



LE TOURISTE SUISSE

➡	QUI EST LE TOURISTE SUISSE?	2
➡	SEGMENTATION DE LA CLIENTELE	4
➡	COMPORTEMENT DE LA CLIENTELE	5
➡	RECOMMANDATIONS	9

QUI EST LE TOURISTE SUISSE?

- ⇒ **25 - 44 ans en moyenne.** Une clientèle variée; deux marchés distincts: la Suisse francophone (romande) et la Suisse germano/italophone.
- ⇒ **Voyageur CSP+,** clientèle haut de gamme.
- ⇒ **Séjours de 6 jours en moyenne en Europe, de 15 jours hors Europe.**
- ⇒ Voyage souvent en individuel non organisé **en couple ou à 2 adultes, seul ou en famille.**
- ⇒ **Périodes de voyage : toute l'année** mais surtout de **mai à octobre** et en moindre mesure en décembre - janvier. Tendance aux séjours **hors haute saison.**
- ⇒ **Internet** et le bouche-à-oreille demeurent les principaux canaux d'information. Internet est également le canal de réservation le plus utilisé.

Attentes de la clientèle

- **Accueil et qualité de services:** clients avertis et bien informés, habitués à voyager à l'étranger, les Suisses apprécient un accueil personnalisé et sont exigeants en matière de confort, d'hygiène, de propreté, de sécurité et de respect des biens de la vie privée. Ils s'attendent à un accueil sans faille et à un sens aigu du service.
- **Bon rapport qualité-prix:** bénéficiant chez eux d'une qualité de vie et d'un pouvoir d'achat élevés, ils sont très attentifs à l'étranger au rapport qualité / prix.
- **Respect de l'environnement:** Grande sensibilité au développement durable et au respect de l'environnement. Le luxe simple et le respect des valeurs traditionnelles sont également soulignés.
- **La langue:** la pratique de l'Allemand pour les suisses alémaniques est indispensable (ou au moins de l'anglais).
- **Sécurité:** Exigeants en matière de sécurité, ils aiment être rassurés et mis en confiance.

➔ QUI EST LE TOURISTE SUISSE?

Motivations de voyage

La clientèle suisse recherche des vacances synonymes d'enrichissement personnel. Elle exprime un besoin de vacances individualisées et de nouvelles expériences authentiques.

Le marché suisse est marqué par des disparités importantes culturellement et économiquement entre les Romands et les Alémaniques:

- Le Romand (plus proche culturellement des Français) sera plus sensible aux aspects culturels, gastronomiques et l'art de vivre de la destination.
- L'Alémanique privilégie les séjours en bord de mer et organise plus souvent ses séjours en passant par un intermédiaire.

Le shopping est également une attraction pour le consommateur Suisse mais concerne principalement les pays voisins.

Tourisme Balnéaire

Les **vacances balnéaires** sont les destinations préférées des Suisses. La **mer**, le climat et le **soleil** sont les premiers facteurs de motivation/

- **Plages**, baignade, détente, farniente
- Beauté des plages et du paysage littoral
- Romantisme

Nature et Vacances actives

- **Nature protégée et authentique**, parcs nationaux
- Variété des paysages, faune et flore
- **Activités sportives et de plein air**: sports d'hiver (ski, raquettes...), alpinisme, VTT, cyclotourisme, randonnée, plongée, activités nautiques, golf...

Culture et patrimoine

- **Visites de sites**, monuments, musées...
- Manifestations culturelles, événements, festivals
- Tradition et folklore

Gastronomie, œnotourisme

- **Gastronomie et Art de vivre**: vin (œnotourisme) et visites de caves, restauration et découverte du terroir
- Découverte des villes et villages typiques, ainsi que des marchés provençaux

Tourisme urbain

- **Activités urbaines**, shopping

Bien-être et Remise en forme

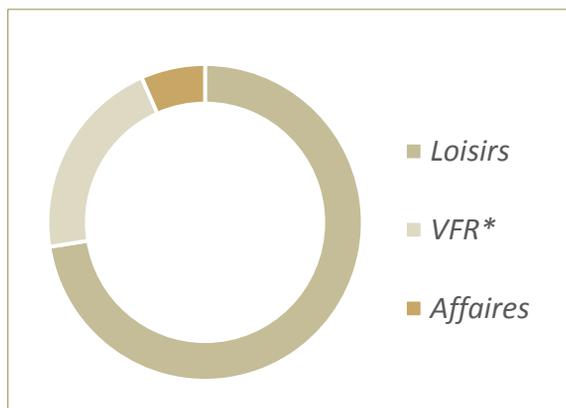
- **Remise en forme, thalassothérapie et thermalisme**: les romands en sont les 1^{er} clients européens
- **Relaxation**, repos et **bien-être**

