

Le tourisme en chiffres

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Suisse tourisme**

Band (Jahr): - **(2002)**

PDF erstellt am: **16.08.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Le tourisme en chiffres.

D'importants défis pour Suisse Tourisme.

Des activités de marketing efficaces dans un champ de tensions dicté par des conditions-cadres sur lesquelles nous n'avons pas ou peu d'influence étaient demandées. D'importantes augmentations du nombre de touristes en provenance des nouveaux marchés ont influencé positivement le résultat d'ensemble.

Joueurs de cor des Alpes sur le glacier près du Jungfraujoch (3454 m)





A Zurich, le festival de musique pop «Live at Sunset» a lieu chaque été dans la cour intérieure du Musée national suisse.



Rigi, Suisse centrale.

Les conditions-cadres 2002.

Différents facteurs sont responsables du développement des flux de touristes en Suisse.

Suisse Tourisme évolue dans un champ de tensions de conditions-cadres sur lesquelles on n'a peu d'influence ou pas d'influence du tout, mais qui ont néanmoins une incidence déterminante sur l'arrivée des touristes.

Le principal facteur:

la marche de l'économie mondiale.

On s'était rendu compte très tôt déjà en 2001 qu'après l'euphorie du millénaire, l'économie était en perte de vitesse et les événements du 11 septembre ont encore accéléré ce phénomène. La branche avait toujours espéré que les prédictions se réaliseraient, à savoir que la reprise conjoncturelle allait bientôt intervenir. Même les consommateurs privés ont cru aux promesses. Leur envie continue d'acheter a soutenu pendant longtemps l'économie. Les leurs d'espoir à l'horizon sont certes toujours perceptibles, mais le fameux horizon a sans cesse été repoussé plus loin, la relance économique devenant musique d'avenir.

Un franc fort.

En plus du ralentissement de l'économie, ralentissement avec lequel les autres destinations sont également confrontées, la Suisse a, contrairement à ses concurrents, à supporter en plus le fardeau d'un franc fort. Certes, en comparaison avec l'année passée, le cours de change s'est stabilisé par rapport à l'euro, mais à un niveau trop bas. C'est ainsi que l'évolution du cours de change a eu pour effet qu'un séjour en Suisse est devenu au cours des trois dernières années environ 15 % plus cher. Et lorsque l'humeur des consommateurs

est morose, on fait encore plus attention que d'habitude aux prix. C'est la raison pour laquelle la Suisse doit proposer une qualité qui justifie un prix plus élevé. En se concentrant sur une qualité hors norme, la Suisse touristique renforce à long terme sa position dans le climat toujours plus rude de la concurrence.

La situation géopolitique.

C'est avec beaucoup de craintes que le monde observe l'évolution au Moyen-Orient. Les incertitudes qui règnent à propos de l'ampleur de ce conflit paralysent l'économie. L'attitude des touristes est à la prudence, ils réservent leurs vacances à la dernière minute. Le besoin de sécurité prend davantage d'importance lors du choix de la destination pour les vacances. La Suisse a la réputation d'être un pays sûr et stable. Les autres pays de l'arc alpin jouissent également de cette réputation. Toutefois, contrairement à ces pays-là, la Suisse accueille proportionnellement plus de touristes qui arrivent chez nous en avion depuis les pays d'outre-mer. Les marchés réagissent de manière particulièrement sensible à ces développements. La Suisse le ressent très fortement.

Le temps.

Aux facteurs d'influence générés par l'homme vient s'ajouter un autre facteur essentiel qui influe sur le déroulement des saisons touristiques: le temps. L'été 2002, particulièrement pluvieux, a largement contribué aux mauvais résultats en juillet et août. A l'inverse, la neige, tombée très tôt en décembre à partir d'une certaine altitude, a eu pour effet que l'on a pu enregistrer des résultats réjouissants du moins dans les régions de sports d'hiver.



Chiffres clés 2002.

La part des charges d'exploitation dans l'ensemble des dépenses a continué à diminuer, ce qui a permis d'affecter davantage de moyens aux activités de marketing. La part du marketing, y compris les charges de personnel imputables a pu, mesurée au total des charges, être stabilisée à un niveau élevé. Le taux d'autofinancement du total des dépenses a légèrement diminué en raison du soutien en faveur de mesures spéciales. S'agissant de l'effectif des membres, on enregistre une nouvelle augmentation d'exactement 57 membres.

Parallèlement, on note également une augmentation du degré d'intérêt auprès des partenaires économiques, ce qui s'est traduit par des moyens supplémentaires. Cette évolution est réjouissante.

La part des frais de personnel dans les charges totales a continué à diminuer et évolue, compte tenu d'un marketing individualisé et fortement axé sur les personnes dans le «one-to-one marketing» (key account), à un niveau sain et enviable. Au cours de l'exercice écoulé, le marketing s'est particulièrement concentré sur le travail avec les médias, activité grâce à laquelle les contacts médias ont pu être augmentés de 24.9 % par rapport à l'année précédente.

