Télérama hors série

Pianiste

Nouvel Observateur

b) Media avec un public ciblé de mélomanes :

1. Mensuel Classica Répertoire avec double CD Mozart (tirage 40.000)
2. Mensuel Le Monde de la Musique (tirage 38.000)
3. Bimensuel Pianiste (tirage 20.000)
4. Mensuel Diapason (tirage 40.000)

c) Médias culturels et généraux (nationaux) :

1. L'Express (tirage 545.000), voyage de presse M. Axel Gylden (Sbg, Linz, Vienne)
2. Nouvel Observateur (tirage 543.000), voyage Raphaël de Gubernatis (Vienne, Salzbourg)
3. Télérama (tirage 654.000)
4. Le Figaro «hors série» (tirage 118.000), voyage de presse M. Francis Peyrat
5. Le Pèlerin (304.000), voyage de presse Jean-François Fournel à Vienne

Octobre – novembre 2005

1. Le Figaro (tirage 344.000)
2. Le Quotidien du Tourisme (8.315)

Décembre 2005

1. Mensuel Cadences (tirage 60.000)
2. Mensuel Prima (tirage 662.000)
3. A Nous Paris (tirage 325.000)
4. Le Figaro Magazine (tirage 344.000)
5. La Croix (tirage 102.000)

Janvier 2006

1. Télérama (tirage 654.000)
2. Les Echos Week-end (tirage 143.000)
3. Hebdomadaire Epok (tirage 205.000)

4. Quotidien Le Bien Public les Dépêches (tirage 53.000)
5. Télé 7 Jours (tirage 1.813.000)
6. Le Journal du Dimanche (tirage 274.000)
7. Le Figaro (tirage 344.000)
8. L'Alsace (tirage 105.000)
9. Nord Eclair (tirage 33.168)
10. Le Monde (tirage 372.000)
11. Républicain-Lorrain (tirage 156.000)
12. ViaMichelin (site Internet avec près d'un million de visiteurs par jour)

#### Février 2006

1. La Tribune (tirage 92.000)
2. Bimensuel (tirage 13.000)
3. Hebdomadaire Point de Vue (tirage 216.000)
4. Hebdomadaire Valeurs Actuelles (tirage 85.000)
5. Mensuel Accor (tirage 190.000)
6. Le Point (tirage 391.000)
7. Hebdomadaire L'Echo Touristique (tirage 15.000)

#### Mars 2006

1. Gala (tirage 327.000)
2. Nouvel Observateur (tirage 543.000)
3. Mensuel Connaissance des Arts (43.000)
4. Paris-Match (729.000)

#### Avril-mai 2006

1. Quotidien Le Quotidien du Médecin (tirage 43.000)
2. 15 jrs Le Quotidien du Pharmacien (tirage 20.000)
3. Bimensuel Petit Futé Mag (tirage 130.000)
4. Mensuel Univers des Voyages (tirage 9.000)

Le Monde 2 (week-end), tirage de 284.000

30 numéros de 2006 avec CD de Mozart

*D'autres articles entre la moitié et une page entière :*

Novembre – décembre 2005

La Lettre du Musicien, Tour Hebdo, Vasco, Dernières Nouvelles d'Alsace, Journal du Dimanche, L'Indépendant, La République du Centre, La Marseillaise.

Janvier 2006

Notre Temps, La République du Centre (2 articles), Le Parisien (2 articles), Le Monde, L'Alsace, L'Ardennais, L'Union, Micro Hebdo, Paris Match, Presse Océan, Vendée matin, 20 Minutes, Le Havre Libre, Le Havre Presse, Le Progrès de Fécamp, Paris Normandie, Midi Libre (2 articles), La Tribune, France Soir, Le Généraliste, Libération, La Marseillaise, Le Progrès, Le Quotidien du Tourisme.

Février 2006

L'Événementiel, Challenges, Figaro Scope, Paruvenu, Clés de l'actualité.



Search

Austrian Tourism Boa

Guide d'Autriche

[Livecam](#)  
[Postcards](#)

Info Météo

Klagenfurt  
heavy clouds, 17°C

[Plus de détails](#)

Nos Services

Office National Autrichien du Tourisme

N° appel: 0811 60 10 60

[Commande brochures](#)  
[Brochure à télécharger](#)  
Mail: [vacances@austria.info](mailto:vacances@austria.info)

Newsletter

Abonnez-vous à notre e-newsletter mensuelle et gratuite pour recevoir des offres de séjour, promotions et nouveautés culturelles.

[Abonnement e-Newsletter](#)

### Carnet de route ... pour le Salzkammergut



J'aime beaucoup le bus postal n°150. Pas seulement parce qu'il circule entre Salzbourg et Bad Ischl selon un horaire cadencé, avec 17 courses par jour ouvrable, mais parce qu'il permet, bien mieux qu'en voiture, de regarder le Salzkammergut au fond des yeux. De se sentir proche de la nature. [suite](#)

A la une

**Austrian Airlines**  
Bonnes vacances en Autriche sur Austrian Airlines : réservez en ligne sur toutes nos lignes ! [suite](#)

**Tyrol - l'eldo-rando par excellence**  
Grâce à ses innombrables sommets dont 600 dépassent les 3 000 mètres d'altitude, le Tyrol est le paradis rêvé des randonneurs et des alpinistes. Panoramas attrayants aux sommets, vallées et alpages idylliques, ... [suite](#)

**Pays de Salzbourg - retour aux sources**  
A celles et ceux qui voudraient enfin connaître le bonheur inoubliable d'un lever de soleil en montagne, on recommande chaudement le Pays de Salzbourg : c'est une bulle d'oxygène et de tranquillité. [suite](#)

**Le Vorarlberg vous invite ...**  
... à marcher dans ses alpages, à respirer à pleins poumons et à découvrir par vous-même ce qui fait l'admirable alchimie de ce petit coin d'Autriche, niché entre l'Arلبerg et le lac de Constance. [suite](#)

**Année Mozart 2006**  
Je suis l'Autrichien le plus célèbre de tous les temps et mon nom est à jamais associé aux mots musique et Autriche. Qui suis-je ? Wolfgang Amadeus Mozart (1756-1791), bien sûr ! [suite](#)

**ACCORHotels Autriche - Mozartrip06**  
Tout - sauf classique ! En 2006, l'année Mozart, vous attendent dans nos hôtels Sofitel, Mercure, Novotel et Suitehotel en Autriche à cette occasion des offres forfaitaires originales, que vous trouverez dans aucune autre destination. [suite](#)

**Vienne en Famille = Bonheur !**  
Fêtez le 250ème anniversaire de la naissance de Mozart : dans le Nouvel univers, riche en découvertes, de la Mozarthaus Vienna. Appréciez le spectacle des marionnettes au Théâtre du Château de Schönbrunn, etc. [suite](#)

**Mozart pour toute la famille**  
Le Pays de Salzbourg et ses hôtes fêtent l'anniversaire du compositeur ! [suite](#)

**Chambres d'hôtes de charme**  
Une sélection des meilleures offres dans le Tyrol, Pays de Vorarlberg, Salzbourg, Vienne, ... [suite](#)

**Camping & Caravaning**  
Nombreux et confortables, les campings sont ouverts d'avril à octobre. Une façon économique de découvrir notre pays dans un cadre très proche de la nature. [suite](#)

Mon panier

Rajouter les articles marqués avec dans le panier.

[Accéder à mon panier](#)

Hotels/Accommodations

Federal Provinces: \*

Arrival date: 3 8 2006

Departure date: 10 8 2006

Room: 1 Double Room

[Advanced Search](#) [search](#)

#### Advert

Les offres de l'année Mozart ...

... avec les TOs spécialistes. [suite](#)

Austrian Airlines

Réservez aux meilleurs prix votre billet d'avion vers Vienne & l'Autriche. [suite](#)

Offres séjours

Découvrez pour le printemps et surtout pour l'été les offres de nos hôtels et auberges de charme. [suite](#)

L'Autriche à pied...

...avec les TOs spécialistes! [suite](#)

La randonnée, une affaire qui marche

Vivre la nature sauvage, savourer le silence. Consultez nos offres "Best of" ici ! [suite](#)

L'histoire de Joe & Sally

"Pourquoi des pingouins en Autriche ?" Cette question nous est souvent posée. Découvrez le secret ;-) [suite](#)



**Search**

Austrian Tourism Boa

- Vacances Thematiques**
- Randonnée & Alpinisme
  - Activités loisirs
  - Année Mozart 2006
  - Art & culture
  - Coutumes
  - Gastronomie

**Nos Services**

Office National Autrichien du Tourisme

N° appel: 0811 60 10 60

[Commande brochures](#)

[Brochure à télécharger](#)

Mail: [vacances@austria.info](mailto:vacances@austria.info)

**Newsletter**

Abonnez-vous à notre e-newsletter mensuelle et gratuite pour recevoir des offres de séjour, promotions et nouveautés culturelles.

[Abonnement e-Newsletter](#)

Home / Vacances Thematiques / Année Mozart 2006

## Mozart 2006



Maison natale de Mozart

### 2006, année Mozart

Je suis l'Autrichien le plus célèbre de tous les temps et mon nom est à jamais associé aux mots musique et Autriche. Qui suis-je ? Wolfgang Amadeus Mozart (1756-1791), bien sûr ! Nous fêterons en 2006 le 250e anniversaire de la naissance de ce compositeur de génie, connu dans le monde entier. La Maison de l'Autriche propose à tous ses fans (et à ceux qui voudraient le devenir) une quantité d'informations mises à jour sur les concerts, les expositions et les manifestations, mais aussi sur la vie et l'œuvre du divin Mozart.

### Sommaire



#### Tout sur Mozart 2006

Une fête d'anniversaire pour un génie! Les meilleurs moments de Mozart 2006 en Autriche... [suite](#)



#### Mozart - Sa vie et son œuvre

Un génie reconnu dès sa plus tendre enfance : Wolfgang Amadeus Mozart, né le 27 janvier 1756 à Salzbourg. C'est à l'âge de six ans qu'il s'essaye à ses premières compositions musicales. [suite](#)



#### Music, théâtre & esprit du temps - les événements

Consultez notre site pour ne rien manquer des grands moments de l'année Mozart en 2006. Nous vous tiendrons informés des événements et vous dirons où aller et que faire. [suite](#)



#### Les parcours européens de Mozart

Les voyages ont toujours été pour Mozart une précieuse source d'inspiration et d'épanouissement musical. Le projet de l'association Européenne Mozart-Wege propose de découvrir l'Europe pour le plaisir des sens sur les traces du divin Mozart. [suite](#)



#### Shopping & Plaisir

Mozart n'est pas seulement synonyme de musique, si divine soit-elle. Si vous cherchez des souvenirs ou des grands moments de gastronomie autour de Mozart, vous êtes ici à la bonne adresse! [suite](#)



#### Mozartkugeln

Recette des chocolats de Mozart faits maison [suite](#)

« retour | Imprimer | envoyer à un ami | haut de page »

**Your Country Portal:**

France

**Mon panier**

Rajouter les articles marqués avec dans le panier.

[Accéder à mon panier](#)

**Hotels/ Accommodations**

Federal Provinces: \*

Arrival date: 3 8 2006

Departure date: 10 8 2006

Room: 1 Double Room

[Advanced Search](#)

- Info Info Info Info**
- [OT du Pays de Salzbourg](#)
  - [OT de Salzbourg](#)
  - [OT de Vienne](#)

**Advert**

Salle Pleyel à Paris

**Salle Pleyel**

Demandez la brochure de la saison 2006-2007 !

Les offres de l'année Mozart ...

... avec les TOs spécialistes. [suite](#)

**Austrian Airlines**

**Austrian**

Réservez aux meilleurs prix votre billet d'avion vers Vienne & l'Autriche. [suite](#)

**Offres séjours**

Découvrez pour le printemps et surtout pour l'été les offres de nos hôtels et auberges de charme. [suite](#)

**L'histoire de Joe & Sally**

"Pourquoi des pingouins en Autriche ?" Cette question nous est souvent posée. Découvrez le secret ;-) [suite](#)

Fichier Edition Affichage Favoris Outils ? Adresse http://www.mozart2006.net/fra/index.php

Language FRA

chercher

Mentions légales  
Contact  
Presse  
B2B / Manuel de vente  
Partenaires & Sponsors



# MOZART 2006 250<sup>e</sup> ANNIVERSAIRE

## L'AUTRICHE FÊTE LE GÉNIE!

**Joyeux anniversaire**

W. A. Mozart

**Sa vie - son oeuvre**

**Sur les traces de Mozart**

**Manifestations & billets**

**Hotels & Hébergement**

**Salzburg Mozart06**

**Vienna Mozart06**

Services  
B2B

ALLES WAS  
www.MOZARTLAND.COM  
MOZART-FANS SUCHEN!

**W. A. Mozart**

- Fête d'anniversaire
  - Pour un génie
  - Video Mozart online
- Événements à Salzburg
  - Viva! MOZART
  - Festival de Salzburg : Mozart 22
  - Une maison pour Mozart
- Événements à Vienne
  - Mozarthaus Vienna
  - Exposition Mozart au musée Albertina
  - Mozart au Theater an der Wien
  - Festival de Peter Sellars "New Crowned Hope"



**Sur la photo à gauche :**  
Scène du nouveau film publicitaire sur Mozart

**A voir online:**  
▶ **Video Mozart**

Wolfgang Amadeus Mozart est l'Autrichien le plus illustre de tous les temps. En 2006, on fête son 250e anniversaire et l'Autriche célèbre son "génie de la musique" au travers d'une très vaste palette de manifestations.

Nouveaux musées, opéras sensationnels et séries de concerts hors du commun, festival, galas, messes, expositions temporaires et débats - pendant toute l'année 2006, ce musicien d'exception sera au coeur de l'événement - à Salzburg, à Vienne et dans tous les endroits qu'il a marqués de son empreinte.

Bienvenue à la fête d'anniversaire de ce génie  
**Bienvenue à "Mozart 2006"**

▶ Tell a friend ▶ Drucken ◀ Back to top Imprints Terms & Conditions Contact

© mozart2006.net, A- Salzburg - Wien - Österreich, Tel. Fax, Email -> Kontakt,







Fichier Edition Affichage Favoris Outils ? Adresse http://www.austria.info/.../austriaMozart2006.html

www.austria.info Site Map | Meeting & Incentive | Professionals

Home Tout sur l'Autriche Guide d'Autriche Vacances Thematiques Bien Voyager Nos Services



Search

Vacances Thematiques

- Randonnée & Alpinisme
- Activités loisirs
- Année Mozart 2006
- Art & culture
- Coutumes
- Gastronomie

Nos Services

Office National Autrichien du Tourisme

Commande brochures  
Brochure à télécharger  
Mail: [vacances@austria.info](mailto:vacances@austria.info)

Newsletter

Abonnez-vous à notre newsletter mensuelle et gratuite pour recevoir des offres de séjour, promotions et nouveautés culturelles.

Abonnement à newsletter

Sommaire

**Fnac Voyages et sa sélection "Mozart 2006"**  
Fnac Voyages vous propose des week-ends pour découvrir l'univers de Mozart en toute indépendance. [suite](#)

**L'Année Mozart avec AUSTRO PAULI**  
En 2006, toute l'Autriche fête le 250e anniversaire de la naissance de Mozart, sans doute le plus célèbre et le plus glorieux de ses fils. Ce sont les villes de Salzburg et de Vienne qui lui rendront le plus vibrant hommage. [suite](#)

**Avec TRAVEL EUROPE - spécialiste du SUI-MESURE,**  
composez à votre guise votre escapade sous le signe de Mozart 2006. Séjour avec ou sans transport, réservation de concerts, opéras, dîners-concerts, entrées aux sites, musées et expositions mozartiennes, guides privés. [suite](#)

**Découvrez l'Autriche de Mozart ...**  
Karl Voyages - Opéra du monde, spécialiste des voyages culturels et musicaux depuis plus de quinze ans, a mis en place à cette occasion plusieurs voyages : en petits groupes accompagnés, ou en individuel, à Vienne et à Salzburg. [suite](#)

**Transeurope & ses offres "Année Mozart 2006"**  
Transeurope est un tour-opérateur indépendant, spécialisé depuis bientôt 50 ans dans les séjours citadins. Un choix intéressant est proposé à Vienne & Salzburg. [suite](#)

Your Country Portal:  
France

Mon panier

Rajouter les articles marqués avec  dans le panier.

Accéder à mon panier

Hotels/Accommodations

Federal Provinces: \*

Arrival date:  
3 8 2006

Departure date:  
10 8 2006

Room:  
1 Double Room

Advanced Search

retour imprimer envoyer à un ami haut de page



Pinguin-Design © anaplust

**Search**

- Vacances Thematiques**
- Randonnée & Alpinisme
  - Activités loisirs
  - Année Mozart 2006
  - Art & culture
  - Coutumes
  - Gastronomie

**Nos Services**

**Office National Autrichien du Tourisme**

N° appel: 0811 60 10 60

[Commande brochures](#)

[Brochure à télécharger](#)

Mail: [vacances@austria.info](mailto:vacances@austria.info)

**Newsletter**

Abonnez-vous à notre e-newsletter mensuelle et gratuite pour recevoir des offres de séjour, promotions et nouveautés culturelles.

[Abonnement e-Newsletter](#)

Home / Vacances Thematiques / Les meilleurs offres des agences de l'Année Mozart

## Fnac Voyages et sa sélection "Mozart 2006"

Fnac Voyages vous propose des week-ends pour découvrir l'univers de Mozart en toute indépendance.



Vienne et Salzbourg célèbrent le divin enfant !

**Par exemple :**

**Week-end à Vienne**  
3 jours/2 nuits  
Vol régulier A/R Paris-Vienne, hébergement en hôtel 3\* avec petit déjeuner. Prix : à partir de 413 Euro  
Offre adhérent : une entrée pour l'exposition Mozart à l'Albertina offerte pour une achetée.  
En supplément : billet d'opéra au Theater an der Wien à partir de 130 Euro; exposition à l'Albertina, 12 Euro; visite de la Maison Mozart, 9 Euro; visite de Vienne avec guide privé (2h30), 194 Euro.

**Week-end à Salzbourg**  
3 jours/2 nuits  
Vol régulier A/R Paris-Salzbourg, hébergement en hôtel 3\* avec petit déjeuners. Prix : à partir de 407 Euro.  
Offre adhérent : une entrée pour l'exposition Viva!Mozart offerte pour une achetée.  
En supplément : billet de concert au château de Salzbourg à partir de 35 Euro; exposition Viva:Mozart, 10 Euro; maison natale de Mozart : 7 Euro; visite de Salzbourg avec guide privé (1h30), 97 Euro.

**Circuit de Salzbourg à Vienne**  
5 jours/4 nuits  
Vol régulier Paris-Munich/Vienne-Paris, déplacement en car, hébergement en hôtel 4\* en pension complète. Visite guidées, concert à Salzbourg et opéra à Vienne.  
Prix : à partir de 1251 Euro.

D'autres offres disponibles à consulter sur le site de Fnac Voyages !

**Réservations au 08 25 09 06 06 (0,15 Euro/min), dans les agences Fnac Voyages et sur [www.fnacvoyages.com](http://www.fnacvoyages.com)**

[retour](#) | [imprimer](#) | [envoyer à un ami](#) | [Rajouter dans le panier](#) | [haut de page](#)

**Your Country Portal:**

France

**Mon panier**

Rajouter les articles marqués avec dans le panier.

[Accéder à mon panier](#)

**Hotels/ Accommodations**

Federal Provinces: \*

Arrival date: 3 8 2006

Departure date: 10 8 2006

Room: 1 Double Room

[Advanced Search](#)

## Données touristiques

II. Internationale Tourismus- und Wirtschaftsdaten												
TOP Regionen der Welt - Internationale Ankünfte												
Rang	2004*)	Weltmarkt- anteil in %	2003	Weltmarkt- anteil in %	2002	Weltmarkt- anteil in %	2001	Weltmarkt- anteil in %	2000	Weltmarkt- anteil in %	1995	Weltmarkt- anteil in %
1	Frankreich	9,84%	Frankreich	10,89%	Frankreich	10,96%	Frankreich	10,99%	Frankreich	11,23%	Frankreich	10,91%
2	Spanien	7,02%	Spanien	7,52%	Spanien	7,36%	Spanien	7,32%	USA	7,41%	USA	7,87%
3	USA	6,04%	USA	5,98%	USA	5,96%	USA	6,56%	Spanien	6,97%	Spanien	6,35%
4	China	5,47%	Italien	5,75%	Italien	5,66%	Italien	5,78%	Italien	5,99%	Italien	5,64%
5	Italien	4,86%	China	4,78%	China	5,24%	China	4,85%	China	4,54%	Großbrit.	4,28%
	Summe	33,23%	Summe	34,91%	Summe	35,19%	Summe	35,51%	Summe	36,15%	Summe	35,04%
6	Großbritannien	3,63%	Großbritannien	3,59%	Großbritannien	3,44%	Großbritannien	3,34%	Großbrit.	3,67%	Ungarn	3,76%
7	Hongkong	2,86%	Österreich	2,77%	Kanada	2,85%	Mexiko	2,90%	Mexiko	3,00%	Mexiko	3,68%
8	Mexiko	2,70%	Mexiko	2,71%	Mexiko	2,80%	Kanada	2,88%	Kanada	2,86%	China	3,64%
9	Deutschland	2,64%	Deutschland	2,67%	Österreich	2,65%	Österreich	2,66%	Deutschl.	2,76%	Polen	3,49%
10	Österreich	2,54%	Kanada	2,53%	Deutschland	2,56%	Deutschland	2,61%	Österreich	2,62%	Österreich	3,12%
	Summe	14,36%	Summe	14,26%	Summe	14,30%	Summe	14,38%	Summe	14,91%	Summe	17,69%
11	Kanada	2,51%	Ungarn	2,28%	Hongkong	2,28%	Ungarn	2,24%	Polen	2,53%	Kanada	3,08%
12	Türkei	2,20%	Hongkong	2,25%	Ungarn	2,26%	Polen	2,19%	Ungarn	2,27%	Deutsch.	2,70%
13	Malaysien	2,06%	Griechenla	2,03%	Griechenla	2,02%	Griechenla	2,05%	Griechenl.	1,91%	Schweiz	2,09%
14	Polen	1,87%	Polen	1,99%	Polen	1,99%	Hongkong	2,01%	Hong Kong	1,90%	Hong Kong	1,85%
15	Ungarn	1,60%	Türkei	1,94%	Malaysien	1,89%	Malaysien	1,87%	Portugal	1,76%	Griechenl.	1,84%
	Summe	10,24%	Summe	10,48%	Summe	10,52%	Summe	10,36%	Summe	10,36%	Summe	11,56%
	Andere	42,17%	Andere	40,35%	Andere	39,99%	Andere	39,75%	Andere	38,58%	Andere	35,71%
Insg.		763.361.000		689.331.000		702.636.000		684.108.000		687.281.000		550.354.000
*)provisorische Daten											Quelle: WTO; eigene Berechnung	

Le tourisme en Autriche représente une industrie importante. Avec Chypre et la Croatie, elle a atteint le maximum de revenu par habitant, mais est également celle des trois à avoir investi le plus dans le tourisme (salaires, installations, etc.). Voir tableau :

### Recettes et dépenses 2004 par habitant (en Euro)<sup>6</sup>

	Recettes	Dépenses	Différence
Chypre	2825	999	1826
<b>Autriche</b>	<b>1825</b>	<b>1366</b>	<b>459</b>
Croatie	1303	158	1145
Grèce	935	210	725
Espagne	886	212	674
Danemark**)	809	1039	-230
Belgique	782	1191	-409
Portugal	689	259	430
Slovénie	696	392	304
France	546	383	163
Italie	530	337	193
Pays Bas**)	516	853	-337
Finlande	442	555	-113
Allemagne	347	766	-419
République tchèque	329	179	150
Turquie**)	181	29	152
Slovaquie	139	135	4
Pologne	137	88	49

\*) incl. transport de personnes ; \*\*) sans transport de personnes

<sup>6</sup> Source : Wirtschaftskammer Oesterreich (chambre de commerce d'Autriche), département tourisme et économie de loisirs

Les 20 destinations (étranger et DOM TOM) privilégiées par les Français :

1 Espagne métropolitaine
2 Italie
3 Grande Bretagne
4 Allemagne
5 Belgique
6 Maroc
7 Tunisie
8 Suisse
9 Etats-Unis
10 Egypte
11 Portugal métropolitain
12 Grèce (y compris l'île de Crète)
13 Autriche
14 Pays-Bas
15 Canada
16 Turquie
17 Réunion
18 République Tchèque
19 Guadeloupe
20 Croatie

**CONFERENCE DE SALZBOURG  
"THE SOUND OF EUROPE"  
INTERVENTION DU PREMIER MINISTRE,  
M. DOMINIQUE DE VILLEPIN**

(Salzbourg, 27 janvier 2006)

Monsieur le Président de la République d'Autriche,  
Monsieur le Chancelier fédéral, cher Wolfgang,  
Madame la Présidente,  
Messieurs les Premiers ministres,  
Madame la Vice-Présidente de la Commission européenne,  
Monsieur le Président du Parlement européen  
Mesdames, Messieurs les Ministres,  
Mesdames, Messieurs,

C'est un grand honneur pour moi d'être aujourd'hui parmi vous pour ce débat qui marque le début de la présidence autrichienne de l'Union. C'est avec émotion que je prends la parole dans cette ville de Salzbourg, qui pour chaque Européen est synonyme de Mozart. Partout en Europe, à Prague, à Vienne, il existe des maisons de Mozart. Mais à Salzbourg seulement, il y a Mozart : ici Mozart vit, Mozart respire. Son enfance, son génie, sa vitalité, retrouvent leur naturel et leur simplicité.

Alors ne boudons pas notre plaisir de nous retrouver dans cette ville, ne boudons pas notre plaisir de parler d'Europe. Car en dépit des difficultés et des doutes, nous avons des raisons d'espérer :

Que l'Europe continue de fêter et d'aimer ses grands artistes, qu'elle les écoute, qu'elle s'en inspire, c'est le signe d'une créativité intacte.

Que l'Autriche prenne la tête de l'Union, c'est une chance : l'Autriche s'inscrit dans une grande histoire, c'est un pays si proche, si familier pour la France. Vous êtes les héritiers de ces nombreuses nations qui se sont unies pour accroître leurs forces, qui ont su mêler les langues, les cultures et les traditions dans un esprit de tolérance, qui ont remis en cause jusqu'aux certitudes les mieux établies dans nos consciences, qui ont connu les empires et

leur démantèlement, la puissance et l'équilibre, et qui savent regarder avec lucidité leur passé.

Alors Monsieur le Chancelier, je veux vous dire toute ma confiance et tout mon espoir : je sais qu'au cours des six prochains mois l'Europe sera en de bonnes mains pour retrouver confiance en elle-même.

1. Oui, l'Europe traverse un temps de crise.

Le rejet du projet de traité constitutionnel par deux pays fondateurs de l'Union a constitué une épreuve pour le projet européen. Mais je veux le dire clairement : la France n'a pas dit non à l'Europe. Elle a exprimé des peurs, des inquiétudes, une aspiration.

L'Europe a longtemps été une utopie. Elle était un de ces rêves dans lesquels on croit d'autant plus qu'on oublie leur fragilité et leur sens. Elle est aujourd'hui un lieu d'interrogation. Soyons lucides, nous sommes confrontés à une crise profonde :

Une crise de la décision européenne d'abord :

Nombre de nos concitoyens se demandent si l'Europe est en mesure de répondre à leurs attentes. La complexité des institutions, la lourdeur des règlements et la lenteur à dégager des consensus sont perçues aujourd'hui comme une entrave à l'efficacité de l'action politique européenne. Voilà plusieurs semaines, par exemple, que nous discutons sur la prorogation de la TVA à 5,5% pour le bâtiment. Bien des peuples ont du mal à comprendre pourquoi nous n'avançons pas plus rapidement sur une question qui concerne des centaines de milliers d'emplois dans neuf pays de l'Union européenne.

Le monde change rapidement, la compétition économique internationale est chaque jour de plus en plus rude : à l'heure où de nouvelles puissances comme l'Inde ou la Chine apportent chaque jour de nouvelles preuves de leur vitalité, l'Europe ne peut rester immobile. Elle doit tirer profit de la mondialisation, conquérir de nouvelles parts de marché, innover, créer des produits de haute technologie afin de dynamiser sa propre croissance et de créer des emplois.

Cette crise de la décision européenne ne se réduit pas à un problème de fonctionnement : c'est aussi un appel pour plus de démocratie en Europe. Qui prend les décisions aujourd'hui ? Au nom de qui ? Comment sont faits les choix qui déterminent durablement l'avenir de nos

sociétés ? Comment évalue-t-on les résultats ? Qui endosse la responsabilité lorsque telle ou telle mesure s'avère inefficace ? Quand décide-t-on de revenir sur tel ou tel choix ? La lisibilité démocratique est un impératif national dont dépend l'efficacité de chacune de nos décisions. C'est aussi un impératif européen. Car la légitimité politique aujourd'hui est moins le produit du débat et de la déclaration que de la décision et du résultat.

Mais l'Europe traverse aussi une crise d'identité. Beaucoup de citoyens s'interrogent sur le sens du projet européen.

D'abord, ils n'en voient pas clairement les contours géographiques : or, aucun corps politique ne peut se construire dans un mouvement d'expansion rapide et continue, aux limites incertaines. Aucun projet politique ne peut vivre sans frontière : la frontière ne définit pas uniquement un espace et une souveraineté. Elle marque aussi l'attachement à des valeurs, la défense d'une culture, la référence à une mémoire. L'Europe vient de vivre un élargissement sans précédent : en intégrant dix nouveaux pays, elle a franchi une étape majeure dans son développement. Ma conviction, c'est que nous n'avons peut-être pas suffisamment compris les conséquences de ces choix politiques majeurs. Nous nous sommes engagés dans la voie de l'élargissement, sans prendre toute la mesure de la nécessité de l'approfondissement, de fortifier nos règles et d'accroître nos exigences.

La légitimité de l'entrée des nouveaux pays membres n'est évidemment pas en cause. Leur passé récent, la division qui a été infligée par la guerre froide à l'Europe, font de leur adhésion un impératif de l'histoire. Ces pays ont toute leur place parmi nous. Ils ne sont pas un prolongement de l'identité européenne, ils sont l'identité européenne. Les retrouvailles avec le "continent kidnappé", dont a si souvent parlé Milan Kundera, sont l'expression même des valeurs de liberté et de démocratie que l'Europe a toujours défendues contre le totalitarisme. A cet égard, permettez-moi de saluer le rôle d'interlocuteur privilégié qu'a joué l'Autriche avec les nouveaux pays membres : aux heures de la guerre froide vous aviez su, avec Bruno Kreisky ou encore Aloïs Mock, maintenir un dialogue et des liens étroits avec les pays soumis au bloc soviétique ; quelques années plus tard c'est sous présidence autrichienne qu'ont débuté les négociations d'adhésion avec les dix nouveaux membres.

Aujourd'hui, nous devons reconnaître que cet élargissement n'a pas été suffisamment préparé sur le plan politique et économique : alors même que nos entreprises et les salariés de nos pays faisaient face à de graves difficultés, l'arrivée des nouveaux membres a souvent été perçue comme une charge financière trop lourde. Ce décalage entre l'ambition

européenne et les capacités réelles de l'Union a créé parmi nos peuples un malaise et un véritable désarroi.

La crise d'identité que nous connaissons tient donc notamment à la rapidité de l'élargissement. Mais elle se nourrit aussi des ambiguïtés de notre modèle politique :

Que voulons-nous devenir ? Un ensemble fédéral sur le modèle des Etats-Unis ? Une fédération d'Etats-nations ? Ou bien voulons-nous être un simple espace économique qui se définit par l'absence de frontières et de barrières douanières ? Ces questions, nous les avons tous à l'esprit. Mais nous ne les avons jamais tranchées ensemble. Il est temps de reprendre le débat et de fixer un cap.

L'Europe s'est construite à rebours : ce qui la définit c'est le mouvement plutôt que la limite, la progression plutôt que la finalité. L'origine politique de l'Europe, c'est la poignée de main entre le chancelier Adenauer et le général de Gaulle, c'est la déclaration de Robert Schumann dans le salon de l'Horloge du quai d'Orsay : qu'annonçait-il ? La communauté du charbon et de l'acier entre la France et l'Allemagne. Prenez le Traité de Rome qui fonde, en 1957, l'Europe des six : le préambule même du traité reconnaît le caractère embryonnaire de cette union, puisqu'il déclare que les signataires sont "déterminés à établir les fondements d'une union sans cesse plus étroite entre les peuples européens." Avec le projet de Constitution porté par Valéry Giscard d'Estaing, nous avons voulu consolider notre socle fondateur. Nous devons reconnaître aujourd'hui que cet acte majeur n'a pas été compris par tous les peuples.

Enfin, et c'est peut-être la clé de cette crise d'identité, l'Europe semble avoir du mal à défendre ses valeurs.

Dans un monde qui tend à s'uniformiser toujours davantage, les citoyens européens ont l'impression que l'Europe cède peu à peu du terrain et qu'elle risque de perdre sa spécificité dans le mouvement de globalisation.

Or, au-delà des différences qui tiennent à l'histoire de chaque nation, les Européens partagent une même volonté de solidarité, de cohésion sociale, d'équilibre entre justice et dynamisme économique. En Autriche, en France, au Royaume-Uni ou au Danemark, nous avons la conviction que l'Etat a une responsabilité particulière : celle de protéger les salariés, d'assurer un certain nombre de missions comme la santé ou l'éducation, de veiller à l'égalité des chances, de venir en aide aux plus démunis.

Aujourd'hui les Européens ont le sentiment que nous ne défendons pas suffisamment ces exigences et que l'Europe pourrait ne devenir qu'une simple courroie de transmission de la mondialisation. Soyons clairs : si l'Europe se réduit à un projet économique, si elle n'a d'autre ambition que de marché, si les Etats ne voient dans l'adhésion que le moyen d'accéder à certains avantages économiques, alors notre Europe n'a pas d'avenir. Nos valeurs font notre identité et notre force. Ce sont elles qui donneront à notre voix sa singularité et sa puissance. Et c'est pourquoi je veux saluer l'initiative du chancelier Schüssel, qui a choisi de placer la présidence autrichienne de l'Union sous l'égide de nos valeurs communes.

2. Face à ce constat, je voudrais vous dire ma conviction : l'Europe a toujours fait de la crise le point de départ d'un nouvel élan.

Car oui, il y a bien une aventure européenne.

Cette aventure, c'est celle d'un homme singulier, avec ses aspirations et ses doutes, ses réussites et ses épreuves : l'homme européen. Au-delà de la diversité de nos peuples, un certain nombre de traits définissent cet homme universel que chacun de nous porte en lui.

L'homme européen, c'est d'abord l'homme de l'ouverture.

C'est la marque distinctive de notre géographie et de notre histoire : aucun autre continent n'aura su, autant que l'Europe, accueillir les cultures, adopter de nouvelles techniques, s'approprier des découvertes venues d'ailleurs tout en les intégrant à notre propre tradition.

L'ouverture, c'est aussi la capacité à sortir de soi, pour aller à la rencontre de l'autre : l'homme européen n'a jamais renoncé à sa soif de découverte ni à sa quête de l'ailleurs. Des croisades aux Conquistadors jusqu'aux Empires, cette recherche a longtemps porté la marque de la conquête et de la volonté de domination. Elle a pris aujourd'hui le visage du respect et de l'échange.

Car être européen, c'est reconnaître que l'on vient d'ailleurs, que notre héritage est multiple, et que nous avons besoin des autres pour nous comprendre nous-mêmes. Nous sommes grandis de l'ailleurs. Nous sommes forts de nos découvertes et de nos attentes.

L'homme européen, c'est aussi celui qui a pris la mesure des limites de la puissance et de l'esprit de conquête.

Nous sommes un peuple profondément historique, marqué par les blessures que nous ont infligé nos rivalités et nos affrontements. Le territoire européen porte la marque des frontières pour lesquelles nous nous sommes battus, des tranchées que nous avons creusées, des murs que nous avons érigés. Combien de fois l'Europe aura-t-elle murmuré "plus jamais ça" ? Combien de fois a-t-elle proclamé la paix pour finalement céder à l'engrenage des guerres et de la barbarie ?

"Peut-on encore écrire un poème après Auschwitz ?", se demandait Adorno. Il aurait aussi bien pu se demander si l'esprit européen avait encore un sens après Auschwitz, Sobibor, Treblinka. Nous, Européens, nous avons traversé les épreuves les plus inacceptables, nous avons vécu des années qui ne méritent aucun nom, nous avons donné corps à l'irréparable, à ce que notre imagination aujourd'hui se refuse même à penser.

Et pourtant, ayant douté de sa propre humanité, l'homme européen a su se libérer de la fatalité de l'histoire. Il a fait le choix de la réconciliation. Il a construit son avenir sur la double appartenance à la nation et à cet idéal politique à définir qu'est l'Europe. "Chacun de nous possède une deuxième patrie où tout ce qu'il fait est innocent", disait Musil. L'Europe représente pour chacun d'entre nous cette deuxième patrie.

