

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. Véritable paradis fiscal (1er centre financier offshore mondial), elle accueille une forte population étrangère (25%). La "Suisstude" caractérise la population : un mélange de ponctualité, fiabilité, discrétion, précision, amour de l'ordre,...

Le taux de départ à l'étranger des Suisses est très élevé. 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 6,8 millions de séjours suisses, durant 5,5 nuits en moyenne. C'est son 5ème marché étranger.

La Côte d'Azur

C'est la destination méditerranéenne la plus proche du marché. La Suisse figure au 8ème rang des marchés étrangers (10ème 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 : 50% viennent du Léman, près de 30% de Zurich, 9% du Nord-Ouest, 6% du Mittelland, 3% du Centre, 2% de l'Est-Ticino

Chiffres clés

- 265 000 séjours de 5 nuits en moyenne, dont :
- 130 000 séjours en hôtels et résidences
- 100 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 2700 résidences secondaires

Dépense : 113€/jour, 616€/séjour

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 48%, juillet-août = 24%, hiver = 22%. Pointe en juillet (14%)

Visiteurs avion : 51% repartent sur les vols vers Genève, 31% vers Zurich, 11% vers Bâle, 3% vers Paris

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

PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2018 : +1,8%/an

Dépenses à l'étranger

16,8 milliards €, au 18ème rang mondial en 2019 - Tendance annuelle moyenne 2005-2019 : +6,3%

Nombre de jours de congés payés

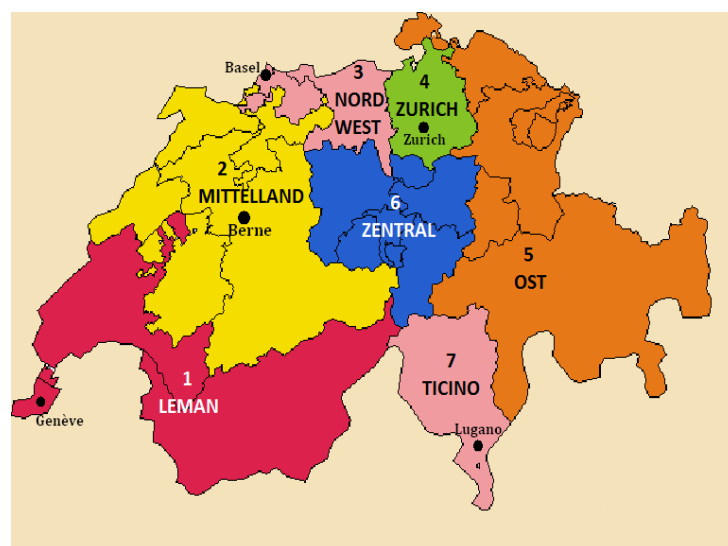
20 + 9 jours fériés = 29

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 et le train
- partiellement francophone
- d'individuels connaisseurs, déjà venus le plus souvent
- majoritairement de loisirs (16% d'Affaires)
- de courts séjours avion (près de 1 séjour avion sur 2)
- pour l'hôtellerie 3-4-5* et la location



Pouvoir d'achat du Franc Suisse en France



L'évolution du pouvoir d'achat des Suisses en France (€ pour 1 Franc Suisse) est positive sur toute la dernière décennie.

Le gain est de l'ordre de 20%, dont environ 10% depuis fin 2017.

Points forts

- proximité et stabilité, diversification hors zone €
- 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. : 113€/jour), notamment en shopping

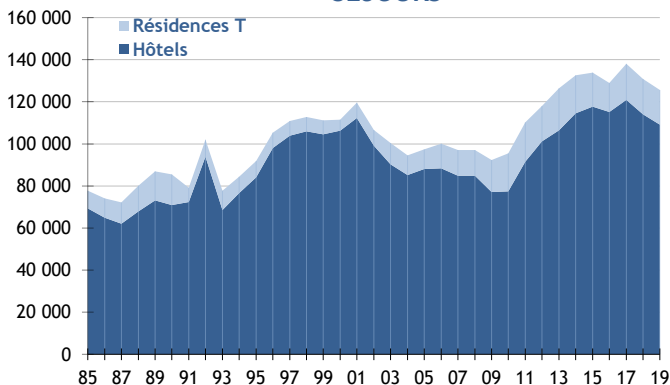
Points faibles

- poids démographique limité
- taux de primo-visiteurs faible (21%)
- image de la destination parfois négative sur les critères accueil, rapport qualité-prix, sécurité
- faible pénétration du marché non francophone (80% de la population, 50% des touristes Côte d'Azur)
- faiblesse du segment Affaires (dernier rang des marchés pour le taux de séjours avion à motif MICE)

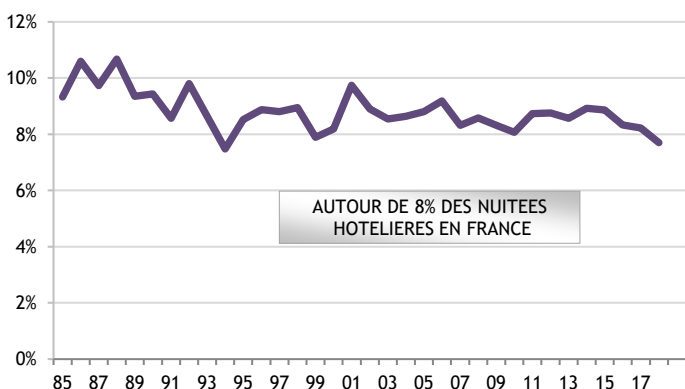
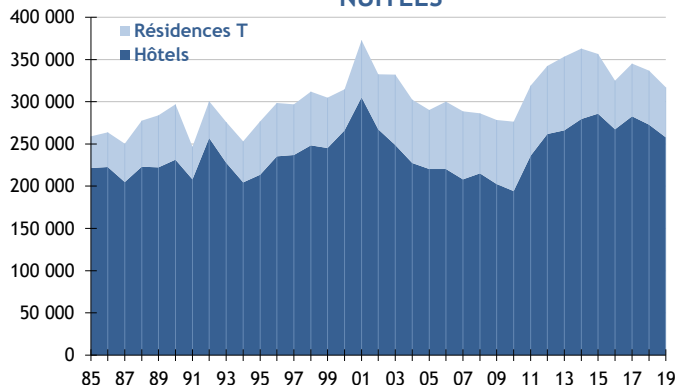
OBSERVATOIRE DU TOURISME DE LA CÔTE D'AZUR

Les séjours suisses en hôtels et résidences avaient fortement progressé jusqu'en 2001, avant de retomber à 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, mais avec un repli depuis une pointe maximale en séjours en 2017 (en nuitées, la pointe de 2001 n'a plus été atteinte). 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 MARCHE COTE D'AZUR

