

Suisse

Données générales	Données économiques
Nom : Suisse Régime politique : République confédérale Capitale : Berne Monnaie : Franc Suisse (CHF =0.66euros) Population : 7.5 million d'habitants	PNB/Hab : 48 230€ Taux de chômage : 3.8% Taux d'inflation : 0.8% Taux de croissance : 1.7%

➤ Données touristiques générales :

- **Les vacances**

88% des Suisses sont partis au moins une fois en vacances en 2004 (81% en 2000)

Nombre moyen de séjours de + 3 jours effectués par les Suisses : 2,47

- **Les séjours à l'étranger**

Nombre de départs à l'étranger (2003) : 12.9 millions

Dépenses à l'étranger (2003) : 7.194 milliards d'euros

Principales destinations étrangères (2002)

France	Italie	Espagne	Allemagne
--------	--------	---------	-----------

- **Les principaux bassins émetteurs :**

En Suisse Allemanique : Genève-Vaud, Fribourg, Valais.

En Suisse Romande : Zurich, Berne.

➤ Comportements et tendances des consommateurs

- **Mode de consommation et sources d'informations**

Informations touristiques

Poursuite du développement d'Internet : 73% des Suisses ont Internet à la maison.

Rôle important de la presse, sites Internet (recours à Internet pour 73% des foyers), télétexte.

Réservations

Réservations tardives : 36% des suisses réservent moins d'un mois à l'avance.

45% des suisses ont réservé au moins une fois sur Internet des vacances, un billet de train ou d'avion.

Achats

39% des suisses ont recours à une agence de tourisme.

- **Motivations**

Littoral	Tourisme vert (randonnée)	Art de vivre et gastronomie	Tourisme urbain	Tourisme de santé	Tourisme viti-vinicole	Golf
-----------------	----------------------------------	------------------------------------	------------------------	--------------------------	-------------------------------	-------------

Les Suisses recherchent des émotions, ont envie de se faire plaisir et ont une attirance pour l'authenticité et la nature.

- **Saisonnalité**

Départ sur toute l'année avec légère augmentation en juillet.

- **Transport**

Le fort développement des compagnies low-cost à destination de l'Europe commencent à concurrencer l'utilisation de la voiture.

Développement des low-cost qui profite essentiellement à la concurrence (Italie, Croatie...).

- **Types et durées des séjours**

Week-ends ou séjours urbains : grandes villes et régions frontalières.

Séjours thématiques : thalasso, golf, nature active, cyclotourisme, tourisme viti-vinicole, tourisme fluvial, gastronomie / art de vivre.

Des courts séjours de plus en plus nombreux, en particulier au printemps et en automne.

Hébergement

En 2004, au niveau de l'hébergement, les produits les plus demandés étaient :

Hôtel 3* et plus

Logis de France

Relais et châteaux

La fréquentation progresse dans l'hôtellerie de luxe notamment en 4 et 5* mais également dans les établissements 3*.

Les consommateurs

Un potentiel de clientèle à forte contribution, comprenant de plus en plus de seniors :

Les + de 55 ans représenteront 33.5% de la population en 2010.

Clientèle à fort pouvoir d'achat : revenu national par habitant : 31 423€

➤ **Destination France :**

Séjours	3 millions (+2.5%)	Durée moyenne du séjour	6.5 jours
Nuitées	19.8 millions(+0.4%)	Dépenses	3 milliards d'euros +2.2%

- **Les régions préférées**

Ile de France	PACA	Rhône-Alpes
27%	19%	12%

Régions en progression : Corse, Côte d'Azur et Paris.

