

FICHE MARCHÉ SUISSE

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME



COUP D'OEIL SUR LE PAYS



- ÉCONOMIE -

Dans un contexte économique international incertain, un pays affiche des résultats flatteurs : la Suisse. Malgré le choc de la fin du taux plancher, décidée en janvier 2015 par la Banque Nationale Suisse, l'économie suisse a mieux résisté que prévu : le taux de chômage est redescendu à un niveau très faible allant de 3 à 3,5% en 2017, et le PIB était de 684 milliards de dollars en 2017 (20^{ème} rang mondial).

La Suisse est le 4^{ème} pays le plus riche au monde si l'on considère son PIB par habitant. Cela fait des touristes suisses une clientèle à fort potentiel de consommation.

EN 2017

Taux de croissance : +1,5%

Taux de chômage : 3,5%

Taux d'inflation : -0,4%

PIB par habitant : 83 815 \$ USD

Monnaie: Franc Suisse/CHF(1€=1,16 CHF)



- GÉOGRAPHIE ET POPULATION -

La Suisse est un petit territoire de 41 285 km² comparé à son plus grand voisin la France métropolitaine qui s'étend sur un territoire 13 fois plus grand (552 000 km²). De plus les deux pays partagent près de 573 km de frontière dont une partie avec la Bourgogne-Franche-Comté, ce qui est un réel atout pour la région. La capitale, Berne, est relativement proche de la frontière française et de la Bourgogne-Franche-Comté (50km) et compte plus de 365 000 habitants dans son agglomération urbaine. Les deux langues officielles sont l'allemand et le français, ce qui crée une certaine proximité culturelle favorable au tourisme en France. Ainsi, la majorité des touristes suisses en France, proviennent des bassins de Genève, Lausanne, Bâle, Berne et Zurich (villes et cantons).



- POLITIQUE -

Située entre la France, l'Allemagne, l'Autriche, l'Italie et le Lichtenstein, la Confédération Suisse (anciennement Confédération Helvétique) est un état fédéral constitué de 26 cantons. La forme de son gouvernement est singulière car le pays est dirigé par le Conseil fédéral qui est composé de 7 membres dont un(e) chancelier/chancelière. Le pays possède une longue tradition de neutralité diplomatique: situation politique stable et calme.



- VACANCES ET CONGÉS -

On constate un fort étalement du calendrier des vacances scolaires dont les dates varient d'un canton à l'autre et même parfois localement. Il en va de même pour les jours fériés, variés et nombreux.

Les vacances d'été vont de cinq à onze semaines en fonction des cantons ; dans chacun d'eux, deux semaines (parfois une seule ou trois) de vacances en février, au printemps (autour de Pâques) et à l'automne (octobre). Les congés payés sont de 20 jours ouvrés par an légalement obligatoires au niveau fédéral, mais de nombreux salariés bénéficient de 25 jours en alignement avec les pays voisins.



- CULTURE ET CADRE DE VIE -

La population suisse est globalement riche. En 2018, le salaire médian est de 4 200 € nets. On dénombre pas moins de 346 000 millionnaires. De plus grâce à la fin du taux plancher en janvier 2015, le pouvoir d'achat des Suisses a augmenté de 10% dans la zone Euro.

Les Helvètes sont également habitués à consommer des produits et services haut de gamme du fait de leur niveau de richesse moyen qui est l'un des plus élevés au monde. Par ailleurs, le pays possède 4 aéroports le reliant à la France ainsi que des liaisons ferroviaires fréquentes (jusqu'à 23 allers-retours en TGV par jour) et une facilité d'accès par la route.

FICHE MARCHÉ SUISSE

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME



PROFIL CLIENT

-TYPE DE SÉJOUR -

-COURTS SEJOURS -



Plutôt haut de gamme et à forte valeur ajoutée

Ce sont des séjours de 2/3 jours effectués par des personnes souvent sans enfants et attirés par les thématiques du type : culture, gastronomie, découverte du patrimoine, shopping et œnotourisme.

-LONGS SEJOURS -



En famille

Les principaux thèmes d'intérêt sont les escapades culturelles, les city trip, le bien-être et la nature.

PRÉFÉRENCES



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



Bateaux habitables et paquebots fluviaux



Hébergements collectifs pour l'itinérance et les voyages pour jeunes



Châteaux pour les offres haut de gamme



46% prennent la voiture pour partir à l'étranger



39% par avion



10% empruntent le train

-SPECIFICITES SUISSES -

La Suisse se compose de 2 marchés bien distincts représentés par les bassins linguistiques qui ont un même souci de qualité du service, d'accessibilité et de sécurité. D'une part les Suisses romands qui parlent français connaissent relativement bien la France et recherchent des séjours innovants. D'autre part, les Suisses alémaniques qui sont germanophones représentent deux tiers de la population du pays et donc une zone à fort potentiel. Ces derniers sont moins familiers de notre pays et ont besoin d'être rassurés sur la qualité, les facilités d'accès et le service proposé dans les infrastructures françaises.

