



LE MARCHÉ SUISSE

Après les Allemands et les Néerlandais, les Suisses représentent la troisième nationalité la plus importante pour le tourisme régional. La proximité immédiate explique en partie ce succès de la Bourgogne-Franche-Comté auprès d'un public qui privilégie la découverte en voiture de territoires proposant une offre patrimoniale, gastronomique et culturelle. On relèvera que les Helvètes constituent la quatrième clientèle internationale des campings.

Données économiques

Source : Banque Mondiale



POPULATION
8,7 millions

SUPERFICIE
41 285 km²

CAPITALE
Berne

LANGUES OFFICIELLES
allemand, français,
italien

MONNAIE
franc suisse

La majorité des touristes suisses en France viennent des bassins de Genève, Lausanne, Berne et Zurich (villes et cantons).

8^{ème} puissance économique européenne

20^{ème} puissance économique mondiale



TAUX DE CROISSANCE
4,2%

TAUX DE CHÔMAGE
5,1%

TAUX D'INFLATION
0,6%

PIB 2021
800,6 milliards \$
(en dollars courants)

PIB PAR HABITANT
91 992 \$

RÉGIME POLITIQUE : état fédéral composé de 26 cantons.

CHEF DE L'ETAT : Walter THURNHERR qui dirige le pays avec les 6 autres membres du Conseil fédéral.



SITUATION POLITIQUE DU PAYS :
Stable.

Données touristiques

Source : Atout France



FRÉQUENTATION INTERNATIONALE 24,9 millions de départs dont 67% à l'étranger en 2019

CULTURE ET CADRE DE VIE

- Le touriste suisse dispose d'un **fort pouvoir d'achat**.
- **Le cadre de vie est aisé** : plus de 346 000 millionnaires en Suisse.
- Habitudes de **consommation de produits et services haut de gamme**.
- **Liaisons ferroviaires fréquentes pour la France**.
- Facilité d'accès par la route.

GRANDES TENDANCES DE CONSOMMATION

- Les Suisses privilégient les courts séjours ainsi que les activités de pleine nature, les séjours sur les thématiques de l'œnologie et de la gastronomie.
- Ils privilégient les destinations de proximité, notamment les pays frontaliers : France, Autriche, Allemagne et Italie.
- Un très fort intérêt pour le développement et le tourisme durable.
- Fort potentiel pour les couples : 45% d'entre eux prévoient des séjours exclusifs avec leur partenaire ces prochains mois.
- Locations de maisons de vacances en hausse, mais les Suisses privilégient encore l'hôtel.
- Voyages effectués majoritairement en voiture.
- Réservations de dernière minute.
- Attention particulière portée aux conditions de vente/annulation et plus de recherches d'information.
- Respect strict des consignes et recommandations officielles.

INFOS PRATIQUES POUR CONQUÉRIR, ACCUEILLIR ET FIDÉLISER LE VOYAGEUR

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%).

VACANCES SCOLAIRES

- Période de voyages : de mai à octobre.
- Vacances scolaires : étalement du calendrier 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 annuels 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.

ASPIRATIONS ET USAGES

- Une clientèle de proximité.
- Les Suisses **privilégient le transport individuel**.
- Des courts séjours, mais aussi des longs séjours.
- Hébergement en hôtel, mais locations de maisons de vacances en hausse.
- **Réservations de dernière minute**.
- **Gastronomie avec des produits locaux**.

- 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 animations 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.

○ Pendant le séjour

L'accueil :

- Les touristes venus de Suisse attendent un réel sens du service et recherchent un bon rapport qualité/ prix.
- La maîtrise de l'allemand ou à 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.
- 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.