Tourisme fluvial

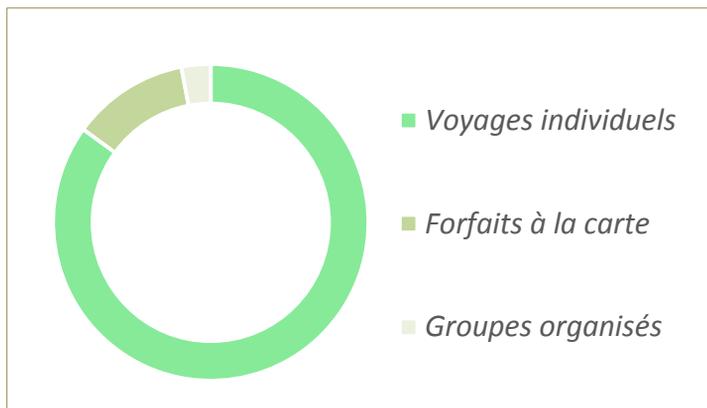
- Les croisières fluviales sont également plébiscitées

➔ SEGMENTATION DE LA CLIENTELE

A l'Étranger



* Visite famille et amis



Moyen à haut de gamme - LOISIRS

➔ Voyage individuel à 85%

Qui? LES JEUNES

Hébergements de tous types et collectifs

➔ Offres compétitives

En moyenne des circuits de **10 à 21 jours**.

Qui? LES COUPLES SANS ENFANTS

Hébergement **en hôtels et campings**

➔ Equipements: remise en forme, bien-être

En moyenne des circuits de **10 à 15 jours**.

Qui? LES FAMILLES

Hébergement **en Hôtels 3*, gîtes, séjours en club et résidences hôtelières**

➔ Forfaits tout compris

En moyenne des circuits de **10 à 15 jours**.

Qui? LES SENIORS

Hébergement **en hôtels et locations**

➔ Qualité des prestations sup. et confort

En moyenne des séjours de **15 à 21 jours**.

Comportements:

Amateurs d'espace, de nature et d'activités sportives mais aussi de tourisme urbain, culture et vie nocturne.

Comportements:

Intérêt pour la pleine nature et le sport, les excursions, les activités urbaines, le shopping, le nautisme, l'art de vivre.

Comportements:

Place de l'enfant au niveau de l'accueil et des prestations
Intérêt pour l'art de vivre, les loisirs et animations, le nautisme, le balnéaire.

Comportements:

Sensibles à la qualité de l'environnement et à la sécurité. Intérêt pour la santé, le bien-être, les excursions, animations, culture/patrimoine, les croisières et le golf.

Moyen à haut de gamme - AFFAIRES

➔ Voyage d'affaires, Incentive

Qui? Hommes d'affaires, entreprises (groupes)

Hébergement **majoritairement en hôtels 4***

➔ Offres haut de gamme

En moyenne des circuits de **3 jours**.

Comportements:

Intérêt pour l'originalité et les expériences authentiques, les événements créatifs et originaux.

➔ COMPORTEMENT DE LA CLIENTELE

Le choix de la destination de voyage

Destination de voyage

Facteurs de choix

- Mer et plages
- Soleil, climat
- Les sites naturels, les paysages
- Le calme, la tranquillité
- Activités de nature
- Proximité, accessibilité
- Rapport qualité/prix
- Etat des infrastructures et propreté
- Hygiène et sécurité
- Hébergements Haut de gamme
- Services et confort
- Gastronomie et produits du terroir
- Hospitalité et accueil des locaux
- Authenticité
- Patrimoine historique et culturel
- Villes et villages de caractère
- Respect de l'environnement, durabilité

L'importance des activités varie selon le type de clientèle et selon la destination.

