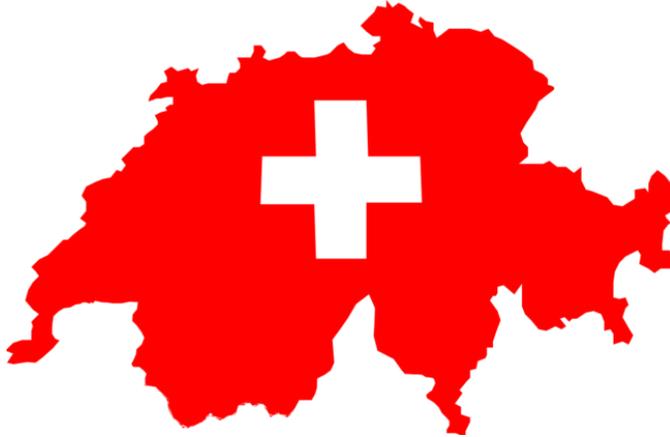


# PRÉSENTATION DE MARCHÉ SUISSE



2021

# SOMMAIRE

---

1

## LE MARCHÉ SUISSE

- CE QU'IL FAUT SAVOIR
- CE QU'IL FAUT COMPRENDRE
- CE QU'IL FAUT PREVOIR

2

## ENJEUX & PRIORITÉS STRATÉGIQUES

3

## LES ACTIONS CLÉFS

# 1. LE MARCHE SUISSE



# **CE QU'IL FAUT SAVOIR**



# — Ce qu'il faut savoir

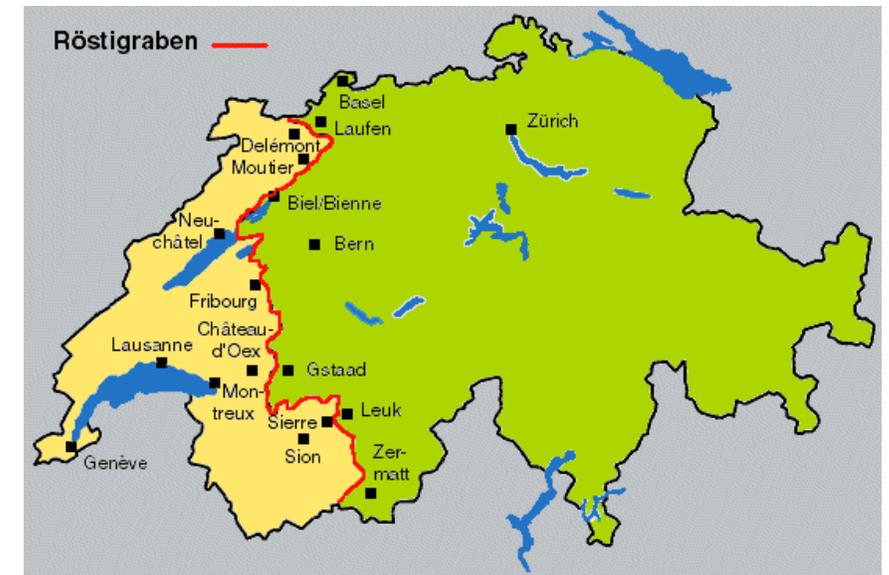
## ⇒ Données géographiques et démographiques

La **partie francophone** est constituée de **2,1 millions d'habitants**, soit **25% de la population** et regroupe **7 cantons**.

La **partie germanique** de **5,9 millions d'habitants**, soit **70% de la population** et regroupe **19 cantons**.

La **partie italophone** rassemble un peu plus de **300 000 habitants**, soit **8,1% de la population**.

Enfin, le **rhéto-romanche** est parlé par **0,5% de la population**.



Le **Röstigraben** (différences culturelles et différences de mentalités) est souvent assimilé avec la frontière linguistique entre Suisse romande et Suisse alémanique.



# — Ce qu'il faut savoir

## ⇒ Une économie résiliente

- Recul de 2% du PIB par rapport à avant la crise (prévisions 2020) → après une chute de 8,6% lors des six premiers mois de l'année, l'économie suisse a bondi de 7,2% au troisième trimestre
- 3,2% de chômage (octobre 2020)
- 1€ = 1,08 CHF, le franc reste une monnaie forte (novembre 2020)
- 61'360 USD PIB/hab.
- 6'502 CHF salaire médian (brut)
- Seuil de pauvreté : 2'293 CHF/mois (personne vivant seule)
- Prix en moyenne 40% plus élevés en Suisse



Taux de conversion euro / franc suisse  
2015-2020



## — Ce qu'il faut savoir

### ⇒ Un marché touristique clef pour la France

- 3<sup>ème</sup> marché en termes de recettes  
(5,5 milliards)
- 4<sup>ème</sup> marché en termes d'arrivées  
(6,8 millions)
- 5<sup>ème</sup> marché en termes de nuitées  
(37,5 millions)
  
- Séjours de 5,5 nuitées en moyenne
- La France, 1<sup>ère</sup> destination étrangère pour les Suisses (13%)
- 67% des voyages ont pour destination l'étranger



# — Ce qu'il faut savoir

## ⇒ Une relation bilatérale excellente

La Suisse, **3<sup>ème</sup>** partenaire commercial de la France à l'exportation et à l'importation hors UE, tandis que la France est le **3<sup>ème</sup>** fournisseur et **3<sup>ème</sup>** client de la Suisse.

**30,3 Mds €** d'échanges commerciaux (+3,5%), ils sont excédentaires pour la France (+1'267 M€).

FRANCE → SUISSE



SUISSE → FRANCE



# — Ce qu'il faut savoir : profil

## ⇒ **Les différences Suisse romande et alémanique : relation/perception de la France**

### Suisse romande:

- Relativement familiarisée avec les différentes régions françaises
- Proximité culturelle et géographique avec la France
- Actualité française très relayée dans la presse suisse francophones
- Plus critique envers la France et les Français, sentiment de concurrence et besoin de différenciation

### Suisse alémanique:

- Davantage de voyages à l'étranger
- A l'exception de Paris, de la Corse et du sud de la France, le reste du territoire français n'est pas encore assez connu.
- Forte notoriété de la France pour son art de vivre, destination réputée et très appréciée pour les voyages



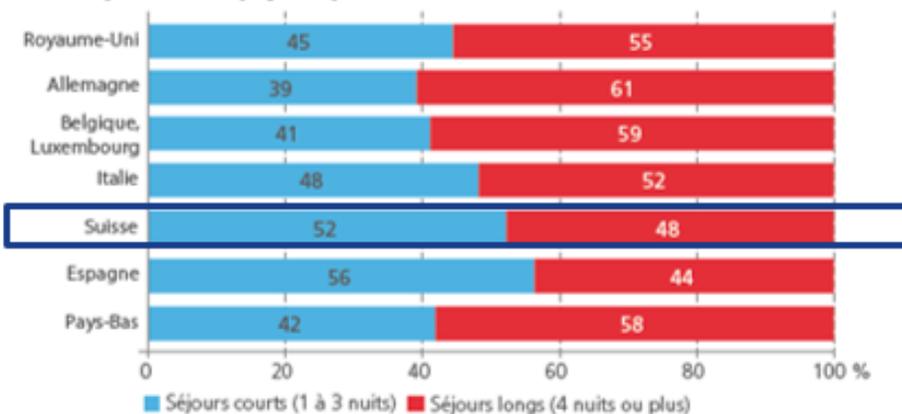
# — Ce qu'il faut savoir : profil

## ⇒ Le profil de la clientèle suisse

### DURÉE

Une clientèle qui fait des **courts** mais aussi des **longs séjours**, durée moyenne de **5,5 jours**.

Graphique 4b : Arrivées des touristes étrangers en France selon la durée de leur séjour et leur pays de provenance



### TRANSPORTS



49% avion



50% voiture

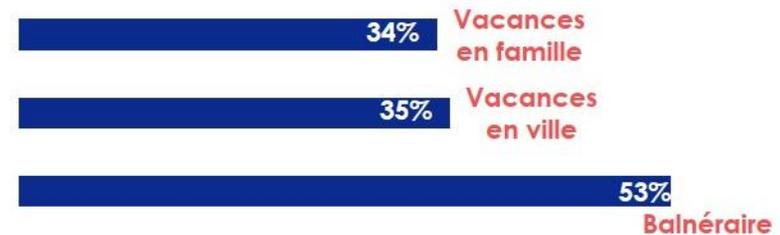


11% transports publics terrestres

### HÉBERGEMENT

49% : hôtel ou établissement de cure à l'étranger

### THEMATIQUES



# — Ce qu'il faut savoir : profil

## ⇒ Les différences Suisse romande et alémanique : les préférences de voyage

Globalement une forte uniformité au sein de la Suisse:

**Intérêts:** nature et les activités en extérieures.

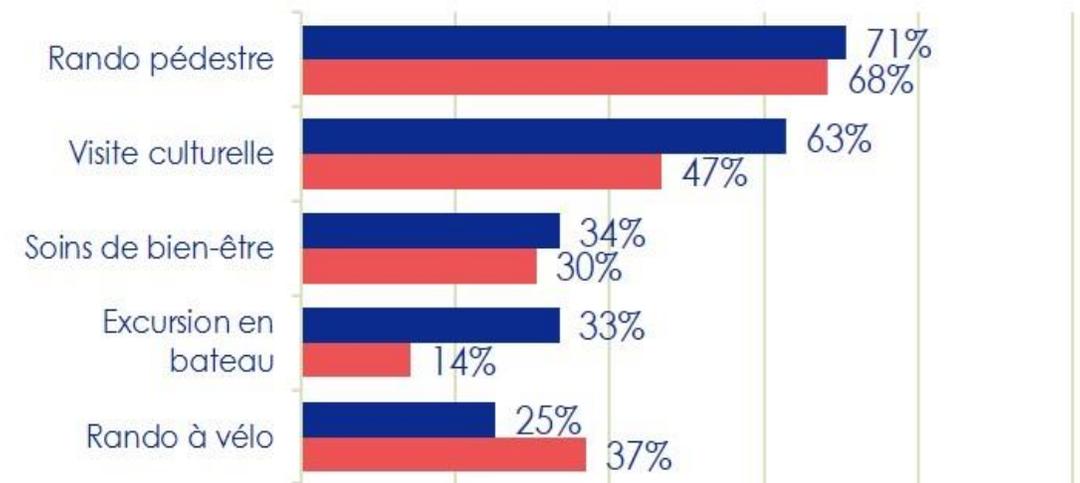
**Période de l'année:** avril-octobre (les familles partent en été).

