



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Fiche marché

Suisse

LA SUISSE

41 300 km²

L'équivalent de
l'Aquitaine

>Suisse romande :
francophone

>Suisse alémanique :
germanophone



Les grandes aires urbaines

- Zurich
1,3 million habitants
- Genève
0,96 million habitants
- Bâle
0,89 million habitants

8,4 millions
d'habitants

74% sont citadins

La population s'accroît désormais surtout grâce à l'apport de l'immigration. Cette nouvelle population se concentre principalement dans les grands centres urbains, certains d'entre eux débordant de plus en plus les frontières nationales comme Bâle et surtout Genève. Un Suisse sur deux a plus de 42 ans.

On y parle **plusieurs langues officielles** : allemand, français, italien et romanche.

1
francophone



2
germanophones

Prévision de
croissance :
+1,4%

>Suisse romande :
1/4 du PIB de la
Suisse

Le pays est l'**un des plus développés et plus riches du monde**. Son économie repose essentiellement sur les services à forte valeur ajoutée comme la finance et les industries de pointe. Le taux de chômage avoisine les 3%. Elle est au 2^o rang mondial (après Hong Kong) en matière de compétitivité. 3 sociétés suisses figurent parmi les plus grandes entreprises mondiales par capitalisation boursière : Roche, Nestlé, Novartis.

Les Suisses sont **les plus riches au monde en termes de fortune**. Le nombre de millionnaires a augmenté et devrait atteindre 387 000 personnes d'ici 2025. Le salaire médian est de 6 189 chf bruts en 2015 (5 730 €). Les différences de revenu entre Suisse romande et alémanique sont minimes.

13 millions de
séjours à
l'étranger

Suisses romands et alémaniques ne parlent pas la même langue, votent différemment et **n'ont pas la même approche des vacances**. Ils ne choisissent pas les mêmes destinations. 9 Suisses sur 10 effectuent au moins un voyage / an. Ils réalisent plus de **13 millions de séjours à l'étranger**. Les pays voisins représentent 40% de tous les voyages à l'étranger. La France se classe en 3^o position des destinations des Suisses : 1^{ère} destination de vacances des Suisses romands (francophones) et 3^o pour les Suisses allemands. Les 3 principales **destinations concurrentes de la France** : **Allemagne, Italie, Espagne**.



1^{ère} destination
internationale des
Suisses romands
3^o destination
internationale des
Suisses alémaniques

6 millions de
séjours en
France
6^o clientèle
internationale de la
France

Avec 6 millions de séjours en France, concentrés entre mai à octobre et d'une durée moyenne de 5,5 jours, la Suisse est le **6^o marché en termes d'arrivées** et le **4^o en termes de recettes**.

Principales destinations visitées en France : Paris Ile-de-France, PACA, Corse, Auvergne Rhône-Alpes.

Bassins
émetteurs

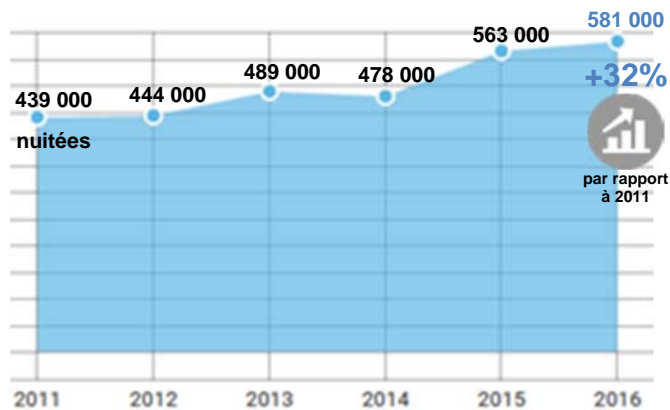
→ Suisse alémanique
Zurich, Bâle, Berne

→ Suisse romande
Genève, Lausanne, Neuchâtel, Fribourg



MARCHÉ SUISSE EN AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

1^{er} mode
d'hébergement
en région :
l'hôtel
581 000 nuitées



3^o clientèle
internationale
des hôtels en
région

Les Suisses sont la 3^o clientèle dans les hôtels d'Auvergne-Rhône-Alpes avec 581 000 nuitées, soit **10% des nuitées internationales** en 2016. En progression quasi constante ces dernières années, le marché affiche +32% de nuitées par rapport à 2011. En cumulé sur les 6 premiers mois de l'année 2017, la fréquentation enregistre +4% par rapport à 2016.