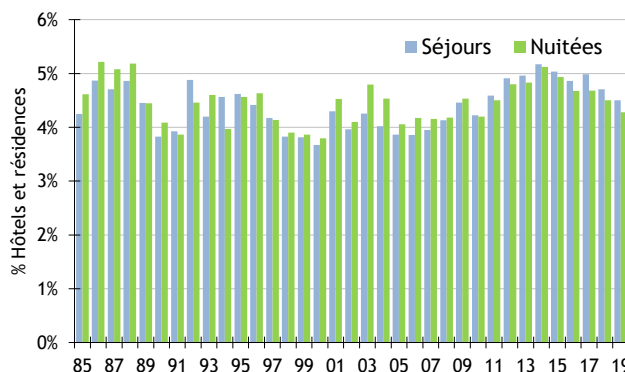
Sur le total des nuitées hôtelières passées en France, les Suisses en réalisent 7,7% sur la Côte d'Azur, une part plutôt moyenne et en légère baisse sur les dernières années.

Le taux de 10% avait été atteint certaines années passées, en 2001 notamment.

La part des Suisses dans la fréquentation étrangère des hôtels et résidences avait baissé durant les années 90, se stabilisant autour de 4%, puis a recommencé à croître à partir de 2006, pour atteindre une contribution maximale en 2014 à plus de 5% des étrangers. Depuis, la tendance est redevenue négative et la contribution s'élève actuellement à 4,5%. La Suisse reste cependant un marché de diversification important hors zone Euro, dans le contexte de crise économique en Europe.

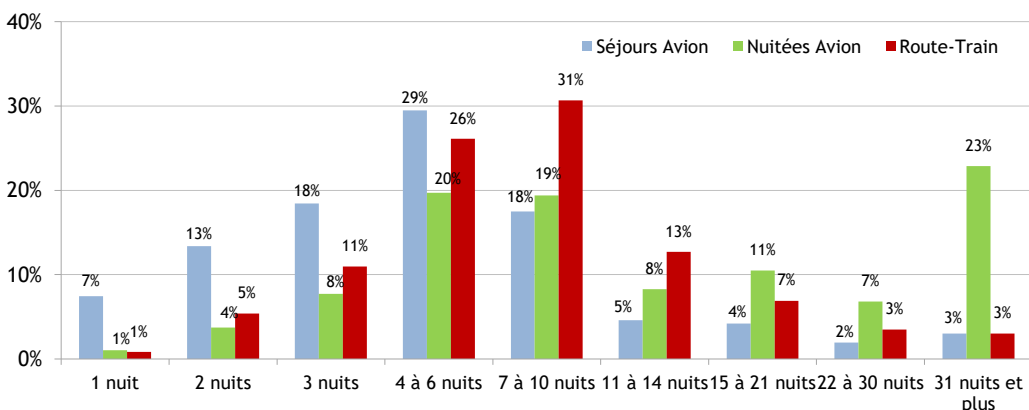
La part des nuitées est un peu plus faible que celle des séjours, en raison d'une durée de séjour assez courte.

CONTRIBUTION DES SUISSES A LA FREQUENTATION ETRANGERE

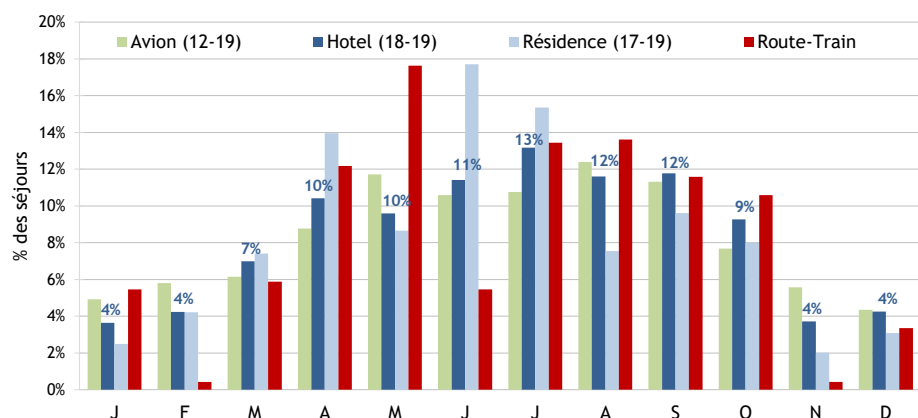


DUREES DE SEJOUR

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



| | Durée | Nuits |
|---------------|----------------------|-------|
| Avion 12-14 | Hôtels | 2,5 |
| | Résidences | 4,6 |
| | Hôtels+Rés. | 2,8 |
| | Moyenne | 7,5 |
| | Loisirs | 7,6 |
| | Dont Héb marchand | 5,1 |
| | Dont Héb non-march | 9,9 |
| | Affaires | 5,0 |
| | Dont MICE | 4,9 |
| | Dont Autres affaires | 5,1 |
| Route - Train | | 10,5 |



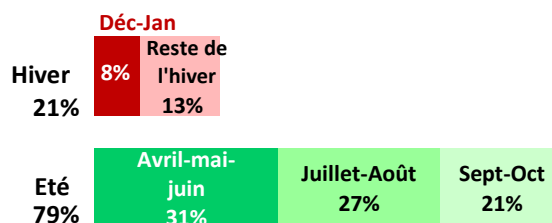
| Hotels + Résidences | | |
|---------------------|---------|---------|
| 18-19 | SEJOURS | NUITEES |
| J | 3,5% | 3,7% |
| F | 4,3% | 4,1% |
| M | 7,0% | 6,3% |
| A | 10,7% | 10,6% |
| M | 9,4% | 8,9% |
| J | 12,4% | 11,3% |
| J | 13,5% | 15,0% |
| A | 11,0% | 12,2% |
| S | 11,6% | 11,3% |
| O | 9,0% | 9,6% |
| N | 3,5% | 3,0% |
| D | 4,1% | 4,0% |

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 assez faible. Les séjours route-train sont surtout nombreux à Pâques et de Juillet à Octobre (Février-Novembre non représentatifs).

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.