Le marché suisse en France

Source : Atout France

LA FRANCE :
1^{ère} destination des
Suisses à l'étranger



6,8 millions de séjours en France
en 2019

37,5 millions de nuitées Suisses
en France en 2019

5,5 jours de durée moyenne de
séjour



6,2 milliards €
de recettes pour la France
en 2022

Saisonnalité des séjours :

PRINTEMPS

25%

ÉTÉ

35%

AUTOMNE

25%

HIVER

15%

Le marché suisse en Bourgogne-Franche-Comté

Source : Flux Vision Tourisme / Orange.

3^{ème} marché étranger en Bourgogne-Franche-Comté



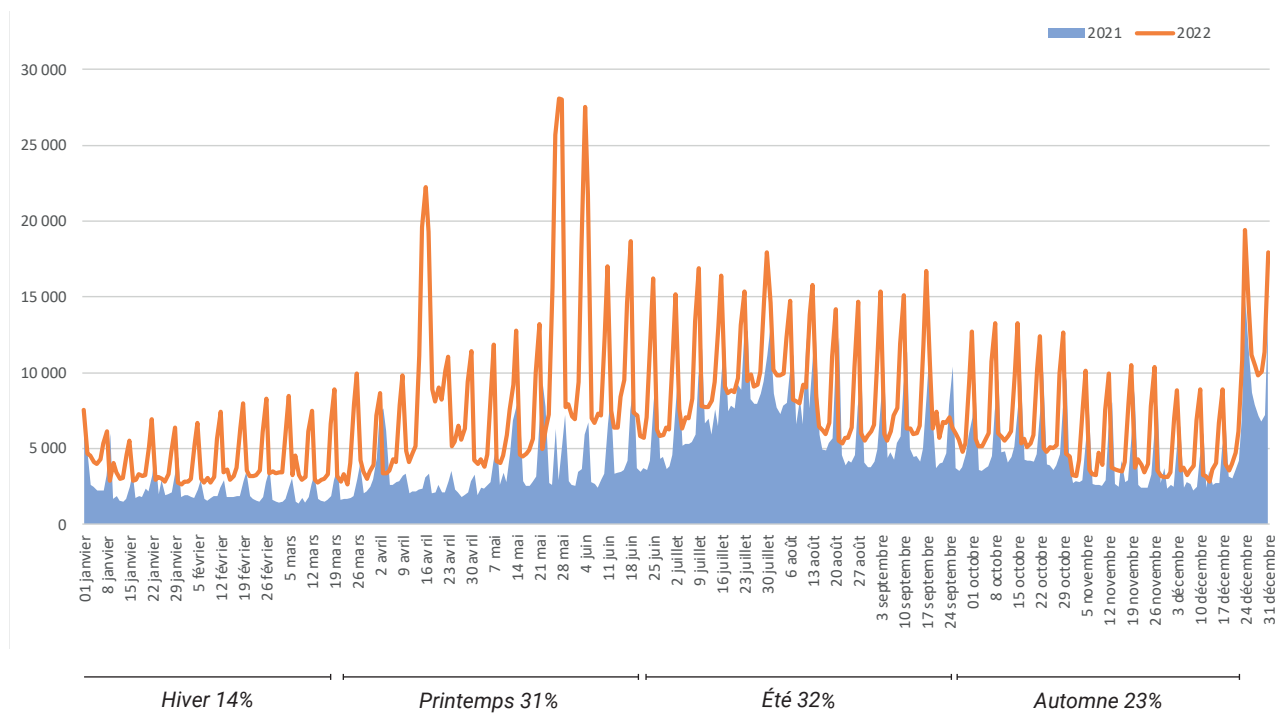
2,7 millions de nuitées en 2022

E-RÉPUTATION DE LA BFC AUPRÈS DES SUISSES
Note moyenne Fairguet 2022 :

8,0/10
sur 9 900 avis déposés



EVOLUTION DES NUITÉES SUISSES EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ 2021-2022



La fréquentation de la région par les Suisses est très fortement marquée les week-ends tout au long de l'année.