Top 3 départements de
séjours : 7 nuitées sur 10

Haute-Savoie
34%

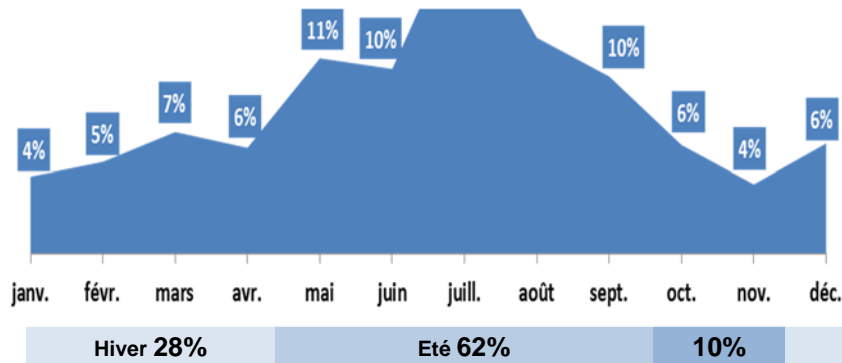
Rhône
21%

Savoie
13%

LES ALPES FRANÇAISES SONT ATTRACTIVES POUR LES ROMANDS, LES ALÉMANIQUES FRÉQUENTENT D'AVANTAGE LES ALPES AUTRICHIENNES

▶ Ain 8% ▶ Isère 7% ▶ Drôme 6% ▶ Ardèche 3% ▶ Puy-de-Dôme 3% ▶ Loire 2% ▶ Allier 1% ▶ Haute-Loire 1% ▶ Cantal 1%

Campings +
hôtels =
763 000 nuitées



1 nuitée sur 4



en juillet

Taux
d'intermédiation*
< 10%

TOP PROGRAMMATION

- ➔ Citybreaks
- ➔ Gastronomie
- ➔ Remise en forme

KUONI

Hotelplan

LES ALÉMANIQUES ACHÈTENT SOUVENT LES PACKAGES
DES GROSSISTES ALLEMANDS

*Part des séjours vendus via un intermédiaire (tour opérateur, agence de voyage, agence de vente en ligne...)

PROFIL DES TOURISTES SUISSES

Particularités de la culture suisse

→ Les Suisses sont connus pour leur calme, leur organisation, leur ponctualité, leur sens civique et leur respect de l'environnement (encore plus marqué chez les Alémaniques).

→ Ils sont très patriotiques : drapeaux suisses partout (sur les maisons, dans les jardins, les entreprises...)

→ L'accent suisse n'existe pas. Il y a en fait des accents suisses très variés selon les régions.

→ Selon la Fédération des fabricants suisses de chocolat, la consommation annuelle de chocolat est de 12 kilos par Suisse.

Tous les Suisses ne sont **pas trilingues**.



Les Suisses et le digital



→ 88% d'utilisateurs internet

→ 85% se connectent tous les jours

Plus de 3 Suisses sur 4 accèdent à internet depuis un appareil mobile. Un quart des Suisses visite systématiquement le site d'une marque pour y trouver des informations, alors qu'ils sont 13 % à privilégier les avis d'autres internautes sur des blogs ou forums et 16 % à visiter des sites spécialisés comme Tripadvisor ou iTaste.



→ 48% d'actifs sur les réseaux sociaux



Les fans romands accordent plus volontiers leurs préférences digitales à un restaurant ou à un spa de leur région plutôt qu'aux grandes entreprises internationales.

Romands ou Alémaniques : une même exigence de qualité

Couples en escapades hors haute saison



62% des foyers suisses sans enfant !

Familles



Suisse alémanique
Voyages «actifs»
Plus grands voyageurs
Plus de haut de gamme
Vols charters ou train
Plus dépensiers



Suisse romande
Voyages pour oublier le quotidien, trouver le calme
Plus de non marchand
Voiture et vols réguliers

PARCOURS CLIENT DES TOURISTES SUISSES

Choix de la destination en fonction de l'environnement recherché

→ Les Suisses sont amateurs d'espace, de nature et d'activités sportives, ce qui motive le choix de leur destination.

3 VECTEURS DE CHOIX

Site hébergement / destination



Internet est l'outil n°1 des Suisses pour la préparation de leurs vacances.

Journaux et magazines



La Suisse est un pays orienté vers la presse écrite avec le plus haut taux de pénétration des journaux (75%).

