

Le Marché Suisse

La Suisse est un petit marché proche, hors zone € et hors UE, avec une économie forte, moins sensible aux variations de la croissance en Europe. Considérée comme un paradis fiscal (1er centre financier offshore mondial), elle accueille une forte population étrangère (23%). La "Suisstitude" caractérise la population : un mélange de ponctualité, fiabilité, discrétion, précision, amour de l'ordre,...

Il existe en fait deux marchés distincts : la Suisse francophone (romande) et la Suisse germano/italophone. Sa proximité et sa stabilité assurent un flux de fréquentation continu. La France accueille plus de 6 millions de séjours suisses.

La Côte d'Azur

C'est la destination méditerranéenne la plus proche du marché. La Suisse figure au 8^{ème} rang des marchés étrangers (10^{ème} en 2010). Sa contribution à la fréquentation étrangère dépasse les 5%, et augmente du fait de la crise en Europe. La Côte d'Azur accueille 8,9% des nuitées hôtels en France. **La part de marché est moyenne et stable.**

Principales régions d'origine : près de 50% viennent du Léman, plus de 20% de Zurich, 12% du Mittelland, 8% du Nord-Ouest, 5% du Centre, 2% du Ticino

Chiffres clés

- 285 000 séjours de 5,5 nuits en moyenne, dont :
- 133 000 séjours en hôtels et résidences
- 124 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 2500 résidences secondaires

Dépense : 109€/jour, 559€/séjour

Période de réservation (GDS avion) : NC

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 47%, juillet-août = 26%, hiver = 22%. Pointe en juillet (15%)

Visiteurs avion : 55% repartent sur les vols vers Genève, 26% vers Zurich, 11% vers Bâle, 3% vers Paris

Pouvoir d'achat du Franc Suisse en France



😊 Points forts

- proximité et stabilité
- pouvoir d'achat élevé, et forte hausse du Franc suisse
- bon étalement des séjours avec part limitée pour l'été et nette progression de la demande hôtelière en Nov.-Déc.
- diversité de profils socio-démos : seniors, familles, jeunes, couples
- forte dépense par personne (dép moy. : 109€/jour), notamment en shopping
- plus de la moitié des séjours hôtels en 4-5*

Ce marché n'inclut que la Suisse, soit une population de 8 millions d'habitants (âge moyen : 40 ans).

PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2014 : **+1,9%/an**

Dépenses à l'étranger

12,5 milliards €, au 22^{ème} rang mondial en 2014 - Tendance annuelle moyenne 2005-2014 : **+6,5%**

Nombre de jours de congés payés

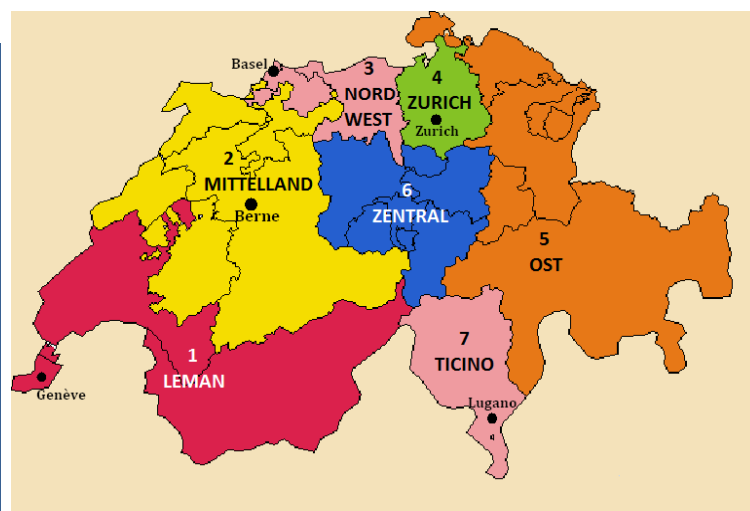
20 + 9 jours fériés = **29**

Visa nécessaire pour la France : NON si -3 mois

Particularités du calendrier : fête nationale le 1er août, jeûne fédéral le 21 septembre

C'est un marché...

- ouvert sur le monde et la finance internationale
- de proximité, mais bien desservi par les low cost
- partiellement francophone
- de connaisseurs, déjà venus le plus souvent
- majoritairement de loisirs
- de courts séjours avion (près de 1 séjour avion sur 2)
- pour l'hôtellerie 3-4-5* et la location



Période	Variation
5 ans	+32,77%
3 ans	+15,00%
1 an	+16,74%
6 mois	+15,19%

L'évolution du pouvoir d'achat des Suisses en France (€ pour 1 Franc Suisse) est positive sur les dernières années, soit un gain de 33% en 5 ans, et même de 15% en 6 mois.

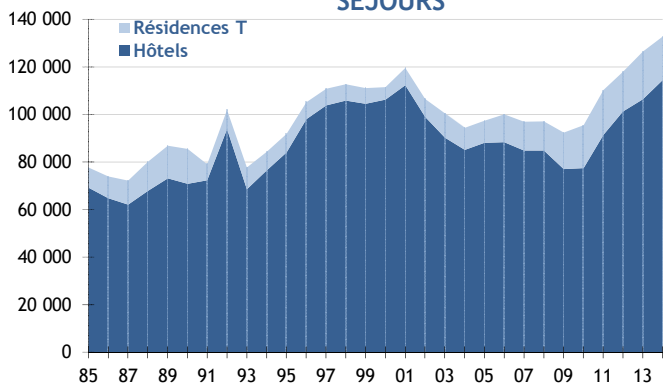
☹️ Points faibles

- taux de primo-visiteurs faible (17%)
- faible pénétration du marché non francophone (80% de la population, 50% des touristes Côte d'Azur)
- L'insatisfaction exprimée concerne 4% des visiteurs, et porte surtout sur la qualité de l'hébergement et la propreté

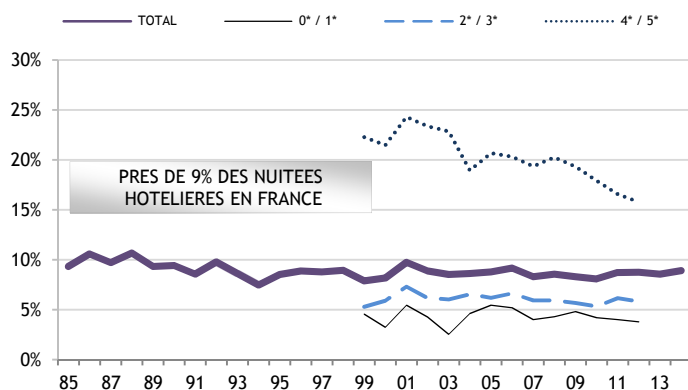
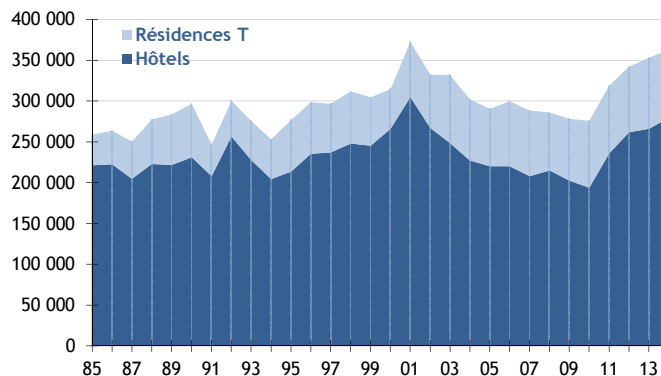
OBSERVATOIRE DU TOURISME DE LA CÔTE D'AZUR

Les séjours suisses en hôtels et résidences ont progressé jusqu'en 2001, avant de chuter et retrouver leur niveau antérieur en 2009-10 (avec hausse dans les résidences de tourisme). Depuis 2010, ce marché progresse de nouveau, dans les hôtels comme dans les résidences. Le record de 2001 a été battu en 2013, et de nouveau en 2014 avec plus de 130 000 séjours (mais moins de nuitées qu'en 2001). La part des résidences sur le cumul des deux hébergements marchands s'élève à 15% des séjours et 24% des nuitées, une part élevée.