De cet esprit européen, l'Autriche est peut-être le meilleur exemple.

Ce que votre pays a connu au tournant du siècle dernier préfigure les grandes questions auxquelles l'Europe est aujourd'hui confrontée :

La question de la nation et de la patrie d'abord, dans un pays qui porte le souvenir de l'Empire austro-hongrois : dans cet empire polyglotte qui annonce la Mitteleuropa s'est posé pour la première fois le problème de l'identité. Quel est le centre de l'empire ? Est-ce, comme le dit Hermann Broch, la loge vide de l'empereur dans chaque théâtre de chaque ville de l'empire ? Est-ce la Cacanie de l'homme sans qualités, impossible synthèse entre la quête d'unité et la perte du sens ? Autant d'interrogations qui habitent aujourd'hui notre avenir commun.

La fin de l'empire austro-hongrois rappelle également nos interrogations sur la puissance, sur sa légitimité, sur ses capacités réelles à changer le monde. Ce questionnement a continué d'habiter vos grands écrivains, de Thomas Bernhard jusqu'à Elfriede Jelinek.

L'Autriche pose aussi les jalons de la culture européenne :

En quittant en 1897 l'association des artistes viennois, Klimt trace la voie de l'art moderne européen : une voie de Sécession, de transgression et de remise en question constante de nos certitudes.

Qu'il s'agisse de l'architecture, de la peinture ou de la musique, c'est à Vienne que nous devons le concept d'avant-garde, qui n'appartiendra qu'à l'Europe tout au long du XXème siècle et que résume Elias Canetti : "C'est un trait inhérent à la voracité mais aussi à la véhémence du jeune âge qu'un phénomène, une aventure, un modèle en chasse un autre".

L'Autriche nous rappelle ainsi que l'homme européen se définit par sa capacité à renoncer à ses certitudes, à expérimenter, à défricher de nouvelles voies. Est-ce un hasard si dans cette Vienne du début du siècle un homme, Freud ose aller plus loin que tous les autres dans l'exploration de l'inconscient et des rêves ?

L'Autriche nous offre enfin une certaine image de la sociabilité européenne.

Depuis Erasme, l'homme européen se construit à travers ses lectures, ses voyages et ses rencontres. Et puisque nous célébrons ces jours-ci le souvenir de Mozart, comment oublier ses pérégrinations à travers l'Europe ? Enfant il joua du clavecin pour Mme de Pompadour, puis composa pour les plus grands princes allemands, et vit Don Giovanni monté pour la première fois à Prague.

L'homme européen se sent partout chez lui en Europe. Ou, pour reprendre une remarque de Georges Steiner, il se sent chez lui partout où il y a des cafés, comme à Vienne le café Schwartzberg, le café Central ou le café Hawelka. Pourquoi des cafés ? Parce qu'ils sont un lieu cosmopolite, où l'on peut lire les journaux du monde entier ; parce que c'est un lieu de rencontre et d'échange au-delà des frontières entre les classes sociales ou les générations. Parce que les cafés sont des lieux de culture où, de Stefan Zweig à Karl Kraus, on prend le temps de la réflexion et de la méditation.

La force de l'Europe, c'est sa capacité à surmonter les crises.

Car la pensée européenne s'est toujours forgée dans le doute et la remise en question. Le propre de l'Europe, c'est de ne jamais se satisfaire de ce qui est, de toujours remettre en cause une vérité première pour en trouver une autre plus solide.

Jorge Semprun m'a souvent parlé de l'importance qu'avait eue pour lui la découverte d'une conférence de Husserl intitulée "La Philosophie ou la crise de l'humanité européenne". Cette conférence, Husserl la prononce à Vienne, en 1935, alors qu'il a déjà été rayé des listes de l'Université allemande et que l'Europe subit les assauts des totalitarismes. Il affirme que "la crise de l'existence européenne ne peut avoir que deux issues : ou bien le déclin de l'Europe devenue étrangère à son propre sens rationnel de la vie, la chute dans la haine spirituelle et la barbarie, ou bien la renaissance de l'Europe à partir de l'esprit de la philosophie, grâce à l'héroïsme de la raison". La sagesse de l'Europe, c'est d'avoir fait de chaque crise une invitation au sursaut.

L'histoire de notre continent est semée de difficultés, d'épreuves et de rivalités qui sont autant d'obstacles sur le chemin de la paix européenne.

C'est vrai des relations qu'ont entretenues nos deux pays, tous les deux prétendants à l'hégémonie européenne. Nous avons toujours su sortir du cycle de l'affrontement et de la guerre : qu'il s'agisse du renversement d'alliances orchestré par le duc de Choiseul et le comte de Kaunitz, ou encore de l'équilibre continental organisé à Vienne en 1815, et où dominant les deux figures de Metternich et de Talleyrand.

C'est vrai aussi depuis la naissance du projet européen : nous avons surmonté l'échec de la communauté européenne de défense avec le Traité de Rome, nous avons fait de l'entrée du Royaume-Uni un atout pour la défense européenne, nous avons su élargir notre projet aux pays du Sud en leur donnant de vraies opportunités économiques.

L'originalité du projet européen fait aussi sa difficulté : nous n'avançons pas suivant un modèle déjà connu. Nous inventons à mesure que nous progressons. Nous avons pris le risque d'inventer un ensemble politique nouveau, comme aucun autre pays n'en n'a jamais connu. Nous avons accepté d'être toujours à mi-chemin entre le connu et l'inconnu, entre le désir et la découverte. Notre force, c'est d'avoir toujours su avancer sur deux pieds : le pragmatisme et l'esprit de responsabilité. Aujourd'hui, ce sont ces deux vertus qui doivent nous guider pour surmonter la crise :

Le pragmatisme d'abord : nous faisons face à un mouvement qui concerne l'ensemble de la planète, l'affirmation des nations. C'est à elles que les citoyens s'adressent pour être mieux protégés, mieux entendus, mieux défendus. C'est dans le cadre des nations que s'exprime l'identité des peuples et leurs aspirations. L'Europe doit donc prendre acte de ce mouvement

et préserver la place des nations, tout en évitant les pièges du nationalisme et du repli sur soi. Tout le défi est là : faire de la nation un lieu d'identité et d'ouverture, une référence mais aussi le point de départ de la compréhension des autres et du monde. L'Europe ne progressera pas sur l'effritement des nations, mais sur la valorisation de leurs atouts et la mise en commun de leurs forces.

L'esprit de responsabilité ensuite : le message que porte l'Europe est unique. Il est attendu à travers le monde. Sur la protection de l'environnement, l'Europe n'a cessé de s'engager pour faire avancer les grands combats de la communauté internationale. Le protocole de Kyoto en est le meilleur exemple. Dans la lutte pour la justice internationale et la défense des libertés fondamentales, l'Europe est un acteur essentiel. Dans le domaine culturel, nous avons réussi à faire adopter par l'Unesco la charte sur la diversité culturelle. Nous avons une responsabilité à l'égard des autres régions du monde.

3. Aujourd'hui à nouveau, l'Europe doit trouver en elle-même les moyens de surmonter la crise et de poursuivre son destin.

Ma conviction c'est qu'il est temps d'écrire un nouveau chapitre de l'histoire européenne : celui des peuples.

L'Europe vient de connaître deux chocs majeurs :

La crise irakienne d'abord, dans laquelle nos Etats n'ont pas réussi à surmonter leurs divisions, alors même que les peuples européens étaient unanimes pour demander le respect du droit international.

Le terrorisme islamiste, qui a frappé au cœur de Madrid et de Londres, et révélé la vulnérabilité de nos sociétés face aux menaces nouvelles.

Autant d'épreuves qui aujourd'hui doivent nous inciter à ouvrir la voie à un nouveau chemin des peuples, un nouveau moment de l'histoire européenne : n'oublions pas, lorsque nos gouvernements et nos Etats débattent de la TVA à taux réduit ou de la directive sur les services, qu'il y a derrière ces questions tout l'enjeu d'une conscience commune qui se construit, et qui est essentielle à la vitalité du projet européen. Alors sachons répondre aux attentes de nos concitoyens, sachons anticiper leurs interrogations et apaiser leurs inquiétudes. C'est indispensable si nous voulons empêcher que les égoïsmes nationaux ne l'emportent sur le rêve européen.

Et c'est pourquoi aujourd'hui le grand rendez-vous de l'Europe, c'est celui qui exige à la fois humilité et ténacité, c'est celui des projets : c'est lui qui fournira la preuve que l'Europe avance, que l'Europe a un sens, qu'elle est l'avenir pour chacun d'entre nous. L'Europe des projets, ce n'est pas une Europe au rabais. C'est une Europe du témoignage, une Europe vécue concrètement jour après jour, une Europe des volontés rassemblées. Dans tous les domaines, nous devons montrer qu'elle peut défendre les intérêts de nos concitoyens et de répondre à leurs attentes :

Dans le domaine de la sécurité, nous devons être capables de prouver à nos concitoyens que l'Europe les protège des grands fléaux comme les trafics, le crime organisé ou encore le terrorisme. Pour cela, nous pouvons nous appuyer sur les avancées que nous avons accomplies avec un certain nombre de partenaires : qu'il s'agisse du contrôle des frontières, pour lequel nos deux pays travaillent main dans la main, qu'il s'agisse des échanges de listes de jihadistes, des efforts que nous faisons en matière de lutte contre l'immigration clandestine, nous pourrions approfondir ces initiatives en travaillant dès aujourd'hui à la mise en place d'une police européenne des frontières. Nous pourrions aussi les étendre à d'autres pays membres.

Dans le domaine de la recherche et des universités, les Etats européens doivent à tout prix unir leurs efforts afin de pouvoir être aux premiers rangs de la compétition internationale. Nous devons également trouver de nouvelles ressources pour l'innovation, par exemple en mettant en place le plus vite possible la facilité de recherche de la Banque européenne d'investissement décidée en décembre. Rassemblons-nous autour de grands projets comme la bibliothèque numérique européenne. Multiplions les échanges entre nos étudiants et facilitons leur mobilité, afin de faire de l'Europe un véritable espace de savoir et d'excellence.

Dans le domaine culturel, nous pourrions nous rassembler pour mieux valoriser le patrimoine de l'Europe. Ici à Salzbourg, comment ne pas comprendre que la protection de nos sites et de nos monuments constitue un enjeu essentiel pour nos pays ? Pourquoi ne pas créer, sur le modèle de l'UNESCO, un comité scientifique de haut niveau qui serait chargé de décerner un label du patrimoine européen ? Ce serait une reconnaissance forte de la place qu'occupe la culture dans le projet européen. Ce serait aussi une manière de renforcer l'attractivité de nos territoires et de dynamiser le tourisme.

Dans le domaine de la santé, nous devons unir nos capacités pour faire face aux nouveaux risques, comme la grippe aviaire. Si nous voulons être plus réactifs et mieux coordonner nos

systèmes de prévention, d'alerte et de crise, nous devons mettre sur pied une véritable force d'intervention rapide spécialisée. La France et l'Allemagne veulent créer une première réserve d'experts : les pays qui souhaiteront se joindre à nous pourront bien évidemment le faire.

Dans le domaine de l'énergie, nous devons relever le défi de l'après-pétrole. L'indépendance énergétique de l'Europe est d'autant plus importante que nous sommes confrontés à des tensions régionales, qu'il s'agisse des désaccords entre la Russie et l'Ukraine ou de la situation iranienne. La France a présenté au Conseil Ecofin du 24 janvier, conformément à l'engagement pris par le président Jacques Chirac à Hampton Court, un mémorandum sur l'énergie. Sur la base de ce texte nous voulons avancer, avec nos partenaires, vers une véritable politique énergétique européenne.

Enfin, l'Europe doit avancer de manière concrète dans le domaine économique. Nous disposons d'une monnaie commune qui constitue un formidable atout pour nos entreprises. Et pourtant la croissance européenne n'est pas suffisante. A nous de nous concerter davantage pour mieux défendre les intérêts économiques de l'Europe. A nous aussi de définir ensemble des projets stratégiques qui permettront de dynamiser notre croissance et de créer de l'emploi.

Pour réconcilier les citoyens avec le projet européen, nous avons aussi besoin d'institutions plus démocratiques. Je sais que la présidence autrichienne prépare avec beaucoup d'attention le conseil européen du mois de juin qui abordera l'avenir de l'Europe et notamment les institutions. Le critère de l'efficacité sera bien entendu essentiel dans une Europe qui avance désormais à 25. Mais nous devons également réfléchir à des propositions pour renforcer la légitimité de ces institutions. J'ai pris un certain nombre de mesures pour mieux associer le parlement français aux décisions de l'Union. Les parlements nationaux représentent chacun de nos peuples : leur rôle ne saurait se limiter à la simple transposition des textes européens.

Pour regagner la confiance des peuples, l'Europe devra enfin parler un langage de vérité et répondre à deux questions que se posent aujourd'hui les citoyens européens :

La première question, c'est celle des frontières :

Nous devons être clairs sur les critères d'adhésion, qui concernent à la fois l'appartenance européenne des pays candidats, leur respect des valeurs et des règles de l'Union, mais aussi la capacité d'absorption de l'Union.

Nous devons être clairs aussi sur les échéances à venir : en ce qui concerne la Bulgarie et la Roumanie, leur adhésion doit se faire le plus vite possible sur la base des prochaines recommandations de la Commission. Quant aux pays des Balkans, une région pour laquelle la France est particulièrement mobilisée, une région qui vous est si proche, autant par la géographie que par l'histoire, nous souhaitons qu'ils entrent dans l'Union sous réserve du respect scrupuleux des conditions d'adhésion. Pour ce qui est de la Turquie, l'ouverture des négociations d'adhésion a été décidée il y a quelques semaines. C'est une décision politique majeure, qui est le résultat des engagements pris par l'Europe il y a plusieurs décennies, mais aussi des efforts considérables accomplis par ce pays. Le processus qui s'ouvre devra être maîtrisé à chaque étape et conditionné au respect des critères fixés par l'Union. C'est enfin un processus dont l'issue doit rester ouverte jusqu'au terme des négociations : en France, nous avons voulu que le dernier mot revienne aux Français par voie de référendum.

Mais nous devons d'ores et déjà définir une stratégie globale d'élargissement et de voisinage de l'Union : l'adhésion ne peut être la seule solution proposée aux pays voisins. Nous devons aussi être en mesure de leur proposer des partenariats ambitieux, capables de les aider dans la voie de la démocratie et du développement économique.

La deuxième question à laquelle nous devons répondre, c'est celle de l'ambition européenne. Voulons-nous seulement devenir le continent le plus prospère du monde ? Ou voulons-nous également défendre nos valeurs à l'extérieur de nos frontières ?

Ma conviction, c'est que l'Europe n'a de sens que si elle est capable de porter son message au-delà de son territoire. Nous devons démontrer la légitimité et l'universalité de nos principes, en les défendant sur la scène internationale.

Nous sommes le premier pourvoyeur d'aide au développement dans le monde. Car nous savons que la pauvreté et l'injustice ne sont pas seulement inacceptables d'un point de vue moral. Instrumentalisées par le fanatisme, elles peuvent constituer le terreau de la violence et du terrorisme.

L'Europe a prouvé qu'elle était capable d'intervenir militairement dans des pays où la paix est menacée. En Afghanistan par exemple, nous sommes présents pour soutenir la démocratie et aider l'Etat à se reconstruire.

Nous devons être présents sur les grandes questions géopolitiques, dans un monde qui se trouve sans cesse confronté à de nouvelles crises : en Iran, nous avons montré que nous sommes capables de jouer un rôle de premier plan lorsque nous savons parler d'une seule voix. Prenons toutes nos responsabilités dans les étapes à venir. Au Proche-Orient, nous sommes le premier fournisseur d'aide aux Palestiniens : nous avons donc un rôle majeur à jouer dans la recherche d'un règlement politique. C'est d'autant plus vrai aujourd'hui, alors que le Hamas vient d'accéder au pouvoir. C'est pour nous tous un défi majeur. Rien ne sera possible sans un renoncement clair et définitif à la violence, sans la reconnaissance explicite de l'Etat d'Israël, sans un soutien marqué au processus de paix ouvert notamment par les accords d'Oslo. Partout il nous appartient de tenir un langage de la clarté et de porter l'exigence de justice.

Mesdames, Messieurs,

L'inachèvement est un trait premier de l'Europe. Pour revenir à Salzbourg, pour revenir à la musique, chacun sait que Schubert ne termina pas sa huitième symphonie, que Mozart mourut sans écrire les dernières notes de son requiem et que Bach ferma les yeux sur les dernières notes d'une fugue sans fin. L'inachèvement n'est pas un échec, c'est un appel aux générations suivantes à poursuivre l'œuvre accomplie et à la dépasser. Nous sommes les générations nouvelles de l'Europe. A nous de trouver les voies de son accomplissement politique, dans la fidélité aux ambitions et aux valeurs de tous ceux qui nous ont précédés. Le rendez-vous n'est pas demain. Le rendez-vous est aujourd'hui. Sous l'aiguillon de nos consciences et des peuples de l'Europe.

Je vous remercie./.

*(Source : site Internet du Premier ministre)*

## Entretiens avec leaders d'opinion et relais

1. **M Armand Jung, Président du groupe d'amitié franco-autrichien (AN)**  
(député socialiste), 40 Avenue des Vosges, 67000 Strasbourg  
Téléphone : 03 88 24 73 00
2. **M Alain Terrenoire, Président du mouvement paneurope international,**  
Tel (les matins) : 01 53 58 30 66 (de la part de Monsieur Dedeyan).
3. **M Herwig Kolzer, Directeur de l'Office National Autrichien du Tourisme à Paris,**  
Tel.: 01 53 83 95 30
4. **Hanne Mostecky, contact presse de l'association d'hôtels de charme autrichiens "Autriche pro France"**  
Autriche pro France - c/o com'tou - 94, rue Saint Lazare - 75442 Paris Cedex 09, 01 53 20 38 25 ; hotels@autriche.com
5. **Monsieur Pichler, conseiller de presse auprès de l'ambassadeur autrichien M Anton Prohaska**  
6 Rue Fabert,75007 Paris, Tél: 01 40 63 30 70
6. **Monsieur Strutzenberger, Conseiller Commercial Adjoint (Ambassade)**  
01 53 23 05 05 ; 6 Av Pierre 1er de Serbie, Paris 16
7. **M Yves-Marie Doublet (service affaires juridiques),administrateur de l'AN**  
de la part de Monsieur Jung. 01.40.63.85.18
8. **Mme Elisabeth Ellison-Kramer, Consule générale de l'Autriche à Strasbourg**  
29, av. de la Paix, 67000 Strasbourg, T : 03 88 35 13 94
9. **M Jean-Luc Bredel, Directeur régional de la DRAC (direction regionale des affaires culturelles) PACA**  
de la part de Monsieur Jung. 04 42 16 19 00 (re Jung)

**10. Jean-Michel Stoullig, AFP, Vienne**

Autriche, Ares Tower - 17Th Floor, Donau City Strasse 11, A-1220 Vienne,

Téléphone: (43 1) 269 6300 : ([jean-michel.stoullig@afp.com](mailto:jean-michel.stoullig@afp.com))

**11. M. Thomas Angerer, Maître de conférences à l'Institut d'Histoire de l'Université de Vienne et Membre du Comité directeur de l'Association France-Autriche à Vienne**

Tel.: +43/1/4277-40807

**12. Gerald Stieg, professeur de littérature et civilisations allemandes et autrichiennes à l'Université de la Sorbonne Nouvelle (Paris)**

directeur de l'Institut d'Allemand, du Centre Universitaire d'Asnières et de l'équipe d'accueil (EA) 182 « Centre de recherches sur les sociétés et cultures des pays germanophones aux 19ème et 20ème siècles

**Les grands axes de questions dégagées pour les entretiens :**

1. En quelques mots, quelle est selon vous la perception de l'Autriche en France aujourd'hui ?
2. Selon vous, quels sont les facteurs qui empreignent (ou influencent) l'image actuelle de l'Autriche en France ?
3. A votre avis, pourquoi l'Autriche est-elle si peu présente en France ? Pourquoi la connaît-on si mal/peu en France ?
4. A l'occasion de l'année Mozart, l'office de tourisme autrichien a mené une campagne de communication. A votre avis, quelle est la place que prend cette communication :
  - par rapport aux autres discours sur l'Autriche ?
  - par rapport aux autres destinations telles que Prague, par exemple ?
5. L'année Mozart a-t-elle influencé, d'après vous, l'image de l'Autriche en France ? Si oui, de quelle manière ?
6. Qu'en est-il pour les autres aspects de l'Autriche, (à part le tourisme) notamment la culture contemporaine, l'économie, etc. ?
7. Les événements politiques autrichiens de 2000 (la création d'une coalition gouvernementale entre le OVP et le FPÖ, parti de Haider) sont-ils mis à l'arrière plan ?

**Le président du groupe d'amitié franco-autrichien, M Armand Jung (AN)**

M. Armand Jung (député socialiste)

40 Avenue des Vosges, 67000 Strasbourg

Téléphone : 03 88 24 73 00, Télécopie : 03 88 24 73 03

Entretien a eu lieu le 17/08.

Au début de l'entretien, Monsieur Jung me conseille fortement de prendre contact avec :

- l'administrateur de l'AN, Monsieur Doublet, qui est un grand spécialiste sur l'Autriche et suit le groupe d'amitié franco-autrichien. Je peux l'appeler de la part de Monsieur Jung.
- L'ambassadeur autrichien à Paris, Monsieur Prohaska, un homme très cultivé et très fin. Je peux l'appeler de la part de Monsieur Jung
- Le directeur de la DRAC (direction regionale des affaires culturelles), Monsieur Jean-Luc Bredel, qui connaît l'Autriche sur les bouts du doigt
- La consule de l'Autriche à Strasbourg, Madame Allison Kremer

1. Selon Monsieur Jung, l'Autriche est mal connue en France, et cela surtout à travers les clichés : Vienne, Mozart, la musique, le tourisme, Marie-Antoinette. En Alsace l'Autriche est surtout connue pour le tourisme. Il y a des cars qui partent vers l'Autriche.

Voilà les clichés.

2. L'Autriche ne semble être connue que par ces clichés. L'ambassade de l'Autriche en France a d'ailleurs comme objectif de promouvoir autre chose que les clichés. Quand on demande aux français de citer une entreprise ou une marque allemande, on cite Volkswagen, BMW, etc. Pour l'Autriche, on ne peut citer aucune. Wolford et Swarovski ? On pense que c'est polonais.
3. La campagne lors de l'année Mozart était superbe au point de vue culturel. Mais c'est un rappel, pas une nouveauté sur l'Autriche. Il s'agit plutôt d'une piqûre de rappel.
4. La présidence autrichienne à l'UE est passée inaperçu. Maintenant c'est la Finlande, mais on n'en parle pratiquement pas. Quand ça sera le tour de l'Allemagne on en parlera beaucoup. L'Autriche n'a pas assez médiatisé sa présidence à l'UE.
5. On parle peu de l'Autriche politiquement, mais on avait beaucoup parlé de Haider. Son action (de Monsieur Jung) est d'ailleurs de faire oublier ce passage et de renforcer l'amitié entre les deux pays. Il faut traiter l'histoire de Haider comme quelque chose de mineur en soi. Cela a pris une ampleur démesurée en terme

d'image. Haider n'aurait pas dû arriver. Encore aujourd'hui il y a encore cette entache. Cela donne une image de l'Autriche d'un pays conservateur et xénophobe. Mais en France il y a Le Pen, qui a d'ailleurs de bon taux en Alsace.

6. Mais, ce qui rapproche aussi l'Alsace de l'Autriche ce sont l'art de vivre, la culture.

Il avait reçu Andreas Kohl, élu du parti conservateur autrichien (OVP) et il y a eu une réunion ou on discutait de la possibilité de faire des stages d'élus d'un pays dans l'autre. Cela avait été accepté par tous. On veut rassembler ces pays.

L'Autriche est un pays beaucoup plus fin qu'on pense. (pas que Haider !) En France il y a la même chose, on n'est pas tous des Lepénistes.

Il déplore le fait que Douste-Blazy a fermé l'institut culturel français dans plusieurs pays, dont Vienne, dont dépend aussi le lycée français de Vienne. Douste-Blazy fait des économies et ce sont les petits pays qui y passent d'abord. Ils (Monsieur Jung etc.) se sont battu pour que celui de Vienne ne soit pas fermé et ont pu obtenir un délais d'un an.

Pourquoi cet intérêt pour l'Autriche ? Il y a plus de 200 groupes d'amitiés de pays à l'AN. Comme il en tant que socialiste dans l'opposition, il leur restait pas grand choix, car les députés UMP avaient déjà tout prix. Parmi ce qui restait, il y avait l'Autriche, et il y était intéressé. C'est donc un mélange d'intérêt personnel pour le pays et le hasard.

Si on parle si peu de l'Autriche en France, c'est que l'Autriche ne communique pas assez. Il y a un déficit de communication vers la France. Est-ce dû à une peur des clichés, de l'histoire ? D'autre part, la France est assez condescendante surtout envers les petits pays, ce qui a d'ailleurs été démontré lors de la volonté de fermer l'institut culturel français de Vienne.

Selon lui, Prague en terme de communication sur Mozart, n'est rien à côté de l'Autriche. On a surtout parlé de Mozart et l'Autriche, mais plus de Mozart que de l'Autriche. Il y a par exemple une exposition itinérante sur Mozart en France.

La consul autrichienne à Strasbourg, qui vient d'arriver à ce poste, a beaucoup de volonté à communiquer sur l'Autriche. En plus, à Strasbourg on touche à tous les pays. (EU)

**Le président du mouvement paneurope international, M Alain Terrenoire**

Monsieur **Alain Terrenoire**, Président de paneurope intl. Il pourra donner son point de vue.

Tel (les matins) : 01 53 58 30 66 (de la part de Monsieur Dedeyan). 06 89 73 84 03

La perception de l'Autriche en France dépend à qui on s'adresse. Le public informé connaît l'Autriche par son histoire. Le public non-informé a une connaissance réduite, caractéristique du peuple français, qui ne connaît pas l'Autriche.

Quant à l'histoire (connu du public informé), suite au changement à l'issue de la première guerre mondiale, l'Autriche a perdu son statut qu'elle avait eu pendant des siècles. Maintenant elle est un pays moyen, voire petit. Le caractère politique avec le succès de Haider a également joué un rôle.

Vienne a un rôle particulier, mais plus associée aux clichés. L'Autriche est peu connue. Ce n'est pas un pays à caractère d'une destination touristique typique (pour les Français). L'Autriche n'est pas très fréquentée (par les Français). Même en hiver, car les Français se rendent plutôt dans les stations françaises.

Avec l'ouverture à l'Est, l'Autriche va jouer un rôle plus important, mais à part cela, il n'y a pas d'intérêt pour l'Autriche (pour les Français). L'Allemagne reste importante pour la France. Monsieur Terrenoire pense qu'il y a plus d'ignorance (en France) qu'autre chose. Les Français sont concentrés sur leurs problèmes majeurs. La France ne voit à l'extérieur que ce qui a des répercussions sur elle. L'Allemagne est plus importante pour la France. C'est de même avec ses autres pays voisins, tels que la Belgique et l'Italie. Quant au reste du monde, ce sont les événements du Proche-Orient, l'Afrique du nord, les USA et la Chine. L'Autriche est donc noyée.

Concernant l'année Mozart, il y a eu un relais fort des médias. La communication de l'office de tourisme autrichien a peu joué. Il y a déjà la question de si Mozart était autrichien (vue que Salzbourg ne faisait à ce moment pas parti de l'Autriche). La musique est un art universel et donc déconnecté de son pays d'origine. C'est surtout le cas dans la musique, contrairement à la peinture qui est plus facilement associée à son pays d'origine. Mozart est un des plus grand, s'il n'est pas le plus grand. On sait d'où il vient, on connaît son origine. L'Autriche a fait beaucoup de communication sur l'année Mozart, mais elle n'a pas eu beaucoup d'impact.

L'année Mozart n'a pu que favoriser l'image de l'Autriche en France. Mais la musique est moins reconnue dans un contexte géographique.

L'économie de l'Autriche est très dynamique et bénéficie de l'ouverture vers l'est. L'Autriche sera de nouveau de façon moderne importante (comme au temps des Habsbourg). Elle sera la capitale économique de l'Europe centrale. Le point central est Vienne. Il voit ça dans ses contacts.

Ce ne sont pas les Autrichiens ou Viennois, mais c'est plutôt une résurgence de l'histoire. Vienne est une grande ville moderne et n'a pas été sous le régime des soviets. Vienne est la ville la plus importante de cette zone grâce à sa situation géographique.

La politique autrichienne en tire un certain avantage. Vienne, par sa situation géographique et par ce qu'elle offre, va redorer le blason autrichien. Berlin est plus au nord et déjà la capitale de l'Allemagne (d'un grand pays). Paris est une ville important pour l'ouest de l'Europe.

Monsieur Terrenoire pense beaucoup que l'année Mozart a en effet permis de mettre les événements de février 2000 (Haider) en arrière plan. Mais il pense que cette histoire avait été un peu gonflée. On lui avait donné une gravité. Cela est dû au fait que la gauche était au pouvoir en France, il y avait une cohabitation. De plus, depuis le début des années 80 il y a eu l'extrême droite en France. Ce sont surtout la France et la Belgique qui avaient condamné l'Autriche à cette époque.

Depuis, ça s'est estompé. Le parti de Haider s'est écarté. L'Autriche a fait une bonne présidence à l'UE. Le gouvernement autrichien a marginalisé la FPO (parti populiste autrichien).

L'opinion en France est faite par les médias. Les Français sont ignorant et s'intéressent peu à ce qui se passe à l'étranger. Les effets négatifs de 2000 se sont estompée.

L'Autriche a une carte à jouer dans les années qui viennent. Elle manifeste une certaine méfiance de l'extérieur, mais l'Autriche, en particulier Vienne va jouer un rôle important.

Dans la communication de l'Autriche vers la France, il n'y a rien à part celle sur l'année Mozart.

En effet, l'image de l'Autriche en France n'est pas très claire.

L'Autriche avait un passé important (empire) et a un avenir dans l'UE.

L'Autriche doit plus communiquer. Mozart ne suffit pas. Mozart n'appartient pas à l'Autriche. L'Autriche devrait plus communiquer sur son rôle important, de contact et de lien en Europe centrale. L'Autriche a un rôle économique important. En France on n'a pas compris. C'est dû au nombrilisme français, la crainte et l'ignorance, ce que l'échec du referendum à la constitution a montré.

L'Autriche est bien connue des Allemands. Mais l'Autriche ne s'est pas beaucoup intéressé à la France non plus.

Monsieur Terrenoire ajoute qu'il parle ici de ce qu'il croit comprendre de l'opinion en France.

De ce qu'il sait des Autrichiens et de leurs capacités, il pense qu'ils devraient faire plus d'efforts (en terme de communication) et qui devraient mettre plus en valeur leur rôle important actuel et future. C'est aussi cette position géographique qui va redonner du pouvoir à l'Autriche. Les Habsbourg ayant eu beaucoup de pouvoir et d'influence, cela peut servir à l'Autriche aujourd'hui et de le faire de façon intelligente. Les Autrichiens le peuvent.

**Le directeur de l'Office National Autrichien du Tourisme à Paris, M Kolzer**

Herwig Kolzer, Tel.: 01 53 83 95 30, Lundi 21 août 2006

L'entretien est conduit en allemand, car Monsieur Kolzer n'est pas suffisamment à l'aise dans la langue française pour cet entretien. La traduction est faite par MHFilipp.

8. En quelques mots, quelle est selon vous la perception de l'Autriche en France aujourd'hui ?

L'image de l'Autriche en France est malheureusement encore très classique ; tout ce qui se rapporte à l'empire Austro-Hongrois, Sissi, Vienne, la culture, Vienne et Salzbourg ; mais aussi la nature, la montagne et le Tyrol.

9. Selon vous, quels sont les facteurs qui empreignent (ou influencent) l'image actuelle de l'Autriche en France ?

Malheureusement, les événements de 2000 est un facteur négatif qui a influencé l'image de l'Autriche en France. Cela a eu aussi des influences négatives sur le tourisme. Des commentaires politiques peuvent avoir une mauvaise influence.

10. A votre avis, pourquoi l'Autriche est-elle si peu présente en France ? Pourquoi la connaît-on si mal/peu en France ?

Touristiquement parlant, la France a une offre touristique énorme. Elle a la mer, ce que l'Autriche n'a pas, elle a les montagnes et la campagne (vacances à la campagne). Selon les statistiques, seulement 11% des Français partent à l'étranger en vacances. La perception de l'Autriche est peu. Il y a une forte concurrence de la France. De son expérience, il constate que les Français ne savent que très peu de l'Autriche. Les Français qui partent en vacances en Autriche sont très agréablement surpris par l'offre de l'Autriche, que ce soit la qualité de logement, l'authenticité, la « Gemuetlichkeit (fameux mot intraduisible, qui veut dire cosy, bien-être, confortable dans le sens d'art de vivre), et les villages de montagnes. La France est dans ce sens moins bien que l'Autriche.

11. A l'occasion de l'année Mozart, l'office de tourisme autrichien a mené une campagne de communication. A votre avis, quelle est la place que prend cette communication :

- a. par rapport aux autres discours sur l'Autriche ?

L'office de tourisme autrichien a déjà commencé ses préparatifs à l'année Mozart en 2004, où une communication a été faite auprès des tour opérateurs, afin qu'ils intègrent l'Autriche dans leur offre. C'est en fin 2005 que la communication vers les consommateurs a commencé et la campagne principale a eu lieu cette année (2006). Mozart et la culture sont les discours principaux et représentent environ 50 % du budget.

b. par rapport aux autres destinations telles que Prague, par exemple ?

Il est difficile de comparer. Prague est actuellement très populaire comme destination en France. Il s'agit d'une nouvelle destination qui est considérée comme « branchée ». Vienne et Salzbourg ont pourtant affiché d'excellents résultats cette année. Prague est une destination relativement nouvelle et elle est assez engagée et a beaucoup fait en tant que logement. Pourtant la ville de Prague n'est pas moins chère que Vienne. Prague a également des vols des compagnies low-cost, plus que Vienne. Cela est peut-être dû aux taxes d'aéroport, mais aussi parce que ces compagnies suivent les tendances en matière de destination. L'office de tourisme autrichien a pourtant été très satisfait des résultats cette année.

12. L'année Mozart a-t-elle influencé, d'après vous, l'image de l'Autriche en France ? Si oui, de quelle manière ?

Toute année d'anniversaire, spécialement celle de Mozart, permet de fortifier et d'augmenter l'image de l'Autriche. Mozart a déjà une position très élevée en France et en général les Français l'associent avec l'Autriche. Les retombées médiatiques à l'occasion de l'année Mozart étaient énormes en France, que ce soit en relation avec l'Autriche ou pas.

13. Qu'en est-il pour les autres aspects de l'Autriche, (à part le tourisme) notamment la culture contemporaine, l'économie, etc. ?

Il y a très peu des autres aspects de l'Autriche en France. La France est fortement occupée par sa propre situation, que ce soit la crise économique ou sociale (en référence aux violences des banlieues). L'Autriche a une position mineure, sauf peut-être pour sa présidence à l'UE, sur laquelle on a pu lire un peu.

L'Autriche est une destination culturelle, mais cela ne concerne pas vraiment la culture contemporaine. Elle est plutôt connue pour son architecture contemporaine où elle est un leader, comme la passerelle de l'architecte Feichtinger à Paris notamment, mais aussi dans l'ouest de l'Autriche (Vorarlberg), où l'on trouve des constructions (hôtels etc.) d'architecture moderne. L'Autriche est dans le domaine de l'architecture contemporaine présente sur la scène mondiale.

L'image de l'Autriche en France est plutôt classique, relative à l'empire austro-hongrois, surtout Vienne et spécialement Sissi. Il a d'ailleurs vu les DVD des films de Sissi à la Fnac, sous le rayon « films français » (!?).

14. Les événements politiques autrichiens de 2000 (la création d'une coalition gouvernementale entre le OVP et le FPÖ, parti de Haider) sont-ils mis à l'arrière plan ?

Monsieur Kolzer pense que les événements de 2000 sont bien mis à l'arrière plan depuis et l'ambiance en Europe s'est normalisée à ce propos. L'année Mozart n'y a toutefois pas eu d'influence. En 2000, la situation était très difficile et l'impact sur le tourisme français en Autriche était important.

En général, toutes sortes de commentaires politiques peuvent avoir un impact sur le tourisme.

Le Tyrol est la première province touristique et représente 56 % de toutes les nuitées. Si le Tyrol est tellement connu par les Français, cela peut être aussi dû au fait que cette province avait été occupée par les Français après la 2<sup>e</sup> guerre mondiale. Mais Vienne est également une destination autrichienne de prédilection pour les Français.

