



CH

## En savoir plus

### Un touriste en quête d'expériences en phase avec l'offre aquitaine

Les Suisses connaissent très mal l'Aquitaine et notre marge de progression est énorme grâce à l'ouverture des lignes aériennes au départ de bassins émetteurs à forts potentiels économiques comme Zurich et Genève. Il est bon de rappeler que la France était, en 2013, la première destination étrangère pour les clients suisses d'Interhome, le leader de la location de vacances en Europe.

Depuis l'introduction d'un taux plancher fixé par la Banque Nationale en septembre 2011 entre l'euro et le franc Suisse (1€ = 1.20FCH au minimum), le tourisme de shopping dans les pays voisins est particulièrement attractif pour le consommateur suisse qui préfère les bonnes affaires en euro au «consommer suisse». Tourisme urbain, culture et patrimoine, œnotourisme et bien-être sont aussi des thématiques à forte valeur ajoutée pour le touriste suisse, que l'on retrouve dans les demandes des TO suisses qui convoitent l'Aquitaine.

### Un marché peu intermédiarisé, du fait de la proximité avec la France

Les Suisses, qui viennent en France, sont une clientèle essentiellement individuelle, réservant peu par des intermédiaires : taux d'intermédiation entre 15 et 20%<sup>(1)</sup>. Le marché compte environ 1850 agences de voyages, 134 tour-opérateurs et 239 autocaristes ainsi que plusieurs associations professionnelles : FSAV [Fédération Suisse des Agences de Voyages], STAR [Swiss Travel Association of Retailers], Car Tourisme Suisse [ex-ASTAG, Groupe Professionnel Car].

Deux grands groupes dominent: Kuoni Reisen et M-Travel Switzerland (Hotelplan), ce dernier venant de racheter Inter-chalet, l'organisme allemand leader dans le domaine des maisons et appartements de vacances. Les autocaristes de leur côté se regroupent (ou disparaissent). En Suisse alémanique, ils achètent souvent les produits packagés à des grossistes allemands.

On compte, en Suisse, environ 220 voyagistes, agences et autocaristes, qui proposent la France dans leur programme [HotelPlan, Frantour/Kuoni, Tui/flex Travel].

### Développement du numérique et du m-tourisme

Après une évolution modérée jusqu'en 2005, la vente en ligne en Suisse enregistre une croissance remarquable. De 2007 à 2011 les achats en ligne des ménages ont plus que doublé et les activités de voyages représentent la somme de dépenses la plus élevée du e-commerce [71% des Suisses réservent leur hôtel sur internet en 2013 selon Atout France]. Plus de trois Suisses sur quatre accèdent à Internet depuis un appareil mobile [source Mobile Web Watch]. Si l'émergence récente des blogs de voyages est réelle, elle ne doit pas faire oublier que les Suisses sont encore très conservateurs et attachent de l'importance à leurs journaux et magazines. Un Suisse sur trois passant ses vacances en France se renseigne aussi dans ces supports papier [source MACH Consumer].



# MARCHÉ SUISSE

ÉDITION 2014

CH

## La Suisse, un marché à fort potentiel

*Sixième clientèle internationale accueillie en France, les Suisses sont aussi au sixième rang des clientèles étrangères en Aquitaine avec plus de 500 000 nuitées et des séjours d'une durée moyenne de 5,4 nuits en 2009. En augmentation croissante depuis 5 ans, les Suisses fréquentent surtout l'hôtellerie (+7,7% en 2013) et le camping (+5,4%) dans notre région. Ils y viennent pour se détendre, découvrir la gastronomie, le littoral et la douceur de son climat. Ils apprécient également la qualité des pistes cyclables et les vignobles renommés. L'amélioration de l'accessibilité ces 2 dernières années, grâce à des vols directs, devrait offrir de bonnes opportunités à l'Aquitaine pour attirer encore davantage d'Helvètes. En attente d'un accueil sans faille et de qualité, leur demande est en phase avec l'offre touristique régionale.*