- MODES DE CONSOMMATION -



La Suisse étant un pays très connecté, le taux de réservation en ligne est très élevé. Il 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 et concentre 73,3% de toutes les réservations en ligne. Les touristes suisses se servent également d'internet pour se renseigner et consulter les sites d'avis en ligne. La Suisse est le 6^{ème} marché européen en terme de e-commerce.



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.



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.



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

FICHE MARCHÉ SUISSE

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME



COMPORTEMENT TOURISTIQUE

- A L'INTERNATIONAL -



8,5 millions
d'habitants



22,4 millions
de départs en 2016



14,2 milliards d'euros
de dépenses
touristiques à l'étranger
en 2017



67%
de départs à l'étranger
en 2016



3 voyages par
personne par an

- EN FRANCE -



7 millions
d'arrivées en France
(4^{ème} rang) en 2017



3,9 milliards d'euros
de dépenses touristiques
en France



Durée moyenne de séjour :
5,3 jours en 2017



Taux d'intermédiation* :
inférieur à 20% (hors
Outre-mer)



3^{ème} marché pour
la France en terme
de recettes



37,1 millions de nuitées
en 2017

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

- EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ -



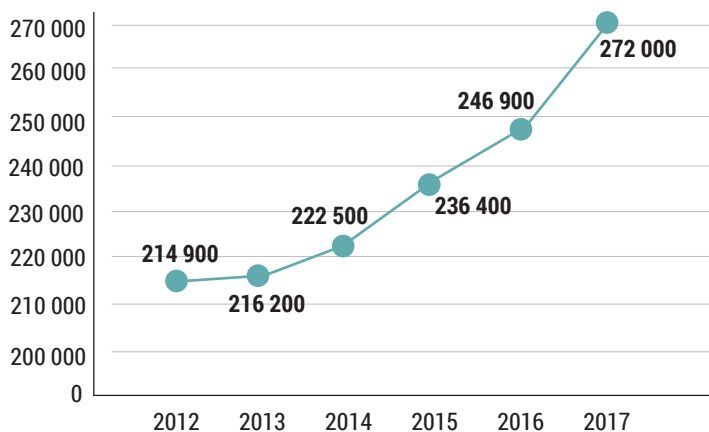
Durée moyenne de séjour :
2 jours en 2017



1^{ère} clientèle étrangère (29,7%)
à avoir une résidence second-
aire dans la région

- ANNÉE 2017 -

Evolution des nuitées Suisses en hôtels et campings
en Bourgogne-Franche-Comté



HÔTELS



6^{ème} clientèle étrangère
165 000 nuitées
8% des nuitées étrangères
Durée moyenne de séjour :
1,4 jour

CAMPINGS



5^{ème} clientèle étrangère
107 000 nuitées
6,8% des nuitées étrangères
Durée moyenne de séjour :
2,6 jours

FICHE MARCHÉ SUISSE

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME



COMPORTEMENT TOURISTIQUE

- 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. Il est bon de personnaliser la prestation (accueil et service) en portant une attention particulière au rapport qualité/prix.

La Suisse est un pays orienté vers la presse écrite avec un taux de pénétration des journaux très élevé (75%), c'est donc un média de communication et de promotion important. Il est essentiel de 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 aborder ce marché, il faut savoir communiquer sur l'accessibilité, l'offre en matière d'excursions, l'hébergement de qualité, l'oenotourisme et la gastronomie, la thématique nature/ outdoor pour la Suisse alémanique. 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. Il faut adopter une attitude adaptée à ces nouveaux partenaires d'affaires, en sachant se montrer modeste, discret et fiable. Il faut également prospecter les autocaristes pour les voyages de groupes.

- DURANT LE SÉJOUR -

Les touristes venus de Suisse attendent que leurs hôtes fassent preuve d'un accueil sans faille et un réel sens du service. 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. Une propreté irréprochable est primordiale pour offrir un bon séjour à ses clients suisses qui sont tous très sensibles à ce critère.

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'oenotourisme, 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 -

Consultez le site : pros.bourgognefranche-comte.com

Coralie MOISSON

Chargée de promotion

Tel : 03 80 280 303

c.moisson@bftourisme.com

Sources : INSEE, DGE, ATOUT France, CRT Bourgogne-Franche-Comté, Mémento du Tourisme