

Le visiteur au centre

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Suisse tourisme**

Band (Jahr): - **(2016)**

PDF erstellt am: **17.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-685564>

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 visiteur au centre

Le visiteur est celui vers qui tendent tous nos efforts. Mais qui est-il au juste? Et qu'est-ce qui le pousse aujourd'hui et le poussera demain à découvrir la Suisse? L'étude systématique du marché permet de mieux cerner ce sujet au centre de toutes les attentions.

«Le visiteur est un être capricieux et souvent imprévisible», constatait le directeur Jürg Schmid, en réponse à un journaliste de la presse écrite qui lui demandait de décrire les attentes des hôtes. Ces derniers recherchent ainsi un séjour de charme dans une jolie vallée coupée de tout, mais pas au prix de renoncer à la 4G! Les voyageurs modernes ont mille et une raisons de venir visiter ce petit bijou situé au cœur de l'Europe qu'est la Suisse et depuis l'an 2000, année où Suisse Tourisme a décidé de rendre plus systématiques ses études de marché, les professionnels y voient un peu plus clair dans leurs motivations. Ils le doivent en grande partie au Monitoring du Tourisme Suisse (MTS), qui livre ses conclusions tous les quatre ans. Quelque 14 000 touristes provenant de plus d'une centaine de pays et ayant séjourné dans 150 destinations représentatives sélectionnées doivent répondre à un questionnaire. L'objectif est surtout de savoir comment ces visiteurs s'informent, quelles sont leurs attentes, ce qu'ils aiment en Suisse, comment ils effectuent leurs réservations et si leur séjour leur a donné satisfaction.

La quête toujours plus complexe de l'hôte fidèle

Les statistiques font apparaître une nette réduction de la durée des séjours. Au début des années 1990, un vacancier d'hiver passait en moyenne trois bons jours à profiter de la neige en Suisse. Vingt ans plus tard, c'est un jour de moins. Cette tendance à partir plus souvent, mais moins longtemps, s'observe dans le monde entier. Le voyageur moderne décide chaque jour de son programme du lendemain, avec un œil, entre autres, sur les webcams et les réseaux sociaux. Les séjours traditionnels de plusieurs semaines dans la même destination sont passés de mode. Il s'agit désormais de suivre les tendances et les avis de portails tels que TripAdvisor. Le monde entier et la petite Suisse y sont disponibles 24 heures sur 24.

La conclusion de ces études est à la fois toute simple et complexe: pour maintenir le nombre de nuitées à son niveau d'autrefois, la Suisse doit attirer aujourd'hui pratiquement deux fois plus de visiteurs. Ce qui veut dire que chaque franc investi dans le marketing doit faire l'objet d'une utilisation encore plus ciblée. D'après les mesures d'efficacité effectuées en 2013, les activités de Suisse Tourisme sont à l'origine d'une nuitée sur six dans l'hôtellerie et la parahôtellerie suisses, soit 11,1 millions de nuitées pour un chiffre d'affaires de 1,97 milliard de francs. La chasse aux nouveaux hôtes, qu'ils s'intéressent à la randonnée, à la culture ou aux sports de neige, est appelée à se faire toujours plus précise et ciblée. Chacun aime «sa» Suisse pour différentes raisons. Le tout est de les connaître.

Des hôtes du monde entier

Finie l'époque où les voyages en Suisse étaient l'apanage des jeunes lords anglais! Aujourd'hui, le monde entier s'invite dans notre pays. En 100 ans, la façon de voyager et surtout les attentes de nos hôtes ont considérablement évolué. Voici un aperçu de ces évolutions et des pays dans lesquels les séjours en Suisse ont la cote.



1950: les touristes suisses se classent premiers par le nombre de nuitées réservées en Suisse (61%).

Hier En ce début des Trente Glorieuses, la Suisse est le deuxième pays le plus motorisé au monde. La voiture sert notamment à partir en vacances dans les pays voisins, encore que M. et Mme Suisse préfèrent souvent rester au pays. Le Tessin est une destination particulièrement prisée, les voyageurs recherchant l'équilibre idéal entre familiarité et exotisme méridional.