Conception graphique : www.proplume.com - crédit photo © CGA - R. Blich - J.J. Brohard



## Contacts :

Presse/Marketing : Yasmine Delia GREIFENSTEIN  
yasmine.delia.greifenstein@tourisme-aquitaine.fr - 05 56 01 73 91

Observatoire : Philippe TARRICQ  
philippe.tarricq@tourisme-aquitaine.fr - 05 56 01 73 81

## Comité Régional de Tourisme d'Aquitaine

[www.tourisme-aquitaine.fr](http://www.tourisme-aquitaine.fr)

4 place Jean Jaurès - CS 31759 - 33074 Bordeaux Cedex - France  
Tél. 05 56 01 70 00 Fax : 05 56 01 70 07  
tourisme@tourisme-aquitaine.fr



### Une économie prospère et stable très favorable aux vacances

La Suisse compte presque 8 millions d'habitants<sup>[1]</sup>. Son économie figure parmi les plus prospères et les plus développées au monde en dépit de l'absence de matières premières et de débouché maritime. Son taux de chômage de 3,1% est le plus bas d'Europe, alors que sa croissance reste solide (2% pour 2014) dans un contexte international tendu<sup>[2]</sup>. En 2014, le KOF<sup>[3]</sup> prévoit que la consommation des ménages poursuivra son net développement (+2,2%).

Le tourisme profite de cette bonne santé économique, d'autant que les Suisses ont un revenu moyen par habitant de 58 000€/an<sup>[4]</sup> en augmentation de 3,5% depuis 2010. Ils disposent d'un budget vacances moyen de 2 700€ par personne<sup>[5]</sup>.

### La Suisse : un pays mosaïque avec quatre langues nationales

Formé de 26 cantons, le pays est constitutionnellement un Etat fédéral et reconnaît quatre variantes culturelles, basées sur les quatre langues nationales : l'allemand à 65,6 %, le français à 22,8 %, l'italien à 8,4 % et le romanche à 0,6 %.

#### Les grands bassins touristiques émetteurs sont :

- Zurich, Berne, Bâle, Fribourg pour la partie alémanique au nord et au centre du pays ;
- Genève ;
- Lausanne dans le Vaud pour la partie francophone (Ouest du Pays).

### Deux types de clientèles pour une même exigence de qualité

Le marché touristique suisse se distingue par les deux principaux bassins linguistiques qui le composent. La Suisse francophone (1/3 de la population) est un marché mature et sensible à de nouvelles offres de produits thématiques ou événementiels. La Suisse alémanique (2/3) est une

zone à très fort potentiel, qui s'intéresse à la beauté des sites, plus séduite par une communication visuelle. Pour ces deux marchés, la facilité d'accès est une condition à la multiplication des séjours. Les clients suisses sont exigeants, aiment un accueil personnalisé et attendent un service avec une attention particulière d'un bon rapport qualité/prix.

### Des voyageurs assidus au bon pouvoir d'achat

Le taux de départ en vacances est très élevé en Suisse : 86,5% de la population effectue au moins un voyage par an. En 2012, ce sont au total 20,3 millions de voyages avec nuitées que les Suisses ont entrepris, dont 10 millions de voyages à l'étranger<sup>[6]</sup>. Toutes les destinations étrangères ont profité de la bonne situation économique du pays doté d'un pouvoir d'achat élevé, grâce à un franc fort, et d'un taux de change favorable<sup>[6]</sup>.

### 6<sup>e</sup> marché pour la France en volume et en recettes

On compte plus de 6 millions de touristes helvètes en France en 2012. Leurs dépenses dans notre pays sont estimées à 3,5 milliards d'euros [6<sup>e</sup> marché touristique de la France en termes de recettes]<sup>[6]</sup>. Selon les premières estimations de l'Office Fédéral de la Statistique, les dépenses des voyageurs suisses à l'étranger atteindraient de nouveaux sommets en 2013 (10,5 milliards d'euros; +6,7%) alors que leurs arrivées en France ont connu une croissance de 6,6%<sup>[7]</sup>. Les principales destinations des Suisses en France sont Paris, la Méditerranée, l'Alsace, Bordeaux, Dijon et la Bretagne<sup>[8]</sup>.