Il est vrai que les allusions nazies par rapport à l'Autriche existent toujours. (Waldheim et Haider).

Pourquoi l'office de tourisme autrichien n'a-t-elle pas de local ouvert au public à Paris ? Parce qu'ils essaient de rester éloignés des grandes rues chères et préfèrent investir dans le marketing, les mailings, l'Internet, les tour opérateurs, la presse et les salons, bien qu'en ce qui concerne les derniers, ils ont réduit leur participation de 15 à 2 salons annuels en France. De plus, un local ouvert au public à Paris serait restrictif à la population francilienne.

Le volume de touristes français en Autriche est encore élevé et se positionne au 7<sup>e</sup> rang. La grande ère était au début des années 90, où le nombre de touristes français en Autriche était le double.

Son but est d'exploiter toute image de l'Autriche et ne rechigne pas à utiliser tous les clichés, que ce soit en matière de culture, l'empire austro-hongrois, le Tyrol et la montagne autrichienne. Quant à la culture contemporaine, il ne s'agit que d'un marché de niche.

Monsieur Kolzer m'envoie des statistiques et d'autres informations concernant l'année Mozart.

**Hanne Mostecky, contact presse de l'association d'hôtels de charme autrichiens**

**"Autriche pro France"**

Autriche pro France - c/o com'tou - 94, rue Saint Lazare - 75442 Paris Cedex 09

tél. : 0 825 062 063 (0,15 €/mn) - fax : 01 53 20 08 31 - hotels@autriche.com

Hanne MOSTECKY : 01 53 20 38 25

Au debut de l'entretien, elle souhaite préciser qu'elle est Autrichienne vivant et travaillant à Paris depuis 12 ans, et s'exprimant dans un français parfait. Nous lui indiquons pas que nous avons des liens avec l'Autriche et conduisons l'entretien en français (elle ne remarque pas notre petit l'accent – heureusement).

15. En quelques mots, quelle est selon vous la perception de l'Autriche en France aujourd'hui ?

L'hospitalité, la gentillesse, la propreté du pays, la montagne. Percu comme un pays petit, tranquille, avec une haute qualité de vie, d'un grand attrait touristique, les traditions, un pays de traditions.

16. Selon vous, quels sont les facteurs qui empreignent (ou influencent) l'image actuelle de l'Autriche en France ?

Pas facile de répondre à cette question. Probablement par sa tradition, mais aussi Sissi par les films, l'histoire telle qu'elle est apprise à l'école, dont beaucoup se joue à Vienne, les relations entre les deux pays à la cour royale.

17. A votre avis, pourquoi l'Autriche est-elle si peu présente en France ? Pourquoi la connaît-on si mal/peu en France ?

Au point de vue touristique, il n'y a plus autant de touristes français en Autriche comme il y a vingt ans. Il y avait eu de grandes campagnes de communication permettant de faire connaître le pays. Dans les années 80 beaucoup de français visitaient l'Autriche.

En général on parle peu d'autres pays en France. La France est replié sur elle, ce qui peut être inquietant, mais est peut-être aussi sa force. Dans le cas du CPE, par exemple, le monde a rigolé de la France. La France en était ignorante et ne s'intéressait pas de ce qui se disait ou faisait ailleurs.

Dans la presse économique on parle de l'Allemagne, à cause des changements économiques etc. La France n'est pas assez ouverte. D'autre part, l'Autriche ne soigne peut-être pas suffisamment ses relations publiques en France. Par exemple dans le cas de la présidence autrichienne à l'UE dans la tribune. L'Autriche a eu un très bon feedback de son travail pendant la présidence, mais elle n'en a pas parlé à l'étranger. L'Autriche est peut-être

trop modeste. Elle a un complexe d'infériorité, depuis qu'elle n'est plus l'empire des Habsbourg. Depuis la deuxième guerre mondiale elle a appris à fermer sa bouche. L'Autriche manque de patriotisme et c'est peut-être une raison pour laquelle elle en parle si peu. Il y a un manque de confiance. Peut-être est-ce aussi le secret de sa qualité de vie. On est bien. Les Autrichiens aiment aussi beaucoup voyager.

18. A l'occasion de l'année Mozart, l'office de tourisme autrichien a mené une campagne de communication. A votre avis, quelle est la place que prend cette communication :

- par rapport aux autres discours sur l'Autriche ?
- par rapport aux autres destinations telles que Prague, par exemple ?

Il y a déjà eu un anniversaire de Mozart en 1991, l'anniversaire de son décès, ce qui a amené à faire la même chose, les mêmes efforts. C'était une année exceptionnelle et a donné de l'espoir pour l'année Mozart 2006. Pour 2006 d'énormes efforts ont été faits envers la presse française. Il y a eu un grand écho de la presse qui a très bien repris les communications. Il y avait aussi des budgets très importants de la ville de Salzbourg, de la ville de Vienne et de l'office de tourisme autrichien. Ils se sont mis ensemble, ont mis ensemble leurs moyens et ont même constitué un groupe de travail. (MH : voir site internet). Cette campagne de communication a eu un impact et la presse a répondu présente de façon surprenante.

Les Français qui s'intéressent à l'Autriche, s'intéressent surtout à la culture, moins au sport. Depuis plusieurs années des thèmes tels que Sissi, Schubert, Graz, etc. ont été utilisés pour les campagnes pour avoir quelque chose de quoi parler à propos de l'Autriche. Et afin de ne pas que parler toujours des montagnes et des lacs.

Par rapport à Prague, la ville a fait la même chose concernant Mozart. Prague a aussi joué un rôle dans la vie de Mozart. C'est intéressant d'ailleurs quand on pense que Mozart n'était pas Autrichien, mais Salzbourgeois. Salzbourg à son époque était une principauté et ne faisait pas encore partie de l'Autriche. Chaque pays essaie de se profiler par rapport à quelque chose.

On n'a pas beaucoup parlé de l'Autriche à part l'année Mozart, sauf de la présidence à l'UE, mais pas beaucoup de gens s'y intéressent. On a plus parlé des événements de 2000, ce qui avait entaché l'image de l'Autriche. Peut-être aussi du fait que la France a été confrontée à Le Pen aux élections présidentielles de 2002.

On parle aussi de l'Autriche à propos de l'écologie et de l'avance du pays. On parle de l'écologie aussi dans un contexte touristique. Quant à la culture contemporaine et l'économie, on n'en parle pas beaucoup. Un hôtel dans le Vorarlberg (province d'Autriche la plus à l'ouest et située dans les Alpes), a une architecture moderne, mais celle-ci ne colle pas avec l'image qu'on se fait de l'Autriche.

En France, on voit plus les clichés des années 50 et d'avant, avec des films de Sissi et Romy Schneider. Economiquement parlant, on ne parle pas de l'Autriche. Ce n'est pas représentatif, c'est un petit pays.

L'information ou l'image qu'on a de l'Autriche ne France depend aussi de ce qu'on fait (profession, activité, etc.).

Nous lui faisons la remarque que nous avons trouvé que très peu d'articles sur l'année Mozart en relation avec l'Autriche dans les grands quotidiens française. Il y a encore eu un grand article sur Don Giovanni à Innsbruck. Le service presse de la maison de l'Autriche pourrait donner plus d'informations. Le retombées mediatiques etaient plus dans le magazine, tels que l'Express, Le Point, et non pas dans la presse quotidienne.

19. L'année Mozart a-t-elle influencé, d'après vous, l'image de l'Autriche en France ? Si oui, de quelle manière ?

Elle ne pense pas que l'année Mozart a changé l'image de l'Autriche, mais a plutot servi de rappel, de remettre l'Autriche dans l'esprit des gens. La musique et Mozart sont connus pour l'Autriche. Il s'agissait donc plus d'un rappel.

20. Qu'en est-il pour les autres aspects de l'Autriche, (à part le tourisme) notamment la culture contemporaine, l'économie, etc. ?

Voir plus haut.

21. Les événements politiques autrichiens de 2000 (la création d'une coalition gouvernementale entre le OVP et le FPÖ, parti de Haider) sont-ils mis à l'arrière plan ?

Voir plus haut.

A la fin de l'entretien, elle nous demande notre interet pour l'Autriche. C'est à ce moment que nous lui avouons que nous sommes autrichien et lui expliquons cette dissimulation afin de ne pas l'influencer dans ses propos.

Nous continuons la conversation en allemand et elle ajoute qu'en France, on entend peu parler d'autres pays. La France est fiere. Dans les infos, quand il y a un creux, on parle plutot d'un monsieur en France qui cultive ses herbes dans son jardin que de parler d'un autre pays.

La langue pose également un problème. Les français qui viennent en Autriche s'attendent à ce que l'on parle leur langue et le prennent pour selbstverstaendlich, tandis que les touristes italiens sont surpris et ravis quand on leur parle en italien. En Autriche on apprend de moins en moins le Français à l'école, qui est plutôt remplacé par l'espagnol et l'italien (après l'anglais bien sûr, qui reste la première langue étrangère partout en Autriche). Il est d'ailleurs de plus en plus difficile de trouver du personnel en Autriche qui parle le français. Les hôtels membres de l'association Laturiche pour la France, sont tous francophones.

Elle ajoute que les français pensent souvent que l'Autriche est chère et constate avec surprise l'excellent rapport qualité-prix en Autriche.

Elle cite également Monsieur Winkler, l'ancien directeur de l'office de tourisme autrichien, qui disait que quand on parle de l'Autriche aux français, il y a le soleil qui brille. C'est à dire que les français réagissent très positivement quand on parle de l'Autriche du point de vue touristique.

**Entretien avec Monsieur Herbert Pichler, conseiller de presse et de l'information auprès de l'ambassade autrichienne à Paris.** (L'ambassadeur, Monsieur Anton Prohaska a souhaité que l'entretien se fasse à avec Monsieur Pichler qui serait à mieux de répondre à nos questions).

[Herbert.Pichler@bmaa.gv.at](mailto:Herbert.Pichler@bmaa.gv.at)

Tél. : 01 40 63 30 70

Vendredi, 25 août 2006 (entretien téléphonique en français)

La perception de l'Autriche en France peut se résumer en trois éléments : une destination touristique, la culture et son histoire connue auprès au moins certains Français par Sissi, François-Joseph et Mayerling, surtout auprès des personnes plus âgées. Mais c'est aussi un pays connu pour ses sports d'hiver et le ski notamment.

Quant à la culture, on pense à la musique et les compositeurs tels que Mozart et Schubert. On pense également à Vienne 1900, dont a fait l'objet une exposition du même nom au Grand Palais cette année, avec des œuvres d'artistes tel que Klimt.

On a dernièrement aussi beaucoup parlé de Marie-Antoinette, grâce au film du même nom, et l'Autriche impériale reste assez présente, rejoignant aussi le tourisme, avec les visites des palais impériaux à Vienne notamment.

Les facteurs principaux qui empreignent l'image de l'Autriche en France sont donc le tourisme, la musique et les personnages historiques. Le facteur politique joue également un rôle.

Pourquoi l'Autriche est-elle si peu présente en France ? Pourquoi la connaît-on si mal/peu en France ? Monsieur Pichler se pose la même question, aussi dans le contexte de son travail qui est de faire connaître l'Autriche et de communiquer sur elle. Cela dépend aussi des journalistes et de l'intérêt qu'ils y portent. L'Autriche n'est pas une grande puissance et n'est pas une grande influence, surtout au point de vue politique et économique. La présidence autrichienne à l'Union européenne a pu y remédier un peu. Les gens se sont rendus compte ou se sont souvenus que l'Autriche est un membre de l'Union européenne. L'écho de cette présidence était positif, sans résultats spectaculaires. Mais cette présidence a remis en esprit l'Autriche comme un pays partenaire. La Hongrie, la Pologne, la Grèce sont des pays que les Français connaissent mal aussi. Ce n'est donc pas inquiétant pour l'Autriche, même si la promotion et la communication sur l'Autriche sont importantes. Monsieur Pichler a

d'ailleurs été présent à plusieurs manifestations lors de la présidence autrichienne à l'Union européenne.

L'Autriche est bien représentée en France, comme à travers le Forum culturel autrichien (anciennement Institut culturel autrichien) par exemple. Malheureusement, celui-ci a déménagé et n'a plus de local ouvert au public, ce qui est dû à des questions de budget. Il en est de même avec l'office de tourisme autrichien à Paris, qui n'a que des bureaux mais pas de local ouvert au public. On pourrait faire mieux. L'Autriche n'est toutefois pas plus mal placée que d'autres pays comparatifs. Les contacts avec la presse montre une image d'un pays tranquille, il n'y a rien de spectaculaire. De façon anecdotique, on vient de parler de l'Autriche aux infos (presse, télé, radio) concernant une fille qui avait été enlevée à Vienne en 1998, qui a pu s'échapper à ses ravisseurs et qui vient d'être retrouvée. Mais ce n'est qu'anecdotique.

Concernant l'année Mozart et la campagne de communication menée par l'office de tourisme autrichien en France, il y a eu beaucoup d'écho en France. Cela a été bien transmis dans la presse. Même si Mozart n'en a pas besoin, cela a donné une impulsion supplémentaire, ce qui n'a pas fait de mal au tourisme autrichien, surtout dans les villes de Vienne et Salzbourg.

L'office de tourisme autrichien a bien fait cette communication, même si cela renforce les clichés. L'Autriche fête également Freud cette année, mais on en a nettement moins parlé. On a surfé sur une vague facile.

En France, Mozart est bien perçu comme autrichien, malgré que certains discutent ce fait (étant donnée qu'à l'époque la province de Salzbourg ne faisait pas partie de l'Autriche). On France, on n'associe pas trop Prague à Mozart, bien qu'il y ait beaucoup œuvré. Là, on profite des clichés et de ce que savent les gens moyens.

L'année Mozart a permis de remettre en mémoire l'Autriche. Elle n'a pas influencé l'image de l'Autriche en France, mais l'a plutôt confirmé en tant que pays où on aime la musique, les festivals de musiques, particulièrement celui de Salzbourg, et où la musique classique est très présente.

Concernant les autres aspects de l'Autriche, comme la culture contemporaine et l'économie, cela rejoint un peu les éléments évoqués lors de la question pourquoi l'Autriche est si peu ou mal connue en France. Il est triste qu'on reste dans les clichés. Il est difficile de

communiquer sur d'autres aspects de l'Autriche. La culture contemporaine en Autriche est très importante, mais très mal connue en France.

Les événements politiques étaient le grand sujet de 2000. C'est un chapitre sur lequel on a plus au moins tiré un trait. Les gens ont vu qu'il n'y a pas eu de drame. Les relations se sont rétablies. Mais il reste des résidus, même si ce n'est pas le cas pour 99%. Ce sont surtout les médias français qui étaient très engagés dans cette histoire, qui n'ont pas pu tirer un trait à 100 %. Dans Le Monde cela resurgit. Cela est le cas actuellement, où la presse française fait des références avec l'Autriche en 2000 avec ce qui se passe en Pologne, bien que ces deux situations ne soient pas comparables.

Les journalistes et certains des milieux intellectuels aiment à soutenir des auteurs autrichiens tel que Thomas Bernhard et les allusions à l'Autriche d'extrême droite. Ce sont certains milieux précis.

2000 est plus au moins oublié. On ne se souvient pas très bien de ces événements et certains pensent « ah, il y avait un gouvernement nazi ». On ne sait même pas que Haider n'était même pas membre du gouvernement à cette époque ! Les souvenirs s'estompent et on ne se souvient pas bien des choses. 2000 était un grand sujet. Dans son travail Monsieur Pichler n'est plus confronté à ce problème, contrairement à ce qu'a dû affronter son prédécesseur.

En quelques années beaucoup de choses se sont passées, comme l'élection présidentielle française en 2000. Il y en a dans tous les pays, comme les Pays Bas par exemple. Un pays qui était connue pour son libéralisme. Il y a des partis d'extrême droite dans plusieurs pays, comme l'Italie, la Belgique, le Danemark, etc.

L'Autriche a « l'avantage » de ne pas avoir de problèmes d'antisémitisme, contrairement à la France, où on a eu des actes, tels que la destruction de cimetières juifs, etc. En Autriche, il n'y a pas de mouvements néo-nazi (skin heads, etc.) comme c'est le cas en Allemagne. Heureusement !

En Autriche la situation est sereine, malgré cette image d'un pays xénophobe. Les problèmes d'immigration en France sont importants.

Concernant la culture contemporaine, il est dommage que l'exposition au Grand Palais était sur Vienne 1900 et non pas sur l'architecture contemporaine. L'architecture contemporaine

autrichienne est très forte. En France on n'a que peu parlé de la passerelle de l'architecte autrichien Feichtinger à Paris. L'architecture contemporaine autrichienne se porte très bien, mais en France on ne le sait pas suffisamment.

Quant à l'économie, on en parle très peu. Mais quand on en parle dans des journaux que Les Echos, etc., c'est de façon très positive (taux de chômage bas, la bourse de Vienne qui se porte bien, etc.).

Si l'office de tourisme autrichien parle des clichés, c'est pour des raisons de facilité. Mais elle devrait faire plus d'efforts pour communiquer sur autre chose.

On Autriche on a la fierté de son petit pays, de son histoire impériale, sa neutralité, ses valeurs traditionnelles... Les Autrichiens sont contents.

Nous évoquons les grands succès et les concerts de Hubert von Goisern (musicien autrichien, musique folklorique autrichienne/pop/worldmusic) en collaboration avec des musiciens du monde entiers, notamment une série de concerts avec un musicien burkinabé en Autriche. Monsieur Pichler regrette que ces multiples facettes très riches de l'Autriche ne soient pas connues en France.

Il s'agit d'un dilemme. Les clichés on y tient et on en profite, notamment dans le tourisme. D'autre part, il y a les autres aspects de l'Autriche. Il faut allier les deux.

**Monsieur Strutzenberger, Adjoint au Conseiller Commercial près l'Ambassade d'Autriche en France (Philipp Marboe)**

6 Av Pierre 1er de Serbie, Paris 16, Tél. **01 53 23 05 05**, E-Mail: [paris@wko.at](mailto:paris@wko.at);

RDV téléphonique (en français) le vendredi 1<sup>er</sup> septembre à 14h30.

22. En quelques mots, quelle est selon vous la perception de l'Autriche en France aujourd'hui ?

Globalement, l'image de l'Autriche en France est très positive. Quand il rencontre des gens dans son travail ou en privé, ils parlent du beau pays de l'Autriche. On associe à l'Autriche l'histoire, la culture et la géographie, mais moins les aspects économiques ou politiques. Politiquement, l'Autriche reste un petit pays pour la France, contrairement à l'Allemagne, la Pologne, le Royaume-Uni, l'Italie, etc.).

La présidence autrichienne à l'UE a eu un effet temporaire sur l'importance politique de l'Autriche.

23. Selon vous, quels sont les facteurs qui empreignent (ou influencent) l'image actuelle de l'Autriche en France ?

C'est la communication touristique et les reportages sur l'Autriche, qui restent sur le même schéma (voire histoire, Sissi, alpes, etc.). On parle de l'Autriche de façon culturelle, comme de Elfriede Jelinek, par exemple, mais pas de la politique. Sauf pour évoquer l'extrême droite, car cela concerne beaucoup ce que la France doit affronter chez elle.

24. A votre avis, pourquoi l'Autriche est-elle si peu présente en France ? Pourquoi la connaît-on si mal/peu en France ?

A son avis, il reste surtout le passé glorieux (empire austro-hongrois), qui pourtant n'existe plus depuis presque 100 ans. Du côté littérature et musique, on en a moins, parce qu'on est plus petit.

Selon lui, l'Autriche n'est pas si peu présente en France. On parle notamment de l'architecture, avec la passerelle « Simone de Beauvoir » de l'Autrichien Feichtinger ou le Vulcania de l'Autrichien Hollein, par exemple. Les choses sont là, mais on ne les connaît pas, car elles ne se voient pas : que ce soit la production de CD (produits en Autriche), Swarovski ou autres. On ne parle pas des machines de TGV et peu de la haute technologie autrichienne (exportée). L'Autriche a beaucoup de PME, contrairement à la France qui a des grandes entreprises du type Alstom. L'Autriche a donc peu de renommée internationale, à part quelques niches, le luxe et la qualité autrichienne. Ces aspects sont moins connus du grand public. Ils sont présents, mais...

Il s'agit plutôt d'un problème structurel (PME en Autriche) que d'un problème de communication.

25. A l'occasion de l'année Mozart, l'office de tourisme autrichien a mené une campagne de communication. A votre avis, quelle est la place que prend cette communication :

- par rapport aux autres discours sur l'Autriche ?
- par rapport aux autres destinations telles que Prague, par exemple ?

Basé à côté de l'office de tourisme autrichien à Paris, il sait qu'ils ont fait beaucoup à l'occasion de l'année Mozart et qu'ils ont eu beaucoup de succès.

Quant à Prague, il ne peut rien en dire. De plus, il n'a pas été en vacances cet été et n'a pas vu de campagnes sur Mozart.

26. L'année Mozart a-t-elle influencé, d'après vous, l'image de l'Autriche en France ? Si oui, de quelle manière ?

L'année Mozart a été positive pour l'image de l'Autriche en France, mais on tombe bien dans les clichés. Il s'agit plus d'un rappel que de nouveau. En Autriche, les touristes ont pu y découvrir davantage que Mozart. Peut-être la propreté et la technologie (interdépendante avec l'aspect propreté par exemple). Tout dépend aussi des budgets investis par l'office de tourisme autrichien. Monsieur Strutzenberger explique qu'il n'est pas à sa place pour en juger.

27. Qu'en est-il pour les autres aspects de l'Autriche, (à part le tourisme) notamment la culture contemporaine, l'économie, etc. ?

Il n'y a pas tellement de communication grand public à part de l'office de tourisme. Lors de la présidence autrichienne à l'UE, il y a eu une grande campagne. C'était un peu « notre année Mozart politique ». Mais ce n'était pas une communication grand public. Il s'agit plutôt de business meetings et autres événements internationaux tenus en Autriche. Est-ce qu'on considère maintenant l'Autriche comme un pays d'investissement (pour y investir) – il est encore trop tôt de le dire.

Quant à la culture contemporaine, Monsieur Strutzenberger ne peut rien en dire.

28. Les événements politiques autrichiens de 2000 (la création d'une coalition gouvernementale entre le OVP et le FPO, parti de Haider) sont-ils mis à l'arrière plan ?

Ca fait longtemps ! Il y avait des actions de la Belgique et de la France, la dernière étant confrontée à LePen.

Les gens ont compris quand-même que l'Autriche n'est pas un pays radical. Quant aux élections en Autriche cet automne, il ne peut rien en dire.

Les événements de 2000 avait un effet fort.

Maintenant, on comprend qu'une radical-droite c'est comme en Italie, Belgique etc. et n'est pas la fin du monde. Haider avait de toute façon beaucoup perdu suite à 2000 et il y a eu une scission au sein de son parti.

On verra lors des prochaines élections en Autriche. Monsieur Strutzenberger espère que l'électeur autrichien restera mûr de ses décisions. On ne peut pas faire comme en France où il y a deux tours.

Nous lui disons que les Français font souvent référence à l'extrême droite en Autriche. Monsieur Strutzenberger répond qu'il ne peut pas changer cela. Il faut faire avec. Il ne trouve pas cela important. Les préjugés, on ne peut pas les contrer.

Nous lui racontons ce commentaire extraordinaire d'une touriste française qui affirme que l'Autriche ne s'appellerait plus « Oesterreich », mais « Austria ». Et cela à cause du « -reich » qui ferait allusion au troisième reich. Monsieur Strutzenberger explique que c'est absolument faux. Il y a d'ailleurs un nouveau journal en Autriche, qui s'appelle Oesterreich. Alors il faudrait changer aussi « Frankreich », etc. Lors d'un salon de livre à Bordeaux, il y a eu une discussion sur les mots tels que « patrie », qui ont été mal traités dans certains discours. Mais c'est toujours une question d'interprétation.

On essaye de faire porter la faute d'un peuple à des générations d'après. On est dans le passé. Parler de Haider, c'est extrêmement réducteur. L'Autriche a beaucoup plus.

Nous détectons une certaine réticence de la part de Monsieur Strutzenberger suite à nos dernières questions (quelque peu insistantes peut-être). Il semble penser que nous (dont nos origines autrichiennes ont été dissimulées lors de l'entretien) voulions baser notre travail de mémoire sur d'extrême droite. Il semblerait que Monsieur Strutzenberger nous demande de prendre l'Autriche à cœur.

Quant à la communication de l'office de tourisme autrichien en France, il ne communique pas que sur les grands clichés, mais font aussi beaucoup de petits projets, qui restent plutôt dans des niches. Concernant l'année Freud, c'est moins porteur. La psychanalyse est quelque chose de très personnel. Tandis que Mozart apporte joie et facilité.

Le travail de Monsieur Strutzenberger n'est en aucun cas la communication grand public, mais un travail de B2B. C'est de faciliter les relations commerciales, que ce soit la charcuterie et la pâtisserie autrichienne ou les technologies. L'Autriche est également présente aux salons commerciaux, mais une communication grand public n'est pas faite.

**Yves-Marie Doublet, administrateur de l'AN, M Yves-Marie Doublet (service affaires juridiques)**

De la part de Monsieur Jung. 01.40.63.85.18 ; *Conseiller, chef de division*

5. septembre 2006

29. En quelques mots, quelle est selon vous la perception de l'Autriche en France aujourd'hui ?

Il faudrait pouvoir l'évaluer. L'Autriche a une image datée en France, basée sur des souvenirs historiquement marqués, une image de carte postale, les chalets et Sissi.

30. Selon vous, quels sont les facteurs qui empreignent (ou influencent) l'image actuelle de l'Autriche en France ?

Il n'y a pas de mise à jour de l'image de l'Autriche en France. La connaissance de l'Autriche en France est arriérée. Il y a aussi moins de langue allemande. Il y a eu une fermeture d'établissement franco-autrichien, mais plus en Autriche. C'est sensible. Il y a eu la crise de 2000.

31. A votre avis, pourquoi l'Autriche est-elle si peu présente en France ? Pourquoi la connaît-on si mal/peu en France ?

C'est une question d'ignorance et de paresse de la part des Français. De plus, l'Autriche entretient cette image traditionnelle de son pays.

32. A l'occasion de l'année Mozart, l'office de tourisme autrichien a mené une campagne de communication. A votre avis, quelle est la place que prend cette communication :

- par rapport aux autres discours sur l'Autriche ?
- par rapport aux autres destinations telles que Prague, par exemple ?

Monsieur Bredel n'a pas mesuré l'impact. Il faut être sensibilisé. Quant à Prague, il ne sait pas si on en parle plus ou pas. Il n'y a pas fait attention.

Cette année sera une année d'élection, mais on en parle très peu en France.

33. L'année Mozart a-t-elle influencé, d'après vous, l'image de l'Autriche en France ? Si oui, de quelle manière ?

Il ne sait pas. Il n'a aucune idée. On aime la musique ou pas. On aime un pays ou pas, mais cela ne va pas toujours nécessairement ensemble.

34. Qu'en est-il pour les autres aspects de l'Autriche, (à part le tourisme) notamment la culture contemporaine, l'économie, etc. ?

Il y a une ignorance totale. Meme economiquement on en parle. Il y a un manque d'information et de curiosité.

35. Les événements politiques autrichiens de 2000 (la création d'une coalition gouvernementale entre le OVP et le FPÖ, parti de Haider) sont-ils mis à l'arrière plan ?

Les relations publiques sont à présent rétablies, mais c'était terrible à l'époque. C'était excessif et cela n'a été fait uniquement parce que l'Autriche est un petit pays, sinon on ne se le serait pas permis. Mais à son avis, le grand public a oublié depuis.

Quant aux elections parlementaires en octobre 2006, on en parle pas.

Il y a un deficit total d'information sur l'Autriche. Il n'y a aucune volonté de s'investir de la part de la France. C'est une certaine paresse de la France.

Monsieur Doublet collabore et a des relations avec des parlementaires autrichiens, d'où ses connaissances en la matière.

**La consule de l'Autriche à Strasbourg, Mme Elisabeth Ellison-Kramer**

29, av. de la Paix, 67000 Strasbourg, T : 03 88 35 13 94

6 septembre 2006

36. En quelques mots, quelle est selon vous la perception de l'Autriche en France aujourd'hui ?

Un peu les clichés. La France est un grand pays, contrairement à l'Autriche.

37. Selon vous, quels sont les facteurs qui empreignent (ou influencent) l'image actuelle de l'Autriche en France ?

Tout dépend aussi des personnalités..... (nous pensons que Madame Ellison-Kramer a compris l'inverse, voire l'image de la France en Autriche)...

Elle est arrivé à son poste qu'en juillet dernier, ne peut donc pas en dire beaucoup. En general, l'Autriche devrait être plus présente dans les médias en France. Il faudrait trouver des moyens pour mieux les informer.

Le tourisme permet de véhiculer une image. Ceci est plus fort dans des pays tels que la Hollande dont l'Autriche a beaucoup de visiteurs.

Il n'y a pas non plus une industrie de films en Autriche (qui permettrait d'augmenter sa notoriété). Mais il y a de l'échange culturel, le forum culturel autrichien à Paris, des expositions, etc.

Une question qu'il faudrait se poser également est celle de combien on apprend sur l'Autriche dans les écoles en France, que ce soit sur les écrivains dont l'Autriche a beaucoup, ou sur la vie quotidienne. On connaît beaucoup plus de l'Allemagne.

La présidence autrichienne à l'UE n'a pas eu beaucoup de retombés médiatiques en France, malgré les nombreux événements et sommets, dont celui de l'Amérique latine avec la présence de GW Bush.

L'Autriche est un petit pays. Des grands pays comme l'Allemagne ont plus de médias, plus de moyens. Ils ont beaucoup de gens qui travaillent à l'ambassade d'Allemagne en France.

L'Irlande, la Suisse, la Belgique, on en parle peu aussi, sauf des voisins immédiats (donc plus de la Belgique et de la Suisse) et plus des grands pays voisins.

38. A votre avis, pourquoi l'Autriche est-elle si peu présente en France ? Pourquoi la connaît-on si mal/peu en France ?

C'est vrai. Il faudrait qu'on travaille plus fort. On n'est pas un pays voisin comme l'Allemagne ou l'Espagne. Peut-être que la langue est également une barrière. Pourtant dans ses contacts en France, beaucoup parlent l'allemand.

Ce qui imprègne l'image de l'Autriche en France, c'est l'histoire, Mozart, la culture de l'Autriche, les compositeurs. L'économie autrichienne est bonne, mais il n'y a pas de marques autrichiennes connues en France. C'est souvent, parce qu'en Autriche il y a beaucoup de soutraitance.

39. A l'occasion de l'année Mozart, l'office de tourisme autrichien a mené une campagne de communication. A votre avis, quelle est la place que prend cette communication :

- par rapport aux autres discours sur l'Autriche ?

Mozart plait à presque tout le monde. Mozart est identifié à Salzbourg et à l'Autriche. Mozart est un fils du monde. Il est facile de transporter cette image, car il est accueilli à bras ouverts.

La littérature et la musique contemporaines ne sont peut-être pas assez spectaculaires. Il y a aussi les classiques tels que Schubert, mais Mozart est plus facile. Le reste se trouve plutôt dans des niches.

- par rapport aux autres destinations telles que Prague, par exemple ?

Prague est une nouveauté avec l'ouverture de l'Est et le fait que la République tchèque soit un membre de l'UE. A Prague, le centre ville n'a pas été détruit. Il est baroque et resté intacte, donc très beau.

Vienne devrait faire plus de publicité en France.

Il faut pas non plus oublier l'histoire entre les deux pays. Il y a eu une compétition entre la France et l'empire autrichien. Cela peut avoir une influence.

De plus, des châteaux et des cafés, il y en a aussi en France. L'Autriche n'est peut-être pas assez exotique contrairement à Prague.

40. L'année Mozart a-t-elle influencé, d'après vous, l'image de l'Autriche en France ? Si oui, de quelle manière ?

Personnellement, cela ne fait que 6 semaines qu'elle est à Strasbourg. Elle est d'ailleurs très étonnée de voir qu'il y a tant de concerts et événements autour de l'année Mozart en Alsace. Il y a énormément d'événements.

Quant à l'impact de la communication sur l'année Mozart en France, il faudrait faire un sondage. Elle a toutefois l'impression, qu'on a plus parlé de Mozart que de Mozart en contexte avec l'Autriche.

C'était aussi une autre Autriche à l'époque de Mozart. Salzbourg était encore indépendante. On ne peut pas comparer cela à aujourd'hui. L'office de tourisme a plus travaillé à faire passer une image de l'époque de Mozart qu'une image moderne.

Elle parle aussi de Monsieur Jean-Laurent Voneau du Département (67) qui a travaillé avec Salzbourg depuis déjà 10 ans sur l'année Mozart. C'est une collaboration Alsace-Autriche qui s'appelle « Les voix de Mozart ».

41. Qu'en est-il pour les autres aspects de l'Autriche, (à part le tourisme) notamment la culture contemporaine, l'économie, etc. ?

42. Les événements politiques autrichiens de 2000 (la création d'une coalition gouvernementale entre le OVP et le FPÖ, parti de Haider) sont-ils mis à l'arrière plan ?

Il y a deux choses différentes. D'une part la musique et d'autre part les résultats de l'élection de 2000.

La présidence autrichienne à l'UE était bien, il n'y a pas eu de critiques envers l'Autriche. A l'époque, Haider était aussi très critiqué en Autriche.

Tout racisme doit être combattu, partout dans le monde. En Autriche aussi. C'est une affaire nationale aussi bien que européenne. Ça existera toujours. Ce n'est pas d'actualité en Autriche, mais il faut se souvenir des atrocités du passé. Si on veut avancer, il faut être objectif, malgré les blessures du passé.

L'Autriche est un pays libre, où règne la liberté d'expression. Mais certaines choses sont interdites. Il y a une loi qui interdit l'utilisation ou la représentation de la croix gammée dans tout lieu public. De plus, il y a une loi qui punit sévèrement le négationnisme. On a d'ailleurs pu voir un exemple récent avec l'anglais Irving qui a nié le Holocauste.

A part cela, il y a la liberté de la presse. Un peu comme en France, où il y a aussi la droite. C'est important pour la démocratie.

En France on ne sait que peu sur l'Autriche, notamment que le president autrichien est de la gauche (SPO). Il faut communiquer davantage. Mais il y a aussi une responsabilité de la part des citoyens de s'informer.

Nous lui racontons l'anecdote d'une femme française qui a passé ses vacances en Autriche l'été 2006 et qui a beaucoup aimé le pays. Elle nous a expliqué que le nom de l'Autriche avait été changé de « Oesterreich » à « Austria », car le premier contient la syllabe « reich », qui ferait référence au 3<sup>e</sup> Reich. Cela est bien sûr absurde, car c'est un mot comme d'autres et se trouve aussi dans le mot « Frankreich » pour la France.

Madame Ellison-Kremer nous raconte alors une anecdote de son côté. Un touriste américain ayant été en Autriche pour les sports d'hiver lui avait confié son étonnement qu'on y portait toujours l'uniforme nazi. Surprise, elle a demandé plus de renseignements pour enfin comprendre que l'Américain pensait que les vêtements folkloriques autrichiens étaient des uniformes nazi. Cela provient peut-être de la mécompréhension de vieux films de guerre. En tout cas, cela lui a semblé hallucinant.

Selon Madame Ellison-Kramer, le scandale autour de l'élection de Waldheim a permis à l'Autriche de parler de son passé.

En Europe aujourd'hui, avec les bourses d'études et Internet, il y a plus d'ouverture.

**Monsieur Jean-Luc Bredel, directeur régional de la DRAC (direction régionale des affaires culturelles) PACA**

de la part de M Jung, tél. 04 42 16 19 00 (re Jung)

Mercredi, 6 septembre 2006

43. En quelques mots, quelle est selon vous la perception de l'Autriche en France aujourd'hui ?

C'est une image floue, pas excellente, et l'un a une conséquence sur l'autre. C'est une image peu précise.

En France, on pense souvent que l'Autriche est une province allemande. On connaît mal l'histoire de l'Autriche et on l'assimile à la Bavière.

L'histoire entre l'Autriche et la France, qui était souvent conflictuelle, a laissé des traces plus fortes qu'on ne pense.

On a entendu parler de Innsbruck et de Salzbourg, que l'on situe souvent en Allemagne. Même dans la presse écrite on trouve beaucoup d'erreurs. Par exemple, on parlait des écrivains Peter Handke et Thomas Bernhard étant allemands !

44. Selon vous, quels sont les facteurs qui empreignent (ou influencent) l'image actuelle de l'Autriche en France ?

La presse écrite a une forte influence. On l'a d'ailleurs vu qu'elle était très forte en 2000. Hitler est né en Autriche, ça les Français le savent.