**Modes de transport préférés:** la voiture et l'avion sont les modes de transports privilégiés.

**Critères de choix :** climat favorable, nature et paysages, qualité des prestations, randonnées.

**Recherches :** Google, recommandations, portails d'avis, guides

### ACTIVITÉS



■ Suisse romande  
■ Suisse alémanique



# — Ce qu'il faut savoir : profil

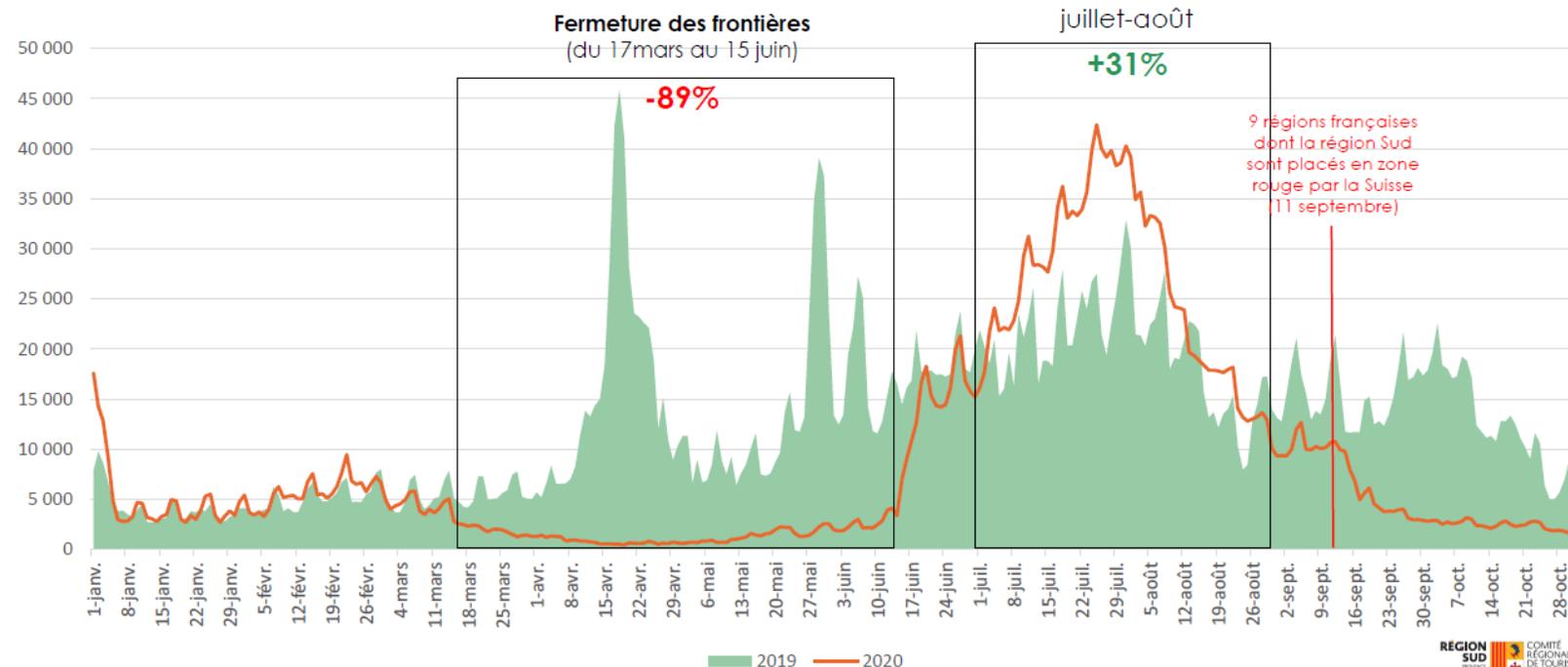
## ⇒ Le profil de la clientèle suisse

### SAISONNALITE :

#### Focus nuitées touristes suisses Evolution 2019/2020



De janvier à octobre, les nuitées des touristes suisses sont en baisse de **-33%**



\*source Flux Vision Tourisme



# — Ce qu'il faut savoir

## ⇒ Les professionnels du voyage

25%

Taux d'intermédiation pour toutes les destinations proches et lointaines.  
>10% pour la destination France

- Environ **1'650** agences de voyages et **270** autocaristes (toutes destinations confondues)
- Environ **150** voyagistes, agences et autocaristes proposent la France dans leurs programmes
- **2** Tos spécialisés sur la France qui se distinguent: Frantour et Hotelplan,
- **150** agences spécialisées France



## — Ce qu'il faut savoir

⇒ **La presse Suisse compte :**

**8,57** millions d'habitants  
**3,8** millions de ménages

- **93%** de la population lit régulièrement un media reposant sur l'imprimé
- **102** presses quotidiennes (28% en français, 62% en allemand)
- **18** radios du service public, **52** privées ou associations
- **10** chaînes de TV publiques (3 en français)
- **106** magazines hebdomadaires



## — Ce qu'il faut savoir

### ⇒ Habitudes de consommation des Suisses...



regardent en moyenne la TV **2,5** heures par jour



écoutent **100** minutes de radio par jour



sont presque **1,5** heure sur Internet par jour



lisent encore les journaux **25** minutes par jour



les 16-25 ans passent en moyenne **4h/jour** sur leur smartphone  
les 40-55 ans passent en moyenne **2,5h/jour** sur leur smartphone