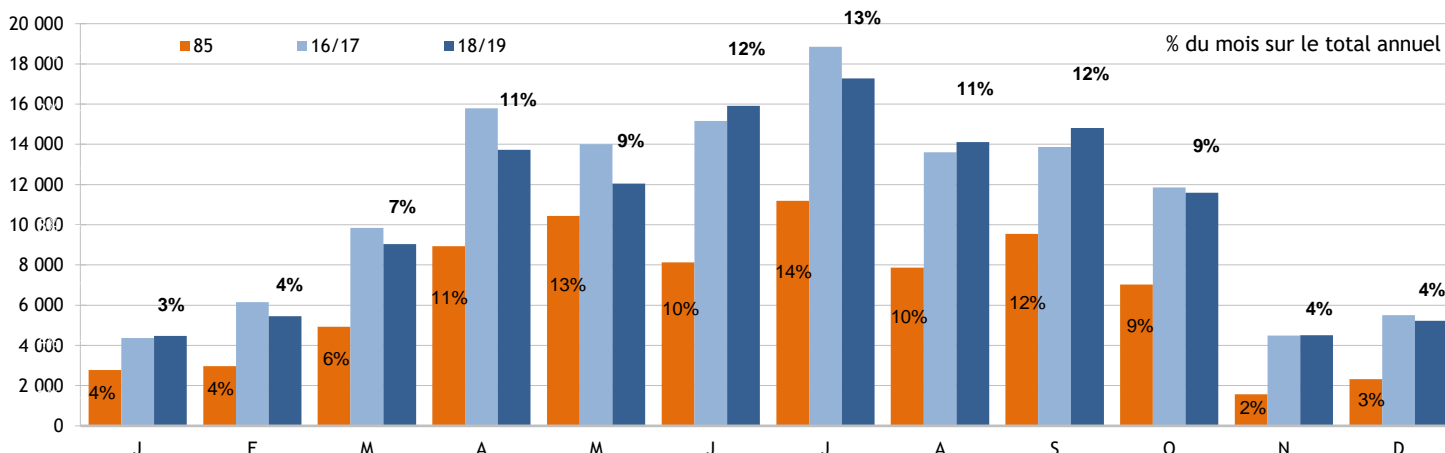
Les **nuitées hébergements** sont bien réparties entre Mars et Octobre, avec Juillet comme mois de pointe (15%). Novembre et Janvier sont les mois les moins fréquentés. La période de Juin à Septembre représente 50% du total annuel, une concentration estivale relativement faible.

NUITEES 2018/19 - HOTELS ET RESIDENCES



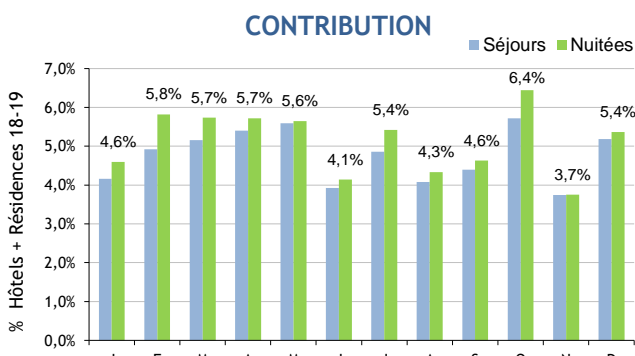
L'évolution des séjours hébergements depuis 1985 (en volume) montre une forte croissance de la demande pour tous les mois entre Mars et Décembre. Elle est surtout marquée en fin d'année, soit +188% en Novembre et +125% en Décembre. La progression de Juin est très forte aussi (+96%), au détriment de Mai (+16% seulement). La croissance a été modérée pour Avril-Mai, Juillet et Septembre. Concernant la part de chaque mois, on note entre 85 et 2018/19 une croissance de la part des séjours réalisés en Mars, Juin, Août, Novembre et Décembre.

EVOLUTION DES SEJOURS EN HOTELS ET RESIDENCES PAR MOIS



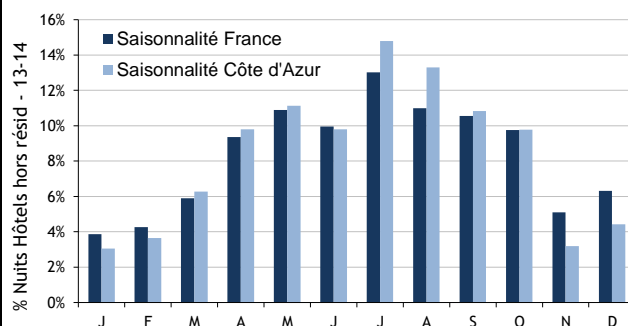
POTENTIEL MENSUEL

La part des Suisses sur l'ensemble des nuitées étrangères en hébergements Côte d'Azur (contribution) varie de 4,1% en Juin à 6,4% en Octobre. Le marché suisse représente une cible importante pour tous les mois et surtout en Fév.-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 significative en France mais un peu moindre sur la Côte d'Azur.

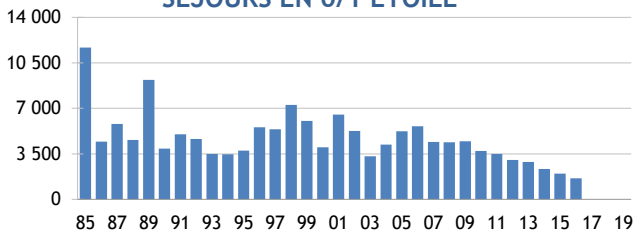


| PDM 06/F | |
|----------|-------|
| J | 6,9% |
| F | 7,5% |
| M | 9,3% |
| A | 9,2% |
| M | 8,9% |
| J | 8,6% |
| J | 9,9% |
| A | 10,6% |
| S | 9,0% |
| O | 8,8% |
| N | 5,5% |
| D | 6,1% |

