

BFC TOURISME 360°

FICHE MARCHÉ SUISSE :
COUP D'OEIL SUR LE PAYS

ECONOMIE

**8^{ème} puissance
économique
européenne****20^{ème} puissance
économique
mondiale****Produit Intérieur Brut**(\$ US courants) :
703,1 milliards**Taux de croissance : 0,9% (2019)****Taux de chômage : 4,4% (2019)****Taux d'inflation : 0,4% (2019)****PIB / hab. (PPA courants) : 70 989 \$ (2019)****Monnaie : Franc Suisse** (1€ = 1,07CHF au 30/10/2020)

GÉOGRAPHIE ET POPULATION

Superficie : 41 285 km²**Population** : 8 516 000 habitants**Capitale** : Berne**Langue officielle** : allemand / français / italien**La majorité des touristes suisses en France viennent des bassins de Genève, Lausanne, Berne et Zurich (villes + cantons).**

VACANCES ET CONGÉS

Période de voyages : de mai à octobre.**Vacances scolaires** : étalement du calendrier des vacances scolaires dû à l'organisation des cantons.

- 1 à 3 semaines aux vacances d'hiver, de printemps et d'automne.
- 2 semaines aux vacances de Noël.
- 5 à 11 semaines pour les vacances d'été suivant les cantons.

Nombre de congés annuel des salariés : 20 jours ouvrés obligatoires, mais souvent 25 octroyés par les employeurs.**Jusqu'à 15 jours fériés** par an, selon les cantons.**Fête nationale le 1^{er} août.**

POLITIQUE

Régime politique : état Fédéral, composé de 26 cantons**Chancelier** : Walter THURNHERR qui dirige le pays avec les 6 autres membres du Conseil Fédéral**Situation politique du pays** : stable

CULTURE ET CADRE DE VIE

Le touriste suisse dispose d'un fort pouvoir d'achat.

Le salaire médian était de 4 200 euros net en 2018.

Le cadre de vie est aisé : plus de 346 000 millionnaires en Suisse.

Habitudes de consommation de produits et services haut de gamme.

4 aéroports relient la Suisse à la France.

Liaisons ferroviaires fréquentes pour la France.

Facilité d'accès par la route.



ÉLÉMENTS LIÉS AU COVID-19

Au 1^{er} février 2021**Situation sanitaire** : 521 000 cas - 8 700 décès depuis le début de l'épidémie - Quarantaine et test PCR obligatoire à l'entrée en Suisse - Restaurants, établissements sportifs, culturels et de loisirs fermés.**Éléments de marché** : D'un point de vue économique, en Suisse, les estimations des pertes liées au virus vont de 11,8 à 34 milliards de dollars sur un an notamment si les restrictions continuent. Les revenus des collaborateurs qualifiés de la branche devraient reculer de 2 à 6% et l'emploi de travailleurs non qualifiés pourrait baisser de jusqu'à 8%. Les agences de voyages vivent une situation extraordinaire et préoccupante. A cause de la pandémie, de nombreux voyages ont dû être annulés, reportés ou remboursés. Mais c'est aussi et surtout financièrement que les agences de voyages sont très inquiètes. Plusieurs tour-opérateurs ont été contraints de se réorganiser et de licencier des collaborateurs, c'est notamment le cas de Hotelplan, un des tour-opérateurs les plus importants du marché qui a annoncé la suppression de 170 postes et la fermeture de plusieurs de ses agences et de DER Touristik qui prévoit de se séparer de 140 de ses employés.

FICHE MARCHÉ SUISSE : PROFIL CLIENT



TYPE DE SÉJOUR

Courts séjours

Plutôt haut de gamme à forte valeur ajoutée :
- 2/3 jours
- Personnes sans enfants



Longs séjours

- En famille
- 4 jours et plus



Thématiques séjours :

Culture / Oenotourisme / Gastronomie /
Découverte du patrimoine / Shopping



Thématiques séjours :

Escapade culturelle / City Trip / Bien-être
et nature

SPÉCIFICITÉS SUISSES

2 marchés distincts en Suisse

Suisse Romande

- Langue : Français
- Connaissent bien la France et cherchent des séjours innovants

Suisse Allémannique

- Langue : Allemand (2/3 de la population)
- Zone à fort potentiel
- Ils ont besoin d'être rassurés sur la qualité, l'accessibilité et la sécurité des infrastructures françaises



Thématiques à forte valeur ajoutée

Nature et Outdoor / Gastronomie et oenotourisme /
Bien-être / Tourisme urbain / Patrimoine

PRÉFÉRENCES



Hôtels 3 et 4 étoiles en séjour de loisirs
Hôtels 4 et 5 étoiles en séjours d'affaires



Hébergements collectifs pour l'itinérance
et les voyages pour jeunes



Châteaux pour les offres haut de gamme



Bateaux habitables et paquebots fluviaux



46% prennent la voiture pour partir à
l'étranger



39% prennent l'avion



10% empruntent le train

MODES DE CONSOMMATION



- La Suisse est un pays très connecté.
- Le taux de réservation en ligne atteint 90% pour les voyages et 45% pour les billets d'avion.
- Booking.com est la plateforme en ligne la plus populaire pour les hébergements (73,3% des réservations en ligne).
- La Suisse est le 6^{ème} marché européen en terme de e-commerce.