- **Fréquentation de l'hôtellerie française**

	Arrivées	Nuitées
Hôtellerie de tourisme	1 291 540	2 546 190
Hôtellerie de plein air	238 913	1 033 161

➤ **Destination Corse 2006 :**

- **Evolution des séjours**

2001	2004	2005	2006
64 553	61 563	61 051	65 715

- **Nombre séjours et nuitées**

	Avant Saison	Saison	Arrière Saison	Total
Séjours	18 448	30 618	16 649	65 715
Nuitées	152 715	432 939	205 007	790 661

- **Durée moyenne des séjours**

Avant saison	Saison	Arrière saison	Moyenne
8.3	14.1	12.3	12.0

- Hébergement

Part des Suisses par type d'hébergement

Séjours	Ensemble	Avant Saison	Saison	Arrière Saison
Camping	7.4	13.7	4.9	5.2
Hôtel	12.6	11.4	13.2	13.3
Meublé	11.7	1.4	11.6	21.7
Résidence secondaire	23.3	13.1	27.3	25.7
Résidence de tourisme ou VV	8.0	12.7	6.9	5.5
Tourisme vert	6.5	4.1	12.4	2.1

Nuitées	Ensemble	Avant Saison	Saison	Arrière Saison
Camping	7.2	12.4	5.3	5.9
Hôtel	14.2	14.4	15.1	12.9
Meublé	13.2	1.1	13.6	20.3
Résidence secondaire	28.9	14.8	34.4	25.6
Résidence de tourisme ou VV	8.5	10.6	7.6	8.7
Tourisme vert	4.7	3.1	8.7	1.4

- Image de la Corse (selon une étude réalisée auprès de prospects et de clients de la destination Corse)

Notoriété de la Corse :

Quand on leur demande de citer trois îles de la méditerranée, 69.8% des suisses interrogés répondent la Corse en première position.

Localisation de la Corse :

+ de 70% des Suisses interrogés localisent précisément la Corse, presque 20% la situent approximativement et moins de 5% seulement donnent une localisation erronée.

Notation de la destination Corse :

Les clients Suisses ont noté la destination Corse à une moyenne de 8.30/10 (moyenne tous marchés 8.05/10) avec un pourcentage de mauvaise note (de 0 à 5) de 4%.

Les prospects l'évaluent à 7.43/10 (moyenne tous marchés 7.48/10) avec un pourcentage de mauvaises notes (de 0 à 5) de 6%.

Saison privilégiée :

Printemps	Été	Automne	Hiver
25%	37%	29%	4%

Mode de transport (clients) :

Voiture personnelle + bateau	Bateau	Avion	Avion + location de voiture	Bateau + location de voiture
89%	4%	2%	2%	1%

Hébergement (prospects) :

Hôtel	Location meublé ou villa	Camping-caravaning	Auberge de jeunesse/refuge/gîte
35%	29%	27%	8%

Appréciation du coût de la destination Corse :

	Très cher	Cher	Pas très cher
Clients	8%	56%	35%
Prospects	2%	48%	48%

La concurrence :

Prospects : Sardaigne, Côte d'Azur, Baléares

Clients : Sardaigne, Côte d'Azur, Espagne

Intention de séjours en Corse (prospects) :

38% des prospects Suisses envisagent de séjourner certainement en Corse prochainement.

15% n'envisagent pas d'y séjourner prochainement.

Les plus et les moins :

En étudiant l'image de la destination Corse élément par élément vis-à-vis des prospects Suisses, on constate :

Eléments à améliorer en priorité : La sécurité, l'accueil de la population, l'offre d'hébergement, l'accès et le coût du transport.

Elément à surveiller : Le patrimoine culturel.

Elément à maintenir : L'information.

Elément à capitaliser : La gastronomie.

➤ Tendances et perspectives du marché

L'amélioration du climat de consommation devrait jouer en faveur des départs en vacances des Suisses.

Une très bonne année attendue pour l'Italie grâce à une amélioration des liaisons aériennes.

➤ Les cibles prioritaires

Le grand public : les urbains de 20-65 ans, les couples sans enfants(2.55 voyages par an), les familles (2 voyages par an), les seniors actifs, les seniors retraités pour les groupes.

Les professionnels : la presse (journaliste, presse écrite, radio, télévision), les professionnels(tour-operators, agences « incentives » ou spécialisées).

➤ Les produits prioritaires :**• Produits d'appel**

Art de vivre/gastronomie, hébergement de charme, littoral, nature/vacances actives.

• Produits de découverte

Marchés/shopping, nature/vacances actives, tourisme itinérant (circuit et routes à thème).

• Produits de consommation

Art de vivre/gastronomie, littoral, culture patrimoine.

• Produits de niche

Golf, remise en forme(thalasso et spa).