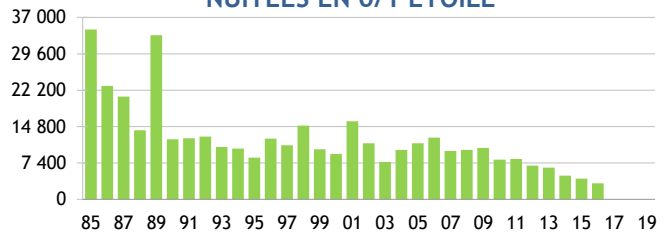
POTENTIEL SUR LA FRANCE



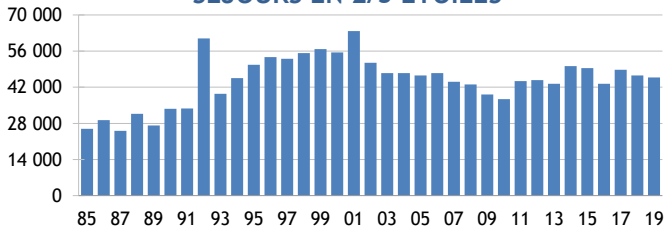
SEJOURS EN 0/1 ETOILE



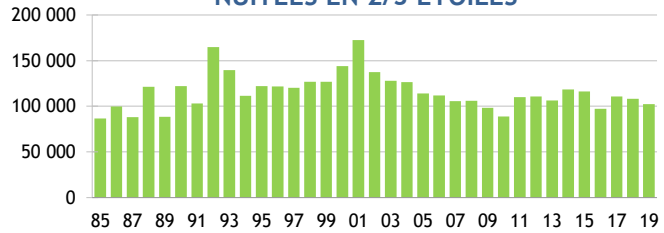
NUITEES EN 0/1 ETOILE



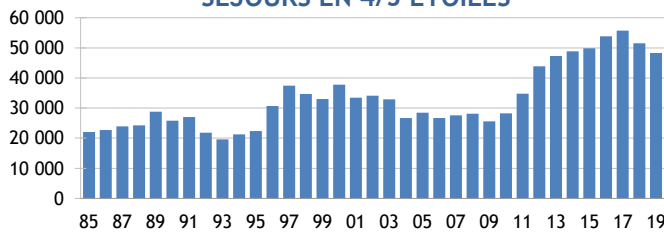
SEJOURS EN 2/3 ETOILES



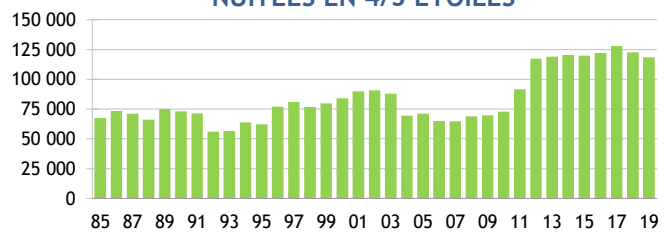
NUITEES EN 2/3 ETOILES



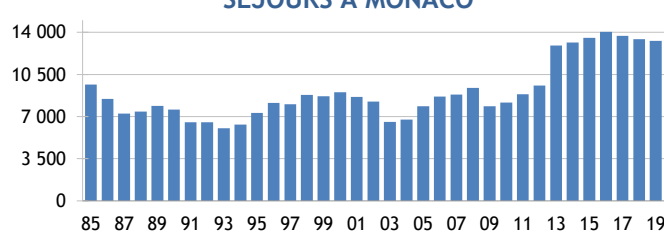
SEJOURS EN 4/5 ETOILES



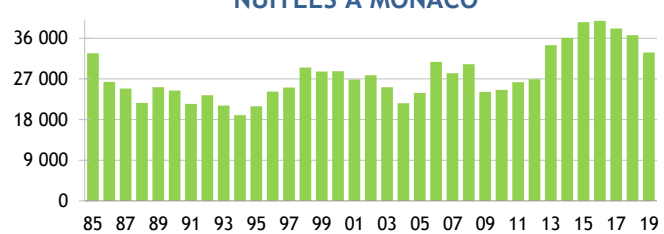
NUITEES EN 4/5 ETOILES



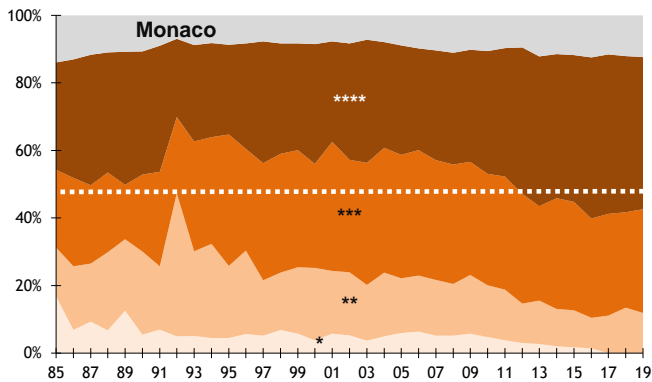
SEJOURS A MONACO



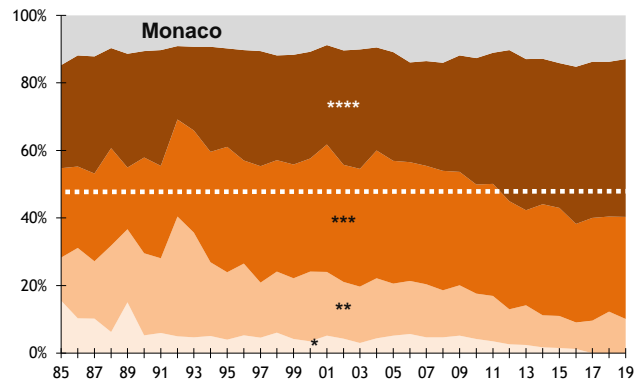
NUITEES A MONACO



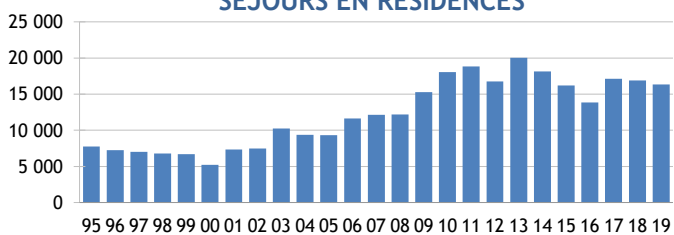
REPARTITION DES SEJOURS HOTELS



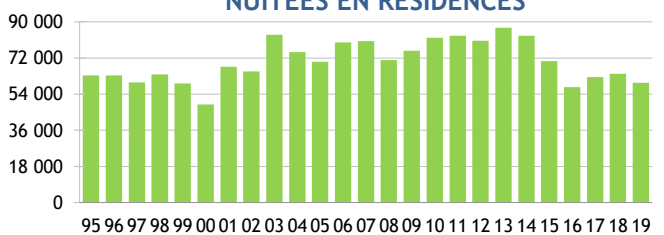
REPARTITION DES NUITEES HOTELS



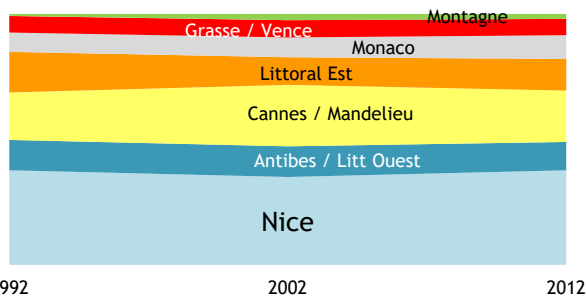
SEJOURS EN RESIDENCES



NUITEES EN RESIDENCES



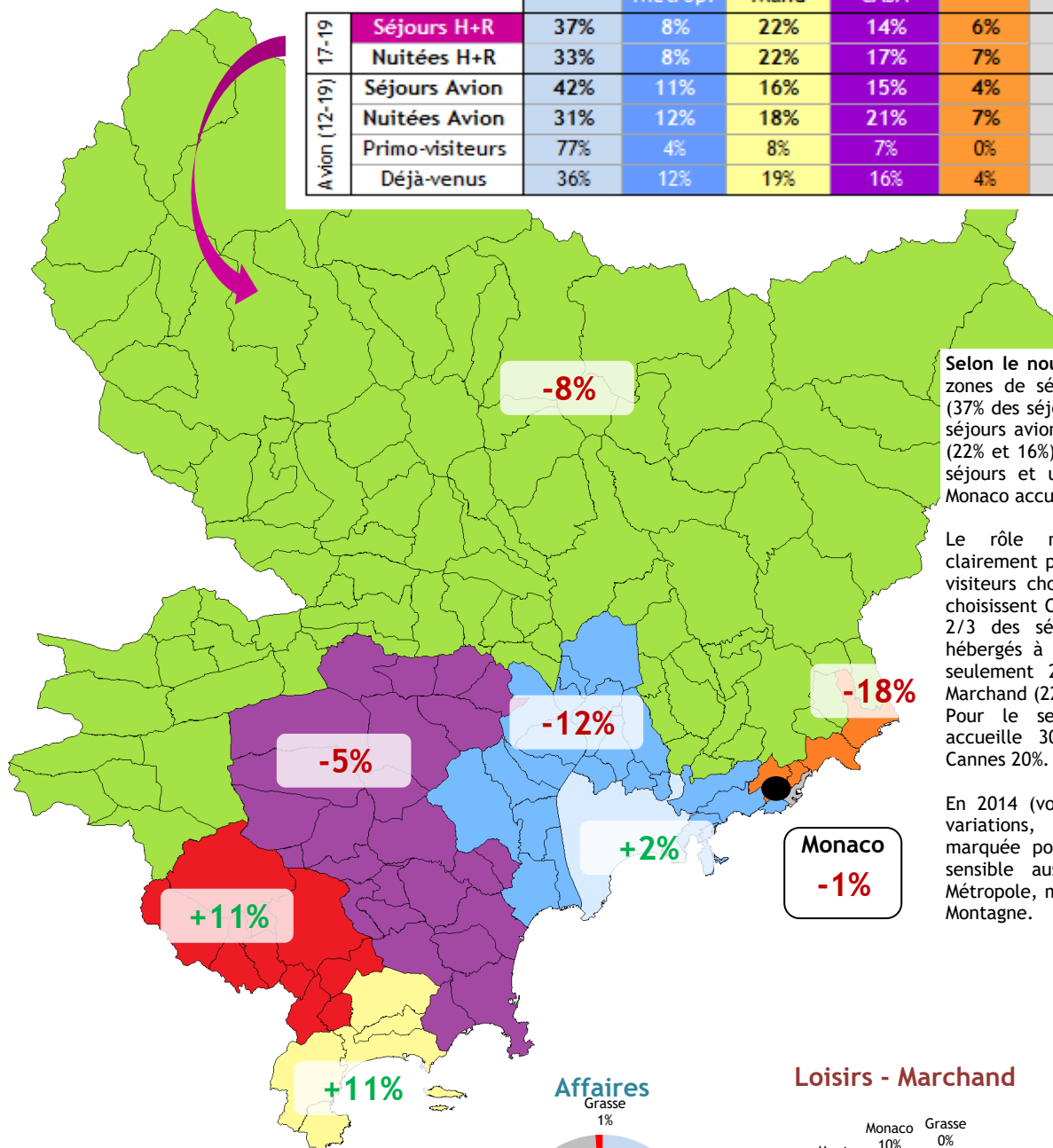
TENDANCES HOTELS 92-2012 - ANCIEN ZONAGE



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-Mandelieu avait gagné 5 points entre 92 et 2002 avant de redescendre à 21%.