La presse n'est pas objective et donnait par moment l'impression que les NS défilaient dans les rues d'Autriche. Dans son entourage, des collègues juifs invités à des colloques en Autriche n'osaient plus y aller. Lui-même, quand il revenait d'Autriche on lui posait la question du danger. La situation politique en Autriche était préoccupante à cette époque, mais la façon dont on parlait était complètement exagérée et faussée en France. Cette époque a beaucoup marqué l'image de l'Autriche en France.

En France on ne sait pas que le grand chancelier autrichien (année 70 et 80) était Kreisky, un socialiste et juif. Lui-même avait déjà fait une coalition avec le FPO. Kreisky avait même travaillé avec Friedrich Peter (du FPO), un ancien SS. Kreisky était très attaché à l'unité autrichienne et il avait souhaité qu'on tourne la page sur le passé.

45. A votre avis, pourquoi l'Autriche est-elle si peu présente en France ? Pourquoi la connaît-on si mal/peu en France ?

La France, en général, connaît mal les pays européens. Les médias n'en parlent pas. On n'est pas frappé par l'intérêt des Français de ce qui se passe à l'extérieur. Quand on

parle de l'étranger, on parle peu de l'Europe. On en parle beaucoup plus dans d'autres pays. En France on avait une émission qui s'appelait « Transeurope Express », mais elle passait à 23 heures ! Il y a un désintérêt de la France envers les petits pays, sauf peut-être encore la Suisse ou la Belgique, parce qu'on y parle le Français. Mais les pays tels que le Danemark, les Pays-Bas, l'Autriche, le Portugal, l'Irlande ou la Slovaquie, on les connaît mal.

La France a une certaine suffisance à l'égard des petits pays. Concernant l'Autriche cela se réduit à Mozart, les palais et les Lipizans. On ne connaît pas la modernité du pays. La France a un sentiment de supériorité. Des grands pays comme l'Allemagne, l'Espagne et l'Italie sont importants.

Il y a encore 15, 20 ans, on pensait que l'Autriche était dans le bloc de l'Est. L'Autriche est rentrée dans l'intérêt français tardivement, après 1955, année jusqu'à laquelle elle avait été occupée par les alliés, les Français dans le Tyrol, les Russes etc. On connaît donc plus le Tyrol, mais pas l'Autriche. Il y a eu un retard politique et économique. C'est surtout Kreisky qui avait fait beaucoup.

46. A l'occasion de l'année Mozart, l'office de tourisme autrichien a mené une campagne de communication. A votre avis, quelle est la place que prend cette communication :

- par rapport aux autres discours sur l'Autriche ?

C'est important et c'était le seul discours sur l'Autriche en 2006. On voit seulement selon Mozart, mais c'est réducteur. L'office de tourisme autrichien en France a eu raison de centrer le propos sur la culture. Comme Aix-en-Provence avec l'année Cézanne cette année. Il y a des retombés économiques.

En France, Mozart est fabuleusement autrichien.

- par rapport aux autres destinations telles que Prague, par exemple ?

Prague avait été coupée pendant longtemps. Il y a donc une curiosité à son égard, mais aussi pour Budapest. Ces destinations ont un intérêt (touristique) international peut même plus que Vienne. Pourtant la Tchéquie n'a que Prague et la Hongrie principalement Budapest. L'Autriche a beaucoup plus, le Tyrol, Salzbourg, Vienne. C'est plus diffus, plus large.

Mozart a aussi œuvré à Prague, mais c'est moins important.

47. L'année Mozart a-t-elle influencé, d'après vous, l'image de l'Autriche en France ? Si oui, de quelle manière ?

Il ne pense pas que cela a influencé l'image de l'Autriche en France. Cela a plutôt conduit des touristes français en Autriche.

48. Qu'en est-il pour les autres aspects de l'Autriche, (à part le tourisme) notamment la culture contemporaine, l'économie, etc. ?

On n'en parle pas assez. On ne parle pas de l'art plastique, la littérature et la musique contemporaines. L'Autriche est vue comme un conservatoire des temps passés. Les résultats économiques de l'Autriche ne sont pas suffisamment connus en France. La présidence autrichienne à l'UE n'a pas suscité un grand intérêt en France. Mais il y a progressivement une meilleure connaissance du système social en Autriche, un peu comme en Allemagne. En 1981, quand Mitterrand a été élu, Maurois avait dit que l'Autriche était le modèle de système et du dialogue social. En Autriche il y a un véritable système social-démocrate. Le OGB, l'union syndicaliste, est contrôlé par les différents partis dont les syndicats font parti et cela fonctionne très bien. Ségolène Royale en parle actuellement, sans pour autant citer l'Autriche. En France il y a environ 2 % de syndicalisés, en Autriche, c'est beaucoup plus. Le dialogue social en Autriche est bien mieux. Il y a des forces importantes, aussi du patronat. En France on devrait plus en parler du dialogue social. Le système autrichien est véritablement basé sur la social-démocratie. Ségolène dit « comme les Autrichiens », sans parler de l'Autriche. Bien qu'il y ait la droite au pouvoir en Autriche, le système social fonctionne bien, un peu comme en Suède.

49. Les événements politiques autrichiens de 2000 (la création d'une coalition gouvernementale entre le OVP et le FPO, parti de Haider) sont-ils mis à l'arrière plan ?

Selon Monsieur Bredel, les événements de 2000 ont vite été oubliés, peut-être trop vite. Les Autrichiens ont fait pour que ce soit le cas. Mais la politique de la sanction a été un gros échec. Il n'y a pas eu de sanctions contre l'Italie de Berlusconi, qui tenait des propos louangeurs à l'égard de Mussolini, ou contre la Pologne avec ses deux frères et leur anti-sémitisme affiché. Les sanctions contre l'Autriche ont été un échec. L'Union européenne n'a pas bien agi contre les menaces (le FPO en Autriche).

La perception de l'Autriche en France d'avoir viré à l'extrême droite est toutefois antérieure à Haider, notamment lors de l'élection du président Waldheim (qui avant avait été deux fois de suite secrétaire général de l'ONU). C'était pire pour l'Autriche que Haider. C'était très mauvais pour l'image de l'Autriche.

On voit l'Autriche comme un pays dangereux, de part de son histoire. La France a une vue de l'Autriche comme elle l'était sous la période nazi.

L'Autriche est bourreau et victime.

Même les touristes ont cette perception.

On a la perception que l'Autriche n'a pas reconnu son passé.

L'Alsace et l'Autriche sont très proche.

Le travail du passé en Autriche s'est fait très tard, notamment sous Klestil en 1988 seulement, mais jamais vraiment avant.

C'est un peu la mentalité autrichienne de mettre les choses désagréables de côté. (unter den Teppich kehren). Annotation de nous : la politique de l'Autriche ?

Michael Haneke, que Monsieur Bredel connaît personnellement, est quelqu'un de très consensuel et attaché aux traditions. Cela ne l'empêche pas d'être très critique à l'égard de son pays et son histoire. Thomas Bernhard également, mais aussi beaucoup plus tôt avec Weininger et Karl Kraus.

C'est une combinaison de violence et de consensuel qu'on y trouve (œuvres).

Il y a aussi une certaine hypocrisie. Les Viennois par exemple ne disent jamais non. Ils sont tout enthousiastes, tout à l'orientale. Mais après les projets (ou autres) ne se font pas nécessairement. On veut plaire beaucoup, on aime la séduction, ce qui fait aussi le charme de l'Autrichien. On aime aussi la « gemuetlichkeit », la tranquillité. Un voisin gêné par son voisin bruyant ne va pas le lui dire en face mais ira voir la police ou le syndic. Monsieur Bredel adore l'Autriche.

Il craint que l'Autriche aura de gros problèmes avec l'immigration du Kosovo, de Roumanie etc. Il y a 700 000 étrangers en Autriche pour un pays qui compte 8 millions d'habitants. C'est énorme. Il y a aussi beaucoup de criminalité qui vient de Roumanie.

En France les immigrés maghrébins parlent le français, en Autriche des immigrés ne parlent souvent pas un mot d'allemand. D'où cette loi autrichienne qui demandait à ce que les immigrés apprennent l'allemand, afin de pouvoir s'intégrer (travail, administration, vie quotidienne, etc.).

L'extrême-droite est trop présente dans les pays européens (France, etc.).

Thomas Bernhard, on en parle comme s'il détestait l'Autriche. Ce n'est pas correct. Il détestait l'Autriche mais aussi le contraire. C'était une Hassliebe (je t'aime moi non plus). C'est un auteur plus autrichien en écriture que qui d'autre.

Mais en France on aime bien glorifier les écrivains qui semblent détester l'Autriche.

Il a remarqué que l'intérêt pour Thomas Bernhard était très grand en France, mais c'est quelque peu calmé. C'est dommage, car ses œuvres sont fabuleuses, ses pièces de théâtre etc..

Handke, bien qu'un homme (selon Monsieur Bredel) très déplaisant, a écrit d'excellents livres aussi. Ses positions (Milosevic, etc.) sont une autre chose.

Monsieur Bredel nous conseille de lire Céline, un auteur français.

**M. Thomas Angerer, Maître de conférences à l'Institut d'Histoire de l'Université de Vienne et Membre du Comité directeur de l'Association France-Autriche à Vienne**

Tel.: +43/1/4277-40807

1. En quelques mots, quelle est selon vous la perception de l'Autriche en France aujourd'hui ?

Un petit pays d'Europe centrale, membre de l'UE. Les uns diront que c'est un pays germanique, d'autres se demanderont ce que c'est que l'Autrichien. On y va pour faire du ski. Vienne vaut une visite. C'est le pays de Mozart, et les cultivés ajouteront : de Freud, de Klimt, de Hitler et de Haider. C'est un pays qui est intéressant pour son passé. Son image est très polarisée, son identité une énigme.

2. Selon vous, quels sont les facteurs qui empreignent (ou influencent) l'image actuelle de l'Autriche en France ?

La mauvaise connaissance de l'Europe à l'est du Rhin, pour ne pas parler de l'Europe centrale. Les clichés traditionnels. L'année Mozart - Freud. Un peu aussi la présidence autrichienne du Conseil de l'UE dans le premier semestre 2006. Un peu encore l'"affaire autrichienne" de 2000.

3. A votre avis, pourquoi l'Autriche est-elle si peu présente en France ? Pourquoi la connaît-on si mal/peu en France ?

Ce sont deux questions différentes !

a) J'ai envie de retourner la question : pourquoi est-elle plus présente que d'autres pays de taille et importance comparable ? Réponses : un passé qui fait rêver (Sissi, Klimt, Freud) et trembler (Hitler) ; une actualité politique qui choque (Haider) et une production artistique qui intéresse (Haneke, Jelinek) mais est souvent prise pour allemande.

b) Les grands pays ne s'intéressent guère aux petits.

4. A l'occasion de l'année Mozart, l'office de tourisme autrichien a mené une campagne de communication. A votre avis, quelle est la place que prend cette communication :

- par rapport aux autres discours sur l'Autriche ?

Où ? Mais de toute façon, je ne m'en rend pas assez compte car je ne connais pas assez les dessous de la campagne ; il faudrait savoir tout ce qu'elle a financé comme publicité sans que cela ce voie.

- par rapport aux autres destinations telles que Prague, par exemple ?

J'avoue mon ignorance !

5. L'année Mozart a-t-elle influencé, d'après vous, l'image de l'Autriche en France ? Si oui, de quelle manière ?

Il a ré-actualisé les clichés plus sympathiques sur l'Autriche et donc contribué un peu à rééquilibrer son image.

6. Qu'en est-il pour les autres aspects de l'Autriche, (à part le tourisme) notamment la culture contemporaine, l'économie, etc. ?

Pour la culture, voir ci-haut.

Dans le domaine de l'économie, l'image de l'Autriche souffre du fait qu'une partie importante de son industrie est une industrie de sous-traitance ; les marques autrichiennes ne apparaissent donc souvent pas dans les produits finaux. Néanmoins, certaines firmes autrichiennes très ont pu se faire un nom dans des secteurs très spécialisés.

7. Les événements politiques de 2000 (la création d'une coalition gouvernementale entre le OVP et le FPO, parti de Haider) sont-ils mis à l'arrière plan ?

Oui, mais ni plus ni moins. Les "sanctions" étaient un échec pour la France, puis il y avait le 21 avril et l'échec de Haider aux élections de la même année. Mais le problème reviendra, ne serait-ce que sous forme de farce, avec la percée de Strache dans les élections imminentes.

(A ces réponses s'est ajouté une entretien très approfondi de plus de deux heures, qui n'a pas été transcrit ici). **Monsieur Dedeyan, devrais-je l'ajouter ?**

**Gerald Stieg, professeur de littérature et civilisations allemandes et autrichiennes à l'Université de la Sorbonne Nouvelle (Paris)**

directeur de l'Institut d'Allemand, du Centre Universitaire d'Asnières et de l'équipe d'accueil (EA) 182 « Centre de recherches sur les sociétés et cultures des pays germanophones aux 19ème et 20ème siècles (01 45 87 79 44, ED 385, 1 rue Censier, 75 005 Paris

Vendredi 8 septembre 2006

1. En quelques mots, quelle est selon vous la perception de l'Autriche en France aujourd'hui ?

Il s'y desinterresse. Il etait beaucoup plus interessé dans les années 80, 90 et 2000. L'Autriche interesse la France dés qu'il y a quelque chose touchant à l'extreme droite ou nazisme, ou à l'Allemagne.

C'était d'ailleurs extreme en 1986 (Waldheim), mais aussi en 1991. En 1991 on avait misé sur Mozart pour contrer Waldheim et Thomas Bernhard. Ensuite l'interet a disparu. En 2000 l'interet de la France pour l'Autriche etait excessif.

S'il n'y a plus de Haider, on ne s'y interesse plus.

La perception de l'Autriche en France est en rapport avec l'histoire. La France est officiellement en couple avec l'Allemagne, donc « tappe » sur la petite Autriche.

Le Monde etait toujours agressif envers l'Autriche, mais parle aussi du café viennois, de Sissi, les Valses et le Ski, voire des clichés autrichiens.

L'intérêt politique et economique est nul. Même la presidence autrichienne à l'UE n'a pas suscité grand interet. Par contre l'interet culturel a toujours ete très fort. Il y a eu en 1986 l'exposition de Vienne 1900 au centre Pompidou et cette année au Grand Palais avec Klimt, Schiele, Kokoschka. La literature autrichienne interesse egalement beaucoup, comme Freud, Bernhard, Handke. Surtout quand il y a un scandale, comme avec Handke cette année.

Selon les statistiques, à l'université de Paris, il y a beaucoup plus de thèses soutenues sur les ecrivains autrichiens (Bernhard, Musil, Zweig, Canetti, Handke, mais aussi des plus anciens) que sur les ecrivains allemand (Boell, Grass, etc.).

Mais l'intérêt pour la civilisation autrichienne est quasi nul. Fellix Kreissler n'avait plus que peu de disciples. (annotation : Felix Kreissler est décédé en 2004).

Il y a un intérêt énorme pour la littérature, mais les connaissances en histoire autrichienne sont nulles. Les efforts n'ont pas donné grand chose.

Au fond, l'Autriche a une image positive. Quand il est arrivé en France (années 60/70) les réactions de la part des Français étaient très positives. Il y a beaucoup de positif, on parle des montagnes etc., et de Mozart aussi.

Quant au niveau politique et historique il y a soit de l'ignorance soit de la méfiance.

2. Selon vous, quels sont les facteurs qui empreignent (ou influencent) l'image actuelle de l'Autriche en France ?
3. A votre avis, pourquoi l'Autriche est-elle si peu présente en France > ? Pourquoi la connaît-on si mal/peu en France ?

On ne sait rien sur l'Autriche. Déjà dans les manuels scolaires il n'y a pas grand chose. Au niveau de l'histoire il y a eu une longue rivalité entre la France et l'Autriche (l'empire), et on parle de Marie-Antoinette ou de l'aiglon. Ensuite (après la fin de l'empire austro-hongrois), l'Autriche sort de scène, « disparaît », elle devient plus rien. Encore récemment, Monsieur Stieg était au ministère (Paris) concernant une remise de prime, quand un slavisan lui demandait quelle langue on parle en Autriche. Même cet homme érudit ne le savait pas.

L'information au niveau scolaire est minimaliste et à l'opposé de l'intérêt considérable pour la littérature autrichienne du 20<sup>e</sup> siècle avec Freud, Rilke, Musil, Zweig, etc. Mais tout ce passe au niveau culture et ne va pas dans la rue (voire auprès du grand public).

On connaît l'Autriche si mal, on ne connaît que le tourisme ou l'aspect culturel. Les connaissances et l'informations sur la politique et l'économie sont nulles.

4. A l'occasion de l'année Mozart, l'office de tourisme autrichien a mené une campagne de communication. A votre avis, quelle est la place que prend cette communication :
  - a. par rapport aux autres discours sur l'Autriche ?
  - b. par rapport aux autres destinations telles que Prague, par exemple ?

La première année Mozart en 1991 était bien perçue parce qu'il y avait eu beaucoup d'image négative suite aux affaires Waldheim et Thomas Bernhard. Mozart était un symbole positif de l'Autriche.

En 2006, Mozart était tellement présent que l'Autriche est passée à l'arrière plan. Mozart n'est pas l'Autriche. Le festival de Salzbourg, avec tous ses opéras et concerts etc, n'a que très

très peu été traité, parce que c'est une évidence. L'office de tourisme autrichien aurait pu économiser de l'argent. Mozart appartient au Monde. En 1991, il n'y avait pratiquement que l'Autriche qui communiquait sur l'année Mozart, en 2000 c'est le monde entier.

Il a participé à un film anti-Haider en 2000 sur France 5 « Les trous de mémoire ». On y voyait une partition sur le mur derrière son bureau qui symbolisait un contrepoint. Le film commençait avec de la musique de Mozart et finissait avec. (Haffner).

Monsieur Stieg a récemment eu une altercation via Internet avec quelqu'un qui attaquait l'austriacité de Mozart. Ce sont ceux de l'extrême-droite, les pangermanistes, qui défendent se point. En France on sait qu'il est autrichien.

5. L'année Mozart a-t-elle influencé, d'après vous, l'image de l'Autriche en France ? Si oui, de quelle manière ?

N'a eu aucune influence. L'Autriche se trouve dans un phase de normalité, la présidence autrichienne à l'UE s'est bien passé et il n'y a pas eu de conflit avec la France.

Ce n'est pas l'Autriche mais Mozart qui interesse, bien qu'il ait certainement attiré des gens en Autriche à cette occasion. Monsieur Stieg pense tout de même que la communication de l'office de tourisme était superflue.

Ad 4b : Prague est d'une beauté extraordinaire, plus belle que Vienne, très bien restaurée. Prague est beaucoup plus envahie par la musique que Vienne. Monsieur Stieg était subjugué lors de sa visite il y a deux ans. Prague joue beaucoup sur Mozart. Il y a eu le film de Milos Forman, lui même tchèque, qui a tourné le film à Prague. Prague a accueilli Mozart, Vienne est la ville où il est mort. Monsieur Stieg ira à Prague. C'est aussi nettement moins cher, moins les grands hôtels mais les restaurants etc.

Vienne est connue, archi connue. Prague et Budapest sont des nouveautés. Il s'était rendu à Prague en '68. C'était noir, kafkaesque, tandis que maintenant c'est en couleur, mozartesque. Mozart est très présent dans la rue et Prague est presque au niveau de Salzbourg. Prague est moins élitiste que Salzbourg. Il y a l'effet de nouveauté, mais il faut voir la merveille. Prague est une ville baroque mais a aussi du Jugendstil comme Vienne.

Monsieur Stieg évoque les différentes programmations musicales au Brajka à Prague et au Alban Berg à Vienne. Les compositeurs slaves ont une spécificité plus régionale, tandis que des Mozart et Beethoven ont une musique plus internationale. La France est slavophile.

L'Autriche a toujours eu beaucoup d'immigration de l'est et avec l'empire il y avait les autrichiens slaves et les autrichiens allemand. Les slaves se sont plus rapproché de la France, également la Pologne. Les Schubert, Svetana etc. ont plus une couleur regionale dans leur musique.

Va-t-on encore trouver un moyen de faire des allusions à l'extrême-droite ou le nazisme en parlant de l'affaire Natascha Kampusch ? Il ne le pense pas vraiment, mais cela avait été le cas en 1990 avec le scandale des infirmiers de Lainz. Ces anges de la mort avaient tué des vieillards dans une maison de retraite (ou une maison de ce genre). Les médias français avaient immédiatement relié cela au nazisme (euthanasie).

Il restera a voir quels resultats Strache (FPO) obtiendra lors des elections parlementaires en octobre. La grande affaire de la BAWAG n'a pratiquement pas été évoquée en France. Ce n'était pas en relation avec l'extrême droite et en plus c'était les socialistes qui y étaient mêlés.

Le point sensible en France par rapport à l'Autriche c'est ce qui touche au passé. Quand Haider perd on en parle pas.

Monsieur Stieg est d'origine autrichienne. Sa fille est française. Comme son nom est Stieg on lui pose souvent la question si elle est juive. Quand elle explique qu'elle ne l'est pas mais qu'elle est d'origine autrichienne, on lui fait parfois le salut de Hitler. Lui-même a souvent été pris pour un juif ou on pensait qu'il etait parent avec des juifs eminents qui portent le meme nom que lui.

Selon Monsieur Stieg, tout a commencé avec Waldheim et sa declaration de n'avoir fait que son devoir. Il connaît personnellement Madame Ferrero-Waldner et lui avait renvoyé une subvention car il était ecoeuré par elle. En effet, fin 1999, elle avait affirmé lors d'une remise de prix de Joseph Roth, qu'il n'y aurait jamais de coalition entre le OVP et le FPO. Dans sa position, c'était absolument inadmissible vue de ce qui s'est produit par la suite.

Thomas Bernhard disait qu'en Autriche il y avait 7 millions de nazis. Jacques LeRider a écrit dans un article que ce n'était pas la realité mais que celle-ci était pire. Monsieur Stieg n'en revient pas. Nous sommes d'ailleurs très choquée par les propos infondées de la part de Monsieur LeRider, que nous estimions plus objectif.

Dans un autre cas, un journaliste ou intellectuel disait que Thomas Bernhard était juif, car il n'y a que la littérature autrichienne juive qui vaut quelque chose. Un bon autrichien est juif. Une représentante d'un organisme juif lui a fait remarquer que Thomas Bernhard n'était pas juif, mais que Ingeborg Bachmann l'était. Quand Monsieur Stieg a parlé d'anti-sémitisme à l'envers, il s'est fait traité d'anti-sémite par Jean Daniel.

Selon Monsieur Stieg, 1986 était un vrai cocktail (Waldheim, expo, etc.). Nous évoquons notre surprise pourquoi Waldheim avait été secrétaire général de l'ONU deux fois de suite sans que son passé noir soit évoqué. Monsieur Stieg nous explique que c'est un journaliste du Monde qui avait fait sa biographie pour l'ONU. Comme les soviets connaissaient très certainement son passé, il était peut-être en quelque sorte leur ôtage. Monsieur Stieg a rencontré Waldheim à New York et le trouvait très désagréable.

L'Autriche n'est pas Waldheim !

Monsieur Stieg était d'ailleurs choqué par la violence d'un dessin de Plantu de 1986 qui montrait Waldheim avec une botte de SS décollant un linceul dont l'Autriche est couverte pour montrer qu'en dessous tout était plein de croix gammées. C'est absolument choquant. L'image négative est enracinée.

La pièce de Bernhard « Heldenplatz » était un échec selon un critique et ne concernait plus ou moins que l'Autriche.

Tous ces événements ont été massivement superposés, Waldheim, Haider... Mais ce n'est pas que la faute des Médias.

Le centre du problème est le suivant. Le Pen et Strache sont différents. Pour les Médias LePen n'a pas de problème avec la nation de la France, au contraire. En Autriche l'extrême droite et les nazis sont fondamentalement anti-autrichien. Haider même a fait plusieurs commentaires tels que l'Autriche était une Missgeburt. L'idéologie nazi est l'idéologie pangermaniste qui nie la nation autrichienne et l'identité autrichienne. Elle est dans ce sens seul au monde à avoir une extrême droite de ce type. La France ne la supporte pas.

Déjà l'opposition de deux fascismes sous Dollfuss et Hitler était unique au monde et n'a d'ailleurs pas été comprise en France, où on pense que Dollfuss et Hitler c'est la même chose.

Les « Burschenschaften », fraternités d'universitaires à tendance pangermaniste on beaucoup réduit. Ce n'est plus qu'une minorité. L'extrême-droite s'oppose au patriotisme autrichien et ne reconnaît pas l'Autriche en tant que nation.

6. Qu'en est-il pour les autres aspects de l'Autriche, (à part le tourisme) notamment la culture contemporaine, l'économie, etc. ?
7. Les événements politiques autrichiens de 2000 (la création d'une coalition gouvernementale entre le OVP et le FPO, parti de Haider) sont-ils mis à l'arrière plan ?

**Jean-Michel Stoullig, AFP, Vienne** – Autriche, Ares Tower - 17Th Floor, Donau City  
Strasse 11, A-1220 Vienne, Téléphone: (43 1) 269 6300 : ([jean-michel.stoullig@afp.com](mailto:jean-michel.stoullig@afp.com))  
Vendredi, 15 septembre 2006

8. En quelques mots, quelle est selon vous la perception de l'Autriche en France aujourd'hui ?

L'impression est que l'Autriche n'est pas connue du grand public. Surtout dans les arts il y a une distinction entre l'Autriche et l'Allemagne. Sa mère est anglophile, germanophobe, mais austrophile (Mozart etc.).

Il y a une perception déjà plus poussée chez les décideurs et les intellectuels.

L'expo Paris-Vienne en 1986 avait beaucoup de succès. Cette année il y a eu une exposition au Grand Palais.

On est resté un peu aux sanctions, et Haider qui est vu comme un épouvantail. Ca change un peu.

Mozart cette année renvoie à l'Autriche. Les touristes français en Autriche sont très contents, de l'accueil, de la qualité etc.

Les décideurs ont entendu parler de l'Autriche cette année (présidence UE) quand cette dernière s'exprimait contre l'adhésion de la Turquie à l'UE.

9. Selon vous, quels sont les facteurs qui empreignent (ou influencent) l'image actuelle de l'Autriche en France ?

10. A votre avis, pourquoi l'Autriche est-elle si peu présente en France > ? Pourquoi la connaît-on si mal/peu en France ?

Ceci est lié à la taille de l'Autriche, à la langue également. L'Allemagne n'est pas aussi présent que ça en France, à part les réunions avec Angela Merkel etc.

On en parle plus quand ça va mal. C'est un peu la règle du journalisme.

11. A l'occasion de l'année Mozart, l'office de tourisme autrichien a mené une campagne de communication. A votre avis, quelle est la place que prend cette communication :

a. par rapport aux autres discours sur l'Autriche ?

Il y a eu beaucoup de visiteurs. Peut-être plus à Salzbourg qu'à Vienne. Les sites Internet sont très modernes, il y a de belles expositions et il s'est également rendu à Salzbourg. A Vienne il y a de grandes activités. Plus qu'à Vienne qu'à Salzbourg (festival etc.). Salzbourg est la ville de Mozart.

b. par rapport aux autres destinations telles que Prague, par exemple ?

La ville de Prague a fait un travail en commun avec Vienne sur l'année Mozart. Prague est une nouvelle destination depuis 1989. Budapest est plus majestueux que Prague. A Vienne on est charmé. Prague est bien préservée et plus petite. Il y a vraiment un triangle des trois villes. Il n'y a pas de préférence.

12. L'année Mozart a-t-elle influencé, d'après vous, l'image de l'Autriche en France ? Si oui, de quelle manière ?

M Stoullig pense que l'année Mozart a effectivement influence l'image de l'Autriche en France. Il y a eu beaucoup de choses dans Le Point, Le Nouvel Obs, L'Express. L'AFP Vienne a donné beaucoup d'information aussi. Après le mois d'août il y a toutefois un overkill. Il fera peut-être un truc en automne.

C'était énorme à Vienne.

13. Qu'en est-il pour les autres aspects de l'Autriche, (à part le tourisme) notamment la culture contemporaine, l'économie, etc. ?

Les musées sont aussi bien nommés que la musique. Il y a l'architecture, les arts plastiques, l'architecture moderne, le Leopoldsmuseum, Klimt etc.

L'économie n'est pas très connue en France, selon lui. Il fait référence à un livre de Grohman qui s'appelle : « Oesterreich, das bessere Deutschland ». L'Autriche, la meilleure Allemagne ». L'économie en Autriche n'est pas mal (peu de chômage) et plus facile qu'en Allemagne.

L'Autriche est très ouverte vers l'Est, même si la population autrichienne reste plutôt provinciale. Il y a beaucoup de multinationales implantées à Vienne. Les décideurs (en France et ailleurs) sont au courant de ces choses.

14. Les événements politiques autrichiens de 2000 (la création d'une coalition gouvernementale entre le OVP et le FPÖ, parti de Haider) sont-ils mis à l'arrière plan ?

Ca joue un peu pour le désintérêt pour l'Autriche, car elle s'est normalisée. Même s'il y a quand même des discours xénophobes (concernant l'immigration) dans les campagnes

électorales (Parlamentsratswahlen) de cet automne (notamment par le FPO avec Strache, mais aussi un peu avec le OVP).

La présidence autrichienne à l'UE était plutôt calme et bénéfique. C'était plutôt pro-autrichien.

L'AFP Vienne fournit beaucoup d'information, mais beaucoup n'est pas publié dans les journaux français. Il a d'ailleurs récemment fait une interview avec Gusenbauer (candidat du SPO). Ce qui touche à Haider est généralement préféré. Et aussi les faits divers, tels que l'affaire Natascha Kampusch.

Ce que l'AFP Vienne a mis à disposition sur Mozart en général a été bien repris dans les journaux français.

Mais l'Autriche a une influence plutôt marginale.

Il y a aussi le Forum culturel autrichien à Paris.

Monsieur Stoullig souhaite recevoir une copie du mémoire.

# L'Autriche

(émission sur France 5, mardi 30 mai 2006)



Réalisé par : Ina Rodriguez

L'Autriche, terre verdoyante, aime ses traditions. A Salzbourg, ville de Mozart, les dames ne vont à la messe dominicale que vêtue de leur costume ancestral, tandis que les touristes flânent dans les rues, dégustent les spécialités culinaires locales, s'informent de l'actualité musicale classique ou s'offrent un spectacle de marionnettes. Vienne, la capitale, est véritablement le centre culturel du pays, célèbre pour ses monuments, ses musées et ses cafés. Plus dans le sud, Graz aime le jazz tandis que dans le Tyrol, l'ambiance est plutôt à l'accordéon et au pantalon de velours. Autant de contrastes qui font tout le charme du pays.

## La 5 : L'Autriche

Documentaire diffusé le xy à x heures et le lundi 19 juin 2006 à 16.45 (durée : 1 heure)

...

### Carte d'Autriche : Salzburgo

#### « Bienvenu chez Mozart »

Il y a mille et une façon de commencer une promenade dans Salzbourg. Mais se délecter de la musique de Mozart lors d'un dîner concert au Monastère St Peter est sans doute l'un des meilleurs préludes.

On peut ensuite savourer peu à peu les douces promenades au cœur de cette petite ville qui est l'une des plus belles d'Autriche, et visiter en toute quiétude des lieux comme les jardins du palais Mirabell, construit par le prince archevêque Wolf Dietrich en l'honneur d'une femme, Salomé Alt.

A Salzburg, tout est imprégné de Mozart.

Visite incontournable : la maison où Léopold, musicien de chambre à la cour de Salzburg, a enseigné l'amour de la musique à ses deux enfants, Marianna et ce petit garçon agité, qui à l'âge de 6 ans dédiait déjà un menuet à sa sœur : le jeune Wolfgang Amadeus Mozart.

Rien de tel qu'un jour de marché pour déambuler dans les rues de Salzburg. C'est le meilleur moment pour prendre contact avec cette population venue des alentours, pour acheter fleurs et fruits ou tout simplement pour se promener.

Cette petite ville baignée par la Salzach ressemble à un ravissant coffret de musique ou plutôt à une délicate bonbonnière jouant du Mozart. Et ce n'est pas un euphémisme. Pour s'en persuader, il suffit de goûter les Mozartkugeln ou boules au chocolat de Mozart, inventées il y a plus de 100 ans par les aïeux de Norbert Fürst. « Le bonbon est composé de la façon suivante : au centre se trouve du marzipan mélangé avec de la pistache verte et enrobé de praline. Chaque boule est ensuite piquée sur un bâtonnet de bois et plongée dans du chocolat. C'est la signature d'une véritable Mozartkugel de Salzburg. » On raconte que Paul Fürst, son créateur, n'était pas aussi bon que ses bonbons. « Mon arrière-grand-père était un homme très sévère. Il obligeait ses apprentis à siffler pendant qu'ils travaillaient, parce qu'il est impossible de siffler et de manger en même temps. Ce n'est plus le cas maintenant, mais à l'époque la main d'œuvre était bon marché et la matière première très chère. » Norbert Fürst produit près d'un million de Mozartkugel par an, qu'il vend avec une innombrable variété de chocolats dans la boutique familiale. Le Mozartkugel a été créée en l'honneur de Mozart à l'occasion du centième anniversaire de sa mort.

Le théâtre de Marionnettes de Salzburg a été fondé en 1913 par Anton Eicher. Son créateur était un jeune sculpteur passionné d'opéra et de marionnettes qu'il fabriquait lui-même. Son premier spectacle fut Bastien et Bastienne, de Mozart bien entendu. Son fils Hermann en a assuré la direction pendant plus de 50 ans, période au cours de laquelle les marionnettes de Salzburg ont acquis une renommée mondiale. Aujourd'hui le théâtre est dirigé par la troisième génération de cette famille de marionnettistes célèbres dans le monde entier. Greta Eicher, la petite fille du créateur. « Un marionnettiste doit être en même temps acteur, danseur et chanteur d'opéra. Le fait de travailler derrière la scène est une chose tout à fait normale. Nous n'avons pas besoin d'être vu, nous sommes présents par l'intermédiaire des personnages. Nos yeux, notre souffle sont présents sur scène et le public voit bien que nous sommes dissimulés. C'est normal pour nous. C'est ainsi que nous vivons et c'est

merveilleux de pouvoir faire ça. Les Marionnettes de Salzburg ne sont pas un spectacle pour enfants, mais un spectacle pour toute la famille, un théâtre familial. Tout le monde peut venir et c'est pour les enfants une merveilleuse façon de découvrir l'opéra. Ils se familiarisent ainsi avec le théâtre musical, c'est ce que nous souhaitons avant tout. »

C'est au sud de Salzburg que se trouve le château de Hellbrunn, célèbre pour ses jeux d'eau uniques au monde. Bâti par le prince archevêque Marcus Sitticus, au début du 17<sup>e</sup> siècle, le château a toujours été ouvert aux Salzbourgeois, qui pouvaient venir se détendre dans les jardins, au même titre que leur souverain, ainsi que le relatent de vieilles chroniques de l'époque. Johann Kaspar Grisbeck écrivit, après une visite effectuée en 1783, que l'on sert de la bière et du vin dans les jardins de Hellbrunn et que quiconque peut aller où bon lui semble.

Le château offre aux visiteurs des lieux fantastiques conçus pour lui donner le sentiment de se trouver dans un monde magique, tel que la grotte de la coquille ou bien la grotte des chants d'oiseau, ou encore la grotte de la couronne dans laquelle une couronne monte et descend selon la puissance d'un jet d'eau. Mais le fascétieux archevêque ne jouait pas uniquement avec d'ingénieux mécanismes, il réservait aussi à ses invités de bonnes blagues qui le mettait au comble du bonheur. Il les faisait s'asseoir à la table du prince située dans le théâtre romain en leur disant que la cavité centrale servait à rafraîchir le vin. Il leur réservait une bonne surprise.

A l'issue d'une promenade rafraîchissante entre statues et fontaines, on atteint l'un des nombreux joyaux du château, le théâtre mécanique. Commandé par l'archevêque Andreas Jakob von Dietrichstein, le théâtre mécanique contient 193 figurines de bois dont 141 sont articulées et se déplacent selon un mécanisme complexe, inventé par un mineur de Dohenberg, Laurenz Rosenegger. Outre le fascinant spectacle, le théâtre mécanique permet de découvrir la vie quotidienne et les habitants d'une ville du 18<sup>e</sup> siècle. Une vie qui sous certains aspects n'a pas beaucoup changé.