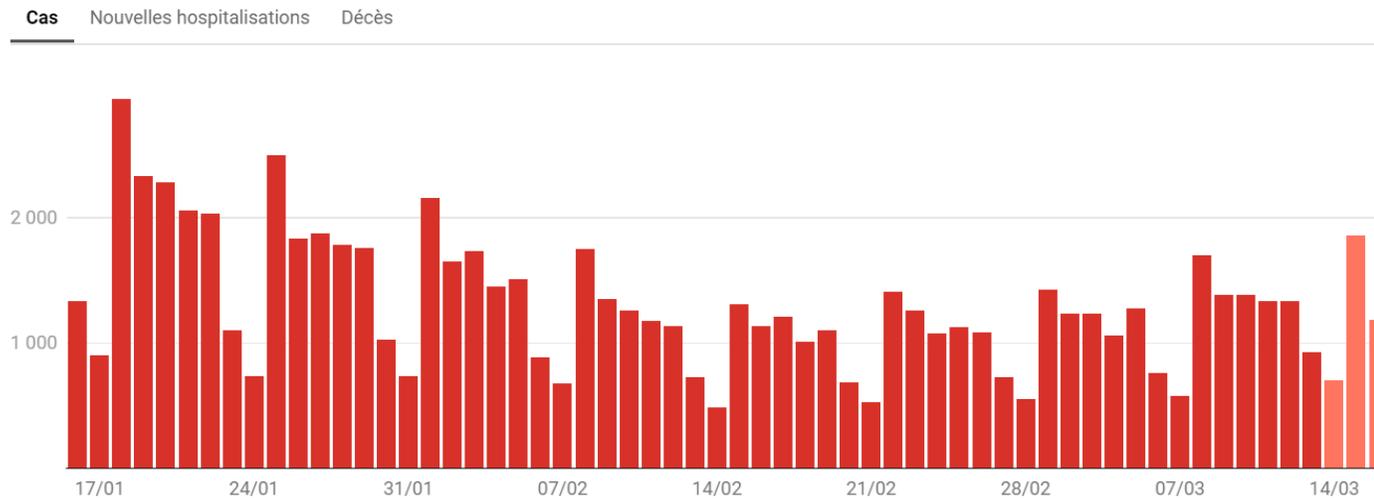


**CE QU'IL FAUT COMPRENDRE**

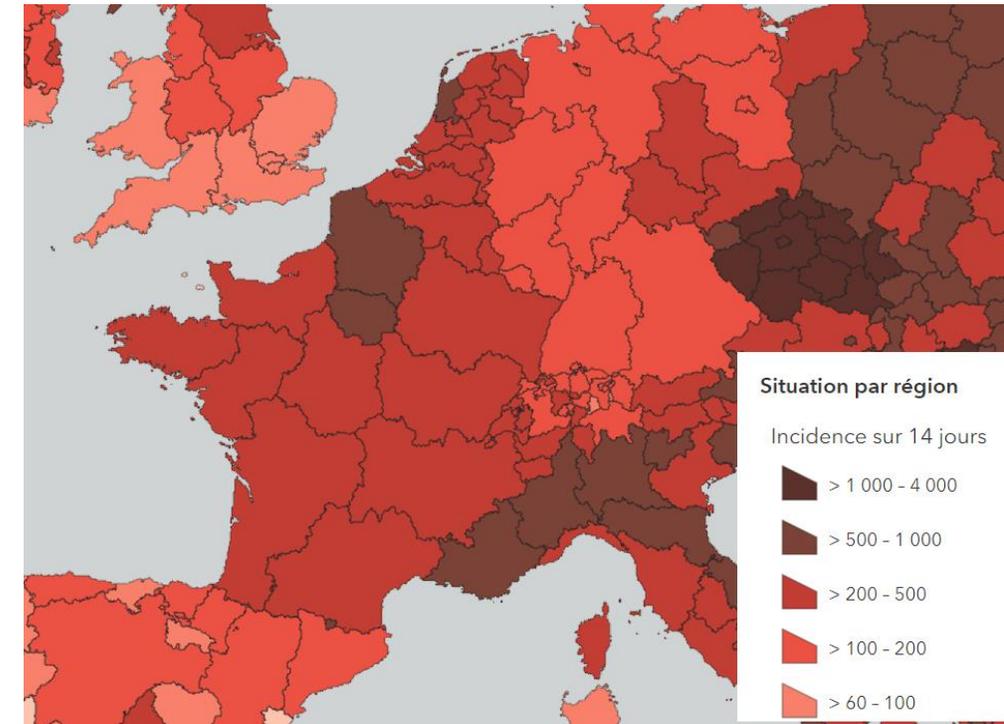


# — Ce qu'il faut comprendre, la COVID

## ⇒ La situation sanitaire en Suisse



Evolution des cas positifs en Suisse sur les deux derniers mois

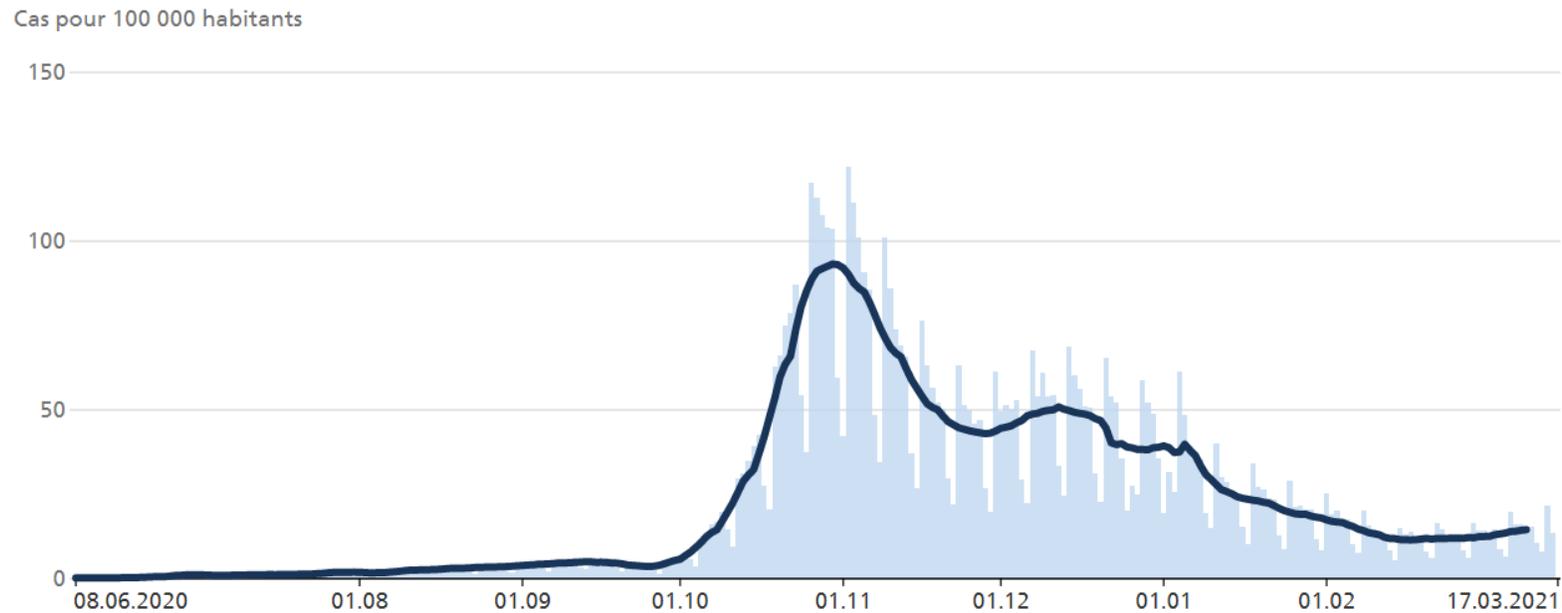


Incidence des cas pour 100'000 habitants



# — Ce qu'il faut comprendre, la COVID

⇒ **La situation sanitaire en Suisse**



**193 cas / 100'000  
habitants**

Evolution du nombre de cas pour 100 000 habitants



# — Ce qu'il faut comprendre, la COVID

## ⇒ Les mesures actuelles

**Assouplissements des mesures** depuis le 1<sup>er</sup> mars

**Vaccination** : près de **2,3%** de la population a donc reçu une première dose de vaccin

**La Confédération assouplit les mesures contre le coronavirus** 24.02.2021

**Assouplissements à partir du 1<sup>er</sup> mars dans toute la Suisse:**

**Réouverture:**

- Tous les magasins
- Musées et salles de lecture des bibliothèques et des archives
- Lieux de loisirs en extérieur
- Installations sportives en extérieur

**Rassemblements en extérieur: max. 15 personnes**  
Rencontres privées, rassemblements dans l'espace public et activités sportives et culturelles

**-20** Sport et culture: vastes assouplissements pour les moins de 20 ans 2001 et plus jeunes

**Mesures toujours en vigueur:**

- Rencontres privées à l'intérieur: max. 5 personnes
- Interdiction des manifestations
- Règles pour les domaines skiables
- Fermeture:
  - Restaurants et bars
  - Discothèques et boîtes de nuit
  - Établissements culturels (intérieur)
  - Installations sportives (intérieur)
  - Lieux de loisirs (intérieur)
- Télétravail obligatoire
- Enseignement à distance dans les hautes écoles
- Port du masque: obligation étendue
- Chant: seulement en famille (exception: moins de 20 ans)

Réduire les contacts

Porter un masque

Respecter les règles d'hygiène des mains

Respecter les distances

 Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra  
Swiss Confederation

 Bundesrat  
Conseil fédéral  
Consiglio federale  
Cussegl federal  
Federal Council



# — Ce qu'il faut comprendre, la COVID

## ⇒ Les mesures actuelles

**Mesures aux frontières :** l'OFSP définit une liste des États et des territoires à risque élevé d'infection. Les personnes en provenance de ces États ou territoires doivent se placer **en quarantaine**. Pour la France, plusieurs régions sont concernées par cette mesure à partir du 22 mars.

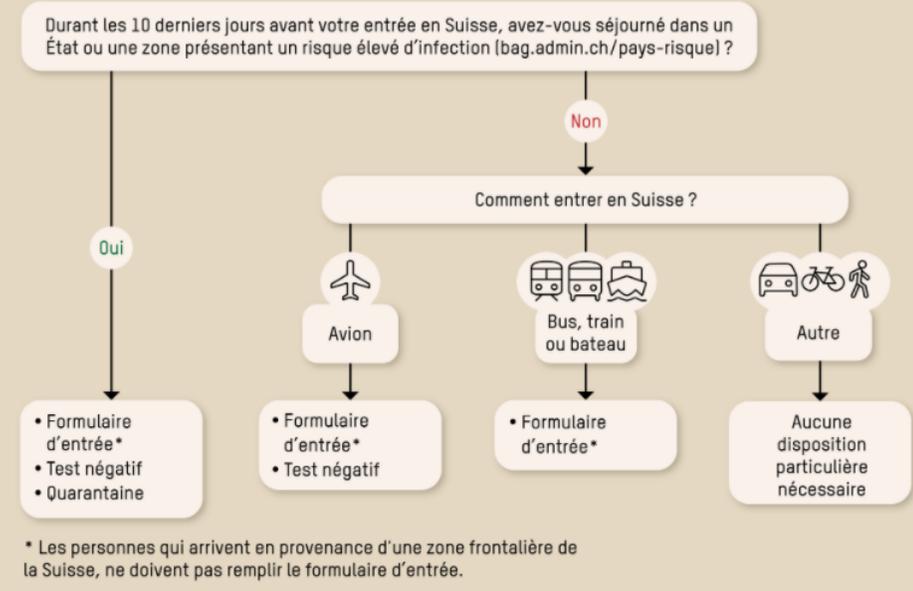
### Coronavirus: règles relatives à l'entrée en Suisse

#### 1. L'entrée en Suisse est-elle autorisée ?

Les personnes titulaires d'un passeport suisse ou d'un titre de séjour valable peuvent retourner en Suisse depuis n'importe quel pays. Toutes les autres personnes peuvent être soumises à des restrictions. Des informations à ce sujet se trouvent sur le site Internet du Secrétariat d'État aux migrations (SEM) : [sem.admin.ch](http://sem.admin.ch).