SEJOURS



NUITEES



PART DE MARCHÉ COTE D'AZUR

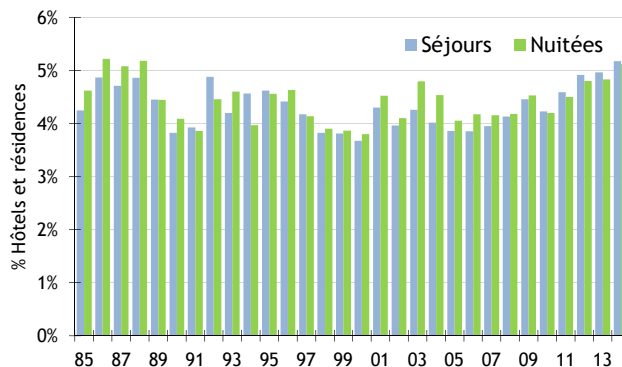
Sur le total des nuitées hôtelières passées en France, les Suisses en réalisent 8,9% sur la Côte d'Azur, une part plutôt moyenne et stable sur les dernières années. Le taux de 10% a toutefois été atteint certaines années, en 2001 notamment.

Selon les catégories, on observe une part élevée (16%) mais en baisse pour les 4-5*, une stabilité pour les 2-3* (5,8%) et de plus fortes fluctuations pour les 0-1* avec un niveau assez bas (3,8%).

La part des Suisses dans la fréquentation étrangère des hôtels et résidences a baissé durant les années 90, s'est stabilisée autour de 4%, puis a recommencé à croître à partir de 2006 et cette tendance se poursuit. Elle dépasse à présent les 5%. La Suisse redevient un marché contributif important dans le contexte de crise économique en Europe.

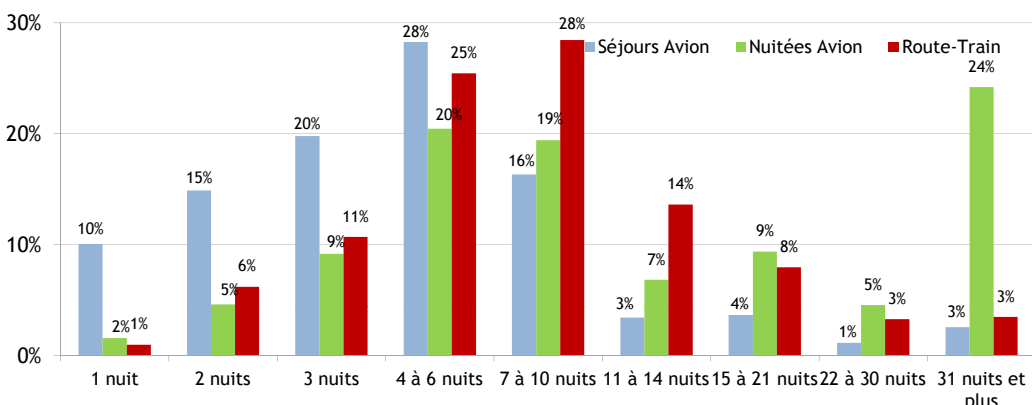
La part des nuitées est un peu plus faible que celle des séjours, en raison d'une durée de séjour assez courte.

CONTRIBUTION DES SUISSES A LA FREQUENTATION ETRANGERE

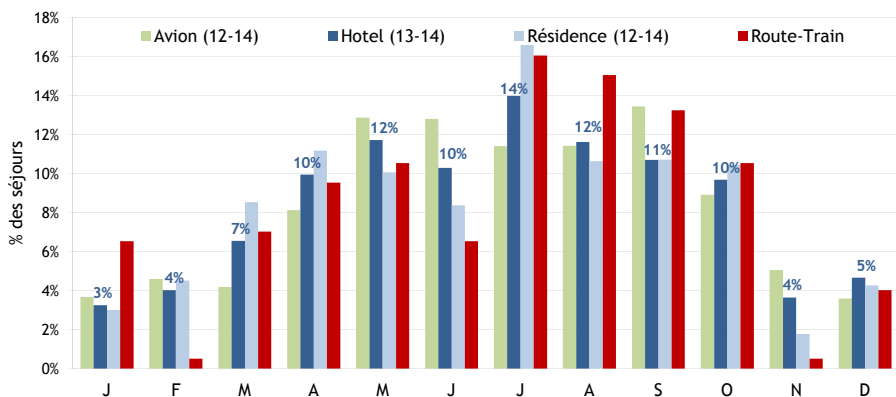


DUREES DE SEJOUR

La durée des séjours des Suisses est plutôt faible sur la Côte d'Azur. Les séjours par avion durent 6,5 nuits en moyenne (7 pour le Loisirs et 3,3 pour l'Affaires). Les séjours Loisirs Marchand durent seulement 4,8 nuits et les non Marchand 9,4 nuits. Les courts séjours (1 à 3 nuits) groupent près de la moitié des séjours avion. Dans l'hôtellerie, les séjours durent 2,5 nuits en moyenne, et 4,6 nuits dans les résidences. Pour les séjours avion, le principal segment est de loin le 4-6 nuits, soit 30% des cas. Les séjours de plus de 3 semaines génèrent près de 3 nuitées avion sur 10. Pour les séjours route-train, le principal segment est celui des 7-10 nuits et la durée moyenne s'élève à 11,1 nuits.



	Durée	Nuits
	Hôtels	2,5
	Résidences	4,6
	Hôtels+Rés.	2,8
Avion 12-14	Moyenne	6,5
	Loisirs	7,0
	Dont Hébergement marchand	4,8
	Dont Hébergement non-marchand	9,4
	Affaires	3,3
	Dont MICE	3,6
	Dont Autres affaires	3,1
	Route - Train	11,1



Hotels + Résidences		
13-14	SEJOURS	NUITEES
J	3,2%	3,2%
F	4,1%	4,1%
M	6,9%	6,6%
A	9,9%	9,5%
M	11,4%	10,5%
J	10,0%	9,3%
J	14,4%	15,9%
A	11,6%	13,0%
S	10,6%	10,6%
O	9,9%	10,3%
N	3,3%	2,8%
D	4,6%	4,2%

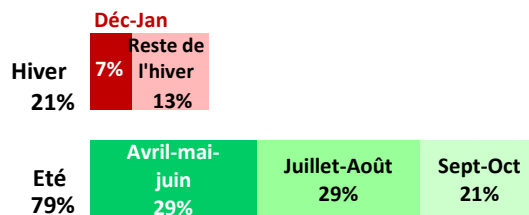
Les séjours suisses sont très bien répartis sur l'année, avec une montée en puissance progressive de Janvier à Juillet. Octobre bénéficie d'une belle fréquentation, mais Novembre est faible dans les résidences. Les séjours route-train sont surtout nombreux entre Juillet et Octobre (Février-Novembre non représentatifs sur cet échantillon).

Attention : les taux indiqués portent sur les séjours hôtels ; les séjours en hôtels-résidences sont affectés au mois d'arrivée, tandis que les séjours par avion sont affectés au mois de départ, l'enquête étant réalisée à l'embarquement.