Nuitées suisses dans les hébergements marchands

Source : INSEE

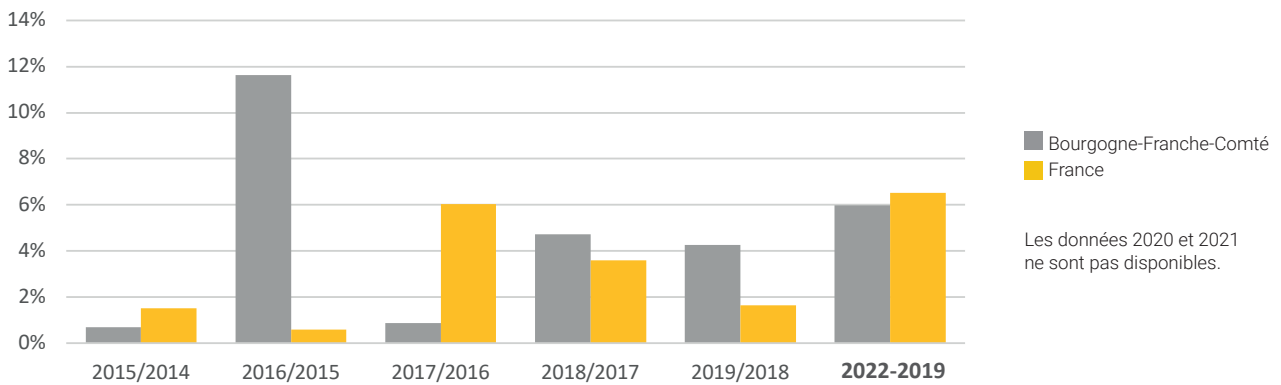
HÔTELS

186 800 nuitées en 2022,
10,0% des nuitées étrangères dans les hôtels de Bourgogne-Franche-Comté.

La Suisse : 5^{ème} clientèle internationale des hôtels de Bourgogne-Franche-Comté



Évolution annuelle des nuitées suisses dans l'hôtellerie



Dans l'hôtellerie régionale, la fréquentation suisse progresse régulièrement depuis 2014 (hors années 2020 et 2021 marquées par le Covid).

Durée moyenne de séjour 2022



1,44 jour

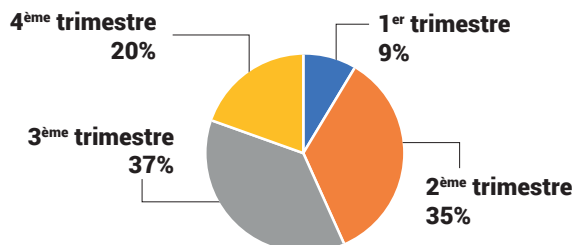
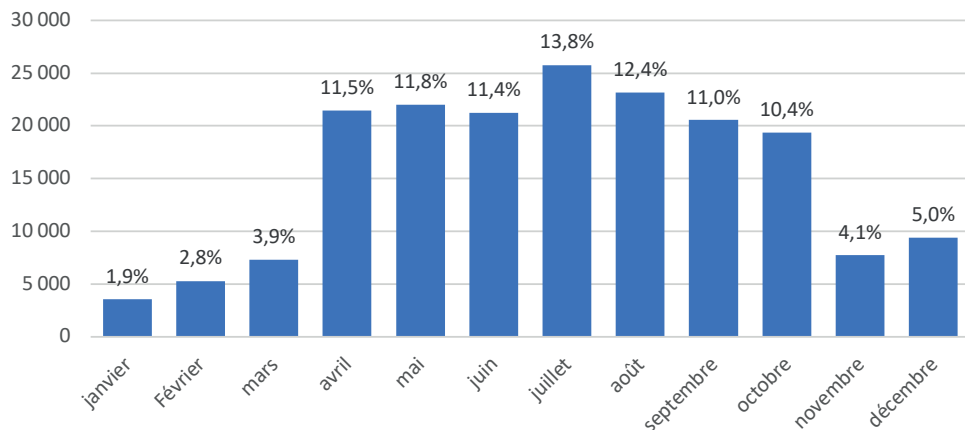