Les activités les plus pratiquées

- Plages, baignade
- Repos, farniente
- Activités sportives et de pleine nature
- VTT, cyclotourisme
- Randonnée pédestre, promenade
- Activités de glisse, sports d'hiver
- Activités nautiques
- Excursion en montagne
- Découverte des villes, activités urbaines
- Découverte de villages, cités de caractère
- Visite d'un monument, musée, galerie d'art
- Marchés, brocantes, visites d'artisans
- Gastronomie, dégustation, grandes tables
- Découverte des vignobles et du vin
- Visite de la famille et des amis
- Thermalisme, remise en forme
- Divertissements, spectacles, évènements
- Shopping

Le choix des hébergements

Facteurs de choix

- Qualité de l'accueil
- Qualité des équipements et services
- Niveau de confort
- Hygiène et propreté
- Respect de l'environnement
- Rapport qualité-prix
- Accessibilité et cadre
- Sécurité
- Animations et activités proposées

Les facteurs de choix d'un hébergement varient également selon le type de clientèle.

Les Suisses accordent une importance particulière à l'accessibilité et au cadre de l'établissement, à l'atmosphère chaleureuse et l'authenticité ainsi qu'à la taille et au niveau d'équipement des chambres.

Pour les familles suisses, la situation de l'hébergement et les équipements proposés vont être des facteurs de choix : kids club, garderies, bassins et piscines, sports et places de jeux adaptés ainsi que le All inclusive.

➔ COMPORTEMENT DE LA CLIENTELE

Le choix des hébergements

La clientèle suisse séjourne majoritairement en hébergements marchands. Ils séjournent en **hôtels de charme de catégorie supérieure (3*, 4* et 4*+)** essentiellement, ainsi qu'en résidences hôtelières et locations haut de gamme.

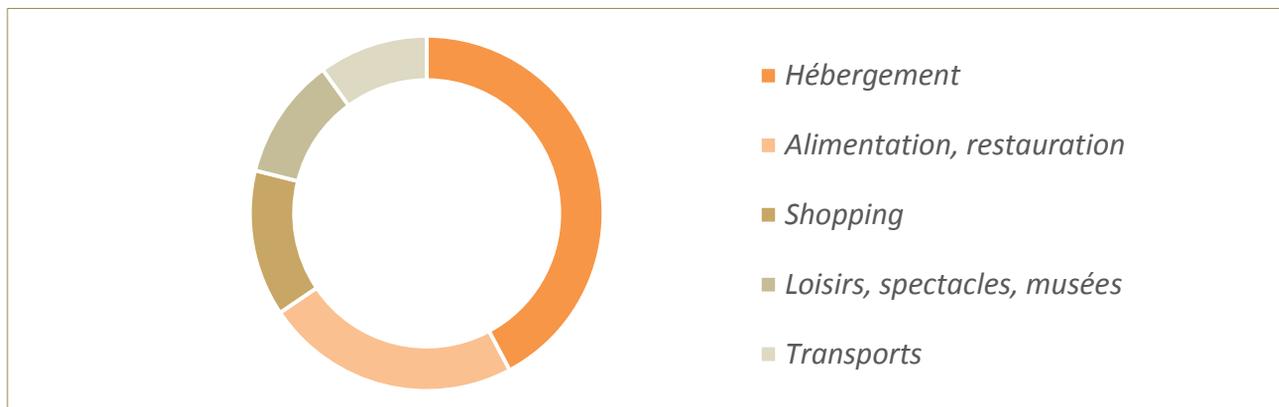
En hébergements non marchands, les logements **chez les parents et amis** ou en **résidences secondaires** sont privilégiés selon la destination de choix.

A noter qu'en France, les nuitées dans l'hôtellerie de plein air sont en hausse, bénéficiant surtout aux campings 4 et 5 étoiles. Les paquebots fluviaux et les bateaux habitables sont aussi plébiscités.

La clientèle suisse souhaite vivre de nouvelles expériences et **privilégie la détente**. Les **établissements de cure** (thermalisme) ou possédant des équipements de bien-être sont de plus en plus prisés.

Répartition des dépenses à l'étranger

Dépense moyenne de 2700 euros par personne et par séjour en France
Dépense journalière évaluée à 130 à 150 euros par personne en France



Comment bien les accueillir?