### Des marges de progression importantes dans un contexte de forte concurrence

Après une excellente année 2012 (+9,7% des nuitées dans l'hôtellerie), les Helvètes représentent en 2013 la deuxième plus forte augmentation dans l'hôtellerie parmi les clientèles «européennes» (+4,5%). Si l'Hexagone est au 3<sup>e</sup> rang des destinations choisies par les Suisses pour leurs vacances, après l'Allemagne et l'Italie<sup>[6]</sup>, la progression de nos concurrents est toutefois meilleure que la nôtre puisqu'ils ont connu une hausse respective de 9,5% et 8,2% des nuitées hôtelières suisses en 2013. La concurrence est forte et les destinations long-courrier connaissent aussi des hausses considérables en nombre de nuitées : Abu Dhabi + 45%, Thaïlande +12%, Seychelles +12%.

Une nette amélioration des dessertes aériennes et ferroviaires survenue ces 2 dernières années notamment au départ de Bâle et de Genève, des nouveautés significatives pour l'Aquitaine au départ de Zurich, offrent de bonnes opportunités pour attirer encore davantage d'Helvètes sur notre territoire. En 2013, les transporteurs TGV Lyria et EasyJet annoncent respectivement entre 5% et 14,5% d'augmentation de trafic entre la Suisse et la France.

### Un client qui voyage aussi hors saison

Depuis 1984, la Constitution fédérale autorise quatre semaines de congés payés. Ce sont les cantons et les communes qui fixent les dates des vacances scolaires, généralement de la mi-juillet à la mi-août.

Les Suisses voyagent à 41% entre mai et octobre, mais l'automne est aussi recherché que l'été pour les départs en vacances. 23% voyagent aussi pendant les mois d'hiver<sup>[8]</sup>. Prévoyants, ils planifient leur voyage 2 à 3 mois avant le départ<sup>[8]</sup>.

Avec 67% de ménages sans enfant, moins de Suisses ont tendance à partir en haute saison. Ils font des escapades en dehors des périodes scolaires. Cette clientèle exprime le besoin de vacances individualisées et de nouvelles expériences.

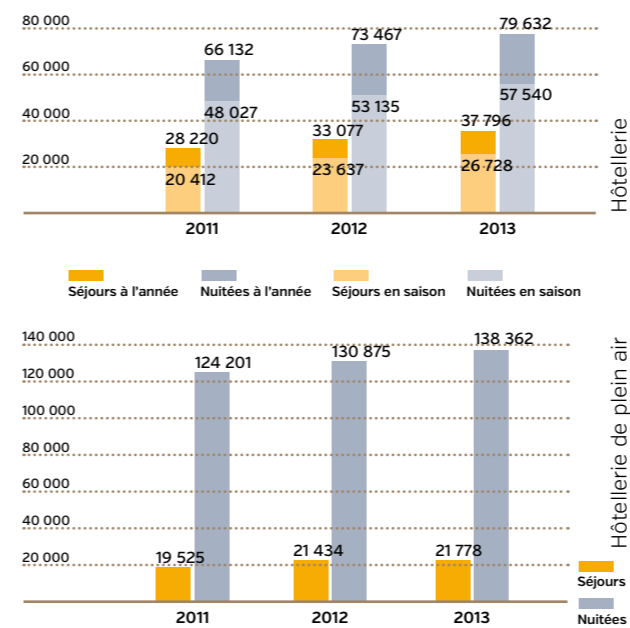
## Les touristes suisses en Aquitaine : 6<sup>e</sup> clientèle étrangère

Sauf mention contraire, les données touristiques en Aquitaine proviennent du dispositif d'enquête du CRTA et de ses partenaires (INSEE - DGCS - CDT : 2004 mise à jour 2009).