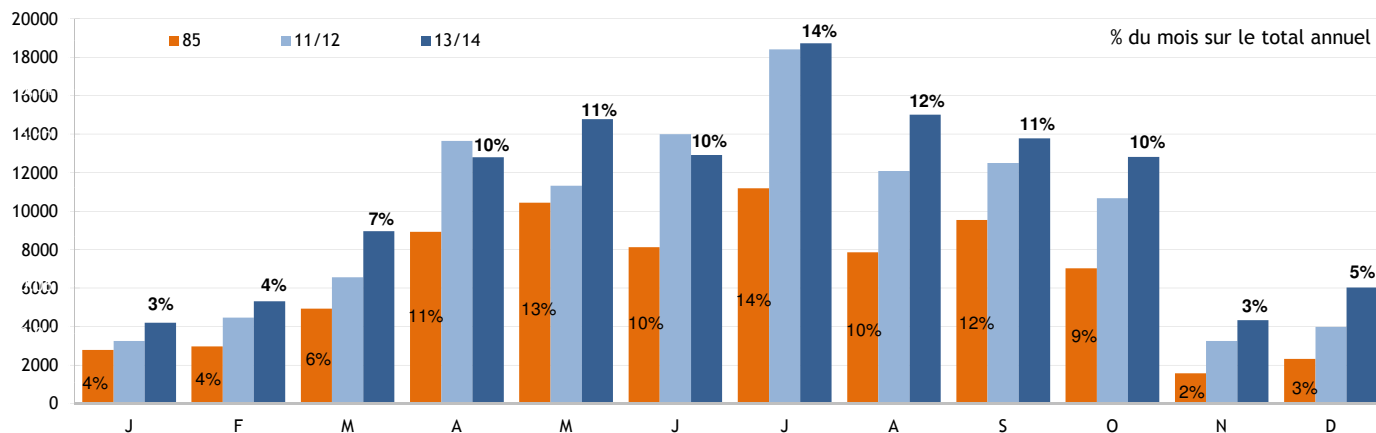
Les nuitées hébergements sont bien réparties entre Mars et Octobre, avec Juillet comme mois de pointe (15,9%). Les mois de Mai et de Juillet, Août, Septembre et Octobre pèsent chacun pour plus d'une nuitée sur 10. Novembre et Janvier sont les mois les moins fréquentés. La période de Juin à Septembre représente 49% du total annuel, une relativement faible.

L'évolution des séjours hébergements depuis 1985 (en volume) montre une forte croissance de la demande pour tous les mois entre Mars et Décembre. Elle est surtout marquée en fin d'année, soit +176% en Novembre et +159% en Décembre. La progression de Mars est bien nette aussi (+82%). La croissance a été plus modérée pour Janvier, Avril-Mai et Septembre. Concernant la part de chaque mois, on note entre 85 et 2013/14 une croissance de la part des séjours réalisés en Mars, Août, Octobre, Novembre et Décembre.

NUITEES 2013/14 - HOTELS ET RESIDENCES



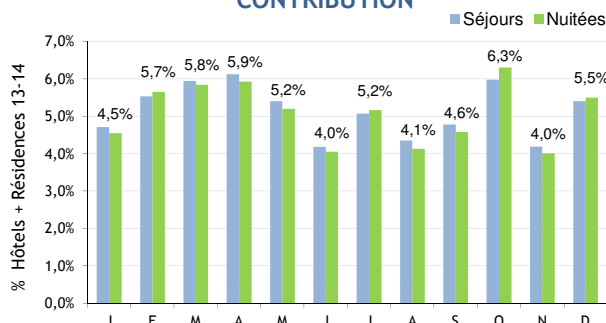
EVOLUTION DES SEJOURS EN HOTELS ET RESIDENCES PAR MOIS



POTENTIEL MENSUEL

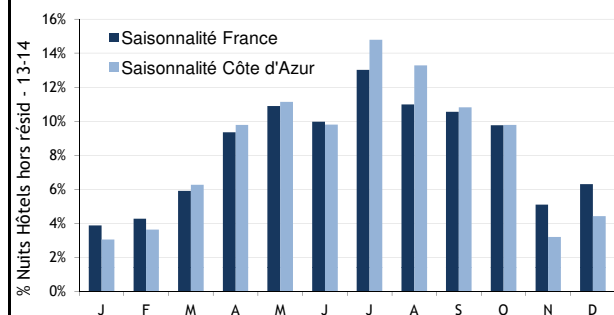
La part des Suisses sur l'ensemble des nuitées étrangères en hébergements Côte d'Azur (contribution) varie de 4% en Juin à 6,3% en Octobre. Le marché suisse représente une cible importante pour tous les mois et surtout en Mars-Avril, en Octobre et en Décembre. La part de marché Côte d'Azur/France varie de 5,5% en Novembre à 10,6% en Août. Si on compare la distribution mensuelle des nuitées entre la France et la Côte d'Azur, on constate un petit potentiel en faveur des mois de Janvier-Février et surtout en Novembre-Décembre, avec une présence importante en France mais moindre sur la Côte d'Azur.

