

LE MARCHÉ SUISSE



A RETENIR ...

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 hôtels et des campings.

Données économiques

Source : Banque Mondiale

POPULATION 2023
8,9 millions



CAPITALE
Berne

LANGUES OFFICIELLES
allemand, français,
italien, romanche

MONNAIE
franc suisse

SUPERFICIE
41 285 km²

8^{ème} puissance
économique européenne

20^{ème} puissance
économique mondiale



EN 2023 :
TAUX DE CROISSANCE
0,7%

TAUX DE CHÔMAGE
4,0%
de la population active
(estimation nationale)

TAUX D'INFLATION
2,1%

PIB 2023
884,9 milliards \$
(en dollars courants)

PIB PAR HABITANT 2023
99 565 \$
(en dollars courants)

RÉGIME POLITIQUE :
État fédéral composé de 26
cantons.

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



**SITUATION POLITIQUE
DU PAYS :**
Stable.

Données touristiques

Source :Atout France / FTO



FRÉQUENTATION INTERNATIONALE

26,7 millions de départs à l'étranger des Suisses en 2024

vs 23,9 millions en 2023 et 20,0 millions en 2022

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 avec un renforcement en 2024 et 2025**.
- 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 (à laquelle ils sont fidèles), 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 (réservations via des plateformes OTA), mais les Suisses privilégient encore l'hôtel (catégorie 4 à 5 étoiles avec des services tels que piscine, spa, parking sécurisé).
- Voyages effectués majoritairement en voiture pour venir en Bourgogne-Franche-Comté
- Réservations de dernière minute.
- Emergence du workation (combinaison de travail et vacances)

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%).

- Attention particulière portée aux conditions de vente/ annulation et plus de recherches d'information.
- Respect strict des consignes et recommandations officielles.
- Période de voyages : de mai à octobre.

VACANCES SCOLAIRES

- Etalement du calendrier des vacances scolaires dû à l'organisation des cantons, qui permet une saisonnalité lissée sur l'année.
- 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.

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.
- **Nouvelle tendance de réservations de dernière minute**, mais malgré tout, anticipation des réservations pour les vacances d'été.
- **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 ces 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.
- Les hébergements éco-responsables et respectueux de l'environnement attirent de plus en plus la clientèle suisse.

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 / FTO

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

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



7,8 millions de départs
vers la France en 2024

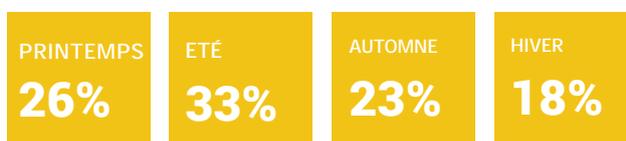
vs 7,0 millions en 2023 et
6,5 millions en 2022



7,2 milliards € de dépenses
en France en 2024

vs 6,8 milliards € en 2023 et
6,0 milliards € en 2022

SAISONNALITÉ DES SÉJOURS EN 2023 :



Le marché suisse en Bourgogne-Franche-Comté

Source : Orange / Flux Vision Tourisme

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



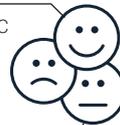
2,9 millions de
nuitées en 2024

vs 2,8 millions en 2023 et
2,6 millions en 2022

E-RÉPUTATION DE LA BFC
AUPRÈS DES SUISSES
Note moyenne Fairgust 2023 :