Guide de voyage et brochures



1 Suisse sur 3 se renseigne via des supports papier. Mais les brochures perdent petit à petit de leur importance.

Critères de choix pour l'hébergement

1

Prix



2

Situation et environnement



3

Site internet traduit (germanophones)



CRITERES SECONDAIRES

Taille et équipements des chambres

Sécurité

Démarche éco sensible

Charme et authenticité

Equipements bien-être

Réservation 2 à 3 mois avant le départ

- La proportion de Suisses qui réservent leurs séjours plus de deux mois à l'avance est plus élevée chez les plus de 40 ans.
- Les réservations sur Internet sont en hausse. 2 réservations sur 3 le sont directement sur le site du prestataire.
- Les plateformes de réservation en ligne gagnent du terrain : BOOKING.COM est la plus populaire pour les hébergements.
- En comparaison à 2016, les Suisses recourent davantage aux plateformes d'économie partagée.

ATTENTES DES TOURISTES SUISSES

Détente,
relaxation et
expérience de
la nature

- Les Suisses assistent plus que la moyenne aux spectacles, concerts, expositions...
- TripAdvisor : une référence dans la recherche de restaurants. Les Suisses sont friands de nouvelles expériences et aiment essayer des endroits différents.
- Ils sont prêts à payer des services fortement personnalisés et individualisés.

THÉMATIQUES APPRÉCIÉES PENDANT LE SÉJOUR

Activités de pleine nature



Ressourcement,
promenade, sports de nature, golf

Visites Gourmandes & Oenotourisme



Expérience authentique, manger mieux, manger local

Visites de sites culturels et patrimoniaux



Bien-être



Cocooning
Détente active

Aiment passer du temps à table

- Souhaitent être conseillés dans le choix des plats et des vins.
- Apprécient les produits frais, de saison, bio : mettre en avant les produits du terroir et la cuisine régionale.
- Apprécient de connaître l'origine des produits : inscrire sur les menus la provenance des produits est un atout.
- Sensibles à l'accord mets/boissons..

Petit déjeuner

7h - 8h

Copieux, continental

Déjeuner

12h - 13h

Formule 2 ou 3 plats

Dosette de crème avec le café !

Dîner

19h - 20h

Formule 1 plat ou snacks

Boissons : bière ou vin, eau gazeuse, soda

2 bassins linguistiques mais un même souci de qualité

Accueil et sens du service sans faille

Maîtrise de l'allemand (anglais à minima) pour les Suisses alémaniques

Proposer des informations sur les événements en cours (expositions, spectacles, festivals...).

Bon rapport prestations / prix



Sécurité des biens et des personnes

Propreté irréprochable

Cartes et menus en allemand (à minima en anglais)

Luxe simple et respect des valeurs traditionnelles

NOTES

Une équipe dédiée aux marchés étrangers à votre écoute
pour vous accompagner et mieux répondre aux attentes des
voyageurs suisses romans et alémaniques



Emmanuelle Collin

Market development manager
e.collin@auvergnerhonealpes-tourisme.com



Irène Tronchet

Marché suisse
i.tronchet@auvergnerhonealpes-tourisme.com

SUISSE

Le marché suisse

8 millions d'habitants

1 francophone / 2 germanophones

60% d'actifs sur les réseaux sociaux



Facebook



Instagram

13 millions de voyage à l'international

Le tourisme des Suisses en France

6 millions de séjours en France

France : 1^{ère} destination internationale des Suisses romands, 3^o des Suisses alémaniques

6^o clientèle internationale de la France

Le profil des touristes suisses

Couples

62% des foyers suisses sans enfant !

Familles

Suisse alémanique / Voyages «actifs»

Suisse romande / Voyages pour oublier le quotidien, trouver le calme

Amateurs d'espace, de nature et d'activités sportives

Le tourisme des Suisses en Auvergne-Rhône-Alpes

760 000 nuitées en 2016

Hiver 28%

Été 62%

Automne 10%

Hôtels

3^o clientèle internationale des hôtels

581 000 nuitées en 2016

+32% en 5 ans

Janvier à Juin 2017 : +4% / 2016

Campings

5^o clientèle internationale des campings

18 000 nuitées en 2016

+41% en 5 ans

Top
fréquentation

> City-breaks

> Gastronomie

> Remise en forme

Tendances

Les Suisses assistent plus que la moyenne aux spectacles, concerts, expositions...



Conception et réalisation :

Pôle Ingénierie, Stratégie, Prospective – Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

Sources :

Atout France, INSEE - Enquête Hôtellerie, Eurostat, MOCI, populationdata.net, Banque mondiale, FMI/SECO/Capgemini/OFS/Credit Suisse/Global Wealth Report-Allianz Chiffres 2016, 2017 Digital Yearbook, <http://www.internet-marketer.ch>, Site de la confédération, Institut LINK, Mobile Web Watch, MACH Consumer, OFS/EBM, Publicitas.