CONTRIBUTION

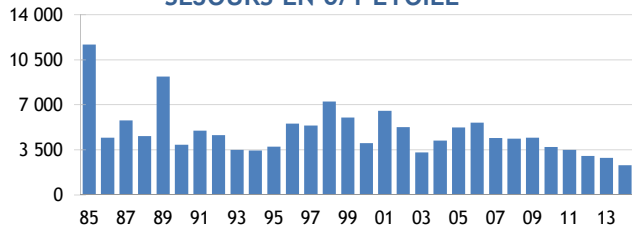


PDM 06/F	
J	6,9%
F	7,4%
M	9,3%
A	9,1%
M	8,9%
J	8,6%
J	9,9%
A	10,6%
S	9,0%
O	8,8%
N	5,5%
D	6,1%

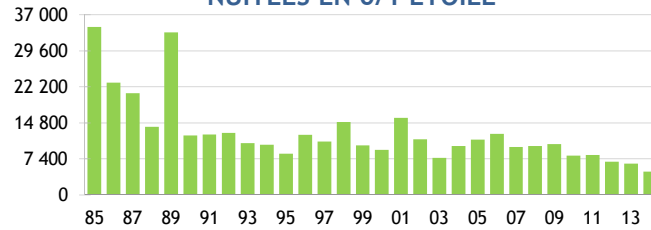
POTENTIEL SUR LA FRANCE



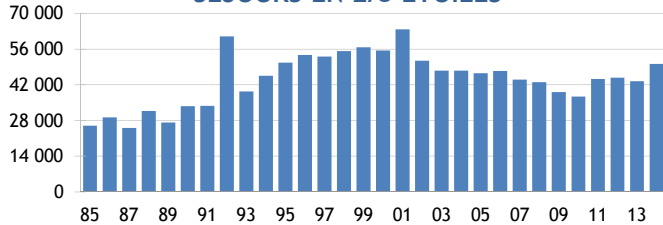
SEJOURS EN 0/1 ETOILE



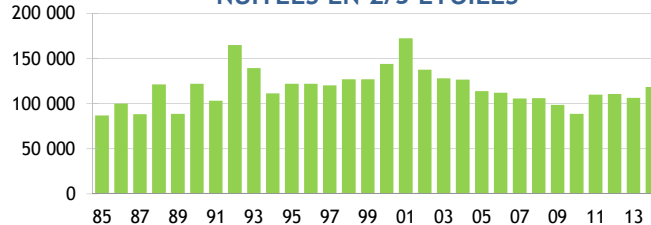
NUITEES EN 0/1 ETOILE



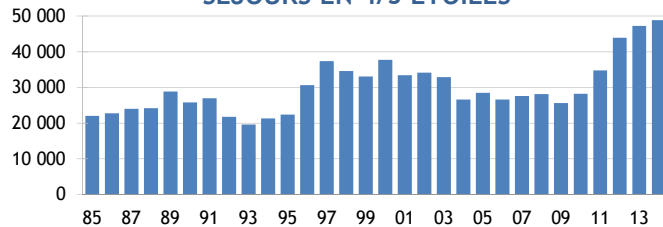
SEJOURS EN 2/3 ETOILES



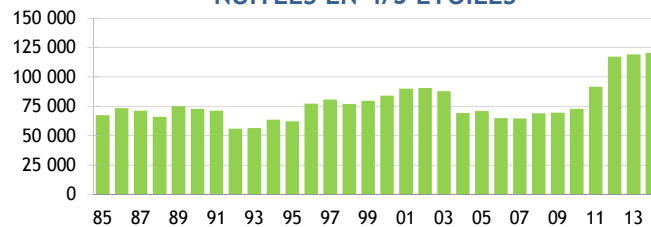
NUITEES EN 2/3 ETOILES



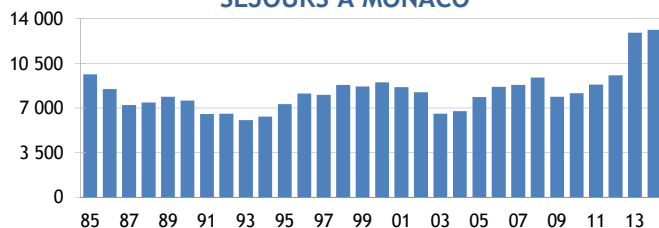
SEJOURS EN 4/5 ETOILES



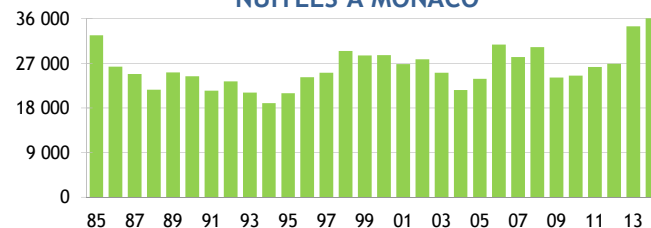
NUITEES EN 4/5 ETOILES



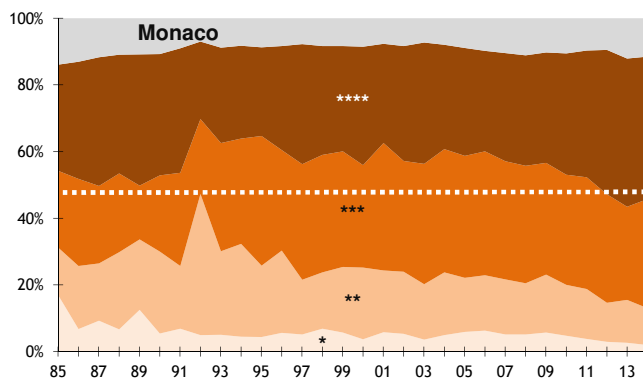
SEJOURS A MONACO



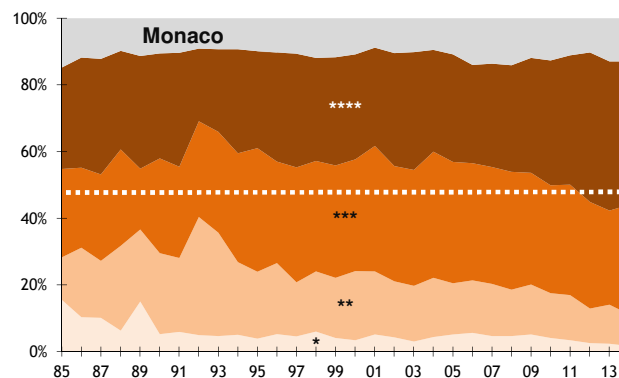
NUITEES A MONACO



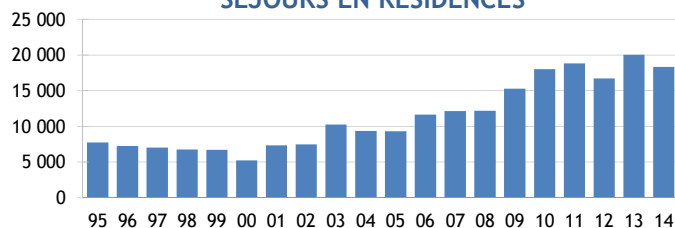
REPARTITION DES SEJOURS HOTELS



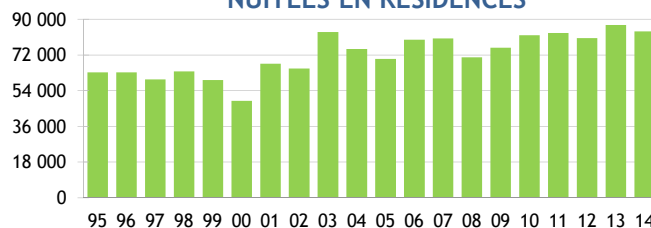
REPARTITION DES NUITEES HOTELS



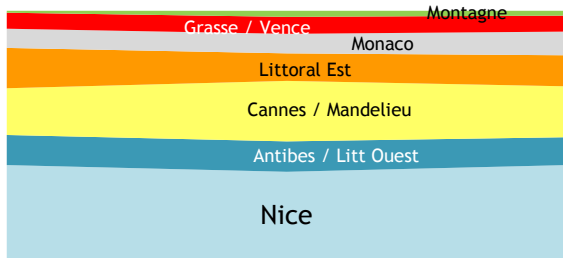
SEJOURS EN RESIDENCES



NUITEES EN RESIDENCES



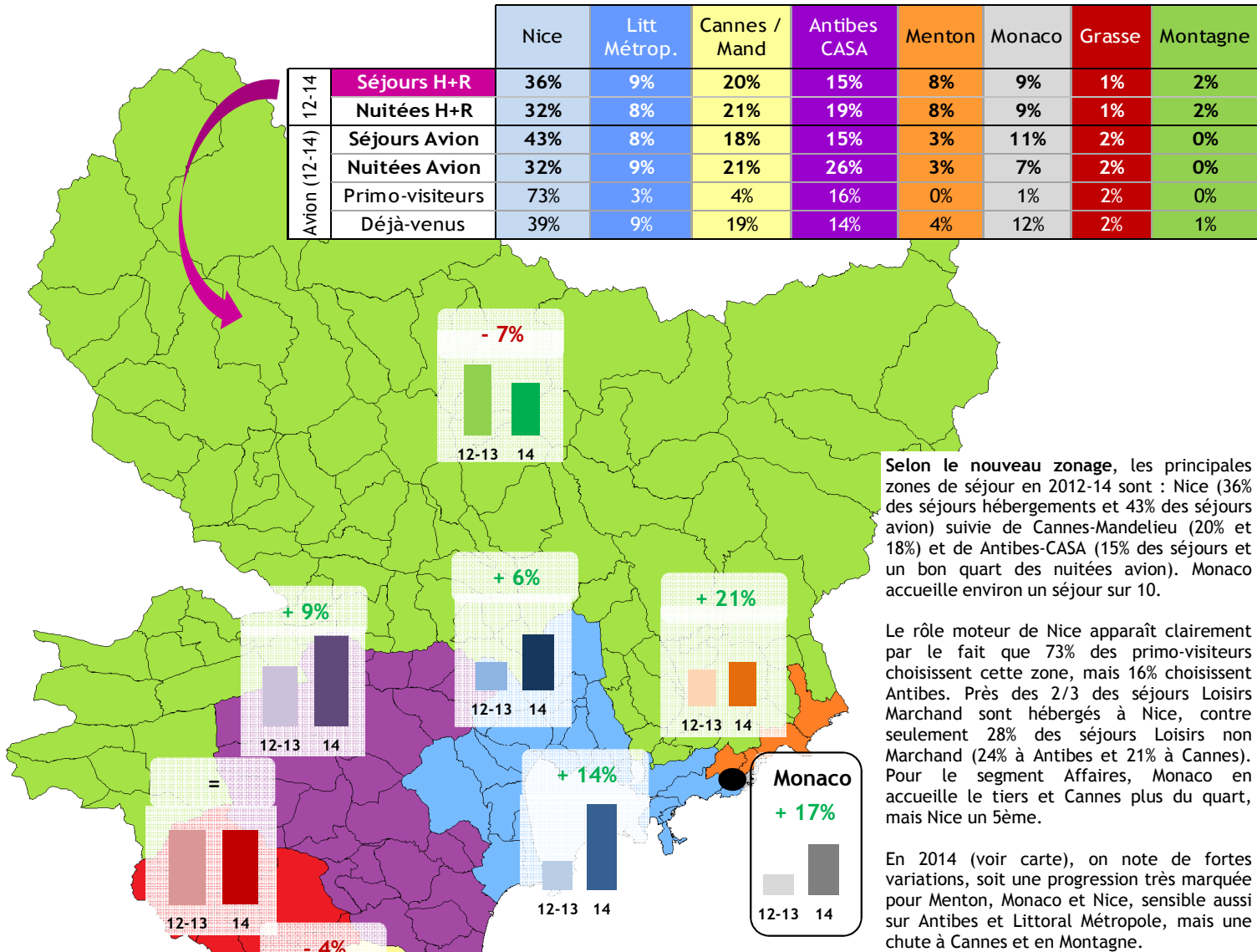
TENDANCES HOTELS 92-2012 - ANCIEN ZONAGE



1992 2002 2012

Historiquement, les Suisses se répartissaient bien sur l'ensemble des zones littorales, avec une part de Nice à environ 38%. Le Littoral Est avait vu sa part baisser de 3 points, surtout au profit de Monaco (+2 points).