### Un marché fidèle en constante progression

Les touristes suisses étaient à l'origine de 513 488 nuitées et 91 488 séjours en 2009, soit 4% des nuitées réalisées à l'année par les clientèles étrangères en Aquitaine. Ils privilégient les hébergements marchands, qui totalisent les 3/4 de leurs nuitées et sont la 6<sup>e</sup> clientèle étrangère séjournant dans l'hôtellerie et les campings aquitains, avec une fréquentation en hausse depuis deux ans dans les deux types d'hébergements. Dans l'hôtellerie, leur progression est supérieure à la moyenne des clientèles étrangères accueillies (+7,7% par rapport à 2012 contre +4,9% pour l'ensemble des étrangers dans les hôtels aquitains).

Leur fréquentation en Aquitaine est plutôt saisonnière puisque 72% de leurs nuitées en hôtellerie sont réalisées de mai à septembre.



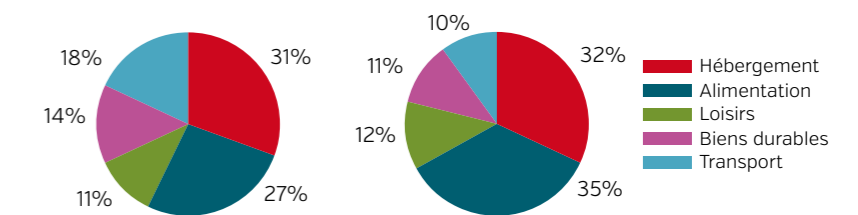
### Une répartition territoriale relativement équilibrée

Si la moitié de leurs séjours se déroulent dans l'intérieur de l'Aquitaine, les Suisses passent plus de nuits sur le littoral, où les séjours sont plus longs. Toutefois, ils séjournent en moyenne moins longtemps que les autres clientèles étrangères sur la côte aquitaine : 5,4 nuits entre mai et septembre contre 7,2. Le tourisme itinérant est proportionnellement plus fréquent parmi les touristes suisses.

	Suisses		Etrangers	
	Séjours	Nuitées	Séjours	Nuitées
Itinérant	22 %	32 %	13 %	20 %
Littoral	29 %	37 %	37 %	37 %
Intérieur	49 %	31 %	50 %	43 %

### Une dépense moyenne largement supérieure à celle des autres clients étrangers de la région

Avec une préférence pour l'hébergement marchand, des séjours plus courts et des voyages en plus petits groupes que les autres clientèles étrangères (2,3 personnes contre 3 en moyenne saisonnière), les Suisses s'autorisent une dépense quotidienne par personne très élevée, de l'ordre de 85 € par jour durant la saison, lorsqu'en moyenne un étranger va dépenser 60 € par jour (données 2009).



### Des épicuriens à la recherche de farniente, appréciant la bonne chère et les bons vins

Les Suisses viennent principalement en voiture en Aquitaine, mais l'existence de lignes aériennes directes permet un recours à l'avion pour 3 séjours sur 10, bénéficiant plus particulièrement aux courts séjours. Surtout présents entre mai et septembre, les Suisses trouvent dans la région des conditions favorables au repos et profitent de leur séjour pour découvrir les vignobles et goûter la gastronomie régionale. L'attrait de la mer est également plus marqué chez eux que parmi l'ensemble des clientèles étrangères.

Motif "vacances et loisirs" de mai à septembre	Suisses	Etrangers
	Séjours	Séjours
Se reposer, ne rien faire	57 %	34 %
Gastronomie, restauration	44 %	21 %
Mer	42 %	35 %
Soleil, climat	31 %	35 %
Pratique de VTT ou de cyclotourisme	19 %	13 %
Découverte des vignobles et du vin	19 %	11 %
Découverte d'une ville	16 %	31 %
Visite de la famille, des amis	12 %	16 %
Pratique d'une activité de glisse	10 %	13 %
Marchés, brocantes, visite d'artisans, shopping	7 %	13 %
Pratique de la randonnée pédestre, de la promenade	6 %	20 %
Visite d'un monument, d'un musée, d'un château	4 %	14 %
Campagne	2%	11 %
Montagne	1%	5 %