#### 2. Si l'entrée est autorisée, quelles règles s'appliquent ?

Le schéma donne une vision simplifiée des règles. Certaines exceptions n'y figurent pas. Toutes les informations et les liens se trouvent sur le site [bag.admin.ch/entree](http://bag.admin.ch/entree).



# — Ce qu'il faut comprendre, la COVID

⇒ **Les différences Suisse romande et alémanique : face à la pandémie de Covid19, le «Coronagraben».**

## En Suisse romande:

- Réaction du Conseil fédéral jugée trop lente
- Favorable à plus de restriction des libertés individuelles
- Globalement moins de confiance dans les actions du Conseil fédéral
- Tous les cantons sont actuellement en semi-confinement

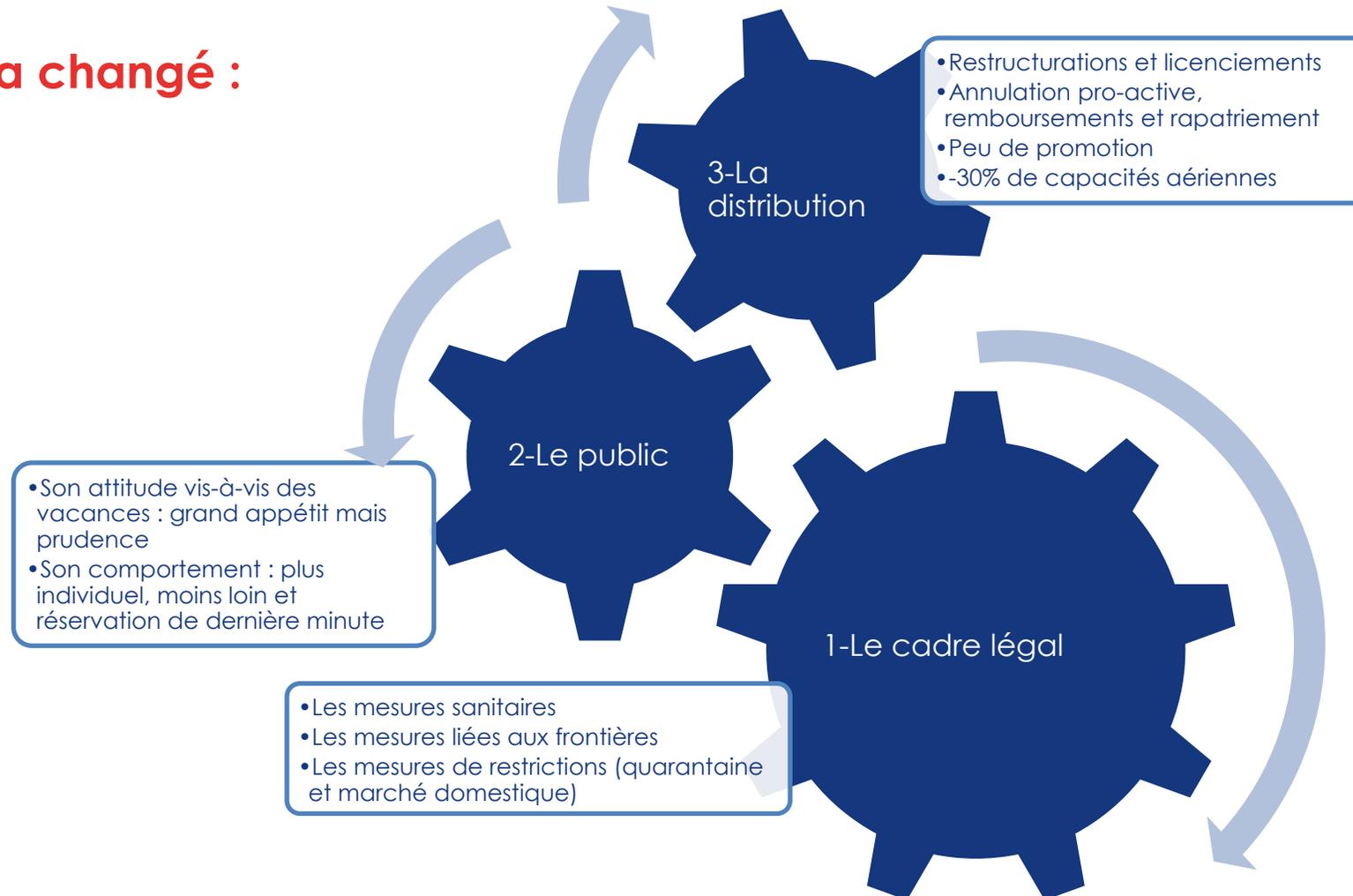
## En Suisse alémanique:

- Présuppose que la responsabilité individuelle entraînera la responsabilité collective
- Majoritairement en défaveur de mesures trop drastiques et restrictives en matière de liberté de circulation et de réunion.
- Grande confiance dans les actions du Conseil fédéral



# — Ce qu'il faut comprendre

⇒ **Ce qui a changé :**



# — Ce qu'il faut comprendre

## ⇒ Ce qui a changé :

### Le public

- Transport individuel privilégié
- Proximité géographique et culturelle

### Le cadre légal

- Couvre-feu en France à 18h sur l'ensemble du territoire depuis le 14 janvier 2021
- Mesures sanitaires renforcées en Suisse

### La distribution

- Majoritairement à l'arrêt en raison de la crise sanitaire
- Pas de promotion mais dialogue avec Atout France

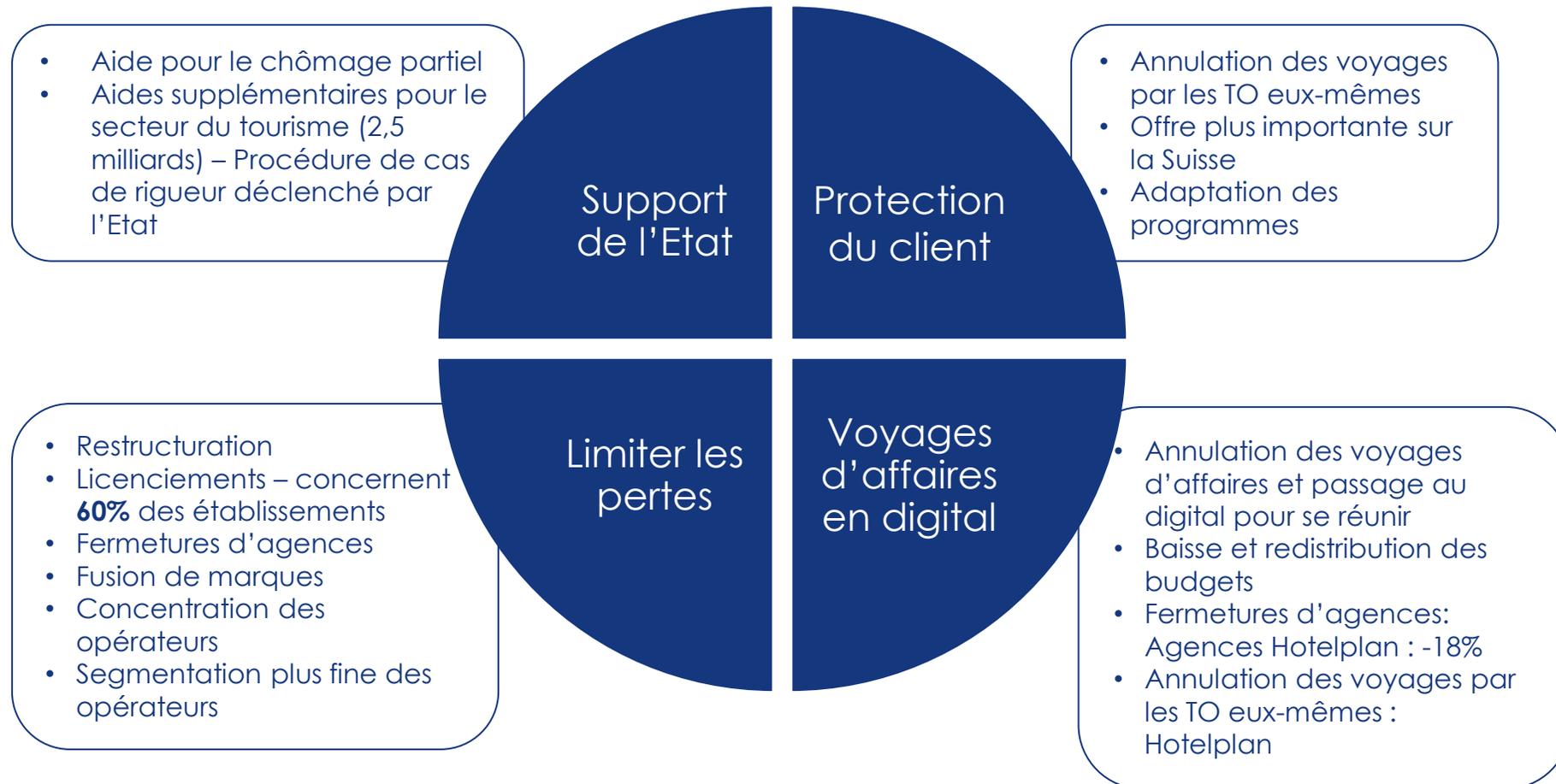
### Le transport

- Pertes économiques conséquentes pour les compagnies aériennes et ferroviaires
- Diminution massive du nombre de passagers dans les aéroports, jusqu'à 90%
- Air France et TGV Lyria ont diminué mais maintenu leurs offres entre la Suisse et la France
- La voiture est plébiscitée