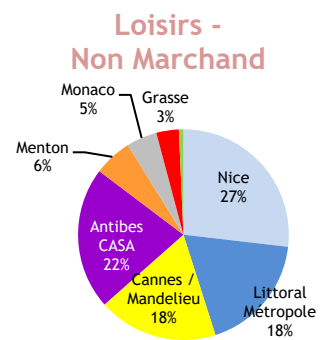
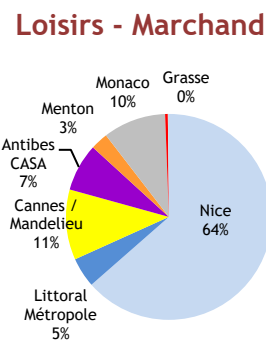
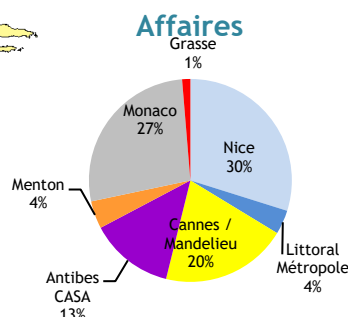
| | | Nice | Litt Métrop. | Cannes / Mand | Antibes CASA | Menton | Monaco | Grasse | Montagne |
|---------------|-----------------|------|--------------|---------------|--------------|--------|--------|--------|----------|
| 17-19 | Séjours H+R | 37% | 8% | 22% | 14% | 6% | 10% | 1% | 2% |
| | Nuitées H+R | 33% | 8% | 22% | 17% | 7% | 11% | 1% | 2% |
| Avion (12-19) | Séjours Avion | 42% | 11% | 16% | 15% | 4% | 10% | 2% | 0% |
| | Nuitées Avion | 31% | 12% | 18% | 21% | 7% | 8% | 2% | 0% |
| | Primo-visiteurs | 77% | 4% | 8% | 7% | 0% | 3% | 1% | 0% |
| | Déjà-venus | 36% | 12% | 19% | 16% | 4% | 11% | 2% | 0% |

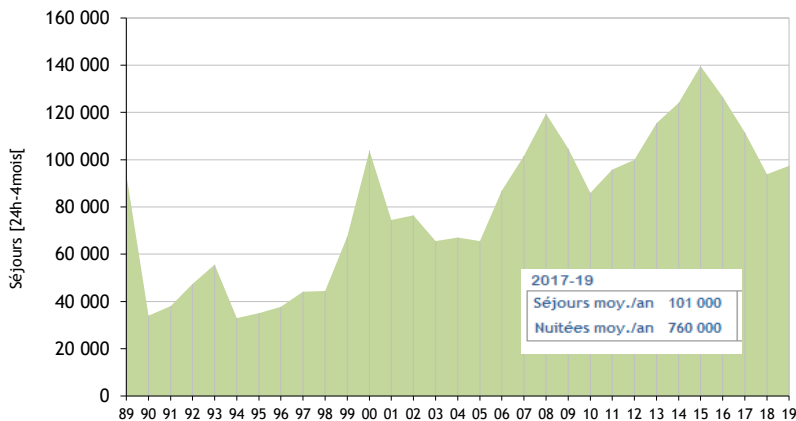


Selon le nouveau zonage, les principales zones de séjour en 2017-19 sont : Nice (37% des séjours hébergements et 42% des séjours avion) suivie de Cannes-Mandelieu (22% et 16%) et de Antibes-CASA (15% des séjours et un 5ème des nuitées avion). Monaco accueille un séjour sur 10.