Dans le couvent des Augustins on peut savourer une authentique ambiance populaire, ainsi que quelques mets arrosés de bière brassée par les moines. Les Salzbourgeois semblent suivre au pied de la lettre une devise inscrite en latin au pied de la statue de Mozart et qui affirme : I... nihil intrat mali, que l'on pourrait traduire : « Ici réside le bonheur, aucun malheur ne doit entrer. »

## **Carte d'Autriche : Wachau**

## **« Vin et Romance sur le Danube »**

Extrêmement populaire dans toute l'Autriche, les Heuriger sont des établissements dans lesquels on peut boire le vin nouveau de la maison en écoutant des chansons populaires interprétées par de sympathiques trouverts tels que les Viennois Pepi et Milla. La cave Nikolaihof est située dans la Wachau. Sa grotte, creusée par les Romains, permet d'apprécier l'ancienneté des vignobles de cette région (A.D. 469). Il y a encore quelques années, ces domaines appartenaient à l'église, qui contrôlait la zone de la Wachau, comprise entre deux monastères : L'abbé de Melk et abbaye Goettweig. Dans l'abbaye Goettweig on peut admirer dominant le monumental escalier impérial une fresque de 1739 représentant l'apothéose de l'empereur Charles VI. On y visite aussi des appartements dans lesquels Napoléon a résidé. De ces fenêtres Napoléon pouvait contempler la Wachau dans toute sa splendeur. De magnifiques champs couverts d'abricotiers et de vignobles centenaires, traversés par le mythique Danube. Aujourd'hui cette région est visitée par de milliers de touristes qui souhaitent découvrir depuis le fleuve les villes médiévales des bords du Danube tels que Krems ou Duernstein, et son château où fut emprisonné au 12<sup>e</sup> siècle Richard Cœur de Lion, ou encore St Michael ou Spitz. La promenade se termine à abbaye de Melk, construite au 10<sup>e</sup> siècle par Léopold I, abbaye domine tel une montagne la ville dont elle porte le nom. L'impressionnante bibliothèque de l'abbaye de Melk, dont le plafond est orné d'une fresque de Paul Troger et les portes encadrées de 4 personnages, représentant la Théologie, la Philosophie, La Médecine et la jurisprudence, renferme 100'000 volumes, livres et incunables confondus. L'abbaye conserve 800'000 manuscrits, dont le plus ancien de Bedle le Vénérable date du 9<sup>e</sup> siècle, ainsi qu'un joyau découvert récemment : un fragment du principal poème épique médiéval d'origine germanique « le chant des Nibelungen ».

Après avoir visité la Wachau on pourrait garder en mémoire les images du beau Danube bleu.

## **Carte d'Autriche : Viena**

### **« La musique des rêves »**

Le Burgtheater, l'hôtel de ville, l'église St Charles Borromée, la cathédrale St Etienne, l'opéra, le palais impérial, la place des héros, Vienne est trop vaste. La capitale de l'Autriche a été pendant des siècles le centre culturel et musical du monde. Son nom est indissociable

de ceux de Schubert, Haydn, Mozart, Brahms, Beethoven. Et pour le touriste ils symbolisent une ville où l'on doit donner libre cours à ses rêves et se laisser porter.

Vienne regorge de lieux mythiques. Le château de Schönbrunn avec ses jardins, sa gloriette, son parc zoologique, demeure la destination préférée de tous les visiteurs attirés par une histoire qui prend aujourd'hui une allure de légende. Celle de l'empereur François Joseph et « Elisabeth von Oesterreich », l'impératrice Sissi, qui continue à faire rêver les touristes. C'est pourquoi les visiteurs du château de Schönbrunn s'approchent des appartements de l'impératrice avec des yeux étonnés et curieux des enfants qui contemplant un univers de comte de fée. A travers des appartements presque irréels, remplis de cadres dorés et de miroirs qui dissimulent des instants magiques comme celui où un jeune Salzbourgeois nommé Wolfgang Amadeus Mozart accompagné de sa sœur et de son père joua pour la première fois devant impératrice Marie-Thérèse qui prit l'enfant dans ses bras et le couvrit de cadeaux et de baisers.

Mais il existe une autre Vienne. Eternelle adolescente et pleine d'entrain, au sein de laquelle l'art bouillonne, infatigable comme un Volcan perpétuellement en éruption, une Vienne à laquelle on peut accéder par d'innombrables portes. Comme celle qui nous fait pénétrer dans l'œuvre du peintre Friedensreich Hundertwasser, qui se qualifiait de médecin de l'architecture, et fut un des grands pionniers de l'architecture humaniste et écologique.

Ou la place du Museumsquartier où les jeunes viennois se réunissent dans un espace dominé par la musique et la peinture exposées au Mumok, le musée d'art moderne ou Léopold Muséum. Et les invitent de s'abreuver aux fontaines de toutes les tendances de peintres viennois tels que Egon Schiele ou Gustav Klimt, avec lesquels le mouvement art nouveau en Autriche a atteint son apogée, influençant des artistes tels que Friedensreich Hundertwasser.

Une Vienne dotée d'une infinité de temples, uniques et essentiels, consacrés à l'histoire des arts, comme le Liechtensteinmuseum qui réunit une collection initiée au début du 17<sup>e</sup> siècle par le prince du Liechtenstein et désormais accessible au public. « Le Liechtensteinmuseum est le seul musée privé de Vienne. Tout ce qui a été fait ici a été entièrement financé par le prince du Liechtenstein. Nous avons voulu conserver dans sa présentation le caractère privé de ce musée. Les collections du prince sont très nombreuses et comptent 1600 pièces. 15 % des peintures et sculptures sont exposées ici. » Guidé par le Dr Kraftner, le directeur du musée, nous pénétrons dans les salles où sont exposés un inestimable joyau : la collection Rubens. « La particularité de notre musée est son importante collection de toiles de Rubens.

Nous possédons 40 tableaux de Rubens qui ont très tôt appartenu à la collection. Par exemple « l'Assomption de Marie » est entrée dans la collection en 1642. »

Vienne est un labyrinthe de mondes, dissimulés derrière d'autres mondes, blottis dans les murs de lieux cultes tel que le Café Central, le plus célèbre café littéraire de la fin du 19<sup>e</sup> siècle. Lieux dans lesquels on aurait pu croiser des personnages comme Sigmund Freud, Arthur Schnitzler ou Gustav Mahler.

Le Stadtpark est un agréable jardin où l'on peut se promener au milieu de vieilles connaissances telles que Franz Schubert, Franz Lehar ou Johann Strauss.

Avant de faire nos adieux à cette ville dans la salle mythique du concert du nouvel an : la salle dorée du Musikverein.

## **Carte d'Autriche : Graz**

### **« Une porte entre deux mondes »**

Traversée par la rivière Mur, Graz, capitale de la Styrie, est considérée comme l'un des principaux centres commerciaux et industriels du sud de l'Autriche et de tout le pays. La ville doit en grande partie sa prospérité économique à l'archiduc Jean, fils de Léopold II de Habsbourg, et Marie Louise de Bourbon, qui a favorisé le développement économique et culturel de la Styrie.

Depuis la fontaine de l'archiduc Jean, qui trône sur la Hauptplatz, on peut apercevoir la tour de l'horloge, emblème de la ville, relique du 13<sup>e</sup> siècle qui domine la ville du haut de la colline, du Schlossberg. De là haut, on peut admirer non seulement les ponts qui engendrent la Mur, mais aussi les édifices modernes bâtis à l'occasion de l'élection de la ville au titre de capitale culturelle de l'Europe en 2003. L'île sur la Mur, une construction pivotante faite de verre et d'acier, et le Kunsthaus, le musée d'art moderne. Constructions qui contrastent avec les bâtiments historiques et ont donné à Graz la réputation méritée de miser sur des solutions architecturales osées, sans pour autant renoncer au passé.

Dans la Baerengasse, artère principale de la vieille ville, se dresse un autre symbole inévitable de Graz : le Zeughaus, l'arsenal. Construit au 17<sup>e</sup> siècle par l'architecte italien Antonio Solar, il était destiné à permettre aux habitants de Graz de se défendre contre le péril turc, ces derniers ayant dévasté la Styrie à deux reprises. Les quatre étages de l'arsenal abritent une hallucinante quantité d'armes et armures de toute sorte. De quoi

équiper une armée de 29 000 hommes. De nos jours le souvenir du péril turc se réduit à un sympathique guerrier ottoman, jadis utilisé lors de tournois et qui observe les passants du haut de la façade du palais Sahow ( ??).

A proximité de l'arsenal se trouve la Landhaus, siège de la diète régionale de la Styrie, palais renaissance construit au 16<sup>e</sup> siècle, par l'Italien Dominica de l'Allio. Dans sa cour se tient un festival de danse, musique et cinéma, très apprécié dans cette ville universitaire.

On trouve aussi centre ville, à la droite de la cathédrale, le mausolée de Ferdinand II de Habsbourg, empereur, qui est entré dans l'histoire pour s'être opposé avec acharnement à l'implantation du protestantisme au cœur du saint empire romain germanique. Acharnement, qui a engendré la guerre de 30 ans. Comme il était coutume à cette époque, la construction du mausolée a été confiée à un architecte italien, Giovanni Pietro di Pomis. Dans la cathédrale, construite au 15<sup>e</sup> siècle, hormis les balcons des rois situés au-dessus de l'hôtel, on remarque deux reliquaires, anciens coffres de mariage de Paule de Gonzague, Duchesse de Mantoue, plaquées de bas reliefs en os et en ivoire représentant le triomphe de l'amour ou de la chasteté ou de la mort.

A proximité de la cathédrale se trouve une autre curiosité : un double escalier de pierre en colimaçon, chef d'œuvre du gothique.

La Glockenspielplatz, célèbre pour son carillon, est un quartier de restaurants, cafés et bars surnommé le triangle des bermudes. Triangle des Bermudes en raison de la facilité avec laquelle on peut s'y perdre, jusqu'à l'aube. Dans la cour du Generalihof, situé face à l'arsenal, des concerts de jazz en plein air sont donnés tous les mercredi soir. Aujourd'hui ce sont les Jugendphonies, groupes créés par des étudiants qui accompagne en musique nos adieux à la ville de Graz.

Nos dernières pensées autrichiennes sont pour le Tyrol ou notre voyage a débuté, et la symbolique cloche de la paix de Mozer, qui sonne tous les jours à 17 heures pour célébrer la bonne entente entre les pays alpins, emplissant de ses échos les montagnes qui surplombent la vallée de l'Inn.

Madrid,

TVE, 2005 Television Espanola S.A.

## **Autriche pro France**

### **L'hospitalité par excellence : 20 ans déjà !**

Montagnes majestueuses, musique classique, traditions authentiques et une hospitalité hors pair, voilà ce qu'il vient à l'esprit quand on évoque l'Autriche, à un détail près : la langue, et la question : « Comment rapprocher la langue de Molière et celle de Goethe pour découvrir tous les trésors de l'Autriche » ?

Pour répondre à cette question, il y a 20 ans, quelques hôteliers autrichiens ont eu une idée de génie : ils se sont réunis sous le nom d'Autriche pro France et font de leur mieux pour accueillir la clientèle francophone en langue française.

Répartis sur toute l'Autriche, les hôtels de charme Autriche pro France offrent des points de départ idéaux pour toutes sortes d'excursions, qui permettent de découvrir les curiosités de chaque région. Et il en va de même pour les délices culinaires : Les chefs-cuisiniers préparent avec le plus grand soin de délicieux mets en utilisant des produits frais de la région, auxquels ils ajoutent art et imagination, afin de faire connaître les plats typiques de leur province.

Parmi les hôtels Autriche pro France, beaucoup se sont spécialisés dans un domaine particulier : Nombreux sont ceux qui réservent un accueil particulier aux familles avec enfants en offrant des installations adaptées ainsi que différents programmes d'animation. D'autres proposent une gamme variée de soins spécifiques pour le corps ainsi qu'une alimentation délicieuse et équilibrée, le tout alliant bien sûr plaisir et bien-être.

Toutes ces informations sont réunies dans le guide d'Autriche pro France qui se présente, à l'occasion de son 20e anniversaire, sous sa nouvelle formule : Il répertorie tous les hôtels-membres et les présente province par province de façon détaillée. De nombreuses informations, conseils pratiques et petites histoires sur l'Autriche et ses trésors, agrémentent l'intention de ce guide afin d'en faire un véritable compagnon de voyage. Ce guide est gratuit et disponible sur simple demande au 0 825 062 063 (0,15 €/mn) ou [hotels@autriche.com](mailto:hotels@autriche.com).

Contact presse :

Hanne MOSTECKY

01 53 20 38 25

Autriche pro France - c/o com'tou - 94, rue Saint Lazare - 75442 Paris Cedex 09  
tél. : 0 825 062 063 (0,15 €/mn) - fax : 01 53 20 08 31 - [hotels@autriche.com](mailto:hotels@autriche.com)

## **Salzburg as a Film Location: From *The Sound of Music* to *Lakeside Hotel***

“The entire city is a stage...” is how the great dramatist Max Reinhardt once referred to Salzburg. “The entire city is the backdrop for a film,” can also be an appropriate description of Salzburg. The beautiful city on the Salzach has repeatedly lent its attractive scenery as locations for exciting adventures and romantic stories for movies and television films.

Some 160 movies and countless television productions were filmed in the city and province of Salzburg after World War II, spreading the allure of Mozart’s city throughout the world. This not only opened an important tourist aspect but has been an invaluable promotion for the city.

One of the first movies to be shot in Salzburg was *Vagabonds* in 1949 starring Paula Wessely and Attila Hörbiger. Other film directors soon discovered the charm of Salzburg’s scenery, including Hollywood director Robert Wise, who shot one of the greatest movies of all time, *The Sound of Music*, in 1965 starring Julie Andrews and Christopher Plummer - the story of the Salzburg Trapp Family whose songs took the world by storm.

In 1952, Hollywood star Gene Kelly - who had become internationally famous through his hit *Singing in the Rain* just a few months before - came to Salzburg to shoot *Mit dem Teufel sinds Drei* (co-starring Pier Angeli), the first foreign movie to be shot in Salzburg. Further productions followed, including: *Diplomatic Courier* with Tyrone Power, Karl Malden, Hildegard Knef; *Interlude* (1957) with Hollywood star June Allyson and Rossano Brazzi, *The Great Race* (1965) with Tony Curtis, Natalie Wood, Peter Falk; *A Fine Pair* (1968) with Rock Hudson and Claudia Cardinale; *Before Winter Comes* (1969) with David Niven and Chaim Topol.

An immense amount of time and money was spent on shooting films such as *Where Eagles Dare* (1969) with Richard Burton and Clint Eastwood or the Beatles film *Help* (1965), in which the “Fab Four” spent four exciting days in the city of Salzburg and skiing in the Obertauern mountains. In 1980, Walter Matthau and Glenda Jackson came to Salzburg for location shots for their comedy *Hopscotch* and in 1988 Salzburg served as the stage for an espionage film, *The Endless Game* starring George Segal. Ugo Tognazzi, Gerard Depardieu, James Mason and Barry Newman also filmed in Salzburg over the years.

In addition to these large international productions, over 70 sentimental films with a regional background were filmed on Salzburg soil, including *Die Sennerin von St. Kathrein*, *Saison in Salzburg*, *Das Lied von Kaprun* or Wolfgang Liebeneiner's film depicting the life of the Trapp Family starring Ruth Leuwerik and Hans Holt. Indoor shots for a multitude of films were taken in the former Dürer Film Studios in Salzburg-Parsch.

One of the most successful American television films (ABC Television) was shot in the city and province of Salzburg in 1987: *The Sound of Christmas* with Julie Andrews, Placido Domingo and John Denver. J.R. Ewing alias Larry Hagman came to the city of Salzburg in 1989 to shoot another episode of *Dallas* together with George Kennedy and Patrick Duffy.

The young filmmaker, Wolfram Paulus, introduces a new type of sentimental film in movies such as *Heidenlöcher*, *Nachsaison* and *Die Ministranten*, using the impressive landscape of the Salzburg province as a backdrop. The highly acclaimed film by Salzburg's successful director and producer Reinhard Schwabenitzky, the comedy *Ilona und Kurt*, starring Elfi Eschke, Louise Martini and Hanno Pöschl, had its premiere in Salzburg and Schwabenitzky's new film *Verlassen Sie bitte Ihren Mann* was also shot on location in Salzburg.

The old tradition of using the picturesque scenery in the city of Salzburg and its environs as a backdrop still continues in location shots for the popular television series *Ein Schloss am Wörthersee* (Lakeside Hotel) and *Salzburger Nockerln*.

Article provided by Tourismus Salzburg.

## Le Point – Autriche & Mozart

---

Le Point, no. 1746

Voyages, jeudi 2 mars 2006, p. 125

### Salzbourg fête Mozart

#### Carnet de Route

GILLES PUDLOWSKI

#### Y aller

Styrian Spirit (+ 43 (0)50805.1212, [www.styrianspirit.com](http://www.styrianspirit.com)) est la seule compagnie à assurer la liaison directe Paris-Salzbourg (2 vols quotidiens la semaine depuis CDG 2D, au comptoir Air France, 1 le week-end), à partir de 99 euro aller-retour.

#### Séjourner

sss Goldener Hirsch, Getreidegasse 37. Tél. : 0662/80840. Ch. : 204-660 euro.

[welcome@goldenerhirsch.com](mailto:welcome@goldenerhirsch.com). Quatre maisons patriciennes du XVe siècle réunies en une auberge de luxe et de charme, avec recoins, voûtes, poutres, murs à la chaux, meubles polychromes ou de bois blond, personnel en costume local. Table chic et taverne plus relaxe à l'enseigne de Herzl.

Sacher, Schwartzr. 5. Tél. : 0662/88977. [salzburg@sacher.com](mailto:salzburg@sacher.com). Ch. : 175-565 euro. Ce palace au bord de la Salzach avec sa terrasse sur la rivière (c'était l'Oesterreichischer Hof) a conservé le charme fin de siècle. Mobilier Biedermeier et noble service.

Arthotel Blaue Gans, Getreidegasse 41. Tél. : 0662/842.4910. [office@blauegans.at](mailto:office@blauegans.at). Ch. : 105-199 euro. Dans la rue la plus mozartienne, décor design sous façade du XVe. Les chambres facturées sagement jouent le minimalisme fonctionnel. Bar et restaurant sont fréquentés par le meilleur monde de la ville.

Lasserhof, Lasserstr. 47. Tél. : 0662/873.388. Ch. : 55-159 euro. Pas cher, discret, non loin du palais Mirabell. Une des « affaires » locales.

#### Se restaurer

Hangar 7 et Ikarus, Wilhelm Spazier St. 7a. Tél. : 0662/219.777. Table gastronomique, veillée par Eckart Witzigman, avec la venue d'un chef/star différent chaque mois dans un nouveau hangar de l'aéroport. Avec son musée de l'Aviation et son bar ultra-design.

Riedenburg, Neutorstr. 31, Salzburg. Tél. : + 43/662.830.815. Chic décor de taverne ancienne, sobre et belle cuisine autrichienne revue au goût du jour de Richard Brunnauer.

Alt Salzburg, Bürgerspitalgasse 2. Tél. : 0662/841.476. Menus : 38-45 euro. Sous le rocher et près de la Festpielhaus, cadre de tradition et cuisine de terroir allégée (crème aux ravioles de boudin, quenelles de sandre aux herbes).

Magazin, Augustinergasse 13. Tél. : 0662/841.5840. [www.magazin.co.at](http://www.magazin.co.at). Boutique gourmande, belle cave et table mode étoilée qui revoit les classiques locaux (Beuschel, goulache ou Strudel) avec malice dans un bunker reconverti.

K + K am Waagplatz, Waagplatz 2. Tél. : 0662/842.156. Au premier étage d'une demeure ancienne sur une place stratégique, taverne boisée, service enjoué, cuisine de tradition.

Terrine de chèvre à l'huile de potiron, Tafelspitz et poulet pané à la viennoise assurent en beauté. Prix doux.

### **Goûter**

Café Tomaselli, Alter Markt 9. Tél. : 844.488. Café mythique, à la mode depuis le XVIIIe.

Pour lire le journal, goûter une pâtisserie fine ou simplement sentir l'air de la ville.

Fürst, Alter Markt & Brodgasse 13. Tél. : 0662/843.7590. Pour goûter les massapains de **Mozart** chez le créateur du genre.

Schatz-Konditorei, Getreidegasse 3. Tél. : 0662/842792. Les trésors sucrés d'Erich Winkler, comme le « Papageno » (génoise avec mousse au chocolat et crème fouettée).

### **Lire**

« **Autriche** » (Guide du routard et Guide vert Michelin).

« Pays, villes, paysages », de Stefan Zweig  
(Belfond).

### **Pratique**

Tél. depuis Paris : + 43.

### **Utile**

Office autrichien du tourisme. Tél. : 0811.60.10.60. [vacancesaustria.info](http://vacancesaustria.info) et [www.austria.info/fr](http://www.austria.info/fr).

---

Le Point, no. 1746

Voyages, jeudi 2 mars 2006, p. 125

### **Salzburg fête Mozart**

GILLES PUDLOWSKI

### **Rien n'a changé ou presque dans la cité autrichienne des cardinaux archevêques mélomanes...**

A Salzbourg, tout se passe sur Getreidegasse, la rue des enseignes. Le plus bel hôtel de la ville – le Goldener Hirsch - voisine avec le magasin le plus chic, Stassny, qui prône la mode Dirndl - et surtout la maison natale de Wolfgang Amadeus Mozart.

L'enfant terrible de la ville est né le 27 janvier 1756. Sa maison-musée rappelle qu'il vécut là avec sa famille, en compagnie de Nannerl, sa soeur, et son père, Léopold, musicien officiel de la cour. Son enfance, ses passions, son génie, ses folies (ne manquez pas la pièce où son chien aboie sur son piano, ni celle du « monde à l'envers ») y sont fêtés avec gaieté.

Mais c'est tout Salzbourg qui s'est mis à la mode Mozart pour l'occasion. Concerts (250 sont prévus !), spectacles d'avant-garde ou pour enfants, musique d'église et expositions se succéderont.

On ne loupera pas la mise en scène vedette dite « Viva Mozart ! », destinée à durer jusqu'au 7 janvier 2007, dans la nouvelle résidence de l'archevêque - la Neue Residenz. Amadeus est censé y accueillir ses amis, sa famille, ses admirateurs, ses mécènes venus fêter son anniversaire. Et son oeuvre s'y trouve replacée dans son époque.

Salzbourg, ses cent clochers baroques, sa forteresse panoramique (Festung Hohensalzburg), ses placettes riantes, ses fontaines, se met partout à l'heure Mozart : la maison d'habitation du génie et de sa famille, de l'autre côté de la Salzach, du palais Mirabell, qui abrite aujourd'hui la mairie, et ses beaux jardins à la française. Mozart et les siens y trouvèrent gîte plus vaste, plus aristo grâce à la protection du prince archevêque. De vieux instruments, un clavecin qui aurait pu lui appartenir, des tableaux qui sont des portraits de famille, sans omettre les montages audiovisuels racontent Mozart, ses voyages, ses amitiés, sa musique.

Toute la ville lui est dédiée. A l'image de la gourmandise locale, le Mozart Kugel, cette boule de masepain trempée dans du chocolat, dont la famille Fürst continue de proposer la version originale et artisanale depuis 1884 dans son salon de thé rénové de l'Alter Markt, ou dans la mini-échoppe de la Brodgasse. L'arrière-grand-oncle Paul avait inventé la « formule » en plongeant le masepain roulé en boule dans du chocolat liquide. Nicolas Fürst continue la tradition artisanale, même si l'industrie chocolatière a pris les rênes du marché dans les boutiques alentour.

A deux pas, le plus beau café de la ville, qui porte un nom italien, Tomaselli, accueille le Tout-Salzburg, qui vient très tôt, dès 7 heures (jusqu'à 21 heures et même minuit durant le festival Mozart), prendre ses aises, boire un café, goûter un gâteau (par priorité la Kardinalschnitte, genre génoise légère avec mousse café : un délice !), lire le journal. Bref, prendre le temps de vivre. Comme si rien n'avait changé en ville depuis que Mozart rédigea les premières notes de la « Petite musique de nuit »

### **Y aller**

Styrian Spirit (+ 43 (0)50805.1212, [www.styrianspirit.com](http://www.styrianspirit.com)) est la seule compagnie à assurer la liaison directe Paris-Salzburg (2 vols quotidiens la semaine depuis CDG 2D, au comptoir Air France, 1 le week-end), à partir de 99 euro aller-retour.

---

## Sélection d'articles parus dans Libération sur ou en référence à Mozart

---

Libération, no. 7673

VOUS, lundi 9 janvier 2006, p. 22

Grosses caisses

### **Mozart sonnante et trébuchant**

Mozart sur des casquettes, parapluies et chopes de bière mais aussi sur des balles de golf. Pour les 250 ans de la naissance du prodige, c'est un déferlement de produits dérivés : «La marque Mozart est l'une des plus connues au monde», explique Arthur Oberascher, directeur de l'Office de promotion de l'Autriche à l'étranger, qui l'évalue à 5,4 milliards d'euros.

**Catégorie** : Société et tendances

**Sujets - Libération** : Anniversaire; **Autriche**; Commémoration; **Mozart** Wolfgang Amadeus;

Produit dérivé

**Type(s) d'article** : BREVE

**Édition** : QUOTIDIEN PREMIERE EDITION

**Taille** : Bref, 48 mots

---

Libération, no. 7689

CULTURE, vendredi 27 janvier 2006, p. 27, 28

Célébration sans précédent du 250e anniversaire de la naissance du compositeur autrichien.

### **Mozart à mort**

DAHAN Eric

L'année Mozart ne commence officiellement qu'aujourd'hui. Mais on peut déjà dire que médiatiquement et commercialement, c'est un carton. Il y a quinze ans, la célébration du bicentenaire de sa mort n'avait pas fait autant d'effet. Et pour cause. Né un 27 janvier, Mozart et sa musique incarne la figure du Verseau, dans l'ère duquel la planète est entrée. Quoi que l'on pense de l'astrologie, force est de reconnaître que les premiers mots qui viennent à l'esprit pour caractériser la musique de Mozart ressemblent à ceux qui définissent selon les interprètes du zodiaque le cycle de 2 000 ans à venir : humanisme, altruisme, «alliance de l'air et de la beauté», monde où coexistent «démon et esprit saint», liberté et savoir...

Musicien de l'équilibre et de la grâce, Mozart affirme l'autonomie de l'artiste, à une époque où les compositeurs de cour dînent en cuisine, comme tous les domestiques. Des vicissitudes de son existence, il a tiré des oeuvres qui disent la condition humaine dans sa dimension tragique toujours indissociable du bonheur, et non des portraits d'une âme tourmentée, même si sa musique est le reflet d'un coeur simple, celui d'un enfant composant comme d'autres parlent, jusqu'au dernier souffle.

Figure du fils.

Par abus de langage, on dirait qu'après l'ère du révolutionnaire Beethoven, emblème de la musique classique dans un XXe siècle encore marqué par les grandes idéologies et les figures du père, l'heure est revenue à celle du fils. Jusqu'aux années 50, c'est le Mozart «adulte» des symphonies, du Requiem et du Don Giovanni qui triomphait, dans des interprétations «sérieuses». Puis, des opéras de jeunesse redécouverts à Aix-en-Provence aux enregistrements sur instruments anciens, les tempi se sont accélérés, orchestres et voix se sont allégés, tandis que le physique des chanteurs rajeunissait.

Le cinéma aussi s'en est mêlé. Dans les années 70, Bergman tourne une Flûte enchantée dans un petit théâtre baroque en bois, délibérément naïve avec ses toiles peintes et dragons en peluche, qui fait mouche. Le Don Giovanni de Losey, superproduction en décors naturels, avec un casting de stars, initie à l'opéra des centaines de milliers de spectateurs, dont certains n'auraient jamais osé acheter une place pour le palais Garnier. Enfin, au début des années 80, Amadeus, de Milos Forman, impose l'image d'un Mozart pop star en tournée européenne avec after-shows dionysiaques, au moment où, justement, les ensembles baroques lui redonnent ses couleurs de printemps.

Puis c'est au tour des metteurs en scène d'enfoncer le clou d'un Mozart cool, en jeans et baskets. La trilogie Mozart-Da Ponte montée par Peter Sellars façon sitcom, entre tour de Wall Street, Bronx et fast-food californien, fera scandale, autant qu'elle rappellera la richesse thématique inépuisable de chefs-d'oeuvre comme les Noces de Figaro, Don Giovanni et Così fan tutte. Nul n'est prophète en son pays, et Mozart, qui détestait sa ville natale, a souffert ces dernières années de véritables massacres de ses oeuvres au Festival de Salzbourg.

Pureté.

A la très grande difficulté de mettre en scène ses opéras, sur laquelle s'accordent tels Patrice Chéreau et Luc Bondy, une nouvelle génération de déconstructionnistes répond par l'abandon pur et simple de la dramaturgie originale. Plus de mariage dans les Noces, plus de sérail ni d'enlèvement dans l'Enlèvement au sérail et Don Giovanni réduit à trois heures de Tournez manège sur la scène du grand Festspielhaus.

Niveau chefs et chanteurs, Amadeus n'est pas non plus toujours à la fête, rappelant la fragilité de son charme, requérant un véritable abandon de soi et une grande pureté d'intention pour lui rendre justice. Il a fallu attendre 2005 pour qu'un Français, Marc Minkowski, qui s'y distingue régulièrement comme un mozartien d'élection depuis plus de cinq ans, impose la première exécution au fameux festival d'un de ses opéras sur instruments anciens : un Mithridate annoncé bientôt en DVD.

En plus de donner la possibilité d'acquérir toute son oeuvre sur CD pour moins de 100 euros, à un public qui n'attendait visiblement que cela (Libération du 19 janvier), ou de donner à voir ses vingtdeux opéras cet été à Salzbourg, l'année Mozart (lire ci-dessous) est l'occasion de dissiper légendes absurdes et malentendus commodes sur ce compositeur, dans lequel un contemporain comme Lachenmann voit rien moins qu'un «structuraliste» dont la «sérénité est plus radicale que les clichés romantiques de l'artiste tourmenté entretenus par la société du spectacle». Un musicien profondément spirituel, joyeux par conscience de l'éphémère, au génie d'autant plus insaisissable qu'il se donne en toute élégance et transparence, dans le chant permanent.

**Catégorie** : Arts et culture

**Sujet(s) uniforme(s)** : Musique; Cinéma

**Sujets - Libération** : Anniversaire; Cinéma; Commémoration; **Mozart** Wolfgang Amadeus;

Musique classique; Opéra

**Type(s) d'article** : ARTICLE

**Édition** : QUOTIDIEN PREMIERE EDITION

**Taille** : Moyen, 564 mots

---

Libération, no. 7691

CULTURE, lundi 30 janvier 2006, p. 34

Opéra. A Garnier, la mise en scène de Haneke trahit l'oeuvre à force de transposition.

**«Don Giovanni» sombre dans l'obscur.**

DAHAN Eric

En annonçant un nouveau Don Giovanni signé par le cinéaste Michael Haneke (Caché), l'Opéra de Paris a été submergé de demandes de billets. Preuve que le public, avide de relectures contemporaines du grand mythe lyrique, ne saurait s'arrêter en 2006 aux modèles de néoclassicisme magistral déposés par Ponnelle et Strehler dans les années 70 et 80. ...]

Débraillé. Musicalement, ce Don Giovanni n'est pas non plus très réjouissant. Dès l'ouverture, l'Orchestre de l'Opéra de Paris, capable du meilleur sous la baguette de Gergiev ou Salonen, sonne débraillé sous celle de Sylvain Cambreling, dont on avait déjà signalé la raideur et le manque d'assurance dans Mozart à Salzbourg, et qui entraîne ici de fréquents décalages des chanteurs.

Peter Mattei n'en demeure pas moins le plus beau Don Giovanni actuel, timbré et articulé avec une musicalité ravageuse. Le Leoporello tout aussi magnétique et limpide de Luca Pisaroni est digne d'être son «ombre». Comme pour son Chérubin à Salzbourg, Christine Schäfer entre toujours un quart de ton trop bas et n'a pas le volume de Donna Anna qu'elle défend pourtant avec conviction. [...]

**Catégorie** : Arts et culture

**Sujet(s) uniforme(s)** : Musique

**Sujets - Libération** : Haneke Michael; **Mozart** Wolfgang Amadeus; Opéra; Opéra de Paris

**Type(s) d'article** : CRITIQUE

**Édition** : QUOTIDIEN PREMIERE EDITION

**Taille** : Moyen, 405 mots

---

Libération, no. 7805

CAHIER SPECIAL, mardi 13 juin 2006, p. spe4

Mondial 2006. Une coupe, un shoot : Italie, 1934

### **C'est Sindelar qu'on assassine**

LALO Christophe

3 octobre 1932. Un stade viennois, et Mozart qui récite ses gammes. Mathias Sindelar, meilleur joueur autrichien du monde de tous les temps, né en 1903, fut le maître à jouer de la plus grande équipe des années 20-30, la Wunderteam autrichienne. Élégant, aérien, technicien superlatif, sa vista n'a d'égal que son sens du but. Mais, en 1934, l'équipe vieillissante s'incline en demi-finale de la Coupe du monde face à l'Italie de Mussolini et cède même la troisième place à l'Allemagne. Mauvais présage. Après l'Anschluss, le Mozart du

football, qui était juif, préféra se donner la mort, le 22 janvier 1939, plutôt que de jouer pour l'Allemagne hitlérienne.

**Catégorie :** Autres

**Sujets - Libération :** 2006; Années trente; **Autriche;** Coupe du monde; Football

**Type(s) d'article :** PHOTO

**Édition :** QUOTIDIEN PREMIERE EDITION

**Taille :** Bref, 88 mots

© 2006 SA Libération. Tous droits réservés.

---

Libération, no. 7738

WEEK-END, samedi 25 mars 2006, p. 45

Mon journal

### **Berlusconi, la tête au Nutella**

BENNI Stefano

SAMEDI

Ethiques d'éthyliques

DIMANCHE

[...] A Leipzig, la Foire du livre est bondée et très colorée, car si les jeunes se déguisent, ils entrent presque gratis. Parmi les personnages de manga et les minicatwomen 'avance un gamin à l'énorme perruque blanche. «Et toi, qui es-tu ?» «Mozart, non ?» répond-il.

[...]

MARDI

Fast-food de l'inconscient

Entre Berlin et Vienne, enfin du soleil. A la consigne, un compatriote m'arrête et me demande si mon portable marche aussi en Autriche. Je réponds oui, avec orgueil. «Pas le mien, bordel de merde», dit-il, furieux. Son visage est aussi pâle que si on lui avait débranché son respirateur artificiel. «Vous me prêtez votre portable un instant, pour que je téléphone à ma femme ?» demande-t-il. «Ma chérie, fait-il, je voulais te dire qu'ici ce putain de portable ne marche pas, je t'appelle du téléphone de quelqu'un, on ne pourra donc pas se parler.» A l'autre bout, il y a une réponse laconique, et le compatriote me rend mon portable. Voilà, ils n'avaient rien à se dire, mais maintenant ils savent qu'ils ne peuvent pas se dire le rien qu'ils avaient à se dire. Vienne est vraiment le centre de l'Europe, les panneaux routiers indiquent à droite Prague, à gauche Budapest. Il y a des choses rarissimes, comme une plaque rappelant Staline et le panda géant du zoo. Lecture dans une magnifique Literaturhaus dédiée à Canetti. Dans un hôtel se tient un cours de «schnell Psychoanalyse». En trois mois, on t'apprend à psychanalyser ta femme ou ton mari. L'affaire sent un peu

l'arnaque. Un fast-food de l'inconscient, un McFreud. Nous passons devant la maison où Freud tenait ses premières séances. Je ne lui dis pas ce que j'ai vu dans l'hôtel. [...]

---

Libération, no. 7700

LIVRES, jeudi 9 février 2006, p. 4, 5

Littérature française

### **Interrogations écrites**

François Bégaudeau, écrivain et professeur de français dans un collège en ZEP, s'est astreint au plaisir d'un récit par jour sur ses heures de cours.

LANÇON Philippe

En septembre 2003, un homme de 32 ans au visage fin et tout en feuille de nerfs, dont le profil semble découpé et suspendu dans l'air du printemps, décide de noter, à propos des classes de quatrième et de troisième auxquelles il enseigne, une anecdote par jour, dialogue ou histoire. [...] Enseigner pourquoi «après que» est suivi d'un indicatif ou ce que signifie le futur antérieur est un exploit. Tenter d'expliquer ce qu'est l'Autriche ou ce que signifie «tiré à quatre épingles» devient une mission. Souvent, sous la pression, le professeur se trompe. [...]

---

Libération, no. 7690

POLITIQUES, samedi 28 janvier 2006, p. 15

### **A Salzburg, show de l'encyclopédie Villepin**

Invité à un colloque sur l'Europe, le Premier ministre, lyrique, use de citations à la pelle.

SCHNEIDER Vanessa

Salzburg envoyée spéciale

Le «poète» est de retour. Invité à Salzburg (Autriche) pour participer à un colloque sur la crise européenne, Dominique de Villepin a ressorti sa verve des grands jours et a appelé à la rescousse ses plumes favorites. Un vrai festival. Après l'inévitable référence à Mozart, dont la patrie fêtait vendredi le 250e anniversaire de la naissance, il a truffé son propos sur l'Europe de citations évoquant le «continent kidnappé» cher à Milan Kundera ou la patrie selon Musil. Dans la foulée, il a convoqué Hermann Broch, Thomas Bernhard, Elfriede Jelinek, le peintre Klimt, Erasme, George Steiner, Elias Canetti, Stefan Zweig et même Sigmund Freud.