# — Ce qu'il faut comprendre: distribution touchée

## ⇒ L'état de la distribution

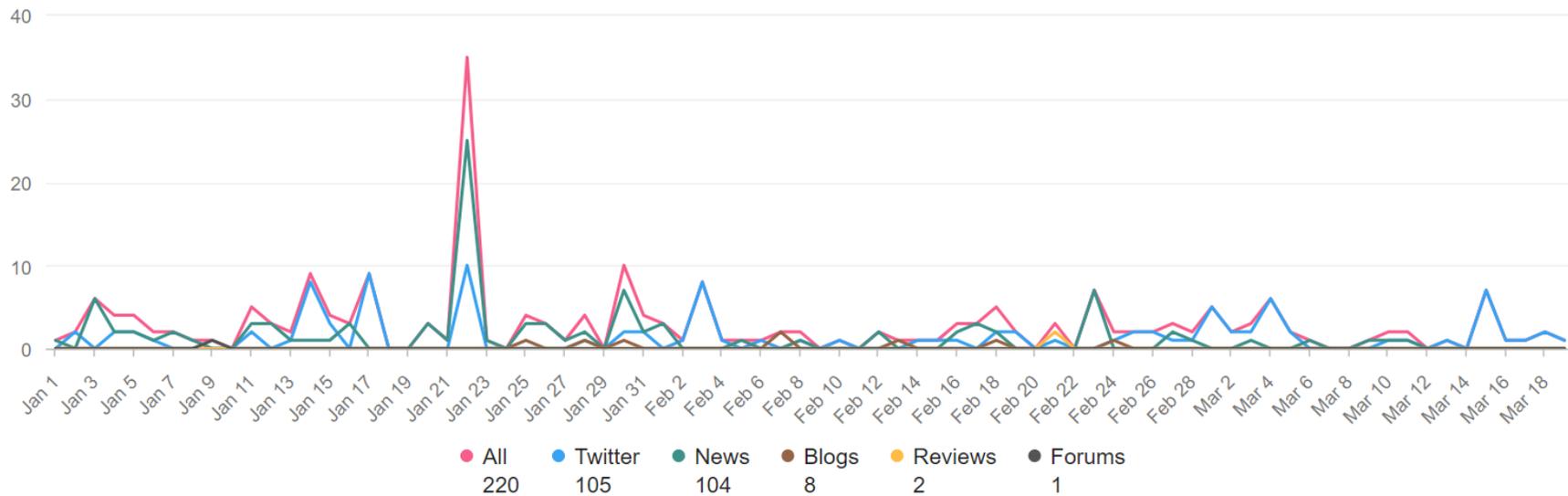


**Transport** : ferroviaire et aérien très fortement impacté

# — Ce qu'il faut comprendre: le public

⇒ Couverture média par canal

Latest activity by source



# — Ce qu'il faut comprendre: le public

⇒ **Mots clefs dans la presse et sur les réseaux sociaux**

Top keywords



# — Ce qu'il faut comprendre: le public

⇒ **Mots clefs dans la presse et sur les réseaux sociaux**

Top keywords

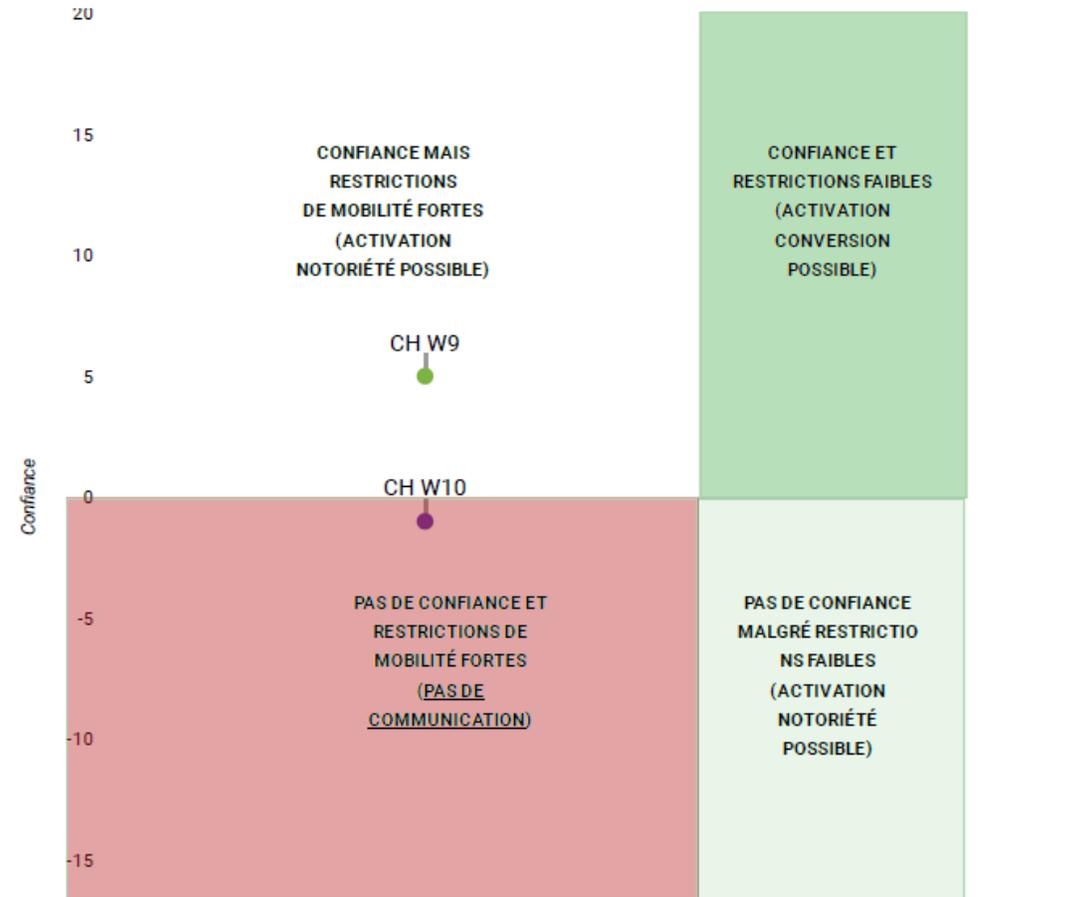


# — Ce qu'il faut comprendre: le public

⇒ Indicateurs d'évolution de la confiance & facilités de mobilité des marchés vers la France

## INDICATEURS DE L'EVOLUTION DE LA CONFIANCE:

- 1-recherche des contenus france.fr (1)
- 2-recherche Google Trends "france" (3)
- 3-score tonalité media sociaux (3)
- 4-capacités aériennes (4)
- 5-réservations aériennes (5)



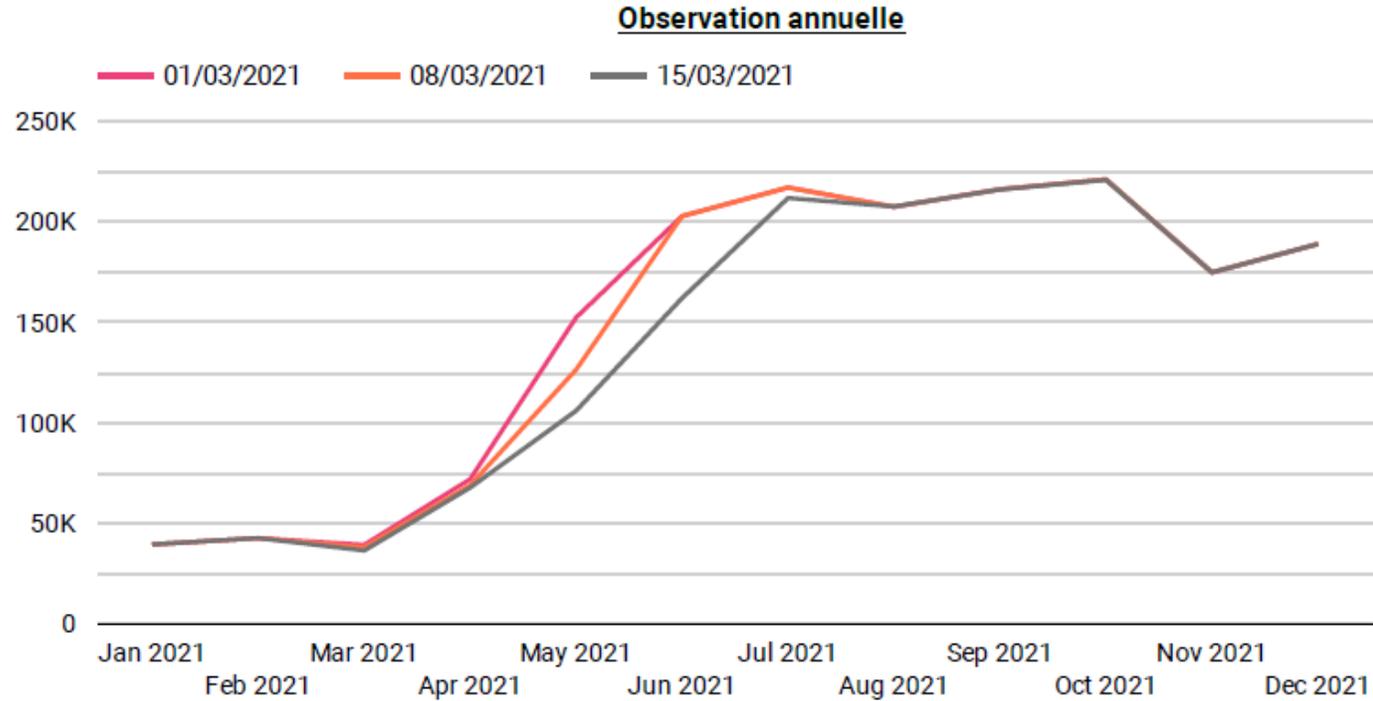
## INDICATEURS DE FACILITE DE MOBILITÉS:

- 1-test pcr au depart (-1)
- 2-test pcr au retour (-2)
- 3-test pcr payant (-3)
- 4-frontiere/quarantaine (-4) (pays frontaliers +1)

→ FIN DES RESTRICTIONS

# — Ce qu'il faut comprendre: le public

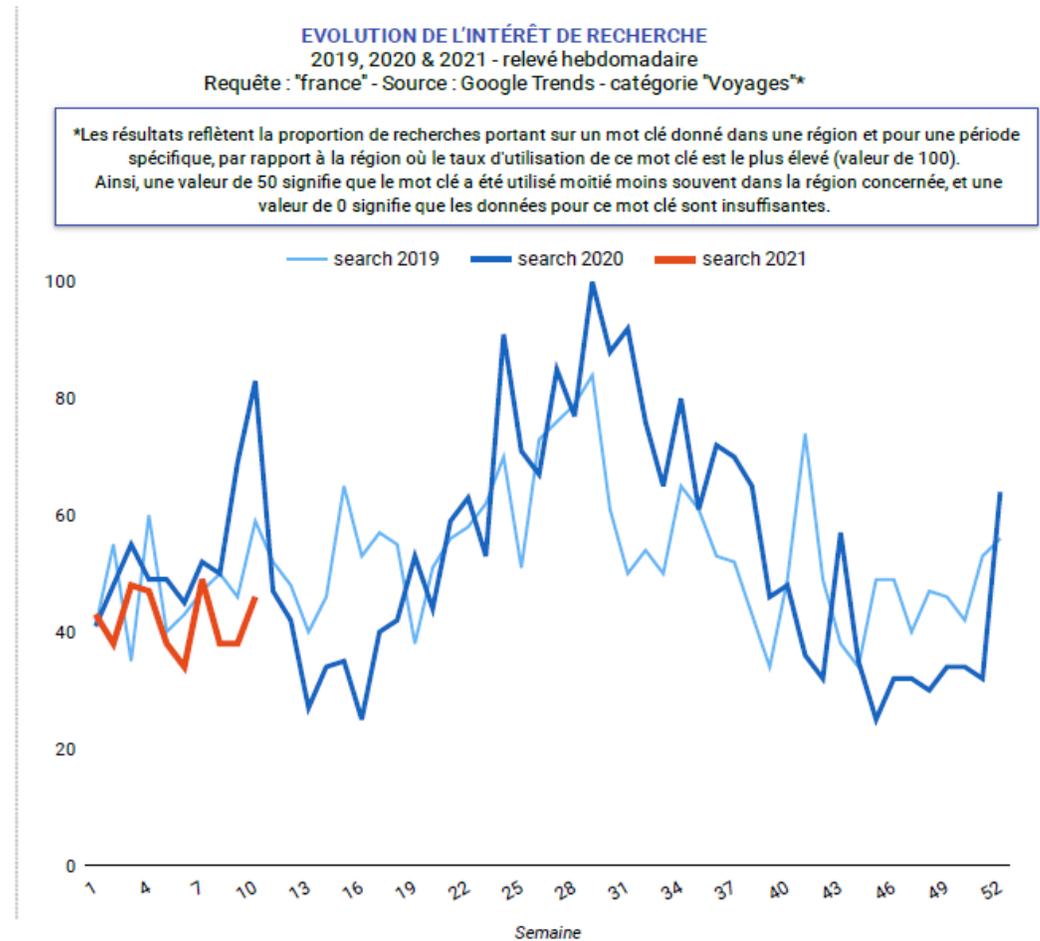
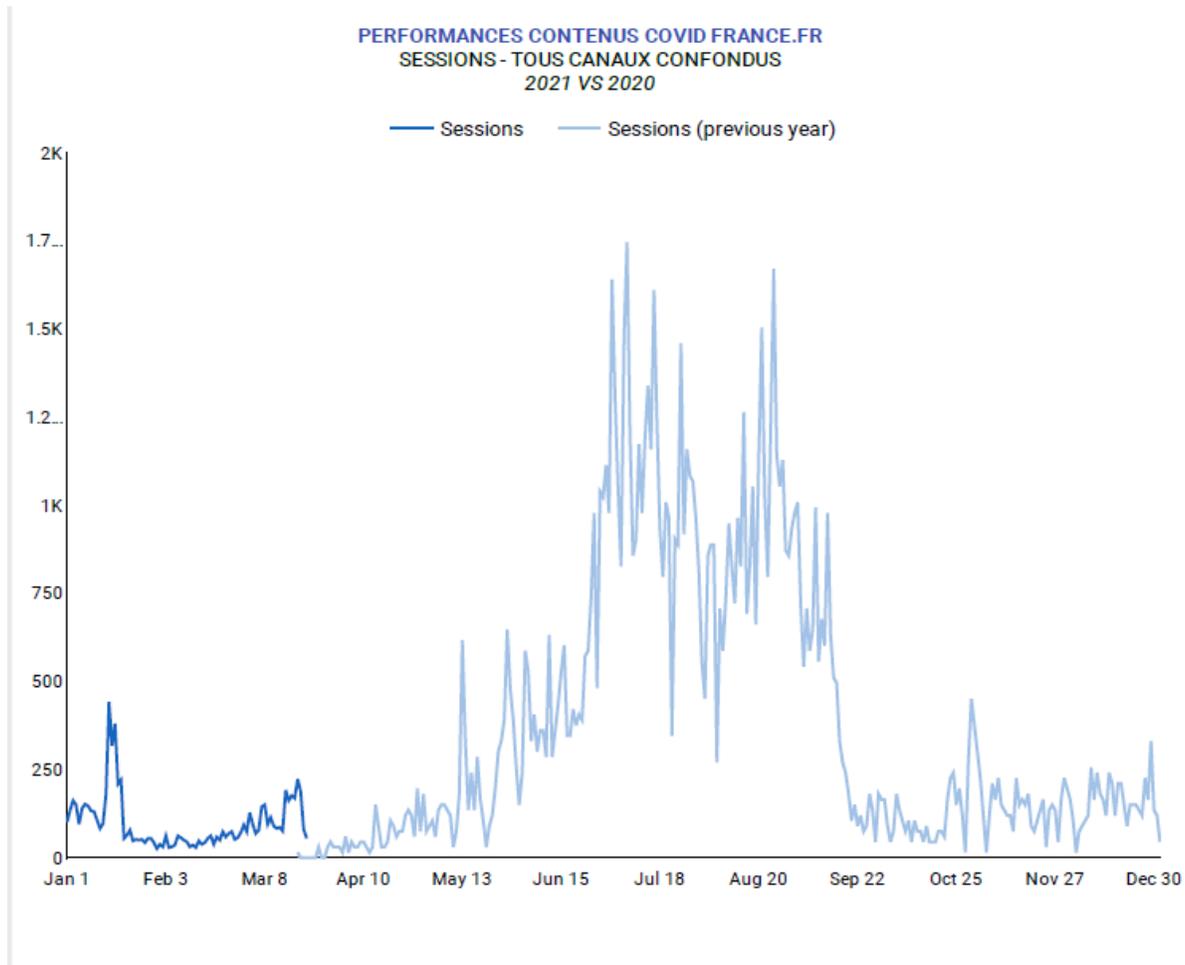
## ⇒ Prévisions capacités aériennes vers la France



	Adjustement ▲	Seats (T...	Seats (Total)
1.	01/03/2021	1,776,564	1,776,564
2.	08/03/2021	1,746,265	-30,299
3.	15/03/2021	1,676,741	-69,524