TAUX D'INTERMÉDIATION*

-de 10% pour la France



- Les réservations sont effectuées en règle générale de deux à trois mois à l'avance tant pour les séjours de loisirs qu'en tourisme d'affaires.

- La période de voyage préférée des touristes suisses débute au printemps en mai et s'achève à l'automne en octobre. Cependant, ils voyagent toute l'année.



- Le budget moyen alloué aux vacances par les voyageurs suisses en 2016, s'élève à 138 € par jour et par personne.



- Les touristes suisses ont pour habitude de réserver par eux-mêmes leur séjour.

- La clientèle suisse est essentiellement individuelle et réserve peu par des intermédiaires pour des voyages en France métropolitaine. 40% des voyages à l'étranger ont pour destination l'Allemagne, la France et l'Italie.

* Taux d'intermédiation : Part des achats ou réservations effectuées auprès d'un intermédiaire (agence de voyage, tour opérateur, grossiste, etc.)

BFC TOURISME 360°

FICHE MARCHÉ SUISSE :
COMPORTEMENT TOURISTIQUE



À L'INTERNATIONAL

24,9 millions
DE DÉPARTS DONT 67% À
L'ÉTRANGER



16,3 milliards d'euros
DÉPENSES TOURISTIQUES
À L'ÉTRANGER



40%
DES VOYAGES À L'ÉTRANGER EN FRANCE,
ITALIE ET ALLEMAGNE
27 344 000 excursionnistes en France



7 035 000 arrivées en France
(4^{ème} rang - 8,1% du total)
37 144 000 nuitées en France
(5^{ème} rang - 6,4% du total)



5,3 jours
DURÉE MOYENNE
DE SÉJOUR :

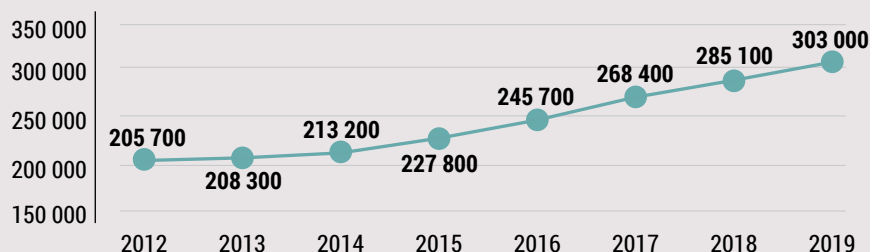


5,45 milliards d'euros
RECETTE TOURISTIQUES
POUR LA FRANCE



EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

Evolution des nuitées suisses en hôtels et campings
en Bourgogne-Franche-Comté :



EN 2019 :

HÔTEL

6^{ème} clientèle étrangère
176 300 nuitées
8,7% des nuitées étrangères
Durée de séjour : 1,41 jour

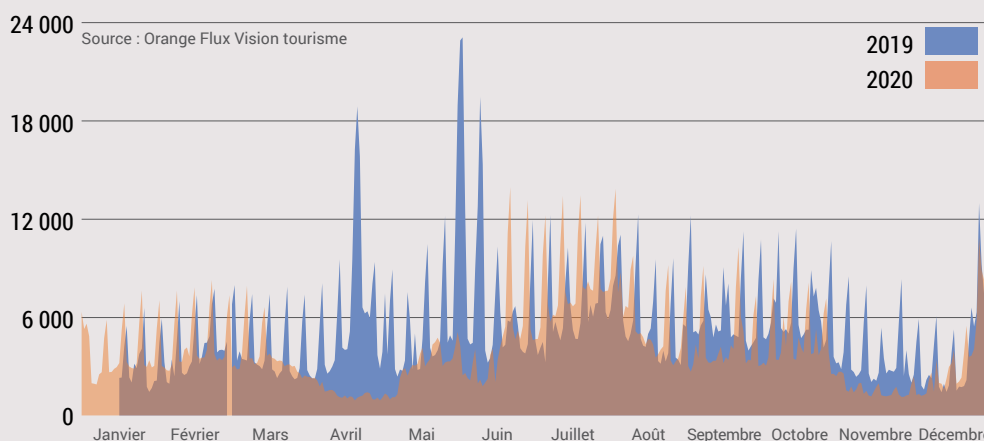


CAMPING

4^{ème} clientèle étrangère
126 700 nuitées
8,0% des nuitées étrangères
Durée de séjour : 2,72 jours