8,1/10

sur 9 095 avis déposés

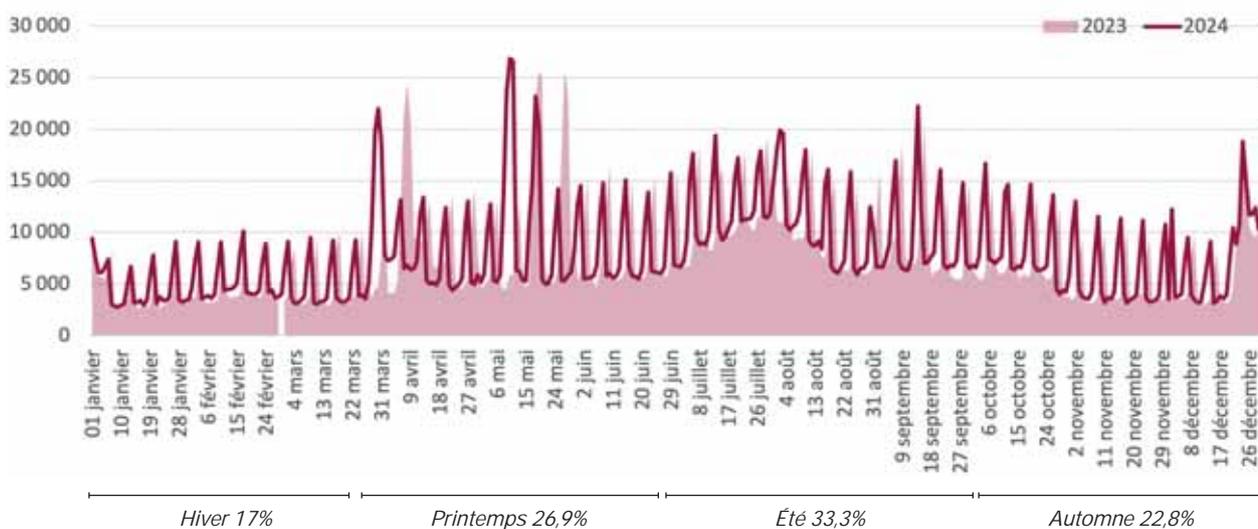


NUITÉES SUISSES EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ DE 2019 À 2024 (TOUS MOTIFS CONFONDUS)

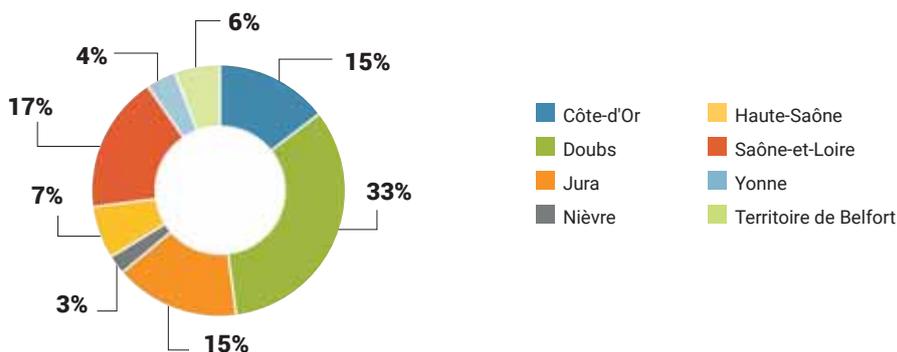
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Nombre de nuitées (en millions)	1,968	1,553	1,688	2,656	2,802	2,961

(Données 2019 à partir du 16 janvier)

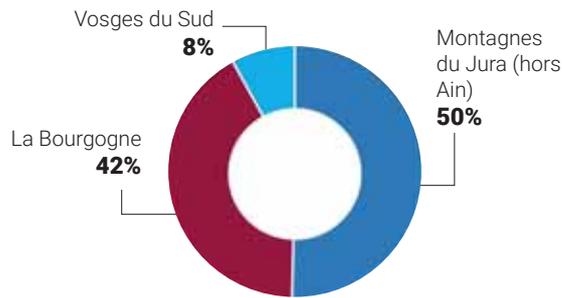
ÉVOLUTION JOURNALIÈRE DES NUITÉES SUISSES EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ 2023-2024



RÉPARTITION PAR DÉPARTEMENT DES NUITÉES SUISSES 2024



RÉPARTITION PAR DESTINATION DES NUITÉES SUISSES 2024



Nuitées suisses dans les hébergements marchands de BFC

Source : INSEE

HÔTELS



188 400 nuitées en 2024

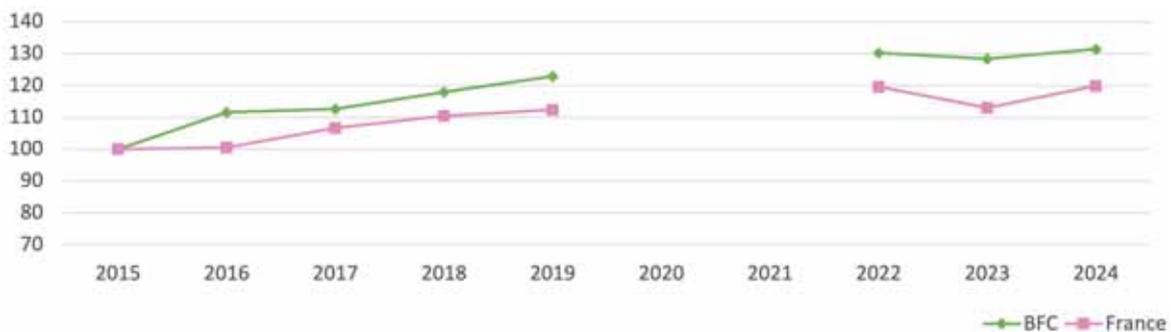
soit 9,8% des nuitées étrangères dans les hôtels de Bourgogne-Franche-Comté
soit 5,2% des nuitées suisses en hôtellerie en France métropolitaine

La Suisse : 4^{ème} clientèle internationale des hôtels de Bourgogne-Franche-Comté