# — Ce qu'il faut comprendre: le public

## ⇒ Comportements sur internet



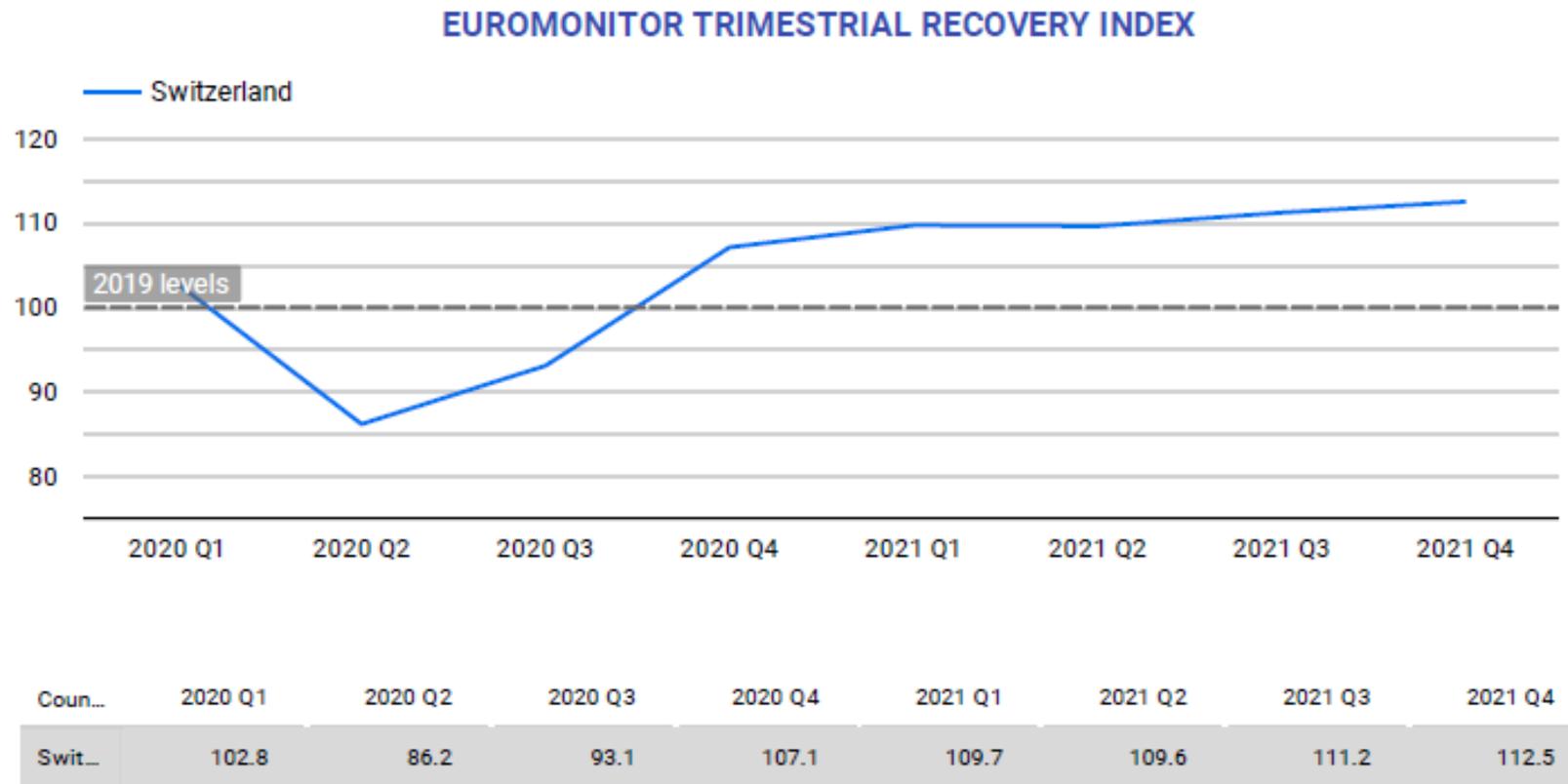


**CE QU'IL FAUT PREVOIR**



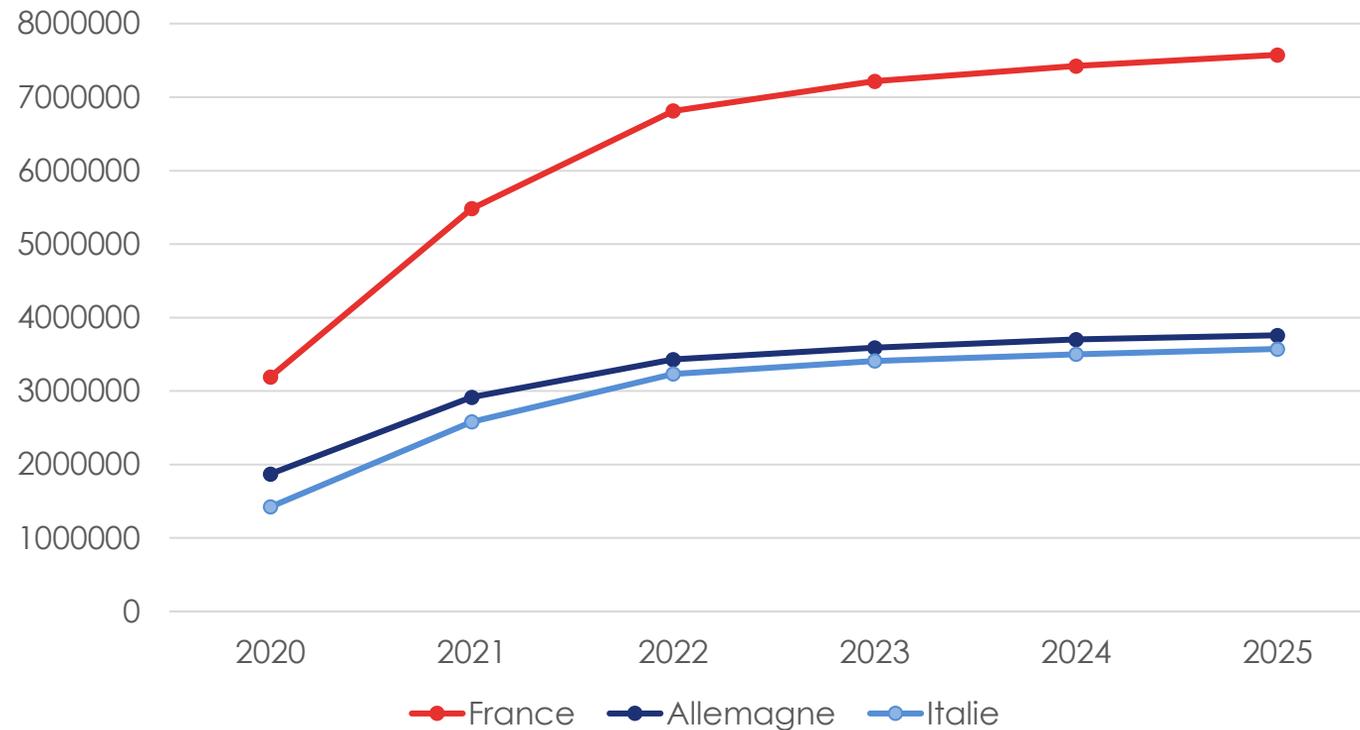
# — La situation sanitaire

⇒ Evolution de la fréquentation des Suisses 2021 - trimestres



# — La situation sanitaire

## ⇒ Evolution de la fréquentation des Suisses 2020 à 2025 - années



Projection de l'évolution des arrivées des touristes suisses en France, en Allemagne et en Italie, les trois destinations préférées des suisses, de 2020 à 2025.



## — La situation sanitaire

### ⇒ Evolution de la fréquentation des Suisses

Une reprise des réservations est espérée dès l'été 2021, à mesure que les vaccinations se multiplient dans le monde et que la confiance des consommateurs revient.\*

En 2022, une nouvelle accélération des voyages d'affaires est prévue, notamment une reprise significative des réunions de groupe et des voyages d'affaires internationaux.\*

Un retour complet aux niveaux d'avant la pandémie est attendu d'ici à 2025.\*

\*Selon le rapport annuel BTI Outlook de la Global Business Travel Association (GBTA)



# — Ce qu'il faut prévoir

## ⇒ Les nouvelles tendances et attentes de la clientèle

### Destinations

- Suisse et destinations de proximité, notamment pays frontaliers : France, Autriche, Allemagne et Italie
- Destinations de plein air, notamment montagne, grands espaces

### Transport

- Terrestre : voiture et train, mais aussi location de camping car
- Capacités aériennes et ferroviaires réduites
- Transport individuel privilégié

### Hébergement

- Location de maisons de vacances en hausse, mais les Suisses privilégient encore l'hôtel

### Comportement

- Réservations de dernière minute
- Attention particulière portée aux conditions de vente/annulation et plus de recherches d'informations
- Conditionné par les règles officielles des autorités, respect strict des consignes et recommandations officielles



# — La situation sanitaire

## ⇒ Tendances et perspectives

La France reste programmée et garde son potentiel: fort intérêt de la part des professionnels

De nouvelles tendances et habitudes de consommation se profilent sur les sites de réservation en ligne

Les agences vont devoir se réinventer ou adapter leur offre pour répondre aux nouvelles attentes de la clientèle