Des plans d'action supplémentaires avec les voyageurs et des offres promotionnelles de partenaires touristiques, pouvant faire l'objet de réservations, ont permis de freiner la tendance générale à la baisse des nuitées, même

s'il n'a pas été possible de renverser cette tendance. Ce faisant, les objectifs diminués par rapport à l'année précédente ont, malgré le contexte économique et géopolitique difficile, pu être atteints. Globalement, le chiffre d'affaires touristique induit par Suisse Tourisme n'a, avec CHF 20.10 par rapport à l'année précédente, diminué que légèrement grâce aux campagnes de marketing supplémentaires ainsi qu'à une augmentation de l'efficacité des instruments de marketing.

Globalement, le chiffre d'affaires touristique induit par Suisse Tourisme n'a pas pu être maintenu tout à fait au niveau de l'année précédente, compte tenu du nombre de nuitées en baisse. Dans l'ensemble on retiendra que Suisse Tourisme a continué à augmenter son efficacité et amélioré sa productivité dans les moyens mis en œuvre.

Chiffres clés Suisse Tourisme	2001	2002
Nuitées directement influencées	3 962 000	3 540 000
Contacts	4 371 000 000	5 458 000 000
Effet multiplicateur du marketing CHF	21.47	20.10
Chiffre d'affaires touristique CHF	911 260 000	814 200 000
Part du marketing à l'ensemble des dépenses (frais de personnel inclus)	85.29 %	85.12 %
Taux d'autofinancement	45 %	41 % ¹⁾
Part des frais de personnel sur l'ensemble des dépenses	28.62 %	27.93 %
Effectif des membres	540	597

1) La réduction du taux d'autofinancement est due à la répartition non linéaire des tranches annuelles des fonds de la Confédération. La compensation supplémentaire par la Confédération à titre de prise en charge partielle des activités de marketing ex-Swissair se répercute de manière correspondante.



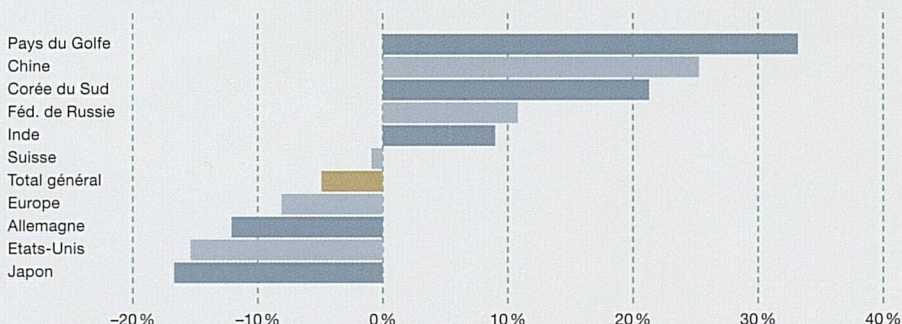
Lac Léman, canton de Vaud. Le château de Chillon avec, à l'arrière-plan, les Dents du Midi (3257 m).

L'année 2002 et l'évolution des nuitées.

L'année 2002 a une nouvelle fois été une année difficile pour le tourisme suisse. On enregistre globalement une baisse des nuitées dans les établissements hôteliers et de cure de -4.9% sur un total de quelques 33 millions de nuitées. Certes, les baïsses dans certains marchés bien établis ont pu être compensées en partie par les augmentations de touristes en provenance de nouveaux marchés. Par ailleurs, les touristes suisses sont restés largement fidèles à leur pays.

La faiblesse de la conjoncture et la force du franc se répercutent clairement sur les résultats pour l'Europe, soit -7.9% à la fin de l'année 2002 par rapport à l'année précédente. Certes, les marchés européens n'ont pas tous évolué de la même manière. S'agissant des marchés plus importants en termes de volume, les écarts en ce qui concerne la variation du volume des nuitées par rapport à 2001 vont de -15% pour la Suède à +11% pour la Russie, pays qui, depuis 1999, a pratiquement doublé le nombre de ses nuitées. L'Europe, prise globalement, ne pourra toutefois entamer une phase de croissance qu'à partir du moment où les touristes allemands seront de nouveau plus nombreux à se rendre en Suisse, compte tenu du fait que nos voisins du nord, avec 43%,

Taux de variation du volume des nuitées dans les établissements hôteliers et de cure et de certains marchés en 2002 par rapport à 2001.



Source: OFS 2003

détiennent, et de loin, la part de marché la plus grande de toutes les nuitées européennes. Reste donc à espérer que la reprise conjoncturelle tant espérée va bientôt se faire sentir. Plusieurs marchés asiatiques continuent à enregistrer une forte croissance. Le volume des nuitées des pays du Golfe, par exemple, a doublé depuis 1999 et a atteint à fin 2002 pratiquement le même nombre de nuitées que des marchés tels que l'Espagne ou l'Autriche. La Chine et l'Inde sont aussi en hausse. En revanche, le Japon enregistre malheureusement

une baisse. On devrait néanmoins avoir atteint le creux de la vague car, depuis l'automne 2002, les touristes japonais sont de nouveau plus nombreux. Dans l'ensemble, l'Asie affiche une légère diminution de 1.7%. Si l'on ne prenait pas le Japon en considération, l'Asie enregistrerait une assez forte croissance de plus de 8%.