Le rôle moteur de Nice apparaît clairement par le fait que 77% des primo-visiteurs choisissent cette zone, mais 8% choisissent Cannes et 7% Antibes. Près des 2/3 des séjours Loisirs Marchand sont hébergés à Nice (11% à Cannes), contre seulement 27% des séjours Loisirs non Marchand (22% à Antibes et 18% à Cannes). Pour le segment Affaires, Nice en accueille 30%, devant Monaco 27% et Cannes 20%.

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 40% 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. Les seuils des 100, 120 puis 140 000 séjours avion ont été successivement franchis, jusqu'en 2015 qui marque un record absolu. Depuis, la tendance est baissière, malgré un petit rebond en 2019.

Les séjours par avion durent en moyenne 7,5 nuits, mais quasiment 10 nuits pour le Loisirs non Marchand, contre seulement 5 nuits en Affaires et en Loisirs Marchand. Pour les deux segments Loisirs le principal segment est de loin celui des 4-6 nuits mais les courts séjours regroupent 45% des séjours Loisirs Marchand. Près de la moitié des séjours Affaires ne durent qu'une ou deux nuits.

Le taux de satisfaction est plutôt bon avec 82% de "très satisfaits", mais on note aussi plus de 4% d'insatisfaits. Le taux de primo-visiteurs est faible à seulement 18% (21% pour le Loisirs Marchand, 46% pour l'Affaires), rendant difficile le renouvellement de la clientèle.

La dépense moyenne est élevée à 113€ par jour/pers. et la dépense par séjour s'élève à 616€. Le segment "basse contribution" concerne 15% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 18%.

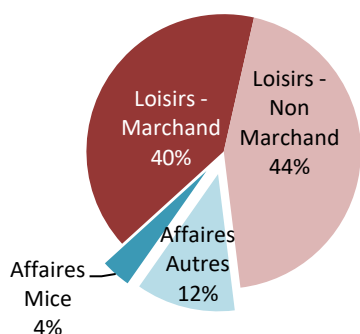
La clientèle est âgée de 42 ans en moyenne, voire 44 ans en Loisirs non Marchand. Le principal segment âge en Loisirs est le 60 ans et + (21%).

| 2012-19 | GLOBAL | Loisirs Marchand | Loisirs Non-March. | Affaires |
|------------------------------|--------|------------------|--------------------|----------|
| Durée de séjour | 7,5 | 5,1 | 9,9 | 5,0 |
| Age moyen | 42 | 39 | 44 | 43 |
| Nb Personnes | 1,6 | 1,9 | 1,5 | 1,2 |
| Taux 1 ^{ère} visite | 21% | 33% | 13% | 11% |
| Dépense/séjour | 616 € | 714 € | 504 € | 650 € |
| Dépense/jour | 113 € | 150 € | 74 € | 215 € |
| > 200€ / jour | 18% | 21% | 9% | 46% |
| De 30 à 200€ / jour | 67% | 75% | 65% | 44% |
| <30€ / jour | 15% | 4% | 27% | 10% |
| Satisfaction | | | | |
| Très satisfaits | 82% | 88,0% | 77,3% | 78,5% |
| Satisfaits | 14% | 6,7% | 19,0% | 18,9% |
| Non entières. satisfaits | 4% | 5,4% | 3,6% | 2,6% |

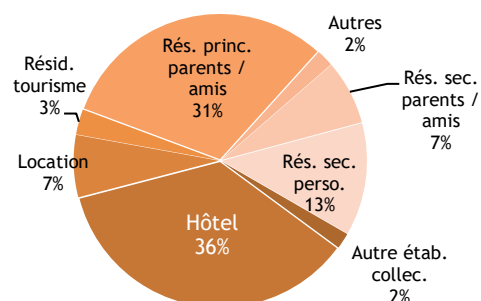
SEGMENTATION CIBLES

Le segment Loisirs Marchand regroupe 40% des séjours avion, contre 44% pour le Loisirs non Marchand. Le segment Affaires se limite à 16%, dont seulement 4% en MICE (dernier rang des marchés).

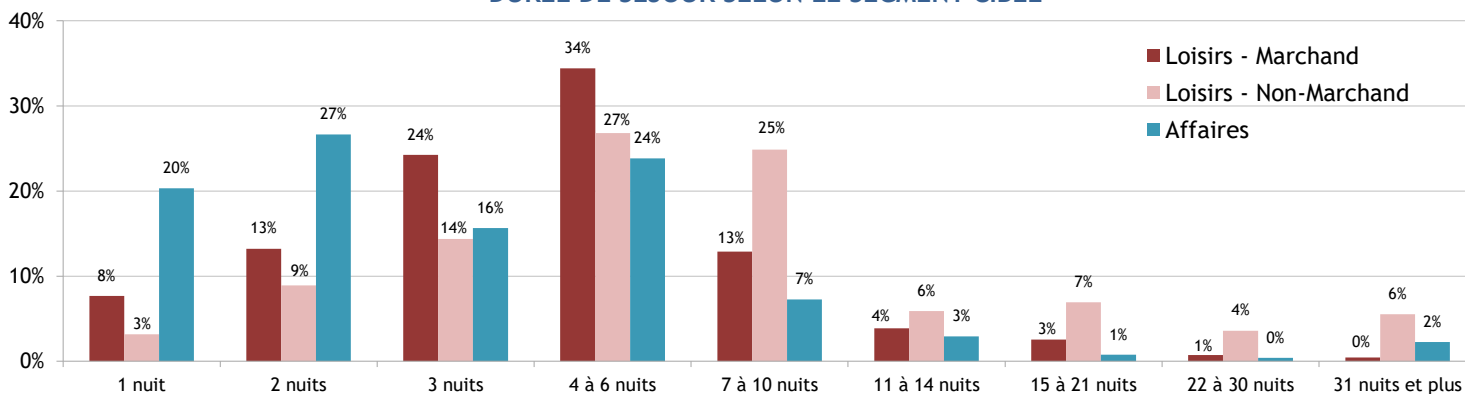
Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est l'hôtel, avec 36%, devant les parents et amis (31%). La location concerne 10% des séjours avion, mais les résidences secondaires en regroupent 20%.