Palmarès des régions françaises 2022

- 1 Ile-de-France
1 066 000 nuitées
- 2 Provence-Alpes-Côte d'Azur (Sud)
595 000 nuitées
- 3 Auvergne-Rhône-Alpes
584 000 nuitées
- ...
- 6 **Bourgogne-Franche-Comté**
186 800 nuitées
soit 5,2% des nuitées suisses dans les hôtels français

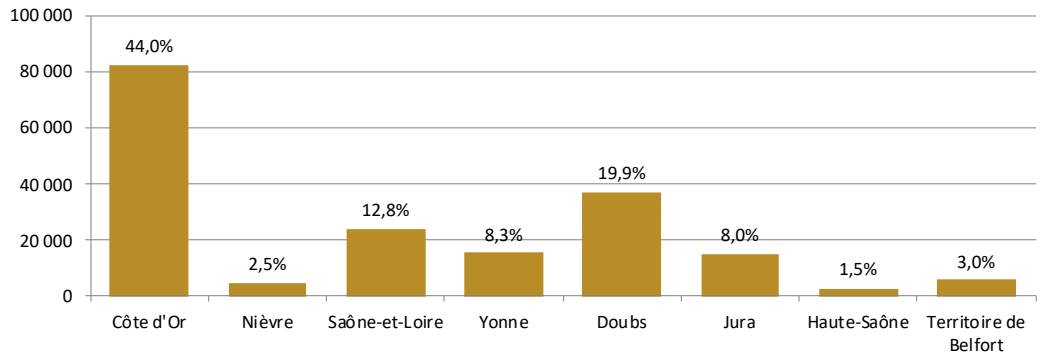
Saisonnalité des nuitées suisses 2022

La saison estivale reste la saison de prédilection pour les touristes suisses en hôtellerie.

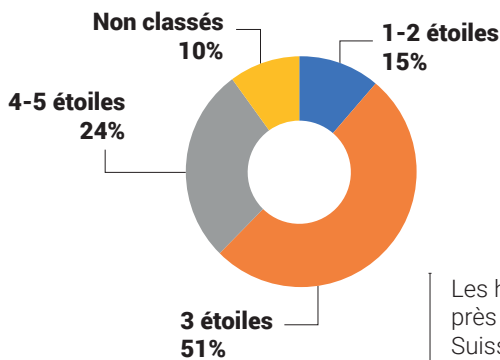


📍 Répartition des nuitées suisses 2022 par département

La Côte-d'Or (forte offre hôtelière haut de gamme) et le Doubs (proximité) concentrent la majorité des nuitées des suisses en hôtellerie.

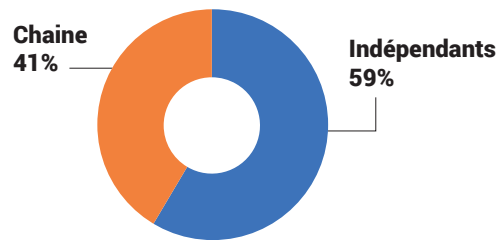


📍 Répartition des nuitées suisses 2022 par catégorie de confort



Les hôtels 3-4-5 étoiles accueillent près de 80% des nuitées hôtelières des Suisses dans la région.
Les Suisses privilégient l'hôtellerie indépendante.