Nuitées suisses en Bourgogne-Franche-Comté en 2019 et 2020 (données
disponibles à partir du 16 janvier 2019 et jusqu'au 31 décembre 2020)



1 553 000
nuitées suisses
en 2020
(1 968 000 en 2019)
dont 28,5% en juillet-août
(20,8% en 2019)

9,2%
des nuitées étrangères
(6,8% en 2019)

BFC TOURISME 360°

FICHE MARCHÉ SUISSE :
BONNES PRATIQUES

AVANT LE SÉJOUR

- La Suisse est un marché mûr et très concurrentiel où l'exportateur français se doit de proposer des produits et des services qui apportent un réel avantage, soit en termes d'innovation, soit en termes de prix.
- Importance de personnaliser la prestation (accueil et service) en portant une attention particulière au rapport qualité/prix.
- La presse écrite est un média de communication et de promotion important (75%)

- Traduire son site internet en allemand pour les clients germanophones qui sont une clientèle à fort potentiel.
- La Suisse est l'un des pays les plus connectés d'Europe.
- Pour démarcher les professionnels du tourisme, il faut privilégier des rencontres plus informelles avec animation, permettant d'inviter à la fois des agences de loisirs et d'affaires.
- S'adapter à ces nouveaux partenaires d'affaires, qui apprécient modestie, discrétion et fiabilité. Il faut également prospecter les autocaristes pour les voyages de groupes.

DURANT LE SÉJOUR

L'accueil :

- Les touristes venus de Suisse attendent un réel sens du service et recherchent un bon rapport qualité/prix.
- Ainsi, la maîtrise de l'allemand ou a minima de l'anglais est un atout pour accueillir les Suisses alémaniques.
- Les visiteurs suisses attachent une attention particulière à la sécurité des biens et des personnes, notamment les Suisses alémaniques qui ne connaissent pas bien la France.
- Ils sont très respectueux de l'environnement

L'hébergement :

- Une propreté irréprochable est primordiale pour offrir un bon séjour à ses clients suisses qui sont tous très sensibles à ce critère.
- Les suisses apprécient l'attention portée aux détails, notamment pour la décoration et l'ambiance des lieux.
- Le niveau d'équipement et la taille de la chambre sont des critères importants

La journée alimentaire :

- Petit-déjeuner (7h) : copieux. Céréales, œufs, charcuterie, fromage.
- Déjeuner (12h/13h) : entrée, plat chaud, avec salade mixte,

dessert.

- Dîner (18h/19h) : plat chaud unique ou solide en-cas (pain, fromage, charcuterie, muesli).
- Boissons : eau minérale, vin rouge et blanc, bière, café.

Les habitudes de séjour :

- Les touristes suisses apprécient les courts séjours durant lesquels ils peuvent partir à la découverte d'un territoire en voyage d'agrément avec leur voiture. C'est le cas en Bourgogne-Franche-Comté, grâce à la proximité géographique qui leur permet d'effectuer des séjours orientés vers l'œnotourisme, le patrimoine, la gastronomie, l'art de vivre et la nature.
- Ils manifestent également des intérêts spécifiques pour la remise en forme, le golf et le tourisme d'affaires qui sont des segments à forte valeur ajoutée.
- On peut citer l'exemple du marché des autocaristes qui est un marché de niche en Suisse avec pour thématiques principales les vins et la gastronomie ainsi que le patrimoine et la culture.
- En ce qui concerne les longs séjours/vacances, ils préfèrent des séjours de type balnéaire, nature et vacances actives, culture.

APRÈS LE SÉJOUR

- Afin de pérenniser la venue des touristes suisses, il est décisif de communiquer. Pour ce faire, il faut adopter une communication imagée et informative envers les Suisses alémaniques et une communication plus concrète, présentant des nouvelles offres produits et des événements pour les Suisses romands qui connaissent déjà la France.

- Il ne faut pas hésiter à montrer qu'on ne les a pas oubliés en se manifestant sur Internet et dans les journaux suisses qui possèdent tous deux un fort taux de pénétration dans le pays.
- Une fois en confiance, les Suisses sont une clientèle fidèle.

POUR EN SAVOIR PLUS

Coralie MOISSON
Chargée de promotion
Tél. : 03 80 280 303
c.moisson@bfctourisme.com