Petit aperçu du discours : «Jorge Semprun m'a souvent parlé de l'importance qu'avait eue pour lui la découverte d'une conférence de Husserl intitulée "La philosophie ou la crise de l'humanité européenne".» Et pour bien montrer qu'il en a sous la crinière, il a fini par ces mots : «Chacun sait que Schubert ne termina pas sa huitième symphonie, que Mozart mourut sans écrire les dernières notes de son Requiem et que Bach ferma les yeux sur les dernières notes d'une fugue sans fin. L'inachèvement n'est pas un échec.» Applaudissements. L'organisateur de la rencontre, qui l'avait présenté comme «celui qui envisage d'être élu président de la République en 2007», n'a pas été déçu.

Au passage, Villepin a quand même trouvé le temps de souhaiter en «revenir aux fondamentaux de l'Europe» après l'échec du référendum. Faisant le constat que l'UE est confrontée à une «crise profonde», il a souligné les risques de l'élargissement. «Aucun corps politique ne peut se construire dans un mouvement d'expansion rapide et continue aux limites incertaines, a-t-il expliqué. Aucun projet politique ne peut vivre sans frontières.» Et de regretter la rapidité de l'élargissement à 25 : «Ma conviction, c'est que nous n'avons peut-être pas suffisamment compris les conséquences de ces choix politiques majeurs [...] Nous devons reconnaître que cet élargissement n'a pas été suffisamment préparé sur le plan politique et économique alors même que nos entreprises et les salariés de nos pays faisaient face à de graves difficultés.»

Après le lyrisme, place à... Madonna. Car, dans l'avion du retour, Dominique de Villepin a tenu à confier qu'il trouve la star, en minishort et bas résille dans son dernier clip, «très en forme pour son âge»... Il a fait part de ses goûts musicaux : Marc Lavoine, Zazie, Renaud, Raphaël, et même Mylène Farmer qu'il jure écouter de temps à autre. Cet auditeur de RFM s'est ainsi présenté en grand amateur de «musique contemporaine» (sic). Pas question pour le «poète» de Matignon de laisser à Sarkozy le monopole de la culture grand public...

**Catégorie** : Politique nationale et internationale

**Sujet(s) uniforme(s)** : Musique; Littérature et livres

**Sujets - Libération** : **Autriche**; Bilan; Conférence; Crise; Déclaration; Élargissement; Musique classique; Poésie; Premier ministre; Salzbourg; Union européenne; Villepin Dominique de; Voyage officiel

**Type(s) d'article** : ARTICLE

**Édition** : QUOTIDIEN PREMIERE EDITION

**Taille** : Moyen, 338 mots

---

Libération, no. 7674

CULTURE, mardi 10 janvier 2006, p. 29

### **Bide pour le «crâne de Mozart».**

La télé autrichienne avait promis pour dimanche la vérité sur le crâne conservé au Mozarteum de Salzbourg, des analyses d'ADN devant prouver qu'il s'agissait de celui du génie. Mais les recherches dans le caveau familial ont révélé que les personnes inhumées, que l'on croit être la grand-mère et la nièce de Mozart, n'ont nul lien de parenté avec le crâne. Un fiasco, sévèrement jugé par les historiens.

**Catégorie** : Arts et culture

**Sujets - Libération** : ADN; **Autriche**; Cimetière; Crâne; Famille; **Mozart** Wolfgang Amadeus

**Type(s) d'article** : BREVE

**Édition** : QUOTIDIEN PREMIERE EDITION

**Taille** : Bref, 57 mots

---

Libération, no. 7666

MONDE, samedi 31 décembre 2005, p. 9

### **L'UE à l'heure autrichienne**

L'Autriche assure à partir du 1er janvier la présidence tournante semestrielle de l'UE. Pour fêter l'événement, le chancelier conservateur Wolfgang Schüssel assistera, avec son homologue allemande Angela Merkel, au célèbre concert du nouvel an à Vienne, placé également sous le signe des fêtes du 250e anniversaire de la naissance de Mozart. Une manifestation autrement plus consensuelle que la campagne d'affiches artistiques sur l'Europe, commanditée par la chancellerie. Jugées choquantes, deux affiches ont dû être retirées jeudi soir : l'une d'entre elles montrait une orgie entre trois personnes nues avec les masques de Jacques Chirac, de la reine Elisabeth II et de George W. Bush (Libération du 30 décembre). Le camp antieuropéen en a profité : «L'Autriche s'est couverte de honte», titrait vendredi la Kronen Zeitung, grand journal populaire opposé à l'Union européenne.

**Catégorie** : Politique nationale et internationale

**Sujets - Libération** : Affiche; Allemagne; **Autriche**; Concert; Nouvel an; Polémique; Premier ministre; Présidence; Schüssel Wolfgang; Union européenne; Vienne (**Autriche**)

**Type(s) d'article** : ARTICLE

**Édition** : QUOTIDIEN PREMIERE EDITION

**Taille** : Court, 101 mots

---

## **Mozart Business**

par Anne Rousseau et Jean-Pierre de la Roque

**Le 27 janvier s'ouvre l'année Mozart. Deux cent cinquante ans après sa naissance, le musicien est devenu une marque libre de droits très rentable. Griffant tout et n'importe quoi.**

Challenges.fr | 26.01.2006 site Internet économique du Nouvel Obs

Le nom du compositeur appartient à tout le monde. La protection du droit d'auteur n'existait pas au XVIII<sup>e</sup> siècle, Mozart ne pouvait donc pas déposer sa « marque ». Ses deux fils, morts sans descendance, n'ont pas recueilli non plus les fruits du travail de leur père. Aujourd'hui, le Patentamt (l'équivalent autrichien de l'Institut national de la propriété intellectuelle) recense 220 marques comprenant le nom « Mozart », laissant tout un chacun libre de coller un portrait du compositeur et son nom sur n'importe quoi, à condition qu'il respecte la loi autrichienne, qu'il ne s'agisse pas de musique, que la marque ne trouble pas l'ordre public et ne soit pas contraire aux bonnes mœurs. « Notre rôle n'est pas de contrôler comment et dans quel but une marque déposée sera ensuite utilisée dans le commerce », rappelle sèchement Andrea Scheichl, du Patentamt. Seule exception, les confiseries : « Il y en a tant que nous préférons limiter.

En revanche, il n'y a de marque déposée ni de pain ni de saucisse, par exemple, donc nous ne nous y opposerions pas. »

Huit cent quatre-vingt-un florins. Voilà le montant du passif qui figure sur l'acte de succession de Mozart, « maître de chapelle et compositeur de la chambre impériale et royale », signé le 9 décembre 1791, quatre jours après la mort du compositeur. Décédé à 35 ans dans le plus grand dénuement, Mozart, dont on fête cette année le 250<sup>e</sup> anniversaire de la naissance, n'est plus seulement un compositeur de génie.

### **Un concerto de produits**

Un peu plus de deux siècles après sa mort, Mozart est aussi une marque libre de droits ( lire l'encadré page 14 ). Sa valeur est même estimée à 5,4 milliards d'euros par Arthur Oberascher, directeur de l'Österreich Werbung, office de promotion de l'Autriche à l'étranger. Autrement dit, si Mozart était une entreprise d'aujourd'hui, celle-ci figurerait à la 51<sup>e</sup> place, derrière Nintendo et devant L'Oréal, au classement 2005 des marques réalisé par le cabinet Interbrand.

Comparaison hasardeuse ? Disques, livres, produits dérivés – dont les incontournables Mozartkugeln (bouchées au chocolat Mozart) –, bière, vin et même saké japonais : le Mozart business se chiffre en centaines de millions d'euros annuels. « Mozart se marre peut-être en voyant qu'il est vendu en supermarché. Mais, à mon avis, cela doit plutôt le déprimer. Lui qui était dépressif de son vivant... » , se désole Stéphane Lissner, directeur de la Scala de Milan qui a ouvert l'année Mozart en décembre 2005 avec Idoménée , orchestrée par Luc Bondy (lire interview page 15).

Mais les affaires sont les affaires. Nouveaux produits sous licence, ours en peluche qui restitue la Petite Musique de nuit ou « saucisse de Mozart » (450 grammes de viande en forme de violon) figurent notamment au menu des liesses. De nouveaux ouvrages sur le compositeur – dont huit biographies en préparation – viendront s'ajouter cette année aux 12 000 titres déjà consacrés au maître depuis sa mort.

Si ingrate avec Mozart de son vivant, Salzbourg, sa ville natale, en tire aujourd'hui le meilleur parti commercial ( lire le reportage page 16 ). En plus de son célèbre festival, la cité autrichienne annonce 4 500 récitals, tandis que toutes les grandes salles de concert viennoises se mobilisent. Des objets d'art, instruments de musique et costumes du xviii<sup>e</sup> siècle seront aussi mis en vente, le 29 janvier, au Dorotheum de Salzbourg. Ces réjouissances devraient attirer des centaines de milliers de touristes supplémentaires à Vienne comme à Salzbourg. De quoi réjouir la brasserie Stigel de Salzbourg – 117 millions d'euros de chiffre d'affaires – qui compte bien éteindre la soif des visiteurs avec sa toute nouvelle bière « Mozart Gold ».

Ce n'est pas tout. Les festivités « Mozart 2006 » pourraient aussi faire flamber les prix des partitions et autres manuscrits originaux du célèbre compositeur, à l'image de ce qui s'était produit, en 1991, lors de la commémoration du décès de l'artiste. Adjudé 330 000 francs en avril 1991, un feuillet de la Sérénade en ré majeur avait ainsi été revendu 450 000 francs six mois plus tard. Mais les partitions de Mozart s'arrachent à prix d'or dans les salles des ventes depuis l'adjudication record à Londres, en 1987, de neuf de ses symphonies pour plus de 2,3 millions de livres.

### **Une chorale d'éditeurs**

Le compositeur fait aussi le bonheur des éditeurs de musique classique. Avec 40 symphonies, 23 opéras, 31 concertos pour piano et violon, 8 grand-messes et le Requiem,

sans oublier les airs, marches, danses, quintettes, quatuors, trios : Mozart a composé plus de 600 œuvres à partir de l'âge de 6 ans et jusqu'à sa mort à 35 ans. S'il avait vécu sous le régime français actuel de droit d'auteur, le musicien aurait perçu, selon la Sacem, environ 17 millions d'euros de royalties annuelles. De quoi rendre jaloux les plus grands noms de la pop, du rap, du rock ou de la variété actuelle. Bien sûr, Mozart ne vend pas aujourd'hui comme Madonna et consorts. Mais pour Yves Riesel, PDG d'Abeille Musique, distributeur de nombreux labels classiques indépendants : « Il est le plus gros capital de la musique classique. » Avec un bémol : « Nombre de musiciens ne se risquent pas sur lui. Son génie fascine, mais il en tétanise aussi beaucoup ! »

### **Le maestro Amadeus**

Mozart reste néanmoins, aux yeux des spécialistes, le compositeur le plus adulé du grand public loin devant Vivaldi ou Bach. « On sait que Mozart vend, et – hormis Vivaldi et Bach – il n'a pas de rival auprès du grand public. Pas besoin de faire d'études marketing » , tranche Philippe Pauly, directeur du catalogue classique d'Universal. Mais cette popularité a littéralement explosé avec le film Amadeus, de Milos Forman, sorti en 1984. « La pédagogie, fût-elle simpliste, n'en est pas moins passionnée, et a su inculquer le goût de Mozart et la passion de la musique à un large public », analyse Bertrand Dermoncourt dans son Dictionnaire Mozart, paru récemment aux éditions Robert Laffont. Avec un budget de 18 millions de dollars, le film et le DVD, qui a connu une deuxième vie avec une version plus longue en 2000, totalisent près de 80 millions de recettes. Sans compter la bande originale qui s'est vendue en France à seulement 600 000 exemplaires ! Bien sûr, le Don Giovanni de Joseph Losey avait époustoufflé les amateurs de classique. « Mais Amadeus a propulsé Mozart au rang de quasi-rock star » , estime Patrick Zelnik, PDG du label indépendant Naïve. Pour le plus grand bonheur de Fantasy Records (BMG), éditeur de la bande-son. Mais aussi pour celui de Neville Mariner, le chef d'orchestre britannique qui tenait la baguette. Businessman très avisé, le maestro avait, en effet, exigé une rémunération sous forme de royalties sur les ventes. A la différence des autres artistes sollicités pour cette bande-son qui ont – eux – été rémunérés au cachet. Pas étonnant alors que Neville Mariner soit considéré par beaucoup comme l'interprète classique contemporain qui a gagné le plus d'argent grâce à Mozart. Et ce n'est pas fini !

### **Ventes forte**

Vingt ans plus tard, les éditeurs de musique classique profitent toujours de l'effet Amadeus. Dans un contexte pour le moins difficile – le classique ne représente plus que 5 % du

marché, contre 15 % dans les années 80 –, certains labels comptent sur l'année Mozart 2006 pour donner un coup de fouet aux ventes. Beaucoup se souviennent, en outre, que les disques du compositeur étaient partis comme des petits pains lors de la précédente année Mozart en 1991.

Le grand gagnant à l'époque avait été Philips, entré dans le giron d'Universal avec son Intégrale Mozart. « Historiquement, Philips est le premier éditeur phonographique de Mozart », souligne Philippe Pauly. Textes rédigés par des musicologues de renom, partitions inédites jouées pour la première fois, œuvres inachevées du compositeur complétées par des musiciens contemporains : la « complète » puisait dans tous les labels maison, dont le très mozartien Deutsche Grammophon. D'abord sortie en 22 coffrets séparés, l'œuvre a été proposée, en décembre 1991, dans deux petites valises de la taille des barils de lessive de l'époque pour... 14 000 francs. Un prix impressionnant, qui n'a pas découragé les amateurs. « Plus de 37 000 exemplaires, dont 3 000 en France, de cette intégrale de 180 CD ont, en effet, été écoulés depuis son lancement », précise Jean-Jacques Velly, alors responsable « classique » chez Philips.

Curieusement, quinze ans plus tard, les majors du CD tiennent un discours plutôt prudent sur l'impact commercial de l'année Mozart 2006. Officiellement, les poids lourds du métier n'y croient pas. Mais la liste de leurs catalogues Mozart pour l'année prochaine démontre le contraire. « On ne peut pas refaire ce qui a été fait en 1991 », résume Alain Lanceron, responsable classique d'EMI, tout en énumérant la liste impressionnante de CD Mozart prévus pour 2007. En réalité, pour ce dernier comme pour ses concurrents, l'année Mozart s'est déjà en partie jouée en... 2005. Et EMI figure parmi les gagnants avec le deuxième volume de Mozart l'Égyptien. Sorti à l'automne dernier, ce best-seller de Virgin Classics conçu par le musicien-producteur Hugues de Courson a déjà été vendu à plus de 75 000 exemplaires. Tandis que le premier « opus » lancé en 1997 avait, lui, atteint les 350 000 ventes dans le monde.

### **Inaudible « yogourtisation »**

Mais le vrai séisme musical reste l'intégrale de Mozart du label néerlandais Brilliant Classics, mis en vente au prix canon de 99 euros, contre 650 euros pour la version bradée de la réédition de Philips. Déjà écoulé à plus de 50 000 exemplaires, ce coffret à prix très serrés ( lire encadré page 13 ) provoque l'ire de certains concurrents qui – à l'image de Patrick Zelnik, PDG de Naïve – voient avec ce coffret un risque de « yogourtisation » de la musique classique qui pourrait mettre en péril un secteur très fragile. « Ce coffret Mozart ne menace

pas du tout la production de la musique classique qui a un grand avenir » , lui rétorque Yves Riesel, patron d'Abeille et heureux distributeur en France du fameux coffret à 99 euros. Deux cent quinze ans après sa mort, la polémique autour de Mozart n'est plus musicale, mais commerciale. Décidément, alors que le disque classique se porte mal, la marque Mozart vaut – elle – de l'or !

### **La petite musique des chiffres**

5,4 milliards d'euros la valeur estimée de la marque Mozart.

Plus de 100 millions de disques vendus dans le monde\*.

600 000 exemplaires vendus en France de la bande-son du film Amadeus.

\* estimation intégrale Mozart Brilliant Classics

Sources : Österreich Werbung (office de promotion de l'Autriche à l'étranger), Office autrichien des marques, Kraft

### **Mozart 1756-1791**

27 janvier 1756 - Naissance à Salzbourg.

1761 - Premier concert public à l'université de Salzbourg.

1763 - Première tournée de concerts en Europe.

1781 - Installation à Vienne.

1782 - Epouse Constance. Création de L'Enlèvement au sérail, opéra en allemand.

1784 - Initiation à la loge maçonnique viennoise A la bienfaisance.

1786 - Première représentation des Noces de Figaro.

1787 - Création de Don Giovanni.

1790 - Création de Così fan tutte.

5 décembre 1791 - Décès de Mozart à Vienne.

### **Le couac de l'intégrale à 99 €**

A 45 ans, Pieter Van Winkel, patron du label néerlandais Brilliant Classics, est presque devenu l'ennemi juré des majors de la musique classique. Son crime ? Avoir osé mettre en vente une intégrale des œuvres complètes de Mozart en 170 CD pour moins de 100 euros. Comment arriver à un prix aussi serré ? Cette intégrale regroupe une vingtaine de petits coffrets thématiques vendus séparément dans le cadre d'un accord de prévente à la chaîne de drugstores locale Kruidvat. Lancé en 1995, ce système a permis à Brilliant Classics de devenir le premier label « classique » batave. Les deux tiers des enregistrements sont des nouveautés, le dernier tiers étant composé de bandes rachetées flat fee (cash sans royalties sur les ventes). Restait alors le plus dur : abaisser le prix moyen du CD. Écoulé à 2 euros

pièce aux Pays-Bas, le CD a été ramené à moins de 0,60 euro l'unité dans le coffret de 170 CD. Avec 17 millions de CD au premier tirage, Brilliant Classics a pu négocier des frais de pressage inférieurs à 0,10 centime d'euro. Pour limiter les coûts, ces CD sont enveloppés dans une fine pochette en papier et rangés manuellement en Pologne.

Enfin et surtout, en France, tout le monde a dû rogner sur ses marges. Qu'il s'agisse d'Abeille Musique, distributeur français de Brilliant Classics, ou des grandes surfaces spécialisées comme la Fnac. Avec quelque 50 000 exemplaires vendus en France et près du double en Europe, l'opération est rentable. Et ce n'est qu'un début. « Nous voulons dépasser les 250 000 ventes mondiales », précise Pieter Van Winkel dont l'épouse, la musicienne Klara Wurtz, interprète des sonates pour piano dans ces CD. Heureux amoureux de Mozart !

## Reportage - Bienvenue à Mozartworld

**Salzbourg, la ville natale du musicien prodige, n'a pas attendu 250 ans pour tirer profit de la marque Mozart. Loin s'en faut...**

Challenges.fr | 26.01.2006

Il faut avoir les nerfs solides pour supporter Salzbourg à la veille de l'année Mozart. Le compositeur poudré en jaquette rouge est partout, en boules au chocolat, en marionnettes, en porte-clés, en tee-shirts, en biberons, en figurines de cire, en saucisses en forme de violon. Mozart est à vendre à tous les coins de rue, au point que Salzbourg tout entière ressemble à un Mozartworld, à la Disney.

Impression confirmée par les chiffres : 500 millions d'euros, le quart du budget de la ville, proviennent des recettes du tourisme (musées, hôtellerie, guides...), un secteur qui emploie 7 000 des 144 000 habitants du cru. Chaque année, ce sont un peu plus de 6 millions de touristes qui se pressent devant la maison de naissance du génial compositeur et dans les confiseries vendant des Mozartkugeln, ces bouchées faites de pâte d'amande, de pistache et de chocolat, créées en 1891, pour le centenaire de la mort du musicien.

En 2006, cela fera deux cent cinquante ans que Salzbourg vit grâce à Mozart, et elle a bien l'intention de continuer. Dans la petite ville, tout est prêt pour fêter l'illustre compositeur.

Le petit palais des festivals a été entièrement restauré, tout comme l'université de musique, le Mozarteum. Les réservations pour les 22 opéras de Mozart qui seront joués tout au long de l'été s'arrachent. Un nouveau musée a déjà été inauguré l'an dernier : le Miracle's Wax Museum, situé en plein centre de Salzbourg. Financé à hauteur de 5 millions d'euros par un homme d'affaires d'origine irakienne, Haythem Al Wazzan, propriétaire du plus grand hôtel de Salzbourg et de nombreux magasins de mobilier et de textile, c'est le premier musée de cire d'Autriche. Le thème : Un jour dans la vie salzbourgeoise au xviii<sup>e</sup> siècle. Le visiteur passe dans la rue principale, voit les activités quotidiennes, rencontre Mozart lors d'un dîner mondain. « En une année, quelque 100 000 touristes ont visité le musée. Nous estimons à 300 000 leur nombre l'an prochain, et l'équilibre sera atteint dans cinq ans », explique fièrement la directrice du musée, Jutta Kochgruber.

### **Symphonies commerciales**

A l'intérieur du musée, l'inévitable boutique, regorgeant de babioles à l'effigie de Mozart. La plupart viennent de Mozartland, une filiale de la plus grande brasserie de Salzbourg, Stieglbräu. Avec 100 millions d'euros de chiffre d'affaires, c'est l'une des grandes réussites du pays, et l'une des plus anciennes, puisqu'elle a 500 ans. Nannerl, la sœur aînée de Mozart, aurait d'ailleurs écrit dans son journal intime que son frère avait bu de la Stiegl lors d'une soirée entre amis. Un signe qui ne trompe pas, a décidé le docteur Heinrich Kiener, propriétaire de l'entreprise encore à 100 % familiale. C'est ainsi qu'en 1991, lors du bicentenaire de la mort de Mozart, Stiegl a créé Mozartland, dont les résultats sont soigneusement tenus secrets. Une bière Mozart a été lancée, ainsi que toute une gamme textile et des bibelots facilement transportables. Mozart apparaît bien sûr partout, caricaturé en héros de manga, rollers aux pieds et violon à la main.

Mozart est une vedette internationale : la rumeur court, en Autriche, qu'il y a davantage de Chinois à connaître le nom de Mozart que celui de leur président. Alpenmilch, l'une des plus grandes productrices de produits laitiers en Autriche avec 90 millions d'euros de chiffre d'affaires, en a donc fait son fer de lance. « Notre développement passe par l'international. Mais comment nous différencier ? En utilisant Mozart ! C'est un ouvreur de portes exceptionnel » , explique Sabine Meissnitzer, à la direction du marketing. Deux nouveaux produits ont été lancés en septembre 2005 : un Mozart-Jogurt et un Mozart-Dessert. Le goût – chocolat, pistache, pâte d'amande – est le même que celui de la Mozartkugel traditionnelle. L'emballage rappelle étrangement celui de la Mozartkugel produite par Mirabell, une filiale de Kraft Foods, qui en écoule 90 millions par an. « Kraft Food nous a autorisés à copier leur emballage. Avec nos produits, nous complétons la panoplie du touriste. » En trois mois, 1,2 million de Mozart-Dessert et Jogurt ont été écoulés auprès d'un public enthousiaste. Et désormais ces deux produits sont mis en avant auprès des chaînes de distribution à l'étranger : l'entreprise est en négociations dans toute l'Europe de l'Est et au Benelux, avec plusieurs chaînes, dont des françaises, comme Leclerc, en Slovénie . « Nous arrivons avec Mozart, et remplissons les rayons avec nos produits traditionnels ensuite.»

## **Dissonances**

C'est exactement la logique inverse qui anime Norbert Fürst, patron des quatre confiseries du même nom, à Salzbourg. La moitié de ses 3 millions d'euros de chiffre d'affaires est assurée par sa Echte Mozartkugel (véritable Mozartkugel ). « Nous ne voulons surtout pas exporter. Nous représentons quelque chose que les gens ne trouvent qu'ici. C'est ce qui fait notre renommée. » Le haut de gamme le pousse à refuser toute publicité : « Nous sommes

si anciens dans le métier que nous n'en avons pas besoin. Et, surtout, nous n'avons rien à voir avec tous les autres producteurs de Mozart-souvenirs.»

Il est très tentant, à Salzbourg, de rejeter Mozart. Mais même ceux qui haïssent le plus son utilisation commerciale ne peuvent s'empêcher de tomber dans le piège : « Cette année, il y a trois festivals d'anti-Mozart, à Salzbourg, s'amuse Christian Piller, à l'office du tourisme . Le premier s'appelle Oubliez Mozart, le deuxième, Oublie Mozart, et le troisième, Off Mozart. Ils ne sont pas idiots, ils utilisent quand même son nom ! » Et le public est là...

### **2006, l'année de tous les records**

7 millions de visiteurs prévus.

2 millions de nuitées attendues.

7 millions d'euros de budget municipal pour coordonner les événements.

4 millions d'euros de budget pour une campagne de pub internationale Happy Birthday Mister Mozart.

4 500 concerts programmés à Salzbourg en 2006.

300 000 visiteurs attendus en 2006 au musée de cire (contre 100 000 habituellement).

1,2 million de Mozart-Dessert vendus en trois mois depuis septembre 2005.

90 millions de Mozartkugeln Kraft Foods vendues par an.

## Sélection d'articles parus dans Le Monde sur Mozart ou avec références à Mozart

---

1. Samedi 4 février 2006, p. 26

CULTURE

CÉLÉBRATION

### **L'Autriche prépare l'année Freud, qui commencera en mai**

Daniel Vernet

VIENNE ENVOYÉ SPÉCIAL - Avec **Mozart**, l'**Autriche** célèbre l'harmonie. Avec Freud, la démystification des illusions. Sigmund Freud est né le 6 mai 1856 à Freiberg, une petite ville de Moravie qui se trouve aujourd'hui dans la République tchèque. Pour célébrer le 150e anniversaire de sa naissance, la trentaine d'instituts culturels autrichiens dans le monde se transformeront, le 5 mai, en « Institut Freud » et seront le lieu d'expositions et de débats. Moins pour faire l'exégèse de la pensée du fondateur de la psychanalyse que pour en montrer l'actualité.

Emil Brix, directeur des affaires culturelles au ministère autrichien des affaires étrangères, coordonne les diverses manifestations qui auront lieu tout au long de l'année. « Freud nous met en garde contre l'illusion que les institutions seraient un remède aux conflits, contre l'idée que la culture conduirait nécessairement à l'harmonie. C'est son apport au dévoilement du XXIe siècle que nous voulons mettre en valeur », dit-il. A travers Freud, l'**Autriche** ne veut pas projeter une image à l'étranger mais tenir compte des situations locales.

AU MUSÉE DU RÊVE

En Iran, le débat devrait porter sur « le malaise de la civilisation ». A Belgrade, sur la question de

l'agression et de la guerre. A Saint-Pétersbourg, les manifestations auront lieu dans le Musée du rêve, ouvert en 2003 en hommage au rêve de Pierre le Grand quand il a construit la ville. Le musée est dirigé par un psychanalyste, ancien collaborateur de Boris Eltsine. En France, des débats seront organisés avec les auteurs du Livre noir de la psychanalyse (éd. Les Arènes, 2005).

L'**Autriche** va soutenir la publication des oeuvres de Freud dans des langues où elles n'existent pas encore, par exemple la traduction de L'Interprétation des rêves en vietnamien. Des philosophes et intellectuels autrichiens préparent un « manifeste Freud » pour replacer la psychologie du sujet au centre des questions de pouvoir.

La centaine de colloques, conférences, débats est aussi un « geste de réparation » envers une personnalité poussée à l'exil parce que les juifs se trouvaient en danger dans une **Autriche** passée

sous la botte nazie. Si l'année **Mozart** est une aubaine touristique, « l'année Freud » doit « avoir une efficacité symbolique » pour les Autrichiens, dit encore M. Brix. Etre l'occasion d'une réflexion sur l'apport à l'innovation scientifique d'un pays qui n'est pas seulement un conservatoire des arts.

**Note(s) :**

Informations sur les diverses manifestations : [www.freud-institut.com](http://www.freud-institut.com)

**Catégorie :** Arts et culture

**Taille :** Court, 291 mots

---

2. Vendredi 3 février 2006, p. 2

EDITORIAL & ANALYSES

EUROPE CHRONIQUE

**Le passé revisité**

THOMAS FERENCZI

Au moment où l'Europe en crise s'interroge avec inquiétude sur son avenir, la voici qui se penche avec empressement sur son passé, comme s'il lui fallait pour repartir commencer par se donner une mémoire commune. Les trois grandes tragédies qui ont marqué son histoire font ainsi l'objet d'une relecture critique, tandis que ses dirigeants, qui se sont réunis à Salzbourg autour du souvenir de **Mozart**, tentent de faire revivre l'esprit européen.

De ces trois tragédies, l'une, celle du nazisme, a servi de point de départ, au lendemain de la seconde guerre mondiale, à la construction de l'Europe, fondée sur la volonté de paix et de réconciliation. En célébrant, le 27 janvier, la première Journée internationale de la mémoire de l'Holocauste, les Européens ont tenu à rappeler une fois de plus que l'apaisement ne signifie pas l'oubli.

La deuxième tragédie, celle du communisme, vient de provoquer la condamnation solennelle de l'Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe, une institution qui s'est fait une spécialité de la défense des droits de l'homme. « Les régimes communistes totalitaires, qui étaient en place en Europe centrale et orientale au siècle dernier et qui existent toujours dans plusieurs pays du monde, ont été marqués sans exception par des violations massives des droits de l'homme », souligne l'Assemblée.

La troisième tragédie, celle du colonialisme, est depuis peu au centre des débats en France, mais elle concerne la plupart des Etats d'Europe, la Grande-Bretagne, bien sûr, qui fut à la tête d'un immense empire, l'Espagne, le Portugal, la Belgique, les Pays-Bas ou encore, à un degré moindre, l'Allemagne et l'Italie. Chacun de ces pays conserve des liens avec ses anciennes colonies. La grande question de l'immigration, devenue pour l'Union européenne un sujet majeur, est l'héritage direct de cette période de l'histoire. Elle suscite en Europe une tardive prise de conscience.

L'**Autriche**, celle de **Mozart**, mais aussi, comme l'a rappelé Dominique de Villepin à Salzbourg, celle de Musil, de Klimt et de Freud, évoque l'Europe d'avant la « crise de l'humanité européenne », pour reprendre l'expression d'Edmond Husserl dans sa fameuse conférence de 1935 citée par le premier ministre français. De cette crise pouvait naître, selon le philosophe allemand, soit la chute dans la barbarie, soit la renaissance. Il faut donc revenir à ce tournant de l'histoire pour remettre l'Europe sur le bon chemin.

Le travail de mémoire doit permettre de mieux définir le socle de valeurs sur lequel est bâti le projet européen et de vérifier que celles-ci continuent d'unir les peuples d'Europe. Encore faut-il se garder de deux tentations. La première serait de transformer la culture commune des Européens en un système de dogmes auxquels nul ne saurait déroger sans encourir les foudres de la loi. Le réexamen du passé doit s'opérer sur le mode de la discussion contradictoire et accepter que s'affrontent des mémoires concurrentes avant qu'une mémoire collective ne se forme.

La seconde tentation serait de confondre les valeurs qui fondent l'unité de l'Europe et les politiques que celle-ci est appelée à conduire. Les leçons de l'histoire, telles que les propose le regard des Européens sur leur passé, peuvent servir de guides à l'action. Comme vient de le souligner le secrétaire général des Nations unies, Kofi Annan, « le souvenir est un garde-fou pour l'avenir ». Pour autant, il ne suffit pas à dessiner la voie à suivre.

En se remémorant les catastrophes dont elle a été responsable au siècle dernier, l'Europe se donne pour le futur quelques impératifs catégoriques, à commencer par le respect des droits de l'homme. Mais il lui reste à s'entendre sur la meilleure manière d'atteindre cette fin. C'est là que le débat politique reprend ses droits.

**Catégorie** : Politique nationale et internationale

**Sujet(s) uniforme(s)** : Droits et libertés; Politique extérieure et relations internationales

**Taille** : Moyen, 447 mots

---

3. Vendredi 3 février 2006, p. 27

### Repères

Les Victoires de la musique classique 2006 ont été décernées, mercredi 1er février, au Palais des congrès de Strasbourg lors d'une cérémonie radio-télévisée associée aux célébrations du 250e anniversaire de la naissance de **Mozart**. Les lauréats sont le pianiste Bertrand Chamayou (révélation soliste instrumental), la soprano Nathalie Manfrino (révélation artiste lyrique), la pianiste Marcela Roggeri (révélation internationale), le baryton Ludovic Tézier (meilleur artiste lyrique), la violoncelliste Anne Gastinel (soliste instrumental), le chœur de chambre Les Eléments de Joël Suhubiette (ensemble de l'année), le compositeur Jean-François Zygel (DVD musical pour ses Leçons de musique), Jean-Louis Agobet (meilleur enregistrement), Thierry Escaich (compositeur de l'année). Louis Bricard, Anne-Sophie Mutter et Michel Portal ont été récompensés pour leur action dans le secteur discographique. Une Victoire d'honneur a été remise à la mezzo espagnole Teresa Berganza et au pianiste italien Aldo Ciccolini. - (AFP.)

Le chef d'orchestre japonais Seiji Ozawa, 70 ans, qui souffre d'un zona et d'une pneumonie, a dû annuler ses engagements à Vienne, en **Autriche**, pour l'ensemble de l'année, a indiqué l'Opéra national de Vienne, mercredi 1er février. - (AFP.)

Le pianiste et chanteur Fats Domino, l'une des légendes du rock et du rhythm'n'blues, rescapé du passage du cyclone Katrina sur La Nouvelle-Orléans en août 2005, participera au 37e Festival de jazz de la ville, prévu fin avril et début mai. - (AFP.)

La chanteuse Madonna chantera, dans une semaine, à la cérémonie des Grammy Awards, les récompenses de la musique américaine, aux côtés du groupe Gorillaz, dont les membres sont virtuels. - (AFP.)

Le procès de six personnes soupçonnées d'être impliquées dans le vol du Cri, d'Edvard Munch, dérobé avec un autre tableau du maître au Musée Munch d'Oslo en août 2004, débutera le 14 février au tribunal d'Oslo, en Norvège. Les tableaux, d'une valeur de 100 millions de dollars, restent introuvables. - (AFP.)

Les studios de cinéma Paramount du groupe de médias américain Viacom ont annoncé, mercredi 1<sup>er</sup> février, la finalisation du rachat des studios DreamWorks SKG pour 1,6 milliard de dollars, dont le principe avait été signé en décembre. - (AFP.)

**Type(s) d'article :** CONCERT

**Taille :** Court, 257 mots

---

4. Lundi 30 janvier 2006, p. 22

CULTURE

**Mozart**

**Vienne en fête tente de retrouver « l'esprit » du divin Wolfgang**

Renaud Machart

VIENNE (Autriche) ENVOYÉ SPÉCIAL - La chaîne musicale française Mezzo le scandait depuis

quelques jours dans un coin de l'écran : « **Mozart**, J-6 », « **Mozart**, J- 5 », etc. Vendredi 27 janvier, le jour de gloire est arrivé, célébrant la naissance d'un divin enfant en sa patrie autrichienne, 250 ans plus tôt. Pour le début de cette « Wiener Mozartjahr 2006 », le choix était cornélien. Entre Salzbourg, la ville natale de Wolfgang, qu'il détestait, ou Vienne, dont il disait qu'elle était « le meilleur endroit au monde pour [son] métier ».

Donc direction Vienne, où est mort le compositeur alors qu'il travaillait au fameux Requiem qu'il laissera inachevé, l'épuisement et la maladie l'ayant emporté, en 1791, à l'âge de 36 ans. Au n°5 de la Domgasse, a été rénovée pour 8 millions d'euros la maison où a habité **Mozart** de 1784 à 1787. Cette dernière est ouverte au visiteur depuis le 27 janvier et permet de plonger, sur 1 000 m2, dans l'univers du compositeur.

A Salzbourg, l'essentiel de l'hommage aura lieu cet été, quand le festival présentera l'intégrale des opéras de l'enfant prodigue et prodige. Vienne rayonnera de manière plus

continue et diffuse au long de l'année et s'offrira un festival d'avant-garde multiculturel, New Crowned Hope, confié au metteur en scène américain Peter Sellars.