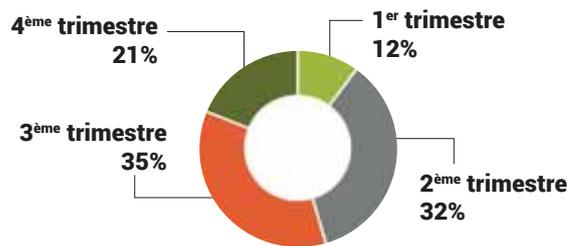
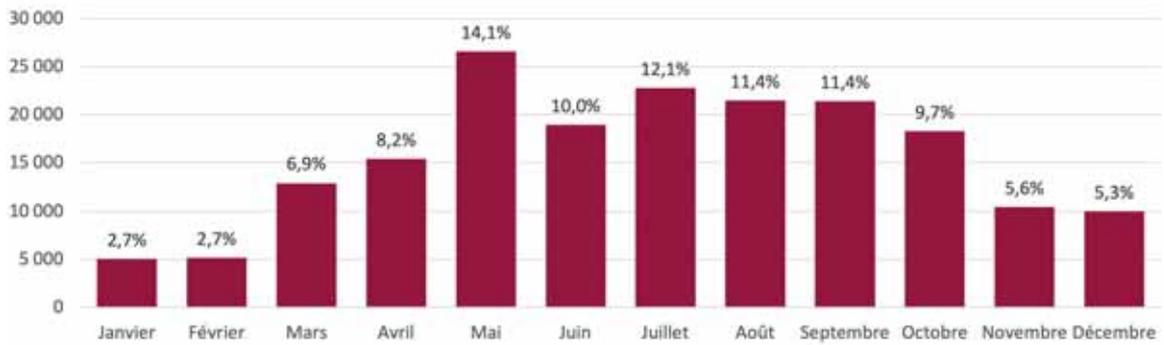
DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR 2024
1,38 nuit

ÉVOLUTION DES NUITÉES SUISSES 2015-2024 DANS L'HÔTELLERIE EN FRANCE MÉTROPOLITAINE ET EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ (EN BASE 100 EN 2015)



Les données 2020 et 2021 ne sont pas disponibles.

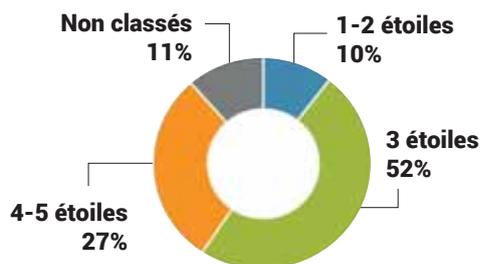
SAISONNALITÉ DES NUITÉES SUISSES 2024



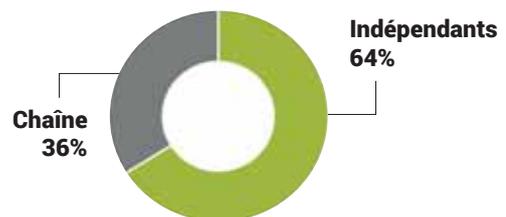
RÉPARTITION DES NUITÉES SUISSES 2024 PAR DÉPARTEMENT

Département	2019	2022	2023	2024	Part en % en 2024
Côte-d'Or	77 200	82 100	84 500	81 500	43%
Doubs	34 000	37 200	33 400	36 300	19%
Jura	14 100	14 900	16 700	17 800	9%
Nièvre	4 200	4 700	4 500	4 400	2%
Haute-Saône	3 300	2 800	3 400	3 100	2%
Saône-et-Loire	23 600	23 900	23 500	25 100	13%
Yonne	12 700	15 500	12 700	14 600	8%
Territoire de Belfort	7 000	5 700	5 300	5 600	3%
BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ	176 100	186 800	184 000	188 400	100%