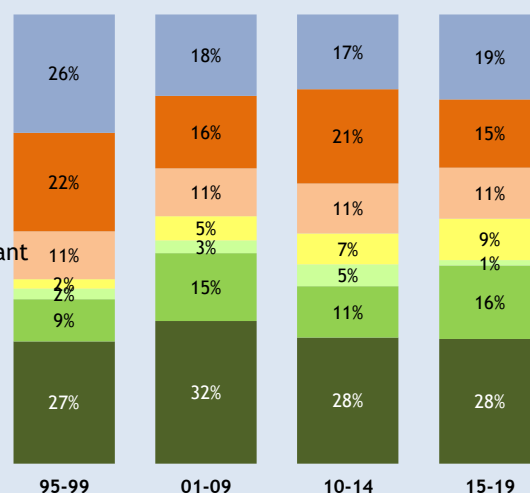
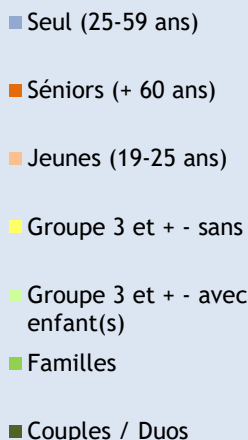
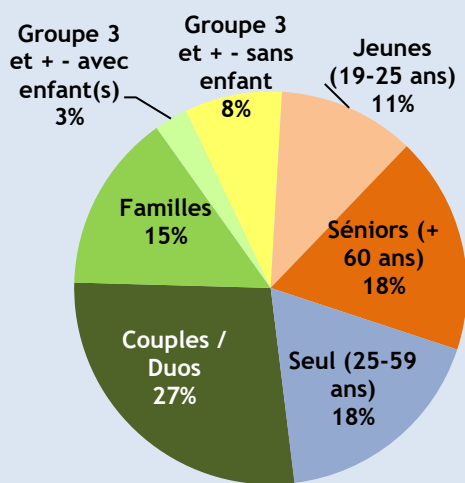
SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGERMENT



DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



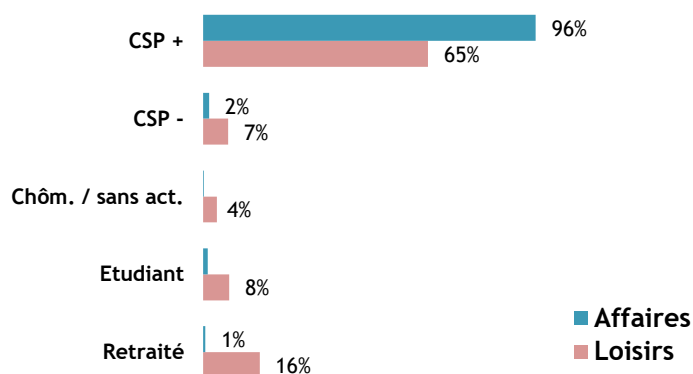
TYPOLOGIE LOISIRS AVION



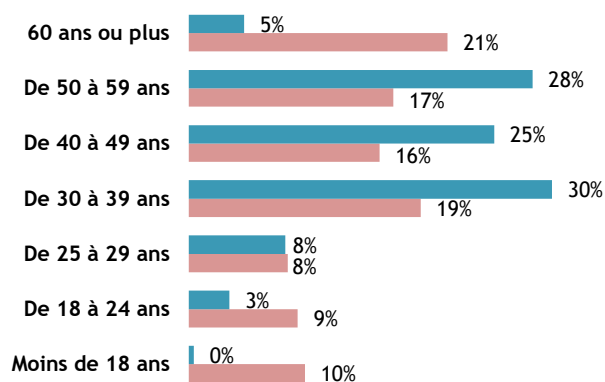
Les Suisses à motif Loisirs voyagent le plus souvent à deux adultes, soit 27% des cas. Les autres se répartissent de façon assez équilibrée. 18% sont des adultes voyagent seuls (mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place). Le segment Familles représente 15% (incluant 1,6 enfant en moyenne), devant le segment Jeunes (11%) mais derrière le segment Seniors (18%). 8% voyagent à 3 adultes ou plus (hors groupes constitués, non dénombrés).

Sur près de trois décennies, l'évolution est favorable au segment "Familles", qui double quasiment sa part, ainsi qu'aux petits groupes sans enfant. La part des Jeunes est très stable, mais celle des Seniors en léger recul.

CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE (répondant, hors accompagnants)



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



SEGMENT LOISIRS

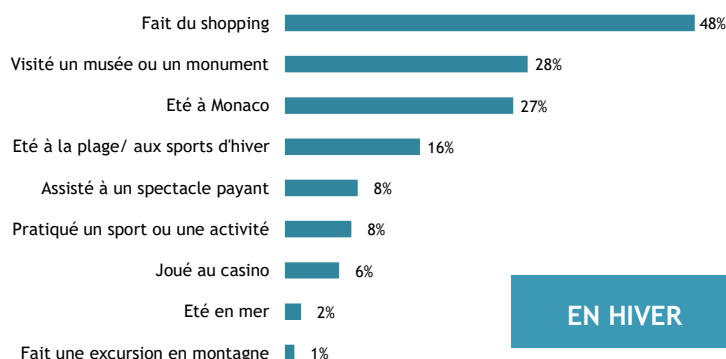
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout le shopping (44%), la plage (34%) et visite de Monaco (29%). En hiver, c'est aussi le shopping qui vient en tête avec 48%, devant la visite de musées et monuments (28%), et la visite à Monaco (27%). Sur l'année entière 9% pratiquent un sport ou une activité durant le séjour et 13% déclarent avoir assisté à un spectacle payant (1er rang des marchés). La Suisse est à l'avant-dernier rang des marchés pour le taux de visite à Monaco.