#### « **MOZART** POUR LES NULS »

Peter Marboe, le directeur artistique des festivités viennoises, se réjouit que les deux célébrations n'aient pas engendré de doublons « sur le plan des programmes musicaux et des expositions ». Sous la tente installée en plein centre de la capitale, à flanc de cathédrale, Peter Marboe explique qu'il a commencé à réfléchir à cet événement dès 1998. Il l'a sous-titré, en anglais, The Spirit of **Mozart** (L'esprit de **Mozart**) : « Il s'agissait de montrer ce que pouvait représenter aujourd'hui l'esprit de **Mozart**, en essayant de le confronter à l'inventivité du monde artistique actuel. En ce sens, les commandes d'opéras que nous avons passées, dont un ouvrage qui s'intitule Je déteste **Mozart**, et le festival qui aura lieu en fin d'année, sont capitaux. Nous ne voulons pas être didactiques, mais transmettre l'essence mozartienne à ceux qui l'ignorent. Même à Vienne, ils sont nombreux ... »

En effet. La plupart des passants savent que **Mozart** est à la fête, mais beaucoup ignorent qui il fut vraiment. Un documentaire de la télévision ORF, intitulé Wolfgang Wer ? (Wolfgang qui ?), montre un Viennois s'interroger : « Il était allemand ou autrichien ? » Dans la rue, on peut trouver matière à séances de rattrapage du type « **Mozart** pour les nuls ».

La tente d'abord : des concerts et rendezvous gratuits s'y enchaînent, le week-end du 28-28 janvier, dans un sympathique brouhaha sous la forme de cinq « itinéraires de voyages » à thème (amitié, mort, conflit père-fils, etc.); des ordinateurs offrent une information multilingue. Et il y a, disséminées dans la ville, ces bornes « Calling **Mozart** » (J'appelle **Mozart**), installées par la radio autrichienne à proximité des lieux-clés du compositeur : un numéro générique (00-43-5-1756-0), auquel doit être ajouté le numéro de la borne, est connecté à un instructif commentaire en allemand ou en anglais. On n'a vu personne appeler de la rue glaciale, mais il se peut que les curieux soient rentrés téléphoner les oreilles au chaud.

A Vienne toujours, un concert de musique sacrée - retransmis en direct par la télévision nationale ORF - avait lieu à 17 heures dans la cathédrale Stephansdom (où **Mozart** se maria), dirigé par le Français Bertrand de Billy, un chef très actif en **Autriche** et qu'on entend rarement en France. Cette journée inaugurale s'est achevée par une représentation d'Idoménée dans le Theater An der Wien, construit par l'imprésario, librettiste et musicien Emmanuel Schikaneder en 1801, avec l'argent gagné par les représentations de La Flûte enchantée de feu son ami **Mozart**. Ce merveilleux petit théâtre à l'italienne était dévolu depuis des années à la comédie musicale. Sa saison sera désormais réservée à

l'opéra et complétera celle du vénérable Staatsoper.

Cet Idoménée, interprété par un Orchestre de l'Opéra de Vienne des mauvais soirs, et dont on n'aura vu et entendu qu'une partie, était calamiteux. Peu après, à la télévision, en prime time, Cecilia Bartoli et Riccardo Muti, en direct de Salzbourg, ont rendu avec la Philharmonie de Vienne un hommage autrement plus vivifiant au divin Wolfgang.

**Note(s) :**

Wiener Mozartjahr 2006, de janvier à décembre. Tél. : 00-43-1-58-999. Sites internet : [www.wienmozart2006.at/](http://www.wienmozart2006.at/), [www.mozarthausvienna.at/\(en français\)](http://www.mozarthausvienna.at/(en%20fran%C3%A7ais)), [www.theater-wien.at/](http://www.theater-wien.at/), [www.newcrownedhope.org/](http://www.newcrownedhope.org/)

**Catégorie :** Arts et culture

**Sujet(s) uniforme(s) :** Musique

**Type(s) d'article :** EXPOSITION

**Taille :** Moyen, 519 mots

---

5. Lundi 30 janvier 2006, p. 22

CULTURE

**Mozart**

**Harnoncourt dénonce l'Année de « l'argent »**

LE CHEF D'ORCHESTRE autrichien Nikolaus Harnoncourt a dénoncé, vendredi 27 janvier à Salzbourg (**Autriche**), l'exploitation commerciale du nom de **Mozart**. « **L'Autriche** est synonyme de **Mozart** cette année, mais cela n'a rien à voir avec lui, plutôt avec l'argent et les affaires. C'est nous qui avons besoin de lui » et de sa musique, a déclaré Nikolaus Harnoncourt, qui a fait ce discours à l'entracte du concert qu'il a dirigé dans la salle dorée de la Fondation Mozarteum, à la tête de l'Orchestre philharmonique de Vienne.

« Nous devrions avoir honte plutôt qu'être gonflés d'orgueil », a ajouté ce chef et musicologue

renommé, âgé de 76 ans. « La marque **Mozart** est l'une des plus connues au monde », avait déclaré récemment Arthur Oberascher, directeur de l'Office de promotion de l'**Autriche** à l'étranger. Il a évalué à 5,4 milliards d'euros cette marque qui a donné lieu à « un déferlement de produits dérivés » avant même les festivités.

**Catégorie** : Arts et culture

**Taille** : Court, 111 mots

---

6. Lundi, 9 janvier 2006, p. 22

CULTURE

MUSIQUE

### **Année 2006, Mozart est là !**

Il y a 250 ans naissait l'auteur de « Don Giovanni ». Concerts et événements témoignent d'une Mozartmania

Joyeux anniversaire, Amadeus ! », clame la publicité de Radio Classique, qui fêtera durant tout le mois de janvier le 250<sup>e</sup> anniversaire de la naissance de **Mozart**, le 27 janvier 1756, à Salzbourg, **Autriche**. Une goutte d'eau dans la mer en regard de la mozartmania qui va gagner l'Europe durant l'année 2006. Et tout d'abord, à Vienne et à Salzbourg.

**Mozart** détestait sa ville natale, qui le lui rendit par un fameux coup de pied au cul, celui de l'archevêque Colloredo mécontent de son maître de chapelle impénitent, lequel coup de pied propulsa, via le soulier du comte d'Arco, le compositeur à la cour de Vienne en 1781. **Mozart** aimait Vienne, qui le lui rendit mal. Le cénotaphe érigé par la ville au cimetière Saint-Marx – colonne brisée, ange musicien éploré - n'empêcha pas que le musicien fût inhumé en fosse commune. Mais l'une et l'autre ne seront pas en reste pour exalter, qui son éternel jeune prodige, qui son génie international.

Au « Mozartland » de Salzbourg, il y aura à coup sûr des indigestions de Mozartkugeln, ces lourdes friandises chocolatées fourrées de pâte d'amande à l'effigie mozartienne concoctées par le chocolatier salzbourgeois, Martin Fürst, dès 1891 - centenaire de la mort obligeait déjà. Sans parler des indigestions de musique. Pas moins de quatre mille cinq cents concerts et spectacles, parmi lesquels cette intégrale de la musique scénique de **Mozart** programmée cet été par le Festival de Salzbourg, soit vingt-deux ouvrages lyriques !

Question architecture, on inaugurera en grande pompe la nouvelle salle **Mozart** du Festspielhaus, cependant que le célèbre conservatoire de musique du Mozarteum se verra doté de nouveaux locaux, la maison natale du 9, Getreidegasse (troisième étage) étant rénovée de fond en comble. Et l'exposition « Viva ! **MOZART** », organisée du 27 janvier 2006 au 7 janvier 2007, se tiendra au palais de la Résidence.

A Vienne, même combat. Plus de cent soixante-dix salles de spectacles sont requises pour l'événement. Comme à Salzbourg, les festivités démarreront officiellement le 27 janvier (jour de la naissance de **Mozart**) pour se clore le 5 décembre (jour de sa disparition). Durant ces dix mois, pléthore d'opéras dans tous les théâtres viennois - notamment le joli Theater an der Wien d'Emanuel Schikaneder (librettiste de La Flûte enchantée), qui lui consacra l'exclusivité de sa programmation annuelle avec sept opéras, un ballet de John Neumeier sur le Requiem, et le spectacle de Bernhardt Lang, Odio **Mozart** (« Je hais **Mozart** »).

Toutes les églises sonneront les cloches de la grand-messe mozartienne, cependant que le Musée Albertina accueillera l'exposition de l'institut Da Ponte (l'autre célèbre librettiste de **Mozart**), du 17 mars au 20 septembre. Côté domestique enfin, la Mozarthaus Vienna (Maison **Mozart**), au 5, Domgasse, a été agrandie et restaurée. Le compositeur autrichien y vécut de 1784 à 1789 et y composa Les Noces de Figaro.

Troisième ville mozartienne, Prague. La patrie artistique de **Mozart**, ville du triomphe des Noces et de Don Giovanni, où il séjourna dans la villa Bertramka de ses amis Duscek (1787, 1789), n'oubliera pas celui dont le poète Jaroslav Seifert disait, assez peu poétiquement d'ailleurs : « Prague est emplie de ses accords comme une cruche qui déborde. » C'est ainsi que le Festival du printemps de Prague bruissera de concertos, symphonies, cantates et autres musiques de chambre.

Il y aura aussi Augsbourg (ville natale de Leopold), Munich, Londres, où **Mozart**, enfant, séjourna plus de quinze mois, Milan, qui créa trois de ses opéras de jeunesse, etc. Et Paris. Paris ? La capitale qui s'extasia de l'enfant prodige âgé de 7 ans (1763-1764) et ignora le compositeur de 22 ans, qui perdit à la fois ses illusions et sa mère lors du séjour de 1778. Mais la France sera aussi de la fête mozartienne. Outre les tripotées de publications en tout genre, tant littéraires et musicologiques que discographiques, les médias français ont ouvert un tir nourri via les magazines spécialisés ou non. Le Monde lui-même, via « Le Monde 2 », proposera chaque semaine à ses lecteurs, à partir du 27 janvier, un CD des grandes oeuvres de **Mozart**.

Si, comme le dit Pierre Desproges, « **Mozart** était tellement précoce qu'à 35 ans il était déjà mort », sa vie posthume n'a cessé d'interroger le monde entier. C'est qu'avec Wolfgang Amadeus **Mozart** la musique classique tient son « divin enfant ». Il est venu pour tout le monde, il nous sauvera tous. Autrement dit, on a tous quelque chose d'Amadeus. Du musicologue patenté à l'écrivain de surface, du penseur philosophe au mélomane averti, du poète au passant, de celui qui sait à celui qui ne sait pas encore.

C'est peut-être que **Mozart** éclaire quelque chose de notre énigme - le génie est divinateur. Alors, on devine et on devise. **Mozart**, romantique dès après sa mort, puis classique des temps modernes, avant d'être décrété territoire baroque. **Mozart** nationaliste (lors des célébrations nazies de 1941), marxiste en 1956, en Allemagne de l'Est, mais **Mozart** avant tout européen. Et surtout, **Mozart** universel. Catholique fort en thèmes liturgiques, mais aussi libre-penseur et franc-maçon.

Conformiste et révolutionnaire, syncrétique et réformateur, ange consolateur et démon lubrique... Comment savoir ? Il suffit d'avoir des oreilles et du coeur, et l'année **Mozart** sera belle.

**Illustration(s) :**

Les enfants de la **Mozart** Singing School de Vienne, en 1987. PHOTO : STUART FRANKLIN/MAGNUM

**Catégorie** : Arts et culture

**Sujet(s) uniforme(s)** : Musique

**Type(s) d'article** : CONCERT; OPERA

**Taille** : Moyen, 634 mots

---

Le Monde

Spécial, vendredi 17 mars 2006, p. SPE39

Le Monde VOYAGES

PATRIMOINES SÉLECTION

**MUSIQUE festivals**

Agenda des grands rendez-vous européens d'art lyrique

[...]

Salzbourg (**Autriche**)

Salzburger Festspiele

(23juillet-31 août)

Le grand classique de tous les mélomanes, qui s'y pressent chaque été. Cette saison, on y écouterait tous les opéras de **Mozart**.

Tél. : 0043-662-844-501.

salzburgfestival.at

[...]

**Note(s) :**

Contacts Les spécialistes des voyages musicaux se chargent des réservations d'hôtel : Le Cercle lyrique international, tél. : 01-42-78-09-12 et [cercle@lyrique.net](mailto:cercle@lyrique.net). La Fugue - Europera, tél. : 01-43-59-10-14 et [information@lafugue.com](mailto:information@lafugue.com). Intermèdes, tél. : 01-45-61-90-90 et [www.intermedes.com](http://www.intermedes.com).

Korè Voyages : tél. : 01-53-42-12-24 et [contact@korevoyages.com](mailto:contact@korevoyages.com). Fnac Voyages, [fnac.com/voyages](http://fnac.com/voyages) et les sites des tours opérateurs, comme Austropauli ([austropauli.com](http://austropauli.com), «l'**Autriche** sur les traces de **Mozart** »), ou Donatello ([donatello.tm.fr](http://donatello.tm.fr), spécialiste de l'Italie). Pour de la documentation ou des recherches de base, s'adresser aux Offices de tourisme (ouverts de 9 h à 17 h ou 16 h). **Autriche** : tél. : 08-11-60-10-60. Allemagne : tél. : 01-40-20-01-88. Espagne : tél. : 01-45-03-82-54. Finlande : tél. : 01-55-17-42-70. Grande-Bretagne : tél. : 01-58-36-50-50. Italie : tél. : 01-42-66-03-96. Pologne : tél. : 01-42-44-19-00. République Tchèque : tél. : 01-53-73-00-34.

**Illustration(s) :**

Pique-nique sur gazon pendant le festival de Glyndebourne, en Angleterre

**Catégorie** : Autres

**Sujet(s) uniforme(s)** : Musique

**Type(s) d'article** : OPERA

**Taille** : Moyen, 572 mots

© 2006 SA Le Monde. Tous droits réservés.

**Présentation**

L'Autriche est un pays aux contrastes étonnants, elle s'étend de la partie ouest des Alpes Autrichiennes jusqu'à la partie est du bassin du Danube. Elle n'est pas seulement renommée pour avoir les meilleurs domaines skiables du monde mais aussi pour ses monuments historiques, ses musées et ses galeries d'art de niveau international, ses paysages grandioses, ses montagnes magnifiques et ses sentiers de grande randonnée pédestre. Les visiteurs qui souhaitent se cultiver seront comblés tout comme ceux à la recherche de splendides paysages. En plus de sa beauté naturelle, le pays renferme nombre de joyaux d'architecture, qui sont souvent là pour nous rappeler la puissance des Habsburgs, qui ont autrefois dominé l'Europe Centrale pendant sept siècles. L'Autriche garde les traces de son passé d'empire glorieux: la capitale, Vienne, est magnifique, avec son opéra décoré avec raffinement et l'ancienne résidence impériale des Hofburg; les autres villes d'Autriche sont aussi imprégnées de cette histoire magique, surtout Salzburg, là où est né Mozart, avec ses églises baroques, d'une exceptionnelle beauté et en toile de fond des pics montagneux enneigés; Innsbruck située au centre des Alpes Autrichiennes, est elle aussi de toute beauté. Beaucoup d'endroits en Autriche pourraient être classés comme oeuvres d'art, alors on comprend mieux pourquoi l'Autriche a généré et inspiré un bon nombre d'artistes. Pendant le 17ème et le 18ème siècle, l'Autriche et en particulier Vienne, était devenue l'une des villes majeures de la Renaissance culturelle que l'on associe au mouvement Baroque et aux Lumières; le niveau atteint par les compositions musicales de cette époque est particulièrement remarquable et leurs notes résonnent encore dans l'histoire culturelle. L'héritage musical laissé par Mozart est partout. Cependant, l'Autriche a aussi produit des artistes comme Klimt et Schiele, les compositeurs Liszt et Mahler, les écrivains Rilke et Schnitzler, les psychologues Freud et Rank ainsi que les philosophes Husserl et Wittgenstein. Et l'Autriche s'efforce de cultiver son côté avant-gardiste d'antan. Le pays est un lieu propice pour l'architecture contemporaine, pour l'ingénierie, les inventions et le design de pointe et possède un système social moderne et efficace. L'Autriche bénéficie toujours d'une bonne réputation en matière de musique, de littérature et d'arts puisqu'Elfriede Jelinek a gagné le Prix Nobel de littérature en 2004. Vous pourrez aussi bien trouver du punk New Wave que des chants tyroliens. En terme culinaire, le légendaire *Gemütlichkeit*; l'instant de détente qui permet d'apprécier la joie de vivre, est partout dans les cafés, où l'art de boire le café atteint des sommets. Les *Heurigen* où de grands cépages sont dégustés avec une nourriture abondante sont aussi nombreux. Le monde de la nuit offre un large choix d'ambiance entre les tavernes, très décontractées, les jardins où l'on peut apprécier une bonne bière, il y a aussi d'excellentes distractions après avoir skié ainsi que des clubs branchés qui ne désemplissent pas jusqu'à l'aube.

Il semble que l'Autriche ne veuille pas être seulement considérée comme un pays au passé exceptionnel mais aussi comme un pays moderne. Néanmoins, en regardant les paysages singuliers de l'Autriche, on s'aperçoit que certaines choses sont intemporelles, qui ne cesseront jamais de captiver l'attention.

**Informations générales****Situation géographique**

L'Autriche se situe en Europe centrale.

**Heure locale**

GMT/UTC + 1. Heure de Paris/HEC.

**Capitale**

Vienne (Wien). **Nombre d'habitants:** 1.606.843 (estimations officielles, 1999).

## Géographie

L'Autriche est un état sans accès maritime, jouxté par la Suisse, le Liechtenstein, l'Allemagne, la République tchèque, la Slovaquie, la Hongrie, la Slovénie et l'Italie. C'est un pays montagneux, dont près de la moitié est recouvert de forêts. Les neuf Provinces Fédérales de l'Autriche forment une entité politique, mais traduisent une grande diversité de paysages qui se répartissent en cinq régions: les Alpes orientales (62,8%), les contreforts des Alpes et des Carpates (11,3%), le bassin pannonien (11,3%), le bassin viennois (4,4%) et les hautes terres de granite et de grès ou Massif bohémien (10,1%). Le plus haut sommet de l'Autriche est le Grossglockner (3.798 m).

## Gouvernement

République Fédérale. **Chef d'Etat:** le Président Thomas Klestil depuis 1992. **Chef du gouvernement:** le Chancelier Wolfgang Schüssel depuis l'an 2000.

## Langues

La langue officielle est l'allemand mais les dialectes régionaux sont encore vivants et, dans les différentes régions du pays, on rencontrera des variations importantes du *Hochdeutsch*, ou allemand "standard". Il existe des minorités parlant le croate ou le slovène respectivement dans le Burgenland et le sud de la Carinthie.

## Religions

78% de catholiques, 5% de protestants et 4,5% d'adeptes d'autres religions.

## Électricité

220 volts CA, 50 Hz. Les prises de courant sont de type européen avec deux fiches rondes.

## Vie sociale

### Cuisine et boissons

#### Cuisine et boissons

Parmi les plats traditionnels on mentionnera l'escalope viennoise (*Wiener Schnitzel*), le boeuf bouilli (*Tafelspitz*), le foie de veau aux herbes poêlé (*Geröstete Leber*), le *Goulasch*, le *Kaiserschmarrn*, les *Palatschinken* et les *Salzburger Nockerln*, ainsi que diverses préparations fumées ou en salaison. La cuisine viennoise a été fortement influencée par les cuisines d'Europe du sud-est et notamment celles de Hongrie, de Serbie, de Roumanie et de Dalmatie. Un grand nombre de repas simples sont souvent à base de riz, pommes de terre et boulettes ou quenelles (*Knödel*), accompagnés de sauces. Le repas principal se prend à midi. Les *Mehlspeisen* (desserts) est le terme national qui désigne toutes sortes de pâtisserie ou de gâteau qui sont tous particulièrement appétissants. Il existe plus de 57 variétés de *Torte*, que l'on consomme souvent avec du café vers 15 heures. Ouvert toute la journée, le café autrichien (*Kaffeehaus*) est quasiment une institution nationale et il constitue souvent le centre social d'une ville ou d'un quartier.

**Boissons:** les alcools comme le whisky, le gin et les bières importées coûtent plus cher que les vins locaux (servis en général dans des carafes) qui sont excellents et bon marché. La plupart des vins sont blancs (*Riesling*, *Veltliner*) mais il y a aussi de très bons vins rouges de *Baden et Burgenland*, et on trouve aussi des vins rouges d'importation. En général, les lois strictes d'appellation des vins se reflètent sur le rapport qualité/prix. L'*Obstler* est une boisson que l'on trouve dans la plupart des pays germaniques et qui est fabriquée à base de fruits distillés. C'est une boisson très forte et très populaire par son goût et son faible prix. La plupart des bars ou des cafés ont des serveurs et la note est présentée en même temps que l'on sert à commande.

**Note:** Il n'y a pas de réglementation pour la vente de boissons alcoolisées en Autriche, mais chaque région a un contrôle d'application des heures de fermeture. La plupart des coffee shops et des bars servent du vin, des boissons non alcoolisées et de la bière.

## Vie nocturne

### Vie nocturne

La vie nocturne viennoise répond à tous les goûts: opéra, théâtre et cabaret ainsi que de nombreux bars, discothèques et boîtes de nuit. Vous trouverez toutes sortes de cinémas, dont certains présentent un intérêt architectural, qui diffusent des films en version originale. Pour passer une bonne soirée d'été, on peut se rendre dans un "Biergarten". La région viticole autour de Vienne possède de nombreuses guinguettes (Heurigen) où les visiteurs peuvent déguster les vins locaux dans un jardin en plein air.

#### **Achats**

##### **Achats**

Les articles de luxe, sacs à main, verrerie, articles chinois et équipements sportifs de montagne sont les principaux articles que l'on trouve en Autriche. La T.V.A. (20 à 32%) est incluse dans les prix des articles. Horaires d'ouverture des magasins: en général les magasins sont ouverts du lundi au vendredi de 8h00 à 18h00 (avec 1 ou 2 heures de pause pour le déjeuner dans les petites villes). Quelques magasins sont ouverts jusqu'à 19h30 le mardi, et le samedi ils ferment à 17h00.

#### **Conventions sociales**

##### **Mode de vie**

Les Autrichiens ont tendance à être très cérémonieux dans leur vie sociale et professionnelle. Ils n'emploient pas leur prénom lorsqu'ils se présentent, mais les utilisent couramment après la première rencontre. Il est normal de se serrer la main pour se dire bonjour et au revoir. On juge impoli d'entrer dans un restaurant ou dans un magasin sans dire Guten Tag ou, plus habituellement, Grüss Gott; de même, sortir sans dire Auf Wiedersehen peut être jugé comme choquant. On apprécie la légèreté sociale et l'aptitude à s'entretenir de "la pluie et du beau temps". Si vous êtes invité, pensez à amener des fleurs à votre hôtesse. Dans la société autrichienne, l'église jouit d'une position respectée, ce qu'il ne faut jamais oublier. Il est habituel de revêtir une tenue "habillée" pour aller à l'opéra ou au théâtre. Pourboires: ils sont largement répandus, mais on ne s'attend pas à des sommes importantes. Les notes de restaurant comprennent une somme de 10-15% pour le service, mais on laisse habituellement un pourboire supplémentaire de 5%. Les ouvreuses de théâtre, dames des vestiaires ou employés de stations-service, s'attendent à recevoir entre 0,15 et 0,20 euros. Les chemins de fer et les aéroports ont un tarif fixe pour les porteurs. Les chauffeurs de taxi attendent 0,20 et 0,30 euros pour une petite course et 10% sur un long trajet.

##### **Sports**

**Sports d'hiver:** l'Autriche est l'une des principales destinations européennes pour ceux qui veulent pratiquer des sports d'hiver, en particulier **le ski** et le **snow-board** (ou surf des neiges). Les Alpes autrichiennes représentent environ 60 % de la superficie du pays et il y a plus de 800 stations de sport d'hiver avec quelque 22.000 km de pistes de ski alpin et 16.000 km de pistes de **ski de fond**. Outre le ski, on peut pratiquer de nombreux autres sports d'hiver, tels que la **luge**, les **promenades en traîneau**, le **curling** ou le **patinage**.

**Sports nautiques:** de nombreux lacs et des rivières se prêtent à la pratique de la **natation** ou de la **pêche** (pour cette dernière, il convient de demander un permis aux autorités locales).

**Randonnées pédestres:** pendant les mois d'été, lorsque la neige a fondu, les Alpes autrichiennes offrent un vaste réseau de chemins de randonnées traversant des paysages variés, depuis les forêts et les pentes verdoyantes jusqu'aux glaciers et aux rochers.

**Alpinisme:** l'alpinisme et la **varappe** se pratiquent couramment dans toutes les Alpes. Les excursions en haute montagne sont souvent associées au **deltaplane**, dont la popularité a beaucoup augmenté récemment. Il peut être facilement pratiqué.

**Randonnées à bicyclette:** l'Autriche dispose d'une excellente infrastructure pour pratiquer le vélo. Il existe des pistes cyclables clairement délimitées aussi bien dans les villes qu'à travers la campagne.

## **Enquête quantitative réalisée auprès de 50 personnes.**

Nous avons réalisé une enquête sur la perception de l'Autriche en France aujourd'hui et avons diffusé un questionnaire à cet effet à travers des forums de voyages, tels que [www.LeRoutard.com](http://www.LeRoutard.com) et [www.e-voyages.fr](http://www.e-voyages.fr). De plus, quelques personnes ont été recrutées par l'intermédiaire de notre réseau personnel. L'échantillon des personnes est équitable hommes/femmes, ainsi que par groupe d'âge (20-30 ans, 30-50 ans, +50 ans).

Les résultats de cette enquête montre que l'objet principal (54 %) du voyage des français en Autriche est de nature « Loisirs, sports, détente », contre un tiers qui s'y rend pour l'aspect culturel (concert, opéra, musée...). Encore 14 % des personnes interrogées s'y rendent pour un voyage d'affaire.

Nous avons également voulu savoir quelles étaient les expressions que les Français associaient le plus à l'Autriche. Les personnes n'avaient le droit d'en choisir que 3 d'une liste de 13 propositions.

Les montagnes, les chalets et les lacs en sont sortis le plus souvent, suivi de peu par Mozart, Schubert et la musique classique. Vienne et les valse et Sissi, les palais et l'empire austro-hongrois sont également cités fréquemment (16 et 15 fois sur 50). Hermann Maier et les sports d'hiver a été mentionné 6 fois, tandis que Joerg Haider et l'extrême-droite 4 fois. Le concert du nouvel an, « un pays conservateur » et « l'écologie » ont été cité à trois reprises chacun, tandis que « les chercheurs scientifiques (Freud, Schroedinger, Ressel,...), « un pays moderne et ouvert » et « la culture contemporaine (Haneke, Jelinek,...) n'ont été sélectionnés qu'une fois chacun.

Nous avons également voulu connaître le taux de réception des informations sur divers thèmes sur l'Autriche publiés dans les grands quotidiens français. Ceci permet d'avoir un aperçu des intérêts des personnes envers ces thèmes et envers les journaux. Il en sort que l'année Mozart en général a bien été perçu (pas du tout :16 % ; peu : 8 % ; assez : 29 % ; beaucoup : 47 %), mais cela beaucoup moins en relation avec l'Autriche (pas du tout : 31 %; peu : 27 %; assez : 8 %; beaucoup : 35 %). Il est également à constater avec grand regret, que l'année Freud a touché le moins et semblerait donc être passé inaperçu.

En général il sort de cette enquête que les personnes interrogées considèrent que l'on parle de l'Autriche dans l'ensemble en termes plutôt positifs (69 %) que négatifs (31 %).

Un autre point qui émerge est le fait que la moitié des personnes s'informent pour leur déplacement en Autriche principalement ou uniquement sur Internet, suivi des journaux et magazines spécialisés (17 %) et l'ONAT (16 %). Les agences de voyage représentent 13 %.

Quant à la perception des actions de promotion sur l'Autriche lors de l'année Mozart, près de la moitié des personnes pensent qu'il y en a eu peu et largement effacé par d'autres destinations comme Prague, Londres, Tunisie. Un quart des personnes pense qu'il n'y en a pas eu et un quart qu'il y en a eu assez.

## Bisherige Sommersaison 2006: Weniger Nächtigungen, aber mehr Gäste

### Österreich bei deutschen Gästen weniger beliebt

#### 1. Halbjahr 2006: Nächtigungen weitgehend unverändert, Ankünfte im Plus

**Wien**, 2006-07-26 - Laut Statistik Austria wurden im Juni 2006 rd. 8,5 Mio. Übernachtungen gemeldet, das sind um 6,8% mehr als im Juni 2005; ausschlaggebend dafür war die Verschiebung der Pfingstferien bzw. Fronleichnam von Mai im Jahr 2005 auf Juni im Jahr 2006. Das positive Nächtigungsergebnis war überwiegend auf das vermehrte Kommen von ausländischen Gästen (+8,7%) zurückzuführen, inländische Gäste legten um +3,0% zu.

Unter den Gästen der wichtigsten Herkunftsländer nächtigten Deutsche um +13,2% häufiger als im Juni 2005, während bei Gästen aus den Niederlanden – dem zweitwichtigsten ausländischen Herkunftsmarkt - ein Minus von 7,6% gemeldet wurde. Für die Übernachtungen der Schweizer und amerikanischen Gäste wurden Zuwächse von +7,9% bzw. +13,1% verzeichnet.

Nach Bundesländern waren im Juni 2006 durchwegs positive Ergebnisse festzustellen, die relativ höchsten im Burgenland mit +13,3%, die geringsten in Oberösterreich mit +2,0%. Das nächtigungsstärkste Bundesland Tirol erreichte ein Plus von 7,0% (Tabellen 1 und 2).

Die **bisherige Sommersaison 2006** (Mai bis Juni 2006) hatte rund 14,3 Mio. Übernachtungen, zu verzeichnen. Das sind um 0,9% weniger als im selben Vergleichszeitraum des Vorjahres; die Ankünfte nahmen um +1,4% zu. Die Nächtigungsentwicklung von inländischen Gästen war positiv (+1,8%), während jene der ausländischen Gäste rückläufig war (-2,4%).

Deutsche Gäste nächtigten um 5,0% weniger als im selben Zeitraum des Vorjahres, und auch die Zahl der deutschen Ankünfte war um 4,3% rückläufig. Die Zahl der Gästenächtigungen aus den Niederlanden (-9,8%), aus der Schweiz (-2,8%) und aus Belgien (-1,1%) nahm ebenfalls ab, während jene aus den USA um +12,0% zulegen konnte.

Trotz der insgesamt rückläufigen Ergebnisse stieg die Anzahl der Nächtigungen in Hotels der 5-/4-Stern Kategorie um +3,7%, zurückzuführen auf das positive Ergebnis in Wien, wo die meisten Hotels dieser Kategorie zu finden sind. Die Anzahl der Nächtigungen in 3-Stern-Betrieben (-1,0%) und in 2-/1-Stern Betrieben (-7,6%) war rückläufig, und auch in Privatquartieren sowie in privaten Ferienwohnungen/-häusern mussten jeweils überdurchschnittlich hohe Verluste (-9,7% bzw. -4,4%) hingenommen werden.

Im tourismusintensivsten Bundesland Tirol (3,4 Mio. Nächtigungen) wurden im Vergleich zu Mai bis Juni 2005 um 3,8% weniger Nächtigungen gemeldet; auch in Kärnten (1,9 Mio. Nächtigungen) wurden Rückgänge festgestellt (-4,0%). Häufiger genächtigt wurde hingegen im Bundesland Salzburg (+2,7%), wie auch in Wien (+6,2%) und in Niederösterreich (+1,7%; Tabellen 3 und 4).

Für die **erste Hälfte des Kalenderjahres 2006** (Jänner bis Juni 2006) lagen rund 62,9 Mio. Übernachtungen vor, das entspricht einem Plus von 0,2% gegenüber dem gleichen Vorjahreszeitraum. Die Zahl der Ankünfte stieg auf rd. 15,0 Mio. (+2,4%). Inländische Gäste (+1,7%) nächtigten häufiger als jene aus dem Ausland (-0,3%). Wie in der bisherigen Sommersaison war die Nächtigungsentwicklung aus Deutschland und den Niederlanden negativ (-4,4% bzw. -0,5%), während Frankreich, Großbritannien,

Italien und die USA jeweils Zunahmen verzeichnen konnten. Das Nächtigungsaufkommen in Hotels der höchsten Kategorie (5-/4-Stern) nahm weiter zu (+5,2%), ebenso in den 3-Stern-Betrieben mit +1,1%; in den Privatquartieren und in privaten Ferienwohnungen/-häusern waren die Nächtigungen um -7,8% bzw. -1,6% rückläufig (Tabellen 5 und 6).

## Vorläufige Tourismusdaten (hochgerechnete Ergebnisse<sup>1)</sup> der Statistik Austria)

**Tabelle 1: Übernachtungen im Juni 2006 (absolut in 1.000) und Veränderungen zu Juni 2005 (in %, absolut in 1.000) nach Unterkunftsarten, Bundesländern und ausgewählten Herkunftsländern**

Gliederungsmerkmale	Ausländer			Inländer			Insgesamt		
	absolut	Veränderung		Absolut	Veränderung		absolut	Veränderung	
		in %	in 1.000		in %	in 1.000		in %	in 1.000
<b>In allen Unterkünften</b>									
<b>Bundesländer</b>									
Burgenland	79,2	28,2	17,4	205,7	8,8	16,6	284,2	13,3	33,4
Kärnten	768,2	10,9	75,5	501,5	-1,2	-6,1	1.268,7	5,7	68,4
Niederösterreich	224,9	-6,3	-15,1	389,5	7,4	26,8	616,5	2,3	13,9
Oberösterreich	296,8	4,7	13,3	343,5	-0,3	-1,0	640,6	2,0	12,6
Salzburg	1.005,6	13,5	119,6	377,0	4,7	16,9	1.383,2	11,0	137,1
Steiermark	234,9	5,8	12,9	507,8	1,9	9,5	742,7	3,1	22,3
Tirol	2.017,4	7,7	144,2	238,1	1,5	3,5	2.255,3	7,0	147,5
Vorarlberg	373,8	12,9	42,7	61,6	-3,6	-2,3	435,3	10,2	40,3
Wien	702,8	6,8	44,7	160,8	10,5	15,3	863,0	7,4	59,5
<b>In Österreich insgesamt</b>	<b>5.704,7</b>	<b>8,7</b>	<b>456,6</b>	<b>2.787,6</b>	<b>3,0</b>	<b>81,2</b>	<b>8.495,3</b>	<b>6,8</b>	<b>540,9</b>
<b>Ausgewählte Herkunftsländer</b>									
Belgien	93,7	0,0	0,0						
Deutschland	3.453,1	13,2	402,7						
Frankreich	144,4	-2,0	-2,9						
Vereinigtes Königreich	273,8	-0,9	-2,5						
Italien	138,1	0,2	0,3						
Niederlande	355,2	-7,6	-29,2						
Schweiz	256,2	7,9	18,8						
USA	199,7	13,1	23,1						
<b>Hotels und ähnliche Betriebe und gewerbliche Ferienhäuser/-wohnungen</b>									
<b>Darunter:</b>									
5-/4-Stern-Hotels	2.192,9	10,0	199,4	851,9	12,6	95,3	3.044,4	10,7	294,3
3-Stern-Hotels	1.414,6	6,6	87,6	648,1	-0,8	-5,2	2.063,5	4,2	83,2
2-/1-Stern-Hotels	461,6	-0,1	-0,5	273,4	-5,1	-14,7	735,1	-2,0	-15,0

gewerbl. Ferienhäuser/-w.	247,7	13,7	29,8	64,8	-0,6	-0,4	312,7	10,5	29,7
<b>In Österreich insgesamt</b>	<b>4.316,4</b>	<b>7,9</b>	<b>316,0</b>	<b>1.838,9</b>	<b>4,3</b>	<b>75,8</b>	<b>6.161,2</b>	<b>6,9</b>	<b>397,7</b>
<b>In Privatquartieren (=ohne private Ferienhäuser/-wohnungen)</b>									
<b>In Österreich insgesamt</b>	<b>321,5</b>	<b>3,5</b>	<b>10,9</b>	<b>161,5</b>	<b>3,0</b>	<b>4,7</b>	<b>482,9</b>	<b>3,3</b>	<b>15,4</b>
<b>In privaten Ferienhäusern/-wohnungen</b>									
<b>In Österreich insgesamt</b>	<b>459,5</b>	<b>13,1</b>	<b>53,2</b>	<b>92,7</b>	<b>7,7</b>	<b>6,6</b>	<b>552,4</b>	<b>12,2</b>	<b>60,1</b>
Quelle: Statistik Austria, Tourismusstatistik JUNI 2006. 1) Hochrechnung der Werte ergibt Summierungsabweichungen.									