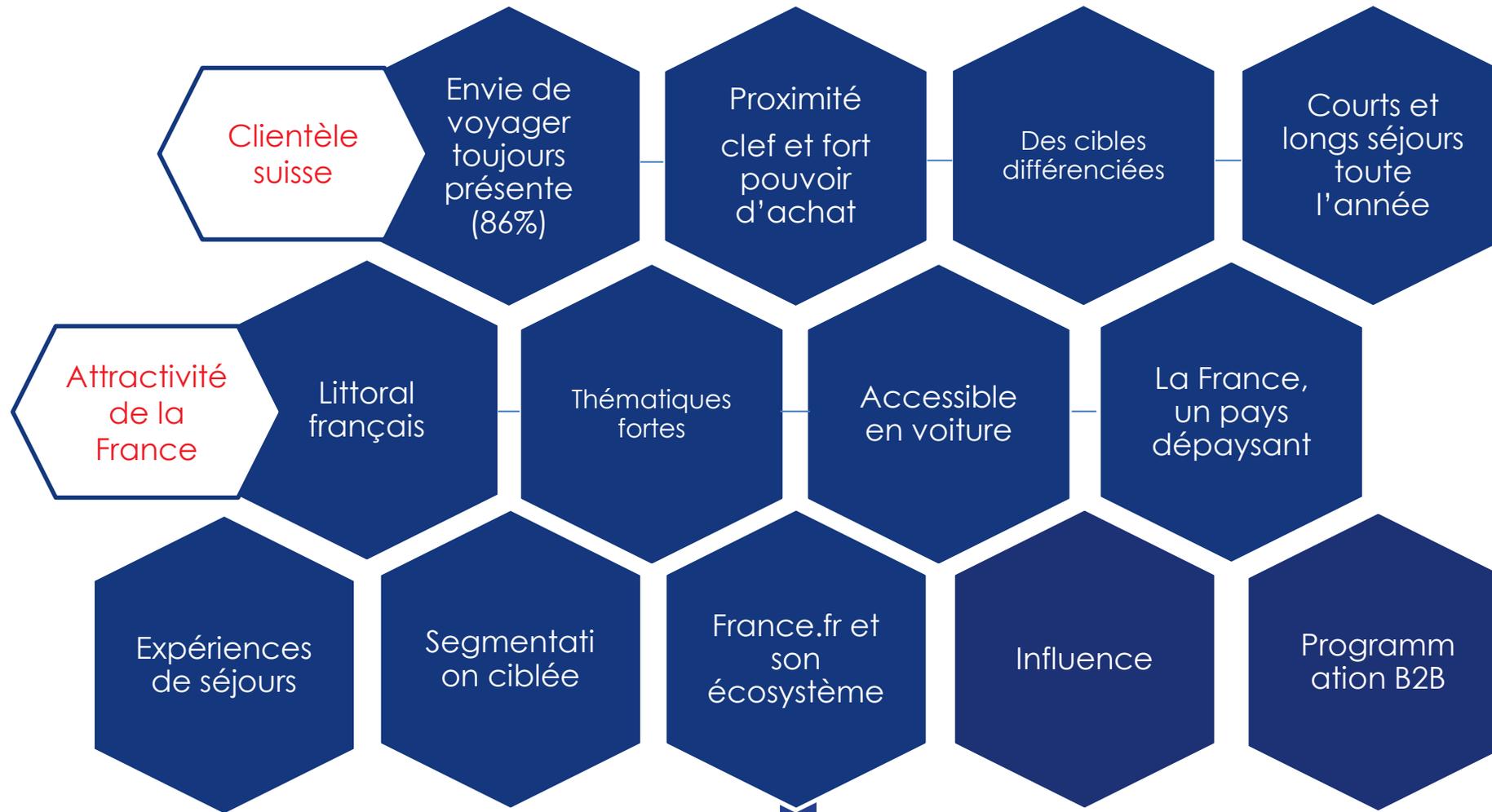
De nouveaux critères émergent (rapport qualité/prix, hygiène, plus proche de la nature)



## 2. ENJEUX & PRIORITÉS STRATÉGIQUES ATF

# — Enjeux & priorités stratégiques ATF

## ⇒ Démarche & Stratégie ATF



# — Tendances, ce qu'il faut prévoir

## ⇒ Un marché mature mais avec des opportunités :

### Un marché mature

- Séjours et dépenses
- Intermédiation

### Plusieurs Suisses

Suisse romande, Suisse alémanique

- Langues et influences culturelles
- Attentes et comportements des voyageurs
- Notoriété de certaines destinations françaises

### Toujours des opportunités

- Voyages d'affaires
- Courts et longs séjours
- Des arrivées en légère baisse (-3,4%) mais des nuitées en augmentation (+4,9%) entre 2017 et 2018, montrant un allongement de la durée des séjours dans l'Hexagone

### Un marché résilient

La France, la première destination des suisses

- Proximité
- Accessibilité en voiture
- Un lien avec la France



# — Les tendances « slow tourisme » en Suisse

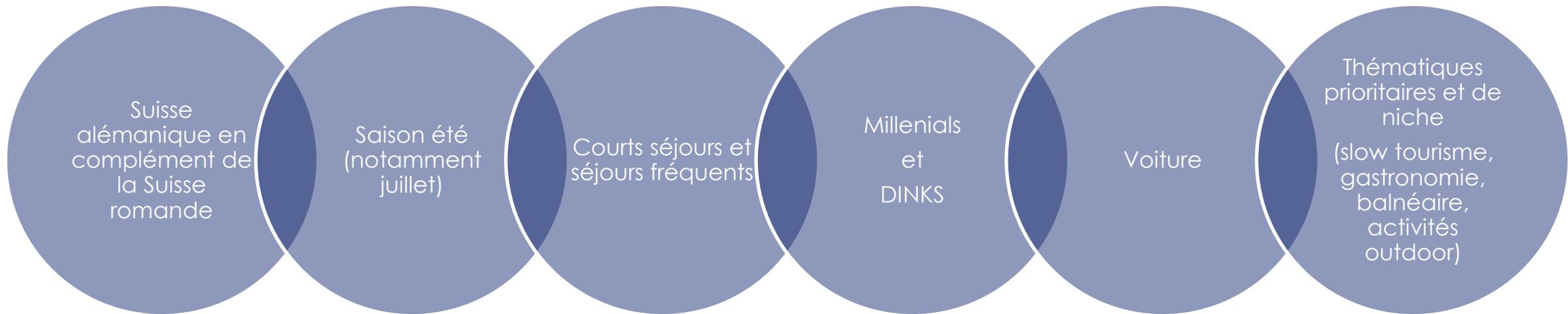
## ⇒ Tendances de consommation:

- **Prendre l'avion moins souvent** ou y renoncer totalement est déjà une réalité pour ¼ des suisses.
- **Les Suisses privilégient les transports terrestres** notamment la voiture mais aussi le train. Les Suisses sont ceux qui font le plus de km en train en Europe. On note aussi une augmentation de la location des camping-cars et vans.
- Les Suisses sont parmi les **plus grands consommateurs de produits bio** de la planète (+13,3% en un an). Ils consomment aussi local: 2/3 des fromages et 80,6% de la viande consommés en Suisse proviennent de Suisse
- **Les suisses partent en vacances pour:**
  - **46 % la nature et les paysages**
  - 41 % le climat favorable
  - 34 % le balnéaire, la proximité avec la mer



# — Enjeux & priorités stratégiques ATF

## ⇒ Démarche & Stratégie ATF



---

**Fil vert 2021 : slow tourisme**



# 3. LES ACTIONS CLEFS DE NOTRE MARCHE

## — Actions clefs

### ⇒ Campagne Paneuropéenne

Campagne pour relancer la destination  
France sur les marchés européens  
Avril 2021



# — Actions clefs

⇒ **Grand public : nos nouvelles campagnes**

Les paysages dépaynants de France  
Avril 2021



Un patrimoine naturel préservé  
Septembre 2021



# — Actions clefs

## ⇒ Événements virtuels

### Tournée médiatique numérique

- 2 et 3 février, thématique : tourisme durable

### Webinaire presse

- 26 et 27 mai, thématique: nouveautés de l'été

### Tournée médiatique en présentiel

- 21 et 22 septembre 2021, thématique : gastronomie

### Workshop France B2B

- 3 et 4 juin 2021





**MERCI VOTRE ATTENTION !**



## L'EQUIPE ATOUT FRANCE EN SUISSE

Frédéric Meyer – Directeur  
[Frederic.meyer@atout-france.fr](mailto:Frederic.meyer@atout-france.fr)

Eva Joulain – Marketing et veille  
[Eva.joulain@atout-france.fr](mailto:Eva.joulain@atout-france.fr)

Olivia Bosshart – Presse et RP  
[Olivia.bosshart@atout-france.fr](mailto:Olivia.bosshart@atout-france.fr)

Emmanuelle Meyer – Promotion et MICE  
[Emmanuelle.meyer@atout-france.fr](mailto:Emmanuelle.meyer@atout-france.fr)

Jessica Davies – E-marketing  
[Jessica.Nyema-Davies@atout-france.fr](mailto:Jessica.Nyema-Davies@atout-france.fr)

Anne Flambard – Comptabilité  
[Anne.flambard@atout-france.fr](mailto:Anne.flambard@atout-france.fr)



**A partir du 2 avril, nouvelle adresse:**  
Neumarkt 6, 8001 Zürich

Nos numéros de téléphone et adresses emails restent inchangés.

**A** T O U T  
F R **A** N C E

Agence de développement  
touristique de la France