📍 Répartition des nuitées suisses 2022 par type d'établissement



CAMPINGS

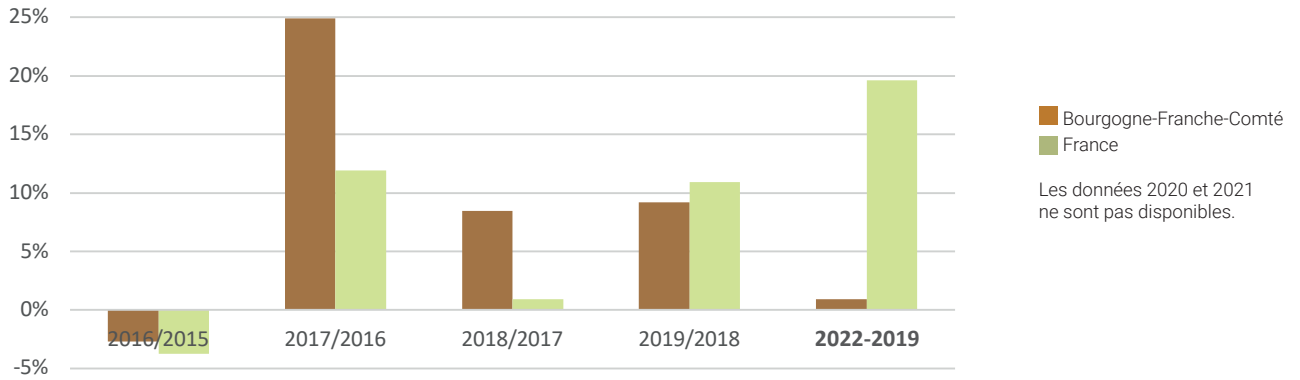
.....

127 900 nuitées en 2022
soit 8,5% des nuitées étrangères dans les campings de Bourgogne-Franche-Comté.

Les Suisses : 4^{ème} clientèle internationale des campings de Bourgogne-Franche-Comté



ÉVOLUTION ANNUELLE DES NUITÉES SUISSES DANS LES CAMPINGS



Comme en hôtellerie, la fréquentation suisse dans les campings progresse depuis 2017.