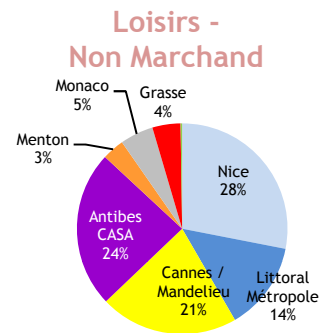
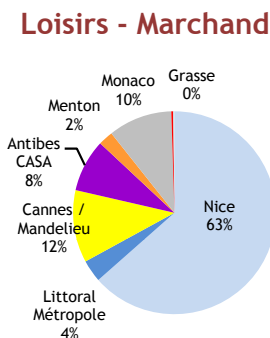
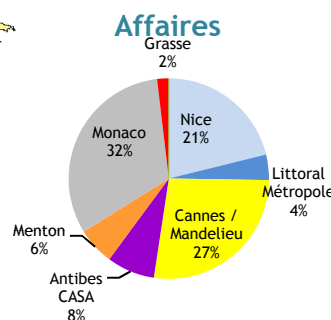
La part de Cannes-Mandelileu avait gagné 5 points entre 92 et 2002 avant de redescendre à 21%.

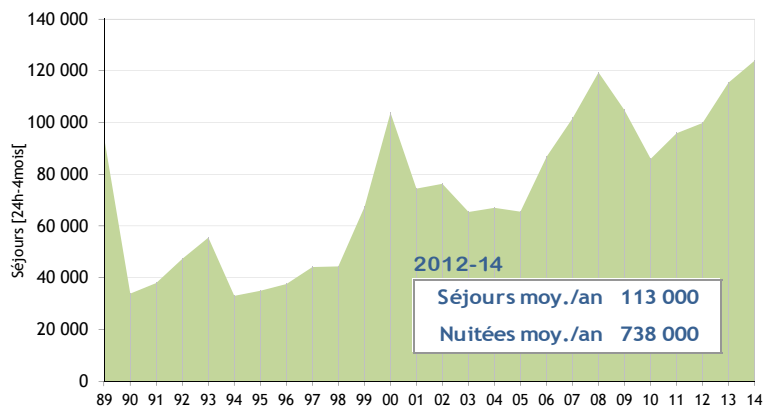


Selon le nouveau zonage, les principales zones de séjour en 2012-14 sont : Nice (36% des séjours hébergements et 43% des séjours avion) suivie de Cannes-Mandelieu (20% et 18%) et de Antibes-CASA (15% des séjours et un bon quart des nuitées avion). Monaco accueille environ un séjour sur 10.

Le rôle moteur de Nice apparaît clairement par le fait que 73% des primo-visiteurs choisissent cette zone, mais 16% choisissent Antibes. Près des 2/3 des séjours Loisirs Marchand sont hébergés à Nice, contre seulement 28% des séjours Loisirs non Marchand (24% à Antibes et 21% à Cannes). Pour le segment Affaires, Monaco en accueille le tiers et Cannes plus du quart, mais Nice un 5ème.

En 2014 (voir carte), on note de fortes variations, soit une progression très marquée pour Menton, Monaco et Nice, sensible aussi sur Antibes et Littoral Métropole, mais une chute à Cannes et en Montagne.





Près de la moitié des séjours suisses sont effectués par avion jusqu'à Nice-Côte d'Azur, un taux élevé au regard de la proximité, qui s'explique par la barrière alpine. Grâce au renforcement de l'offre aérienne, notamment low cost, ce segment est en progression rapide depuis 98. Le cap des 120 000 séjours avion a été atteint en 2008 et est de nouveau dépassé en 2014, qui marque un nouveau record.

Les séjours par avion durent en moyenne 6,5 nuits, mais plus de 9 nuits pour le Loisirs non Marchand, contre seulement 5 nuits en Loisirs Marchand. Pour ce dernier, le principal segment est de loin celui des 4-6 nuits. Pour le Loisirs non Marchand, c'est aussi le 4-6 nuits mais les 7-10 nuits sont très nombreux aussi. Pour l'Affaires c'est le 2 nuits (un tiers).

Le taux de satisfaction est plutôt bon avec 85% de "très satisfaits", mais on note aussi plus de 4% d'insatisfaits. Le taux de primo-visiteurs est faible à seulement 17% (28% pour le Loisirs Marchand), rendant difficile le renouvellement de la clientèle.

La dépense moyenne est élevée à 109€ par jour/pers. et la dépense par séjour s'élève à 559€. Le segment "basse contribution" concerne 15% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 20%.

La clientèle est âgée de 44 ans en moyenne, voire 46 ans en Loisirs non Marchand. Le principal segment âge en Loisirs est le 60 ans et + (25%).

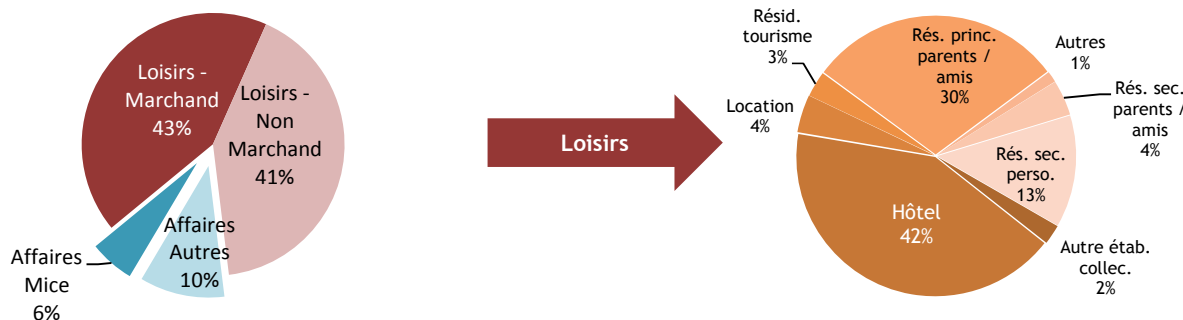
2012-14	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	6,5	4,8	9,4	3,3
Age moyen	44	42	46	43
Nb Personnes	1,6	1,9	1,5	1,3
Taux 1 ^{ère} visite	18%	28%	9%	12%
Dépense/séjour	559 €	510 €	564 €	693 €
Dépense/jour	109 €	113 €	88 €	206 €
> 200€ / jour	20%	21%	10%	47%
De 30 à 200€ / jour	65%	71%	63%	52%
<30€ / jour	15%	8%	27%	2%
Satisfaction				
Très satisfaits	85,1%	88,4%	82,1%	84,6%
Satisfaits	10,6%	4,4%	15,3%	13,7%
Non entier. satisfaits	4,3%	7,2%	2,5%	1,8%

SEGMENTATION CIBLES

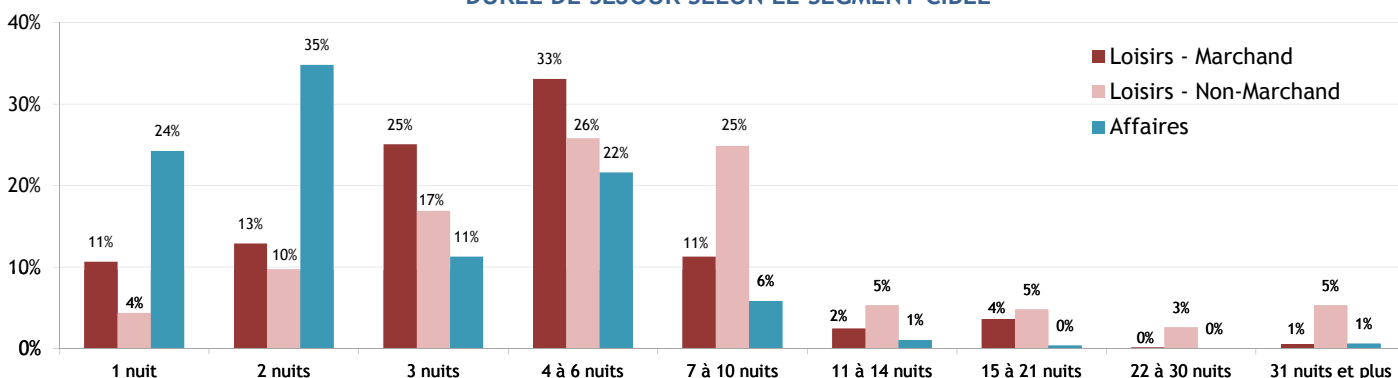
Le segment Loisirs Marchand regroupe 43% des séjours avion, contre 41% pour le Loisirs non Marchand. Le segment Affaires se limite à 16%, dont seulement 6% en MICE.

Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est de loin l'hôtel, avec 42%, devant les parents et amis (30%). La location ne concerne que 7% des séjours avion, mais les résidences secondaires en regroupent près de 20%.

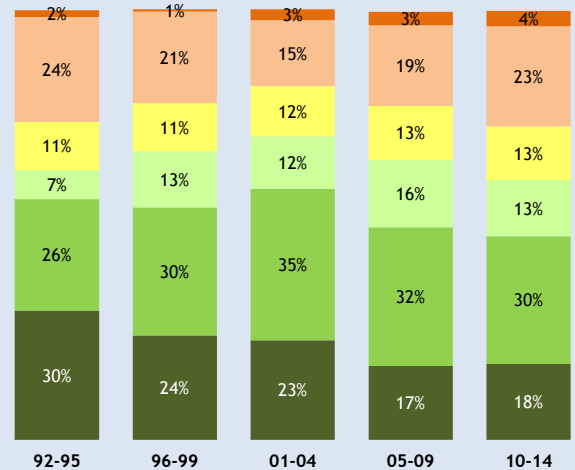
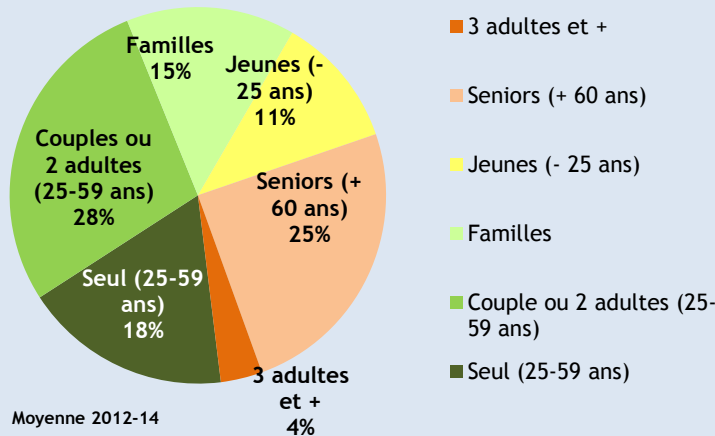
SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



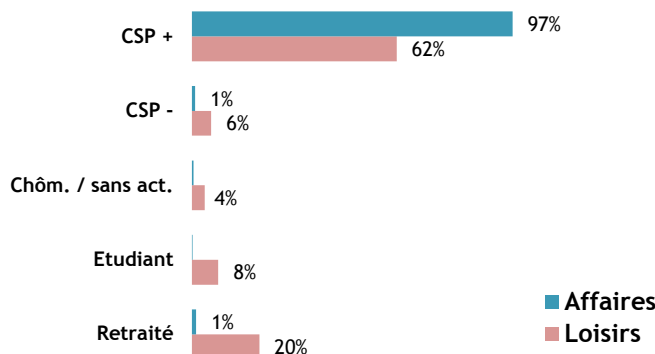
TYPLOGIE LOISIRS AVION



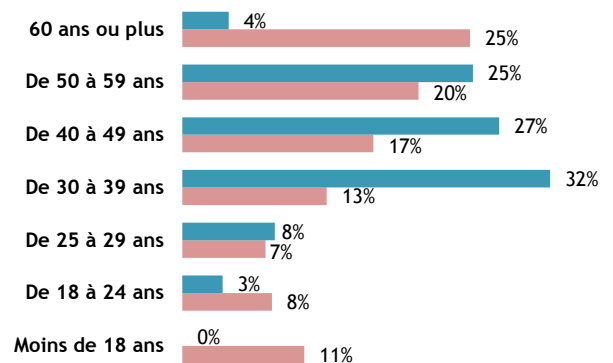
Les Suisses à motif Loisirs voyagent le plus souvent à deux adultes, soit 28% des cas. Les autres cas se répartissent de façon assez équilibrée. 18% sont des adultes voyagent seuls (mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place). Le segment Familles représente 15% (incluant 1,5 enfant en moyenne), devant le segment Jeunes (11%) mais derrière le segment Seniors (25%). Seuls 4% voyagent à 3 adultes ou plus (hors groupes constitués, non dénombrés).

Sur deux décennies, l'évolution est favorable au segment "couples-2 pax" ainsi qu'aux familles (doublement de la part) et aux jeunes (+ 2 pts). La part des Seniors avait reculé entre 92 et 04 (-9 pts), mais remonte depuis. On note aussi une baisse importante pour les voyageurs seuls.

CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE (répondant, hors accompagnants)



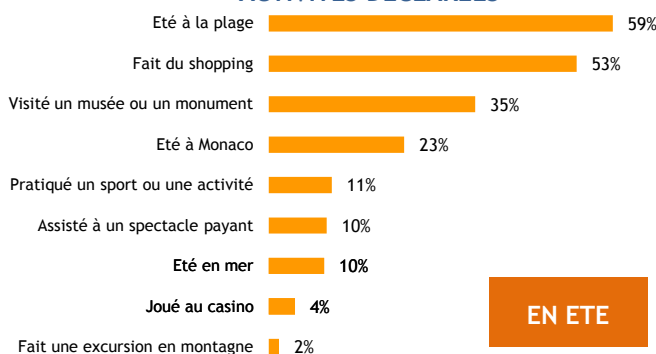
SEJOURS PAR CLASSES D'AGE (hors moins de 15 ans voyageant seul)



SEGMENT LOISIRS

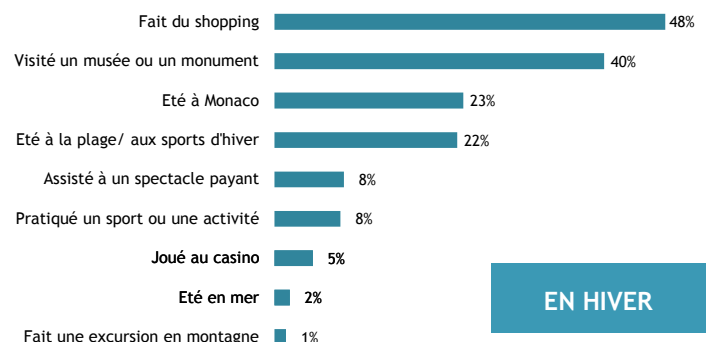
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout la plage (59%), le shopping (53%) et la visite de musée-monument (35%). En hiver, c'est le shopping qui vient en tête avec 48%, devant la visite de musées et monuments (40%), et la visite à Monaco (23%). Sur l'année entière 10% pratiquent un sport ou une activité durant le séjour et 9% déclarent avoir assisté à un spectacle payant. La Suisse est à l'avant-dernier rang des marchés pour le taux de visite à Monaco.

