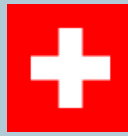


## SUISSE



### COUP D'ŒIL SUR LE PAYS



#### - ECONOMIE -

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 de 3,1 % en juillet 2016, et le PIB était de 680 milliards de dollars en 2016.

La Suisse est le 4<sup>ème</sup> 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 2016

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€ = 1,13CHF)



#### - GEOGRAPHIE ET POPULATION -

La Suisse est un petit territoire de 41 285 km<sup>2</sup> comparé à son plus grand voisin la France métropolitaine qui s'étend sur un territoire 13 fois plus grand (552 000 km<sup>2</sup>). 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 conseiller fédéral qui occupe le poste de Chancelier est en poste pour un an non-renouvelable et les sept conseillers fédéraux occupent le poste à tour de rôle. Le pays possède une longue tradition de neutralité diplomatique et sa situation politique est très stable et calme.



#### - VACANCES ET CONGES -

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 2015, le salaire médian est de 5 730 € bruts. 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 MARCHE

## SUISSE



### PROFIL CLIENT

#### - TYPE DE SEJOUR -

##### - Courts-séjours -



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.

##### - Séjours longs -



En famille

Les principaux thèmes d'intérêt sont les séjours balnéaire, le tourisme urbain, les randonnées, la remise en forme, le golf et le tourisme d'affaires

#### - PREFERENCES -



Hôtellerie 3 et 4\* 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

#### - Spécificités 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 -



Ces dernières années, 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.



**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.



Le budget moyen alloué aux vacances par les voyageurs suisses en 2015, s'élève à **120 € par jour et par personne**.

# FICHE MARCHE

## SUISSE



### COMPORTEMENT TOURISTIQUE

#### - A L'INTERNATIONAL -



**8,4 millions**  
d'habitants



**13,4 millions**  
de départs en 2016



**14,2 milliards d'euros** en  
dépenses touristiques à  
l'étranger en 2015



**45 % des départs** se  
font à l'étranger en  
2015



**3,1 voyages** avec par  
personne par an (avec au  
moins une nuitée)

#### - EN FRANCE -



**6 millions**  
d'arrivées en  
2015 (6<sup>ème</sup> rang)



**3,9 milliards d'euros**  
de dépenses  
touristiques en 2015



Durée moyenne  
de séjour :  
**5,5 jours** (2015)



**32 millions**  
de nuitées  
en 2015



**4<sup>ème</sup> marché** pour la  
France en terme de  
recette



Taux d'intermédiation\* :  
**Inférieur à 10 %** (hors  
destinations d'outre-mer)



Motifs de déplacement :  
**70 % pour loisirs**  
**30 % pour affaires**

\* 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-COMTE -



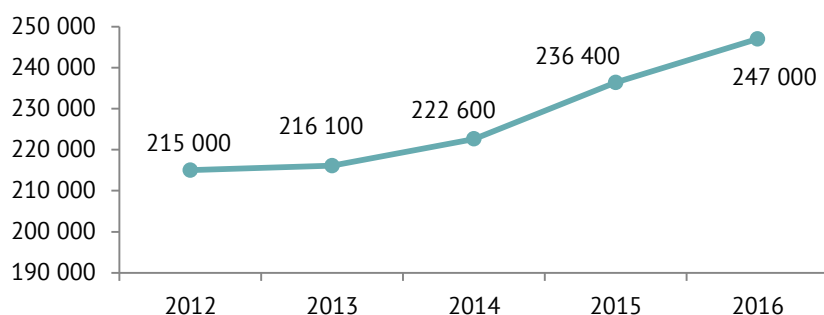
Durée moyenne de séjour :  
**1,82 jour** en 2016



**Plus de 3 300 résidences**  
secondaires en 2015, soit  
**29,7 %** du total étranger

#### - ANNEE 2016 -

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



#### HOTELS



#### 6<sup>ème</sup> clientèle étrangère

165 800 nuitées  
8 % des nuitées étrangères  
Durée moyenne de séjour : **1,4 jour**

#### CAMPINGS



#### 5<sup>ème</sup> clientèle étrangère

81 200 nuitées  
6 % des nuitées étrangères  
Durée moyenne de séjour : **2,7 jours**

# FICHE MARCHÉ

## SUISSE



## COMPORTEMENT TOURISTIQUE

### - AVANT LE SEJOUR -

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.

Pour aborder ce marché, il faut savoir communiquer sur la performance de l'offre sans cesse renouvelée au travers d'évènements, car les Suisses sont à la recherche d'expériences riches et variées. Mettre l'accent sur une facilité d'accès permettant de multiplier les séjours est un point clé. La notion de qualité est primordiale chez les professionnels suisses. Pour démarcher ces 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 SEJOUR -

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'œnotourisme, le patrimoine, la gastronomie et l'art de vivre en général. 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.

### - APRES LE SEJOUR -

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 évènements 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.

### - POUR EN SAVOIR PLUS -

Consultez le site : [pro.bourgognefranchecomte.com](http://pro.bourgognefranchecomte.com)

**Coralie MOISSON**

Chargée de promotion

Tel : 03 80 280 303

[c.moisson@bfctourisme.com](mailto:c.moisson@bfctourisme.com)

**EMMANUELLE HEZARD-HERVIEU**

Direction de la promotion commerciale

Tel : 03 80 280 291

[e.hezardhervieu@bfctourisme.com](mailto:e.hezardhervieu@bfctourisme.com)

**Sources** : INSEE, DGE, ATOUT France, Banque Mondiale, CRT Bourgogne-Franche-Comté, Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO) de Suisse, [www.xe.com](http://www.xe.com), Office Fédéral de la Statistique.