Durée moyenne de séjour 2022



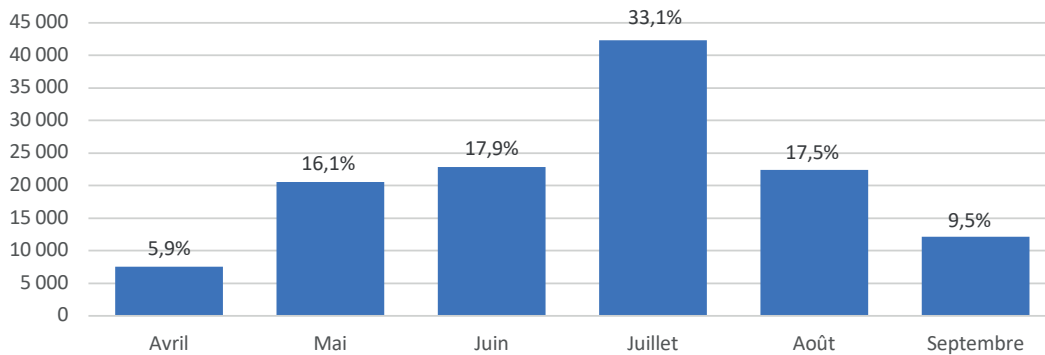
2,51 jours



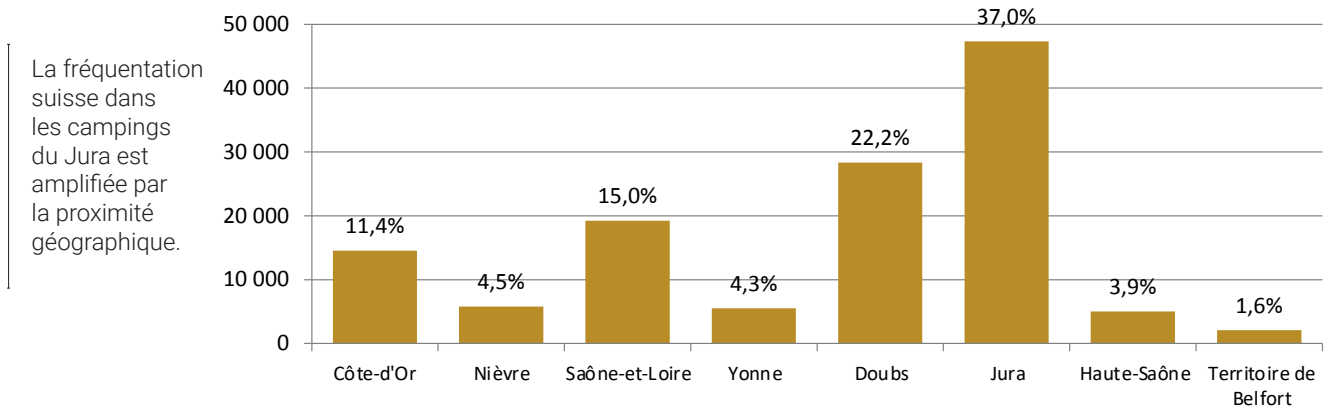
Palmarès des régions françaises en 2022

- 1 Occitanie
543 000 nuitées
- 2 Provence-Alpes-Côte d'Azur (Sud)
417 000 nuitées
- 3 Auvergne-Rhône-Alpes
316 000 nuitées
- ...
- 6 **Bourgogne-Franche-Comté**
127 800 nuitées
soit 5,7% des nuitées suisses dans les campings français

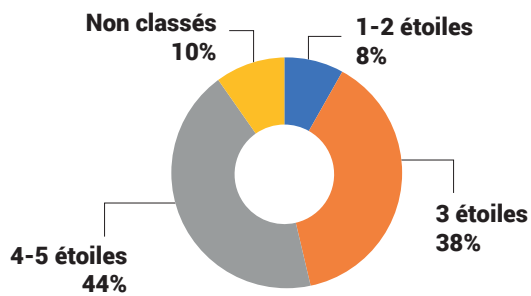
Saisonnalité des nuitées suisses 2022



👉 Répartition des nuitées suisses 2022 par département



👉 Répartition des nuitées suisses 2022 par catégorie de confort





L'IMAGE ET LA NOTORIÉTÉ DE NOS DESTINATIONS SUR LE MARCHÉ SUISSE

Source : Future Thinking 2020.

	Notoriété	Top 3 des sources de notoriété	Principaux éléments de connaissance	Atouts	Axes d'amélioration
BOURGOGNE	DONNÉES NON DISPONIBLES				
MONTAGNES DU JURA	<ul style="list-style-type: none"> • 4^{ème} rang des massifs montagneux européens connus en Suisse francophone pour la notoriété spontanée. • Un score de 79% en notoriété assistée. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bouche-à-oreille. • Télévision. • Produits régionaux. 	<ul style="list-style-type: none"> • Divonne-les-Bains. • Pontarlier. • CERN. • Ferney-Voltaire. • Le Saut du Doubs. 	<ul style="list-style-type: none"> • Accueil, convivialité des habitants. • Patrimoine riche. • Caractère authentique des villages et des sites. • Destination pour se ressourcer. 	<ul style="list-style-type: none"> • Destination engagée dans le tourisme responsable, écologique. • Occupations pour les familles, les enfants. • Présence d'évènements culturels et sportifs.
MASSIF DES VOSGES	<ul style="list-style-type: none"> • 5^{ème} rang des massifs montagneux européens connus en Suisse francophone pour la notoriété spontanée. • Un score de 67% en notoriété assistée. 	DONNÉES NON DISPONIBLES		<ul style="list-style-type: none"> • Beauté des paysages. • Destination pour se ressourcer. • Accueil, convivialité des habitants. • Caractère authentique des villages et des sites. 	<ul style="list-style-type: none"> • Présence d'évènements culturels et sportifs.

A series of horizontal dotted lines for writing, spanning the width of the page.