ACTIVITES DECLAREES

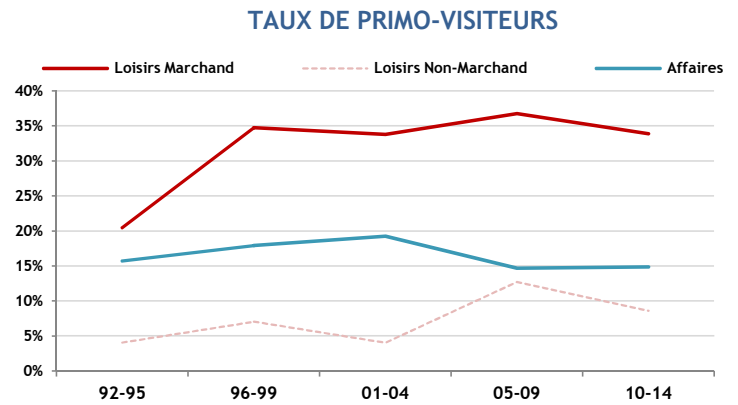
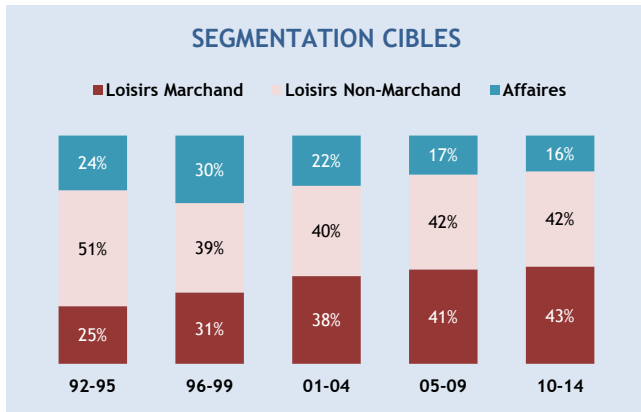


EN ETE

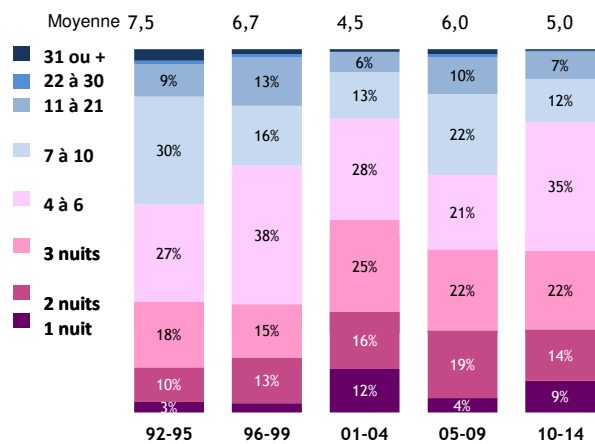
ACTIVITES DECLAREES



EN HIVER



DUREE DE SEJOUR - Loisirs Marchand



Tendances Visiteurs avion Loisirs

SEGMENTATION CIBLES

Forte progression de la part du Loisirs Marchand, surtout au détriment de l'Affaires

TAUX DE PRIMO VISITEURS

En progression pour le Loisirs, stable pour l'Affaires ; pointe en 2005-9

DUREE DE SEJOUR DU SEGMENT LOISIRS MARCHAND

Baisse jusqu'en 04 puis petit rebond. La part des courts séjours a augmenté, celle des 7-10 nuits tend à se réduire et celle des 4-6 nuits à s'élargir, devenant majoritaire

ZONES DE SEJOUR

Nice a accru sa part à près de 45%, au détriment de toutes les autres zones (surtout de Cannes) sauf Menton

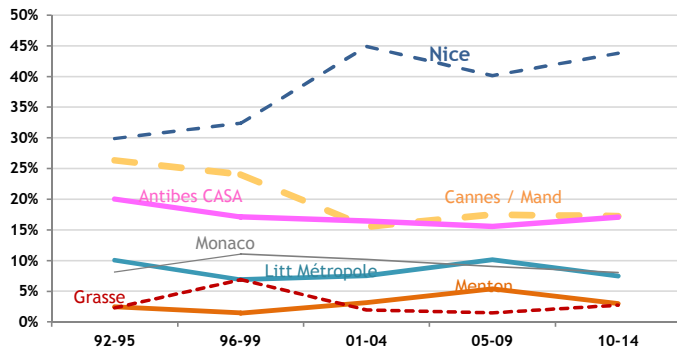
MODES D'HEBERGEMENTS

La part de l'hôtel a augmenté à plus de 40%. Les résidences secondaires sont en chute au profit de la location. Relative stabilité des parents et amis autour de 30%

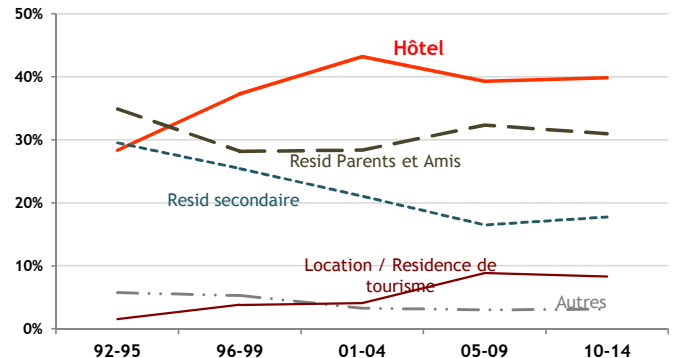
AGE/CSP

Age moyen -5 ans jusqu'en 2004 puis +2 ans ensuite. Hausse des -30 ans, chute et rebond des 60 et +. Baisse et rebond des retraités

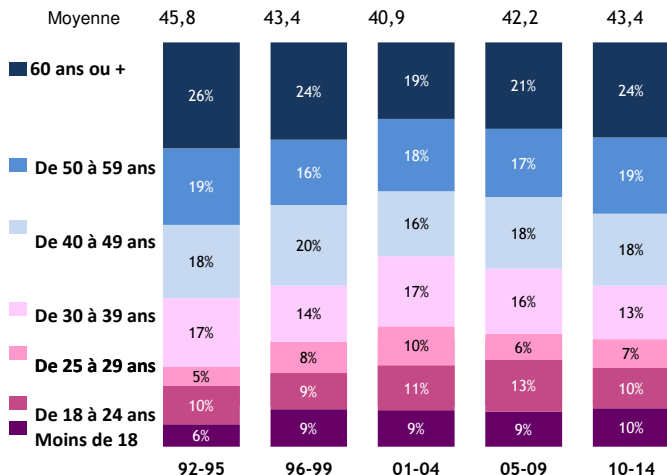
ZONES DE SEJOUR - Loisirs



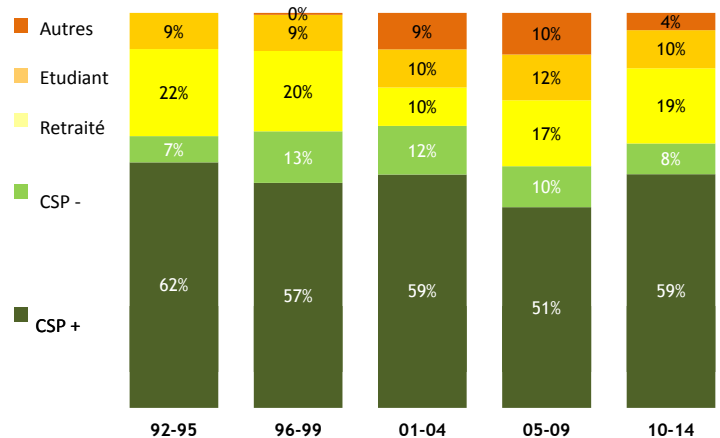
MODES D'HEBERGEMENTS - Loisirs



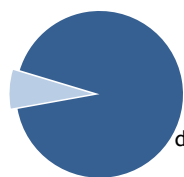
ÂGE DES VISITEURS LOISIRS



CSP DES VISITEURS LOISIRS (répondant)

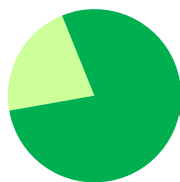


SEJOURS



AVION

CA destination unique 93%



AUTRES MODES

CA destination unique 78%

	Avion	Autres modes
Dép. par jour	86 €	69 €
Dép. par séjour	865 €	724 €
Durée de séjour	10,1	10,4
Nb moy de personnes	1,8	2,2
Taux 1ère visite	35%	29%
Age moy. répondant	44	53

La source d'enquête Visetran permet de comparer les profils des visiteurs selon le mode de transport utilisé, avion ou autres (route et train).