RÉPARTITION DES NUITÉES SUISSES 2024 PAR CATÉGORIE DE CONFORT



RÉPARTITION DES NUITÉES SUISSES 2024 PAR TYPE D'ÉTABLISSEMENT



CAMPINGS



150 500 nuitées en 2024

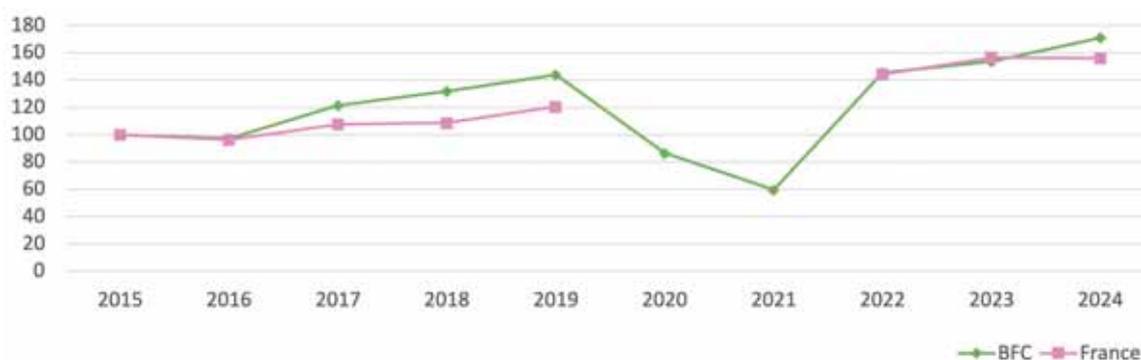
soit 9,9% des nuitées étrangères dans les campings de Bourgogne-Franche-Comté
soit 6,2% des nuitées suisses en camping en France métropolitaine

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



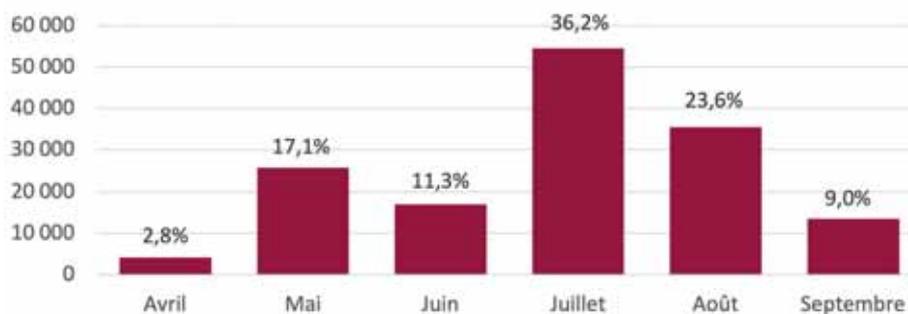
DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR 2024
2,53 nuits

ÉVOLUTION DES NUITÉES SUISSES 2015-2024 DANS LES CAMPINGS EN FRANCE MÉTROPOLITAINE ET EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ (EN BASE 100 EN 2015)



Les données France métropolitaine 2020 et 2021 ne sont pas disponibles.

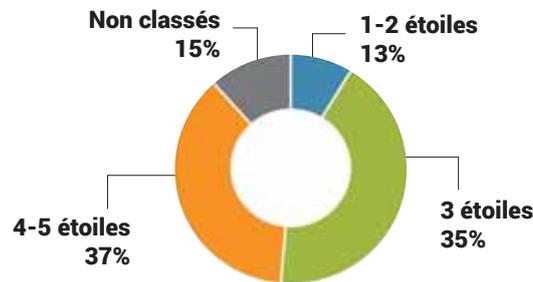
SAISONNALITÉ DES NUITÉES SUISSES 2024



RÉPARTITION DES NUITÉES SUISSES 2024 PAR DÉPARTEMENT

Département	2019	2022	2023	2024	Part en % en 2024
Côte-d'Or	10 400	14 500	15 700	15 300	10%
Doubs	26 000	28 300	31 800	31 400	21%
Jura	52 900	47 300	46 000	50 800	34%
Nièvre	4 900	5 800	5 900	8 600	6%
Saône-et-Loire	17 300	19 200	21 300	23 700	16%
Yonne	5 100	5 500	5 100	6 400	4%
Haute-Saône et Territoire de Belfort	5 700	7 100	9 700	14 300	10%
BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ	122 300	127 700	135 500	150 500	100%

RÉPARTITION DES NUITÉES SUISSES 2024 PAR CATÉGORIE DE CONFORT



L'image et la notoriété de nos destinations sur le marché suisse

Source : Future Thinking 2020

	LA BOURGOGNE	MONTAGNES DU JURA	MASSIF DES VOSGES
NOTORIÉTÉ	DONNÉES NON DISPONIBLES	<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"> • 5^{ème} rang des massifs montagneux européens connus en Suisse francophone pour la notoriété spontanée. • Un score de 67% en notoriété assistée.
TOP 3 DES SOURCES DE NOTORIÉTÉ		<ul style="list-style-type: none"> • Bouche-à-oreille. • Télévision. • Produits régionaux. 	DONNÉES NON DISPONIBLES
PRINCIPAUX ÉLÉMENTS DE CONNAISSANCE		<ul style="list-style-type: none"> • Divonne-les-Bains. • Pontarlier. • CERN. • Ferney-Voltaire. • Le Saut du Doubs. 	DONNÉES NON DISPONIBLES
ATOUS		<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"> • Beauté des paysages. • Destination pour se ressourcer. • Accueil, convivialité des habitants. • Caractère authentique des villages et des sites.
AXES D'AMÉLIORATION		<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. 	<ul style="list-style-type: none"> • Présence d'évènements culturels et sportifs.