Quelques mots

Bonjour : Bonjour (romand), Grüezi (alémanique)
 Bienvenue : Bienvenue (romand), Willkommen (alémanique)
 Merci : merci (romand), Danke (alémanique)
 Au revoir : au revoir (romand), Uf Wiederluege (alémanique)
 Bon séjour : bon séjour (romand), Guten Aufenthalt (alémanique)
 A bientôt : A bientôt (romand), Bis Bald (alémanique)
Langues officielles: allemand, français, italien, romanche.

Comment bien les accueillir?

Politesse

- Les suisses apprécient un **accueil enthousiaste et personnalisé**: *préciser le genre et le nom de la personne lorsque l'on s'adresse à elle. La poignée de main est habituelle.*
- Les suisses sont connus pour leur discrétion, leur pondération et leur sens civique. *Ils apprécient la ponctualité, l'organisation, le calme et la discrétion : Il est important de se montrer modeste, discret et fiable. Ils seront sensibles au respect de l'environnement et le **respect des biens et de la vie privée** est primordial.*

Hébergements

*Sensible à l'hospitalité, la clientèle suisse a un haut niveau d'exigence en termes d'**accueil**, de **services personnalisés** et de **confort**.*

- Les suisses aiment recevoir un **accueil chaleureux, authentique et personnalisé**. Ils souhaitent un personnel disponible qui parle allemand (pour les suisses alémaniques) ou à minima l'anglais. La satisfaction des souhaits individuels est essentielle et une attention particulière au respect des biens et des personnes est attendue.
Les suisses alémaniques souhaitent des dépliants disponibles en allemand.
- Ils recherchent des services améliorant le **confort**: consignes, sièges, poubelles...

***La propreté, l'hygiène, la sécurité** (des biens et des personnes) sont indispensables.*

- **Les chambres:**

- *Ils apprécient le modernisme et le design et souhaitent des chambres parfaitement équipées, spacieuses, confortables et d'une propreté irréprochable.*
- *Ils préfèrent les chambres twin et les douches à l'italienne.*

Les suisses sont sensibles aux questions environnementales et apprécieront les hébergements qui respectent les principes de développement durable: traitement des déchets, utilisation des énergies renouvelables, matériaux respectueux de l'environnement, nourriture bio, pas de changement de serviettes inutile à l'hôtel... ...

***L'accessibilité** et le **cadre général** de l'hébergement doivent également être optimisés.*

Comment bien les accueillir?

Alimentation et restauration

HABITUDES ALIMENTAIRES

Petit-déjeuner : 7h, copieux: céréales, œufs, charcuterie, fromage...

Déjeuner : 12h-13h, entrée, plat chaud avec salade mixte, dessert

Dîner : à partir de 18h/19h, plat chaud, unique ou solide en-cas (pain, fromage, charcuterie, muesli, rösti ...)

Boissons: eau minérale, vin rouge et blanc, bière, café. Il n'est pas rare de boire du vin.

Les suisses apprécient les produits frais, de saison, bio, et connaître l'origine des produits. Ils aiment passer du temps à table.

COMPORTEMENTS EN VOYAGE

En vacances, les Suisses sont friands de **nouvelles expériences**. Presque la moitié des personnes interrogées essaie des endroits à chaque fois différents lorsqu'elles sortent pour manger. 8 Suisses sur 10 alternent les **cuisines locales, exotiques ou traditionnelles**.

Ils sont sensibles à l'accord mets/ boissons.

Ils présentent certaines exigences:

Très sensibles à l'**hygiène**, les suisses redoutent particulièrement tout corps étranger dans leur assiette, ce qui leur coupe immédiatement l'appétit.

Ils sont également sensibles aux conditions d'élevages des animaux et sont réticents aux aliments trop transformés.

SERVICES

⇒ Pour faciliter l'accueil des suisses alémaniques, il faut proposer des **cartes et des menus traduits en allemand ou à minima en anglais**, et informer les clients des tarifs.

Inscrire sur les menus la provenance des produits est un atout. Notamment si les produits sont bio. Les **produits du terroir** et les **cuisines régionales** doivent être mis en avant.

➔ RECOMMANDATIONS POUR LA DESTINATION

Les Suisses ont un intérêt particulier pour les îles, la mer et les plages. Les vacances balnéaires sont les destinations préférées des Suisses. Viennent ensuite les vacances urbaines, de bien-être, les circuits, les voyages d'aventure et les croisières.