ACTIVITES DECLAREES



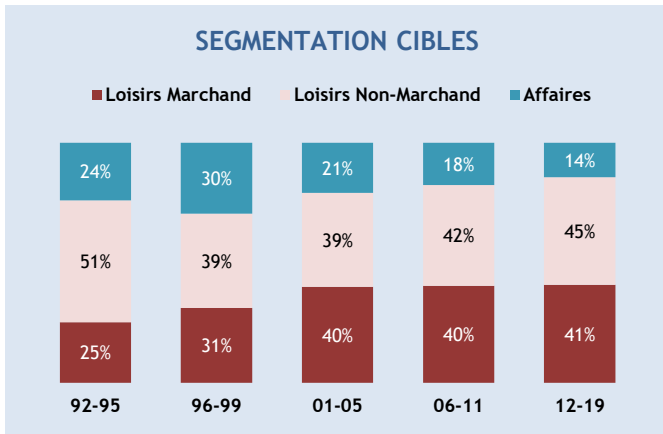
EN ETE

ACTIVITES DECLAREES

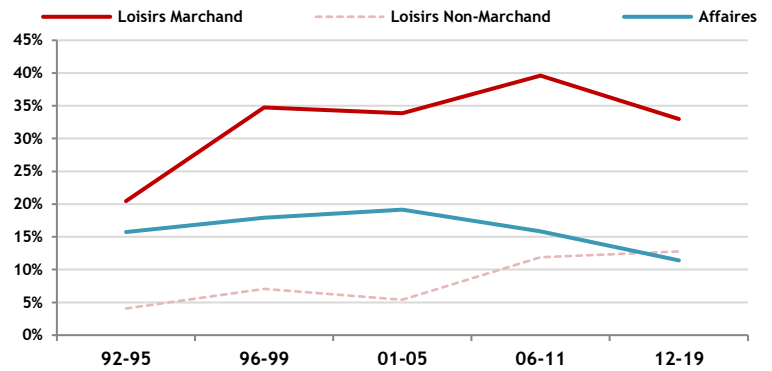


EN HIVER

SEGMENTATION CIBLES

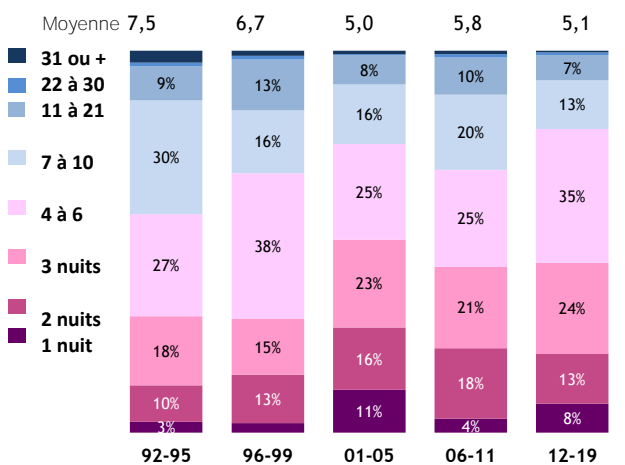


TAUX DE PRIMO-VISITEURS



Tendances Visiteurs avion Loisirs

DUREE DE SEJOUR - Loisirs Marchand



SEGMENTATION CIBLES

Forte progression puis stabilisation de la part du Loisirs Marchand, au détriment de l'Affaires dont la part baisse de moitié

TAUX DE PRIMO VISITEURS

En progression pour le Loisirs, en chute pour l'Affaires

DUREE DE SEJOUR DU SEGMENT LOISIRS MARCHAND

Baisse de la durée moyenne puis stabilisation. La part des courts séjours a augmenté, celle des 7 nuits et + s'est réduite, au profit des 4-6 nuits, devenus nettement majoritaires

ZONES DE SEJOUR

Nice a fortement accru sa part, au détriment de toutes les autres zones (surtout de Cannes) sauf Menton et Littoral Métropole, en hausse aussi

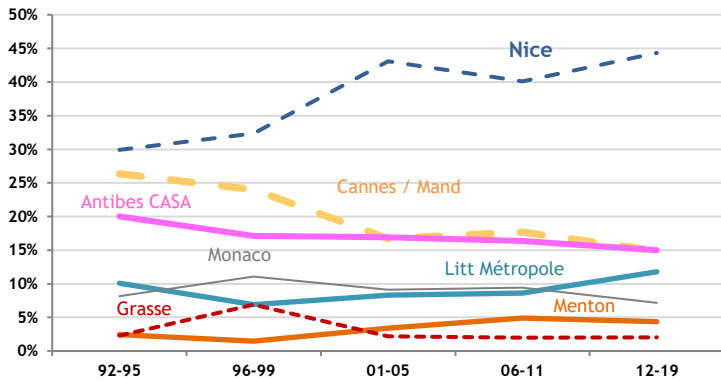
MODES D'HEBERGEMENTS

La part de l'hôtel a augmenté puis recheté partiellement, restant majoritaire. Les résid. sec. sont en chute au profit de la location. Relative stabilité des parents-amis

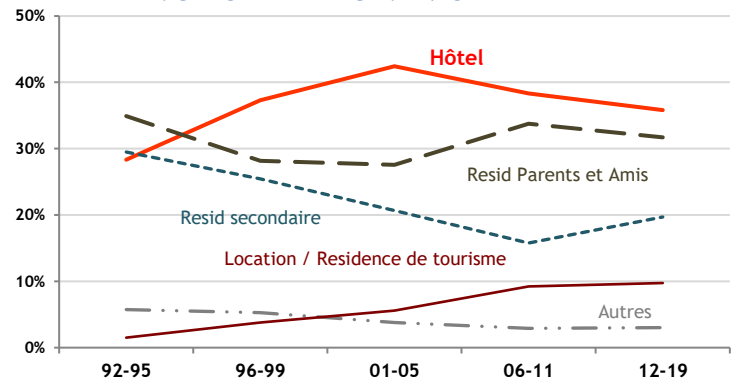
AGE/CSP

Age moyen -4 ans jusqu'en 2001 puis stabilisation. Hausse modérée des -30 ans, au profit des 30-39 ans. Chute puis stabilisation des 60 et +. Baisse et léger rebond des retraités, fort rebond des CSP+

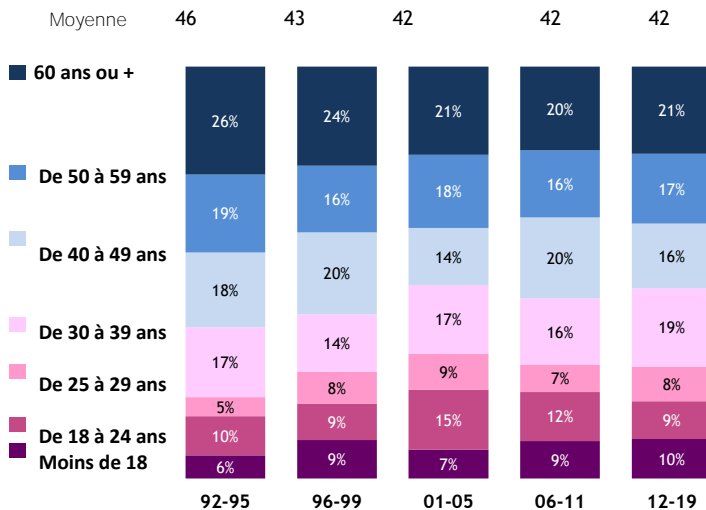
ZONES DE SEJOUR - Loisirs



MODES D'HEBERGEMENTS - Loisirs



ÂGE DES VISITEURS LOISIRS



CSP DES VISITEURS LOISIRS (répondant)