**Tabelle 2: Ankünfte im Juni 2006 (absolut in 1.000) und Veränderungen zu Juni 2005 (in %, absolut in 1.000) nach Unterkunftsarten, Bundesländern und ausgewählten Herkunftsländern**

Gliederungsmerkmale	Ausländer			Inländer			Insgesamt		
	Absolut	Veränderung		absolut	Veränderung		absolut	Veränderung	
		in %	in 1.000		in %	in 1.000		in %	in 1.000
<b>In allen Unterkünften</b>									
<b>Bundesländer</b>									
Burgenland	18,5	23,1	3,5	65,6	13,9	8,0	84,1	15,8	11,5
Kärnten	145,7	11,7	15,3	129,8	4,0	5,0	275,4	7,9	20,2
Niederösterreich	104,0	-7,2	-8,1	136,2	11,6	14,2	241,6	3,2	7,5
Oberösterreich	111,3	4,0	4,3	116,9	2,8	3,2	228,2	3,4	7,5
Salzburg	269,6	14,3	33,7	119,3	2,7	3,1	389,0	10,5	37,0
Steiermark	72,8	3,1	2,2	162,5	5,6	8,6	235,3	4,8	10,8
Tirol	470,4	11,0	46,6	85,1	3,5	2,9	555,6	9,8	49,6
Vorarlberg	97,9	17,0	14,2	26,6	-2,1	-0,6	124,4	12,3	13,6
Wien	281,6	5,7	15,2	80,9	8,6	6,4	362,7	6,4	21,8
<b>In Österreich insgesamt</b>	<b>1.575,1</b>	<b>9,0</b>	<b>130,1</b>	<b>922,5</b>	<b>5,8</b>	<b>50,6</b>	<b>2.497,7</b>	<b>7,8</b>	<b>180,7</b>
<b>Ausgewählte Herkunftsländer</b>									
Belgien	22,9	6,2	1,3						
Deutschland	790,3	13,7	95,2						
Frankreich	47,0	1,7	0,8						
Vereinigtes Königreich	62,8	-2,8	-1,8						
Italien	63,1	-2,5	-1,6						

Niederlande	80,1	-3,3	-2,7						
Schweiz	77,2	10,7	7,5						
USA	88,9	11,5	9,2						
<b>Hotels und ähnliche Betriebe und gewerbliche Ferienhäuser/-wohnungen</b>									
<b>Darunter:</b>									
5-/4-Stern-Hotels	673,3	7,4	46,4	334,1	11,7	35,0	1.007,5	8,8	81,5
3-Stern-Hotels	424,7	9,6	37,2	241,7	2,0	4,7	666,3	6,7	41,8
2-/1-Stern-Hotels	138,5	4,3	5,7	97,9	0,0	0,0	236,4	2,5	5,8
gewerbl. Ferienhäuser/-w.	36,5	23,8	7,0	14,6	11,2	1,5	51,2	20,0	8,5
<b>In Österreich insgesamt</b>	<b>1.273,1</b>	<b>8,2</b>	<b>96,5</b>	<b>688,6</b>	<b>6,4</b>	<b>41,4</b>	<b>1.962,4</b>	<b>7,6</b>	<b>138,6</b>
<b>In Privatquartieren (=ohne private Ferienhäuser/-wohnungen)</b>									
<b>In Österreich insgesamt</b>	<b>66,1</b>	<b>8,4</b>	<b>5,1</b>	<b>51,0</b>	<b>10,4</b>	<b>4,8</b>	<b>117,0</b>	<b>9,2</b>	<b>9,9</b>
<b>In privaten Ferienhäusern/-wohnungen</b>									
<b>In Österreich insgesamt</b>	<b>64,9</b>	<b>23,4</b>	<b>12,3</b>	<b>19,8</b>	<b>20,0</b>	<b>3,3</b>	<b>84,8</b>	<b>22,6</b>	<b>15,6</b>
Quelle: Statistik Austria, Tourismusstatistik JUNI 2006. 1) Hochrechnung der Werte ergibt Summierungsdivergenzen.									

**Tabelle 3: Übernachtungen im Mai 2006 bis Juni 2006 (absolut in 1.000) und Veränderungen zu Mai 2005 bis Juni 2005 (in %, absolut in 1.000) nach Unterkunftsarten, Bundesländern und ausgewählten Herkunftsländern**

Gliederungsmerkmale	Ausländer			Inländer			Insgesamt		
	Absolut	Veränderung		absolut	Veränderung		absolut	Veränderung	
		in %	in 1.000		in %	in 1.000		in %	in 1.000
<b>In allen Unterkünften</b>									
<b>Bundesländer</b>									
Burgenland	137,6	0,1	0,1	394,3	-1,4	-5,6	531,2	-1,1	-5,9
Kärnten	1.116,4	-4,0	-46,5	814,4	-3,8	-32,2	1.929,8	-4,0	-80,4
Niederösterreich	425,6	-9,1	-42,6	765,7	8,6	60,6	1.193,4	1,7	19,9
Oberösterreich	510,2	-6,1	-33,1	667,6	0,1	0,7	1.178,0	-2,6	-31,4
Salzburg	1.559,3	1,8	27,6	669,0	4,9	31,2	2.228,8	2,7	58,6
Steiermark	409,4	-1,6	-6,7	966,9	-3,0	-29,9	1.376,2	-2,6	-36,7
Tirol	3.019,6	-4,5	-142,3	427,1	1,8	7,6	3.446,5	-3,8	-136,1
Vorarlberg	556,6	-4,0	-23,2	115,7	0,0	0,0	672,1	-3,3	-22,9
Wien	1.407,7	3,3	45,0	344,0	20,0	57,3	1.751,2	6,2	102,2
<b>In Österreich insgesamt</b>	<b>9.143,7</b>	<b>-2,4</b>	<b>-224,8</b>	<b>5.166,5</b>	<b>1,8</b>	<b>91,4</b>	<b>14.313,3</b>	<b>-0,9</b>	<b>-130,0</b>
<b>Ausgewählte Herkunftsländer</b>									
Belgien	136,6	-1,1	-1,5						
Deutschland	5.322,0	-5,0	-280,1						
Frankreich	241,9	2,8	6,6						
Vereinigtes Königreich	420,9	1,1	4,6						

Italien	246,7	1,8	4,4						
Niederlande	536,0	-9,8	-58,2						
Schweiz	449,3	-2,8	-12,9						
USA	341,9	12,0	36,6						
<b>Hotels und ähnliche Betriebe und gewerbliche Ferienhäuser/-wohnungen</b>									
<b>Darunter:</b>									
5-/4-Stern-Hotels	3.720,2	0,8	29,5	1.656,6	10,7	160,1	5.376,4	3,7	191,8
3-Stern-Hotels	2.302,7	-1,2	-28,0	1.188,2	-0,8	-9,6	3.491,7	-1,0	-35,3
2-/1-Stern-Hotels	736,2	-9,7	-79,1	493,1	-4,3	-22,2	1.229,5	-7,6	-101,1
gewerbl. Ferienhäuser/-w.	349,8	-5,0	-18,4	103,4	-5,8	-6,4	453,4	-5,1	-24,4
<b>In Österreich insgesamt</b>	<b>7.108,6</b>	<b>-1,3</b>	<b>-93,6</b>	<b>3.442,1</b>	<b>3,7</b>	<b>122,8</b>	<b>10.556,5</b>	<b>0,3</b>	<b>31,6</b>
<b>In Privatquartieren (=ohne private Ferienhäuser/-wohnungen)</b>									
<b>In Österreich insgesamt</b>	<b>477,2</b>	<b>-10,8</b>	<b>-57,8</b>	<b>290,5</b>	<b>-7,8</b>	<b>-24,6</b>	<b>767,6</b>	<b>-9,7</b>	<b>-82,5</b>
<b>In privaten Ferienhäusern/-wohnungen</b>									
<b>In Österreich insgesamt</b>	<b>654,0</b>	<b>-4,4</b>	<b>-30,1</b>	<b>146,8</b>	<b>-4,4</b>	<b>-6,8</b>	<b>801,1</b>	<b>-4,4</b>	<b>-36,9</b>
Quelle: Statistik Austria, Tourismusstatistik JUNI 2006. 1) Hochrechnung der Werte ergibt Summierungsabweichungen.									

**Tabelle 4: Ankünfte im Mai 2006 bis Juni 2006 (absolut in 1.000) und Veränderungen zu Mai 2005 bis Juni 2005 (in %, absolut in 1.000) nach Unterkunftsarten, Bundesländern und ausgewählten Herkunftsländern**

	Ausländer			Inländer			Insgesamt		
	Absolut	Veränderung		absolut	Veränderung		absolut	Veränderung	
		in %	in 1.000		in %	in 1.000		in %	in 1.000
<b>In allen Unterkünften</b>									
<b>Bundesländer</b>									
Burgenland	33,1	0,7	0,2	123,7	-2,4	-3,0	156,8	-1,7	-2,7
Kärnten	235,0	-3,1	-7,5	221,8	-2,7	-6,2	456,6	-2,9	-13,6
Niederösterreich	196,3	-9,7	-21,1	265,8	11,2	26,8	463,5	1,6	7,3
Oberösterreich	197,3	-4,1	-8,4	227,5	2,6	5,8	424,8	-0,6	-2,6
Salzburg	463,6	6,4	27,9	220,1	3,5	7,4	683,8	5,5	35,6
Steiermark	131,8	-0,6	-0,8	310,1	-1,7	-5,4	441,9	-1,3	-5,8
Tirol	763,5	-1,7	-13,2	159,3	5,0	7,6	922,9	-0,6	-5,6
Vorarlberg	154,3	-1,7	-2,7	50,0	-2,8	-1,4	204,2	-2,0	-4,2
Wien	561,4	4,8	25,7	170,6	18,6	26,8	732,3	7,8	53,0
<b>In Österreich insgesamt</b>	<b>2.739,3</b>	<b>0,1</b>	<b>2,7</b>	<b>1.748,6</b>	<b>3,5</b>	<b>59,1</b>	<b>4.488,0</b>	<b>1,4</b>	<b>62,0</b>
Belgien	36,8	5,0	1,8						
Deutschland	1.335,5	-4,3	-60,0						
Frankreich	82,7	4,8	3,8						
Vereinigtes Königreich	109,0	1,2	1,3						

Italien	117,8	-0,4	-0,5						
Niederlande	128,7	-4,3	-5,8						
Schweiz	139,4	-2,1	-3,0						
USA	152,9	12,7	17,2						
<b>Hotels und ähnliche Betriebe und gewerbliche Ferienhäuser/-wohnungen</b>									
<b>Darunter:</b>									
5-/4-Stern-Hotels	1.244,0	3,2	38,6	666,3	13,5	79,3	1.910,4	6,6	118,3
3-Stern-Hotels	742,3	2,1	15,3	457,6	0,5	2,3	1.199,8	1,5	17,7
2-/1-Stern-Hotels	231,1	-6,9	-17,1	179,5	-4,1	-7,7	410,6	-5,7	-24,8
gewerbl. Ferienhäuser/-w.	53,7	-1,4	-0,8	24,3	-2,8	-0,7	78,0	-1,8	-1,4
<b>In Österreich insgesamt</b>	<b>2.271,3</b>	<b>1,6</b>	<b>35,8</b>	<b>1.327,8</b>	<b>5,8</b>	<b>72,8</b>	<b>3.599,9</b>	<b>3,2</b>	<b>111,6</b>
<b>In Privatquartieren (=ohne private Ferienhäuser/-wohnungen)</b>									
<b>In Österreich insgesamt</b>	<b>103,0</b>	<b>-11,5</b>	<b>-13,4</b>	<b>94,6</b>	<b>-7,8</b>	<b>-8,0</b>	<b>197,5</b>	<b>-9,8</b>	<b>-21,5</b>
<b>In privaten Ferienhäusern/-wohnungen</b>									
<b>In Österreich insgesamt</b>	<b>96,6</b>	<b>-2,9</b>	<b>-2,9</b>	<b>32,5</b>	<b>-5,4</b>	<b>-1,9</b>	<b>32,5</b>	<b>-5,4</b>	<b>-1,9</b>
Quelle: Statistik Austria, Tourismusstatistik JUNI 2006. 1) Hochrechnung der Werte ergibt Summierungsabweichungen.									

**Tabelle 5: Übernachtungen im Jänner 2006 bis Juni 2006 (absolut in 1.000) und Veränderungen zu Jänner 2005 bis Juni 2005 (in %, absolut in 1.000) nach Unterkunftsarten, Bundesländern und ausgewählten Herkunftsländern**

Gliederungsmerkmale	Ausländer			Inländer			Insgesamt		
	Absolut	Veränderung		absolut	Veränderung		absolut	Veränderung	
		in %	in 1.000		in %	in 1.000		in %	in 1.000
<b>In allen Unterkünften</b>									
<b>Bundesländer</b>									
Burgenland	199,6	3,2	6,2	845,2	6,0	47,8	1.044,1	5,4	53,5
Kärnten	2.925,0	0,5	14,6	1.839,3	-1,1	-20,5	4.763,3	-0,1	-4,8
Niederösterreich	874,7	-2,1	-18,8	1.859,1	7,7	132,9	2.736,0	4,4	115,3
Oberösterreich	1.121,9	-2,1	-24,1	1.712,3	0,5	8,5	2.834,5	-0,5	-14,2
Salzburg	10.284,1	2,3	231,2	3.304,5	-0,3	-9,9	13.589,1	1,7	227,2
Steiermark	1.896,8	0,0	0,0	2.925,2	-0,2	-5,9	4.822,0	-0,1	-4,8
Tirol	22.403,6	-2,1	-480,6	1.826,9	0,4	7,3	24.230,3	-1,9	-469,3
Vorarlberg	4.192,3	-2,4	-103,1	445,4	-0,6	-2,7	4.637,6	-2,2	-104,3
Wien	3.378,6	7,6	238,6	823,8	14,8	106,2	4.201,9	9,0	346,9
<b>In Österreich insgesamt</b>	<b>47.278,1</b>	<b>-0,3</b>	<b>-142,3</b>	<b>15.583,7</b>	<b>1,7</b>	<b>260,5</b>	<b>62.864,9</b>	<b>0,2</b>	<b>125,5</b>
<b>Ausgewählte Herkunftsländer</b>									
Belgien	1.275,5	2,7	33,5						
Deutschland	26.415,9	-4,4	-1.215,8						
Frankreich	764,0	7,6	54,0						
Vereinigtes Königreich	2.307,0	5,5	120,3						
Italien	1.037,6	5,5	54,1						

Niederlande	5.301,3	-0,5	-26,6						
Schweiz	1.714,5	0,8	13,6						
USA	673,9	7,5	47,0						
<b>Hotels und ähnliche Betriebe und gewerbliche Ferienhäuser/-wohnungen</b>									
<b>Darunter:</b>									
5-/4-Stern-Hotels	15.001,3	4,0	577,0	5.223,9	8,7	418,1	20.224,7	5,2	999,7
3-Stern-Hotels	10.891,3	1,1	118,5	3.367,8	1,0	33,3	14.259,9	1,1	155,2
2-/1-Stern-Hotels	4.976,9	-7,2	-386,1	1.355,6	-5,5	-78,9	6.332,6	-6,9	-469,3
gewerbl. Ferienhäuser/-w.	3.462,9	-1,0	-35,0	478,3	-3,6	-17,9	3.941,5	-1,3	-51,9
<b>In Österreich insgesamt</b>	<b>34.332,1</b>	<b>0,8</b>	<b>272,5</b>	<b>10.426,4</b>	<b>3,6</b>	<b>362,3</b>	<b>44.764,3</b>	<b>1,4</b>	<b>618,0</b>
<b>In Privatquartieren (=ohne private Ferienhäuser/-wohnungen)</b>									
<b>In Österreich insgesamt</b>	<b>3.353,1</b>	<b>-8,2</b>	<b>-299,5</b>	<b>980,3</b>	<b>-6,3</b>	<b>-65,9</b>	<b>4.333,3</b>	<b>-7,8</b>	<b>-366,6</b>
<b>In privaten Ferienhäusern/-wohnungen</b>									
<b>In Österreich insgesamt</b>	<b>6.612,3</b>	<b>-1,7</b>	<b>-114,4</b>	<b>891,9</b>	<b>-1,5</b>	<b>-13,6</b>	<b>7.504,4</b>	<b>-1,6</b>	<b>-122,0</b>
Quelle: Statistik Austria, Tourismusstatistik JUNI 2006. 1) Hochrechnung der Werte ergibt Summierungsdivergenzen.									

**Tabelle 6: Ankünfte im Jänner 2006 bis Juni 2006 (absolut in 1.000) und Veränderungen zu Jänner 2005 bis Juni 2005 (in %, absolut in 1.000) nach Unterkunftsarten, Bundesländern und ausgewählten Herkunftsländern**

Gliederungsmerkmale	Ausländer			Inländer			Insgesamt		
	Absolut	Veränderung		absolut	Veränderung		absolut	Veränderung	
		in %	in 1.000		in %	in 1.000		in %	in 1.000
<b>In allen Unterkünften</b>									
<b>Bundesländer</b>									
Burgenland	51,8	5,3	2,6	270,0	8,5	21,2	321,8	7,9	23,6
Kärnten	579,9	1,5	8,6	468,5	1,1	5,1	1.048,4	1,3	13,5
Niederösterreich	401,0	-0,9	-3,6	596,8	12,3	65,4	999,2	6,7	62,7
Oberösterreich	390,2	-0,4	-1,6	571,7	4,7	25,7	961,9	2,6	24,4
Salzburg	2.097,0	4,2	84,5	859,4	1,2	10,2	2.956,6	3,4	97,2
Steiermark	446,5	2,7	11,7	873,3	2,3	19,6	1.319,8	2,5	32,2
Tirol	4.140,2	-1,4	-58,8	519,8	3,5	17,6	4.660,1	-0,9	-42,3
Vorarlberg	870,4	0,2	1,7	146,8	0,3	0,4	1.017,1	0,2	2,0
Wien	1.335,9	7,0	87,4	411,2	12,4	45,4	1.747,3	8,2	132,4
<b>In Österreich insgesamt</b>	<b>10.316,0</b>	<b>1,3</b>	<b>132,4</b>	<b>4.717,3</b>	<b>4,7</b>	<b>211,8</b>	<b>15.033,4</b>	<b>2,4</b>	<b>352,3</b>
Belgien	228,1	2,5	5,6						
Deutschland	5.334,6	-3,1	-170,7						
Frankreich	200,9	8,9	16,4						
Vereinigtes Königreich	442,2	5,0	21,1						
Italien	411,2	3,0	12,0						
Niederlande	877,7	-0,4	-3,5						

Schweiz	421,8	2,2	9,1						
USA	269,9	10,6	25,9						
<b>Hotels und ähnliche Betriebe und gewerbliche Ferienhäuser/-wohnungen</b>									
<b>Darunter:</b>									
5-/4-Stern-Hotels	3.922,4	5,7	211,5	1.924,8	11,7	201,6	5.847,3	7,6	413,0
3-Stern-Hotels	2.514,1	3,1	75,6	1.170,3	3,6	40,7	3.684,3	3,2	114,2
2-/1-Stern-Hotels	1.072,3	-5,3	-60,0	441,9	-2,6	-11,8	1.514,2	-4,5	-71,3
gewerbl. Ferienhäuser/-w.	505,6	-2,3	-11,9	90,4	-4,3	-4,1	596,0	-2,6	-15,9
<b>In Österreich insgesamt</b>	<b>8.014,5</b>	<b>2,8</b>	<b>218,3</b>	<b>3.627,6</b>	<b>6,6</b>	<b>224,6</b>	<b>11.642,8</b>	<b>4,0</b>	<b>447,8</b>
<b>In Privatquartieren (=ohne private Ferienhäuser/-wohnungen)</b>									
<b>In Österreich insgesamt</b>	<b>633,4</b>	<b>-8,5</b>	<b>-58,8</b>	<b>271,5</b>	<b>-5,5</b>	<b>-15,8</b>	<b>904,8</b>	<b>-7,6</b>	<b>-74,4</b>
<b>In privaten Ferienhäusern/-wohnungen</b>									
<b>In Österreich insgesamt</b>	<b>971,4</b>	<b>-2,3</b>	<b>-22,9</b>	<b>161,9</b>	<b>-2,1</b>	<b>-3,5</b>	<b>1.133,3</b>	<b>-2,2</b>	<b>-25,5</b>
Quelle: Statistik Austria, Tourismusstatistik JUNI 2006.									
1) Hochrechnung der Werte ergibt Summierungsabweichungen.									

Rückfragen zu diesem Thema richten Sie bitte direkt an Dr. Peter Laimer oder Fr. Christa Schischeg, Direktion Raumwirtschaft, Statistik Austria, unter Tel. (01) 71128-7849 oder -7289 bzw. e-Mail: [peter.laimer@statistik.gv.at](mailto:peter.laimer@statistik.gv.at) bzw. [christa.schischeg@statistik.gv.at](mailto:christa.schischeg@statistik.gv.at)

Medieninhaber, Hersteller und Herausgeber:  
 Bundesanstalt Statistik Österreich, Redaktion: Günther Selinger  
 A-1110 Wien, Guglgasse 13, Tel.: +43 (1) 71128-7777 oder 7123, Fax: +43 (1) 71128-7088 e-mail:  
[presse@statistik.gv.at](mailto:presse@statistik.gv.at)  
 © STATISTIK AUSTRIA

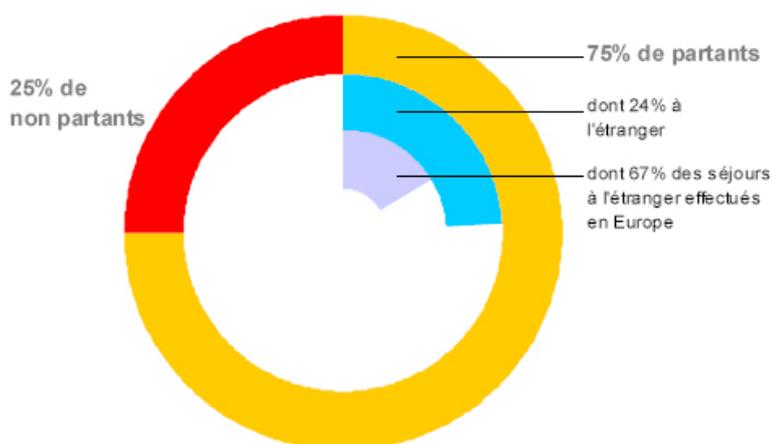
## Les déplacements touristiques des Français hors métropole sont en hausse depuis 2001

74,9% des Français de 15 ans et plus sont partis en voyage au moins une fois en 2004, **toutes destinations** (France et étranger) confondues. Les partants ont effectué en moyenne 4,5 voyages.

**24,2% de Français de 15 ans et plus ont effectué au moins un voyage hors métropole.** Les partants ont effectué en moyenne 1,5 voyages.

Environ 11% des séjours des Français se font à l'étranger ou dans les collectivités d'Outre-Mer. Une grande majorité (67,2%) des séjours des Français hors métropole ont lieu en Europe.

Poids des Français partants à l'étranger



Le mode de transport le plus utilisé lors des séjours hors métropole est l'avion : 53,9% des départs à l'étranger se font en avion. C'est le cas de 34,6% des départs en Europe et de 2,6% des départs en France métropolitaine.

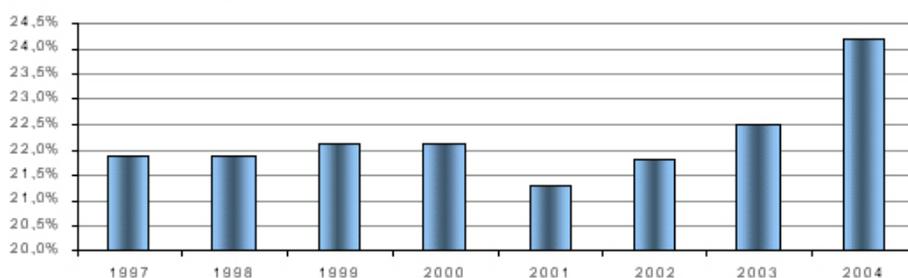
## Forte augmentation des séjours hors métropole en 2004 (tous motifs confondus)

Le nombre de séjours à l'étranger en 2004 était de 21 millions, soit 19,1 millions pour motif personnel et 1,9 million pour motif professionnel. **Ce volume est nettement en hausse** depuis 2003 (+13,8%). Comme le montre les taux de départ depuis 1997 (voir graphe ci-dessous) cette évolution tient compte d'un relatif rattrapage depuis l'à coup observé en 2001 à la suite des événements du 11 septembre.

Ces 21 millions de séjours ont généré 160 millions de nuitées dont 147 millions pour le long séjour et 13 millions pour le court séjour.

Cette forte augmentation pour les séjours hors métropole touche notablement les plus de 65 ans, donc sans enfant à charge et tend à s'étendre aujourd'hui aux catégories moyennes et aux ouvriers.

### Taux de départ des Français de 15 ans et plus à l'étranger et dans les collectivités d'Outre-Mer



Source : Suivi de la Demande Touristique, Direction du Tourisme / Sofres. Français de 15 ans et plus.

Autre phénomène observable : le raccourcissement des durées de séjour. Les courts séjours personnels à l'étranger se sont accrus de 22,2% entre 2003 et 2004 alors qu'ils avaient précédemment augmenté de 5,2% entre 2002 et 2003.

## En volume, les Français préfèrent nettement l'Europe, mais augmentation sensible depuis 2003 de l'Afrique et de l'Asie

Globalement, le fort accroissement des volumes de séjours entre 2003 et 2004, s'il a concerné toutes les destinations, semble s'être concentré sur l'Afrique (+34 points entre 2003 et 2004 : base 100 en 1997) et l'Asie/Océanie (+33 points). Concernant l'Afrique, la dépréciation monétaire d'un certain nombre de pays ont rendu les destinations méditerranéennes particulièrement compétitives.

L'ensemble des destinations étrangères ont subi le contrecoup du 11 septembre mais ont toutes retrouvé leur niveau de 2000. Enfin, alors que l'Europe attirait légèrement moins les Français depuis 1999, le vieux continent a enregistré dès 2002 une hausse régulière (+26 points entre 2001 et 2004).

### Évolution des volumes de séjours par destination

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Séjours 2003 (milliers)	Séjours 2004 (milliers)	variation 2003-2004
Europe	100	104	91	92	93	103	108	119	13 021	14 327	10,0%
Amérique	100	106	106	110	88	99	95	106	1 558	1 742	11,8%
Afrique	100	110	144	149	143	128	131	165	2 528	3 197	26,4%
Asie Océanie	100	114	118	127	114	111	87	120	701	966	37,7%
Total Etranger	100	105	100	102	99	106	108	123	17 809	20 233	13,6%
Outre-Mer	100	106	90	106	93	74	80	94	766	899	17,3%
Total Etranger + Outre-Mer	100	105	99	103	99	104	107	121	18 576	21 131	13,8%

Base 100 en 1997

Source : Suivi de la Demande Touristique, Direction du Tourisme / Sofres. Français de 15 ans et plus.

## L'Europe et les pays méditerranéens en tête des destinations 2004 par pays (tous motifs confondus)

L'Espagne et l'Italie restent en 2004 les destinations préférées des Français, avec respectivement 16% et 11% des séjours touristiques à l'étranger. 2 séjours sur 3, globalement, ont lieu en Europe.

Le nombre de nuitée dépend en grande partie de la distance parcourue : en moyenne de 7,3 jours pour l'étranger, il tombe à 3,8 quand la destination est la Belgique, mais monte jusqu'à 10,8 jours pour les pays d'Asie/Océanie (dont 15,2 pour le Viet Nam et 13,9 pour l'Australie), 10,4 pour l'Amérique et 8,9 pour l'Afrique.

Les 25 destinations (étranger et DOM TOM) privilégiées par les Français					
rg	Destination	Nuitées (milliers)	rg	Destination	Séjours (milliers)
1	Espagne métropolitaine	22 563	1	Espagne métropolitaine	2 974
2	Italie	13 783	2	Italie	2 171
3	Maroc	8 447	3	Grande Bretagne	1 316
4	Tunisie	7 624	4	Allemagne	1 189
5	Grande Bretagne	6 643	5	Belgique	1 167
6	Etats-Unis	5 837	6	Maroc	1 022
7	Portugal métropolitain	5 091	7	Tunisie	916
8	Allemagne	5 030	8	Suisse	719
9	Grèce (y.c. Crète)	4 889	9	Etats-Unis	584
10	Belgique	4 421	10	Egypte	574
11	Guadeloupe	4 416	11	Portugal métropolitain	541
12	Egypte	4 404	12	Grèce (y.c. Crète)	519
13	Réunion	4 268	13	Autriche	460
14	Canada	3 750	14	Pays-Bas	386
15	Suisse	3 094	15	Canada	373
16	Autriche	2 717	16	Turquie	304
17	Martinique	2 562	17	Réunion	303
18	Croatie	2 535	18	République Tchèque	298
19	Turquie	2 365	19	Guadeloupe	298
20	Mexique	2 110	20	Croatie	240
21	Russie	1 896	21	Andorre	232
22	République Dominicaine	1 536	22	Martinique	200
23	Pays-Bas	1 486	23	Russie	197
24	Sénégal	1 469	24	Eire	194
25	Île Maurice	1 436	25	Mexique	188

Source : Suivi de la Demande Touristique, Direction du Tourisme / Sofres. Français de 15 ans et plus.

## Séjours et nuitées des Français par destination, et évolutions par rapport à 2003 (tous motifs confondus)

	séjours en 2004 (milliers)	Nuitées en 2004 (milliers)	Durée moyenne de séjour	Évolution 2003- 2004, en séjours	Évolution 2003- 2004, en nuitées
<b>TOTAL DES SEJOURS</b>	<b>188 362</b>	<b>985 177</b>	<b>5,2</b>	<b>8%</b>	<b>2%</b>
France	168 129	838 211	5,0	7%	1%
Dont : France métropolitaine	167 231	825 443	4,9	7%	1%
Dont collectivités d'Outre-Mer	899	12 768	14,2	17%	32%
Dont: Guadeloupe	298	4 416	14,8	26%	34%
Réunion	303	4 268	14,1	37%	58%
Martinique	200	2 562	12,8	-13%	1%
Autre	98	1 523	15,6	22%	33%
<b>TOTAL ETRANGER</b>	<b>20 233</b>	<b>146 966</b>	<b>7,3</b>	<b>14%</b>	<b>9%</b>
Europe	14 327	89 931	6,3	10%	3%
Espagne	3 069	24 939	8,1	2%	-4%
<i>dont Espagne métropolitaine</i>	2 974	22 563	7,6	3%	-2%
Italie	2 171	13 783	6,3	0%	-4%
Grande Bretagne (*)	1 316	6 643	5,0	55%	55%
Portugal métropolitain	541	5 091	9,4	-6%	-13%
Allemagne	1 189	5 030	4,2	28%	5%
Grèce (yc Crète)	519	4 889	9,4	-28%	-24%
Belgique	1 167	4 421	3,8	1%	17%
Suisse	719	3 094	4,3	32%	13%
Autriche	460	2 717	5,9	21%	31%
Croatie	240	2 535	10,6	163%	125%
Turquie	304	2 365	7,8	0%	-9%
Russie	197	1 896	9,6	18%	21%
Pays-Bas	386	1 486	3,9	0%	-6%
Autre Europe	2 144	13 418	6,3	15%	5%
Amérique	1 742	18 138	10,4	12%	11%
États-Unis	584	5 837	10,0	17%	22%
Canada	373	3 750	10,0	58%	21%
Mexique	188	2 110	11,3	28%	23%
République Dominicaine	161	1 536	9,5	-20%	-20%
Autre Amérique	436	4 905	11,2	-8%	2%
Afrique	3 197	28 439	8,9	26%	22%
Maroc	1 022	8 447	8,3	38%	35%
Tunisie	916	7 624	8,3	34%	33%
Égypte	574	4 404	7,7	37%	38%
Sénégal	131	1 469	11,2	-3%	-19%
Île Maurice	137	1 436	10,4	32%	27%
Autre Afrique	416	5 061	12,2	-7%	-2%
Asie Océanie	966	10 458	10,8	38%	30%
Moyen-Orient	172	1 816	10,5	73%	128%
Chine	113	1 233	10,9	70%	70%
Viêt-Nam	71	1 084	15,2	13%	23%
Thaïlande	115	1 000	8,7	-4%	-33%
Inde	59	787	13,4	-21%	-2%
Australie	55	764	13,9	7%	33%
Autre Asie Océanie	380	3 773	9,9	67%	38%

(\*) Grande-Bretagne : Angleterre, Écosse, Pays de Galles, Îles Anglo-Normandes (Jersey, Guernesey)

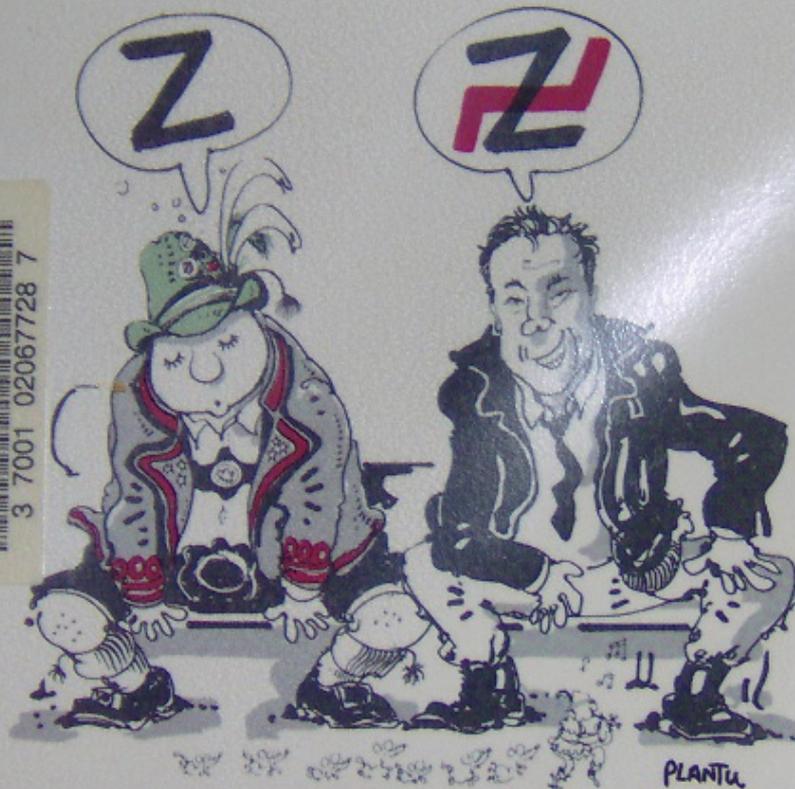
Source : Suivi de la Demande Touristique, Direction du Tourisme / Sofres. Français de 15 ans et plus.

Pour en savoir plus : [abdel.khiati@tourisme.gouv.fr](mailto:abdel.khiati@tourisme.gouv.fr)

Jacques Le Rider

Part-Dieu  
SOC

# L'Autriche de M. Haider



Un journal de  
l'année 2000

puf



Portrait de Wolfgang Amadeus Mozart par le peintre Barbara Krafft

## Résumé

La communication de l'ONAT (Office National Autrichien du Tourisme) sur l'année Mozart est-elle utile à l'image de l'Autriche en France ? On peut y répondre par l'affirmative d'une part, car elle permet de renforcer les atouts de l'Autriche, notamment sa culture et sa nature, et permet de lui donner une image meilleure suite aux événements politiques autrichiens de 2000. Cependant, Mozart renforce les clichés passéistes et, de plus, la communication de l'ONAT se trouve noyée dans tous les discours sur Mozart en 2006, Mozart étant un enfant du monde et non plus nécessairement associé à l'Autriche.

Pour montrer en quoi la communication touristique de l'ONAT à l'occasion de l'année Mozart est profitable à l'image de l'Autriche en France et en quoi elle ne l'est pas, nous avons effectué une analyse de la campagne de communication de l'ONAT lors de l'année Mozart. Pour venir confirmer certains points ou afin de compléter nos informations, nous avons entrepris quelques travaux supplémentaires de recherche, notamment une étude sur les articles de presse publiés entre décembre 2005 et juillet 2006, période prise en compte pour notre travail, ainsi que des entretiens avec des experts des relations franco-autrichiennes.

Nos réflexions nous ont amenée à en conclure qu'il est opportun, voire un « must », pour l'ONAT de communiquer sur l'année Mozart, car il fait partie intégrante des clichés associés à l'Autriche. Comme il s'agit d'un sujet familier, la réception en est facilitée. Bien que l'année Mozart renforce plutôt l'image passéiste de l'Autriche, elle permet de contrer un malaise, venu troubler l'image de l'Autriche suite aux événements associés à l'extrême droite en 1986 et 2000, et cela en rappelant ses richesses culturelles et paysagères.

L'ONAT n'étant pas la seule à communiquer sur l'année Mozart, ses activités de communication se noient dans la globalité des discours sur Mozart. Mais ceci peut également lui être favorable, vu que les informations sur ce thème sont ainsi multipliées, allant au-delà de ses propres initiatives, qui sont plutôt dirigées vers un public cible bien défini. Même si Mozart, un enfant du monde, appartient à tous, il reste en grande partie associé à l'Autriche. La communication sur l'année Mozart permet donc d'attirer l'attention sur l'Autriche et de créer ou rappeler une porte d'entrée. En effet, en passant par Mozart, une clé universelle, elle propose aussi une clé pour l'Autriche, permettant ainsi de faire découvrir d'autres aspects de ce pays.

## **Mots clés**

Année Mozart

Extrême droite

Franco-autrichien

Image de l'Autriche

Office national autrichien du tourisme (ONAT)