Cette passion pour les îles, marquée davantage auprès des suisses romands, est un atout pour L'île de La Réunion, cependant elle doit faire face à des concurrents de taille. En effet, les Suisses sont très attirés par les îles facilement accessibles: les îles grecques (particulièrement la Crète) et espagnoles (les Baléares et les Canaries), accessibles depuis la Suisse, mais aussi les Caraïbes, l'Indonésie ou les Maldives.

Les Suisses recherchent de nouvelles expériences pendant leurs vacances. Ils souhaitent en outre mieux connaître et découvrir leur destination de vacances. Le repos et la détente sont également des valeurs primordiales, de même qu'oublier le quotidien et vivre en harmonie avec la nature. Ils y apprécient le dépaysement, la rupture avec le quotidien, et l'accès à la mer. Ils souhaitent bénéficier également d'une excellente infrastructure, particulièrement pour faire du sport.

Ils sont avides d'expériences riches et variées et accordent une importance particulière à l'authenticité: nature, produits du terroir, interactions sociales.

Il s'agit donc de proposer des vacances combinées avec des activités balnéaires, de sport et de bien-être mais aussi des interactions culturelles afin de répondre au mieux à la demande.

Points d'attention et d'amélioration :

Accueil et services personnalisés

Personnalisation de l'accueil et des services, attention portée aux souhaits particuliers

Niveau de qualité et de confort

Confort, propreté et hygiène irréprochables (tant en hébergements, restauration que dans les diverses structures touristiques...)

Sécurité

Respect et sécurité des biens et des personnes

Etat des infrastructures, des équipements et des sites

Excellentes infrastructures et qualité des équipements, cadre et environnement soigné, propreté et entretien des sites

Respect de l'environnement

Sensibilisation à l'écologie: utilisation des matériaux nobles dans les constructions, traitement des déchets, économies d'énergie, nourriture bio, labélisation environnementale...

Notoriété et image de la destination

Renforcer la visibilité de la destination: déficit d'image par rapport à la concurrence sur le balnéaire et peu de visibilité du produit.

Langue

Pour les suisses alémaniques, personnel parlant allemand et dépliants en allemand. Maîtrise de l'anglais.

Accessibilité

Accessibilité des prestations, signalisation optimisée

Bon rapport qualité-prix

Prix en accord avec le niveau de qualité proposé

Type de circuits et activités

BALNEAIRE

Plages et activités nautiques

- **Soleil, plage et mer**
- Baignade, repos, détente et farniente / piscine
- **Activités nautiques** : plongée et snorkeling, kayak transparent, paddle, planche à voile, kit surf, balades en bateau.
- **Romantisme** : coucher de soleil, promenade en bord de mer, dîner aux chandelles, cadre paradisiaque
- **Atmosphère festive** : animations diurnes et nocturnes, bars, fêtes

PLEINE NATURE

Activités sportives

Itinéraires et paysages

Contemplation et observation

- Choix multiples d'activités sportives et de pleine nature: **randonnée, VTT, cyclisme, golf, escalade, équitation...**
- Intérêt pour une **nature authentique, protégée et les parcs nationaux**: *le parc national et les réserves naturelles de l'île.*
- Excursions en **montagne**, beauté et diversité des paysages, itinéraires panoramiques et points de vue: *paysages de montagne, cirques et cascades, paysages volcaniques, paysages côtiers, plaines...*
- Contemplation des sites naturels, **observation de la faune et de la flore**, sentiers botaniques et réserves naturelles
Whale Watching : Observation des baleines et dauphins

BIEN-ETRE

- Centre de **thalasso thérapie et thermalisme (Cilaos)**
- **Relaxation et bien-être**: soins de beauté, spas et massages
- Offres de **remise en forme**, fitness
- Alimentation saine et équilibrée, produits bio...

CULTURE

Gastronomie

Divertissements

- Visites de **sites**, découverte de la **culture, tradition et folklore**
- Découverte de villages créoles authentiques, rencontres et échanges avec les habitants, activités culturelles
- **Circuit gastronomique** : découverte de la cuisine et de produits locaux, visites de producteurs et fabricants, marchés locaux...
- **Divertissements** : manifestations culturelles, évènements et festivals locaux, spectacles
- **Vie nocturne** : restauration, bars, animations nocturnes...