Les Suisses venant par avion séjournent quasi-exclusivement sur la Côte d'Azur au cours de leur voyage, tandis qu'ils sont 78% dans ce cas lorsqu'ils viennent par la route ou le train. Le taux de primo visiteurs est comparable autour du tiers des séjours.

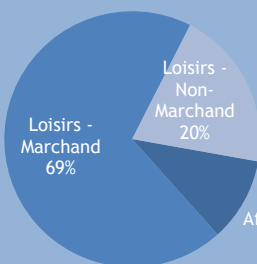
La dépense par jour comme par séjour apparaît un peu plus élevée pour l'avion, et la durée de séjour est identique avec plus de 10 nuits en moyenne.

L'âge moyen (âge du répondant uniquement) est un peu plus élevé pour les autres modes (53 ans) que pour l'avion (44 ans).

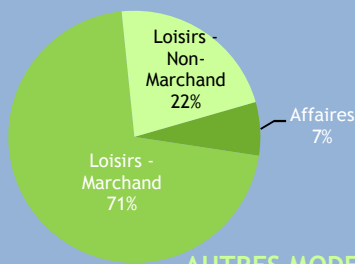
Le segment Loisirs Marchand est majoritaire avec 7 séjours sur 10 quel que soit le mode de transport. Le Loisirs non Marchand représente environ 2 cas sur 10 quel que soit le mode aussi.

Attention : pour des raisons méthodologiques, ces résultats sont surtout représentatifs des visiteurs effectuant un 1er séjour, et les segments "groupes autocars" et "visiteurs affaires" sont sous-représentés dans ces résultats.

SEGMENTATION CIBLES



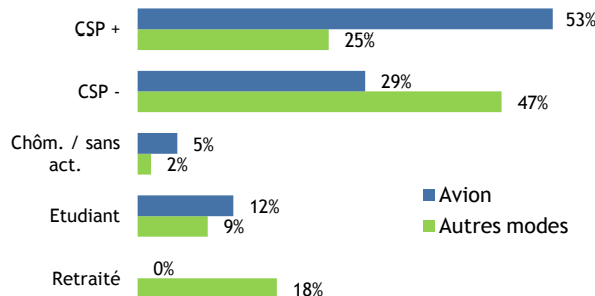
AVION



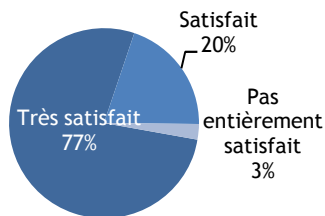
AUTRES MODES

CSP

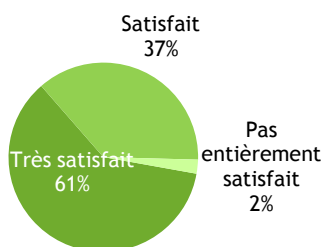
Les visiteurs suisses appartiennent le plus souvent aux catégories CSP+ soit 1/4 des séjours route-train et la moitié des séjours avion. Les CSP- sont plus représentées parmi les visiteurs route-train (près de 1 sur 2). 2 visiteurs route-train sur 10 sont des retraités.



SATISFACTION



AVION



AUTRES MODES

Mots cités spontanément



En positif



En négatif

- | Primo-visit. | Déjà Venus |
|---------------|-------------|
| 1 beautiful | 1 weather |
| 2 weather | 2 nice |
| 3 people | 3 food |
| 4 nice | 4 beautiful |
| 5 friendly | 5 people |
| 6 beaches | 6 wonderful |
| 7 interesting | 7 friendly |
| 8 visit | 8 sunny |
| 9 wonderful | 9 beaches |
| 10 warm | 10 sun |

- hotel
- weather
- niceVille
- expensive
- beaches
- traffic
- bus
- clean
- sand
- streets

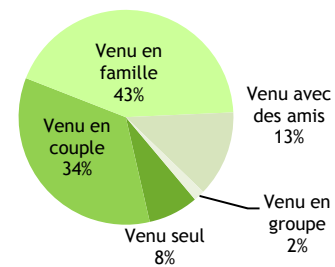
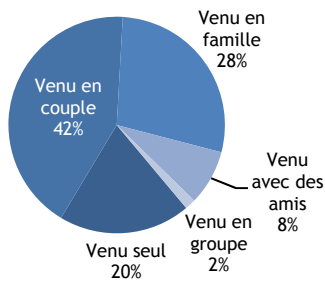
Les Suisses sont très satisfaits de leur séjour dans 77% des cas pour les séjours avion et 61% pour les autres modes. Le taux de satisfaction est moyen, entre un 5ème et un bon tiers des visiteurs sont simplement "satisfaits", et l'on compte 3% des visiteurs ne se déclarant pas entièrement satisfaits. 67% donnent spontanément un commentaire, positif dans 85% des cas. Parmi ces commentaires positifs, les mots "weather", "people" et "beaches" sont les noms communs signifiants qui sont le plus fréquemment formulés par les primo-visiteurs, et les mots "weather", "food" et "people" pour les visiteurs déjà venus. Les mots qualifiants les plus fréquents sont "beautiful", "nice" et "friendly". En négatif apparaissent surtout les termes "hotel", "weather" et "expensive".

% avec commentaires	67%	Nb. Moyen de com.	2,3	Nb. Moyen com. %	Positif 85%	Négatif 15%
---------------------	-----	-------------------	-----	------------------	-------------	-------------

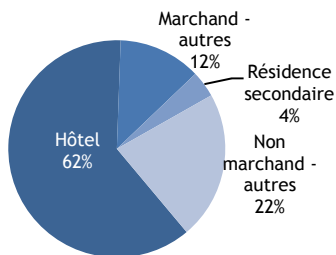
SEJOURS LOISIRS PAR TYPE DE GROUPE

Les visiteurs avion venus en couple sont les plus nombreux pour l'avion (42%), mais pour la route-train le cas le plus fréquent est celui des familles (43%), devant les couples.

Autour de 10% viennent entre amis, quel que soit le mode de transport. Les groupes représentent seulement 2% des séjours (sous estimé ici très probablement).



AVION

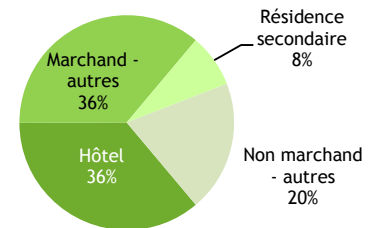


HEBERGEMENT SEJOURS LOISIRS

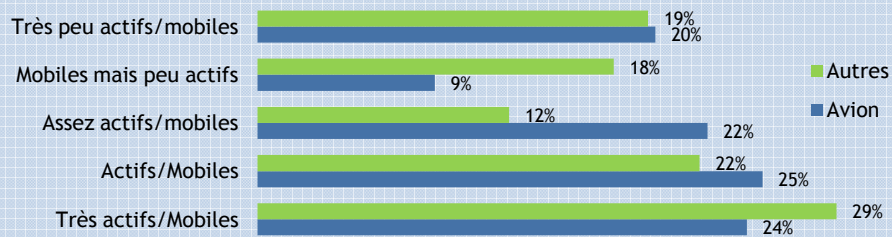
Les visiteurs par avion séjournent à l'hôtel plus de 6 fois sur 10 contre moins de 40% pour la route-train (ces derniers choisissent aussi souvent les autres modes marchands). Les séjours en résidence secondaire sont deux fois plus fréquents pour la route-train.

La part des parents et amis est quasi identique pour les deux modes de transport, soit plus de 20%.

AUTRES MODES



TYPOLOGIE LOISIRS MOBILITE / ACTIVITES



Les Suisses séjournant sur la Côte d'Azur sont soit mobiles/actifs soit peu actifs. 20% sont plutôt sédentaires. Le poids de chaque profil est significatif, sans segment réellement dominant. Concernant les lieux ou activités les plus souvent cités sur la période été, on note surtout la plage, Nice et le shopping. Sur la période hiver, il s'agit surtout de Nice, du shopping et des musées. La montagne est citée par 16% en été et par 26% en hiver. Les casinos sont cités par un quart des Suisses, été comme hiver.

TAUX DE VISITES OU D'ACTIVITES DECLAREES