Aujourd'hui La Suisse reste notre principal marché et les hôtes les plus fidèles. Les touristes suisses se répartissent en une quantité de destinations, mais apprécient particulièrement la montagne, les sports d'hiver et le bien-être. Ils plébiscitent les stations les plus faciles d'accès.



1980: les touristes allemands sont à l'origine de 22% des nuitées réservées en Suisse.

Hier Le visiteur allemand apprécie les beautés de la nature, les paysages, les montagnes ainsi que, bien sûr, la qualité, la ponctualité et la sécurité de la Suisse. Le Glacier Express est un trajet panoramique en train particulièrement prisé des Allemands, qui consacrent en moyenne 1000 Deutsche Marks par an à leurs voyages à l'étranger. La Suisse se classe au sixième rang de leurs destinations préférées.

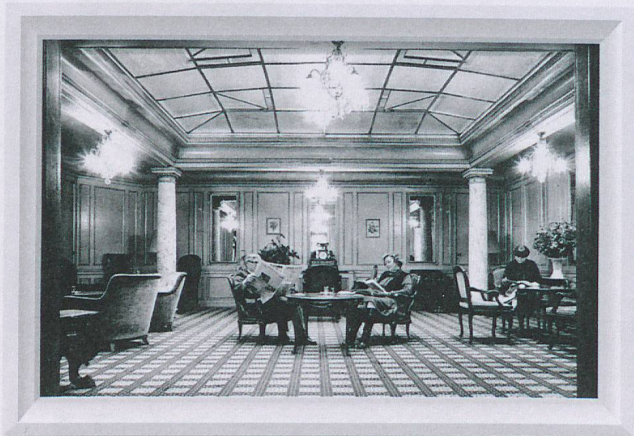
Aujourd'hui L'Allemagne reste notre principal marché étranger. Les Grisons sont un canton apprécié par les visiteurs en quête de détente à la montagne et de nature. Mais nos voisins sont également très demandeurs de séjours en ville, à Bâle et Zurich notamment.



1985: les touristes américains sont à l'origine de 10% des nuitées réservées en Suisse.

Hier Le visiteur américain regarde peu à la dépense. Il a un faible pour les hôtels historiques ou traditionnels, au mobilier original et d'époque. Ce qui ne l'empêche pas d'allumer la télévision dès le lever!

Aujourd'hui «Lovely and beautiful»: l'avis des Américains sur la Suisse tient en trois mots. Les voyageurs en quête d'aventure, de culture et de charme plébiscitent notre pays, situé en plein cœur de l'Europe et facile d'accès grâce à de très nombreux vols sans escale.



1938: les touristes britanniques sont à l'origine de 15% des nuitées réservées en Suisse.

Hier Le voyageur britannique n'est guère aventurier en matière de gastronomie. Il aime les petits déjeuners copieux et se contente de légumes cuits à l'eau. Mais il n'apprécie pas les couettes en duvet ni les services facturés en supplément. Le vol Swissair Zurich-Bâle-Londres est inauguré en 1935.

Aujourd'hui Les Anglais et plus précisément les Londoniens sont des fans fidèles de la Suisse. Ils recherchent des expériences intéressantes, font confiance aux transports publics et aiment la montagne. Le Royaume-Uni est ainsi le marché européen affichant la plus forte croissance.



Le visiteur de demain

La Suisse attirera prochainement de plus en plus de femmes asiatiques bien informées ainsi que des touristes européens plus expérimentés, plus âgés et donc plus exigeants. Leurs attentes? Contacts avec la population locale, découverte d'une nature sauvage et authentique et dégustation de spécialités régionales et saines. Le tout, avec des infrastructures de première classe, des guides individuels et une connexion numérique constante.



2015: les touristes chinois sont à l'origine de 4% des nuitées réservées en Suisse.

Hier Le voyageur chinois se déplace en groupe. La Suisse n'est pour lui qu'une étape dans un périple européen de six à dix pays. Évitez de lui donner une chambre au quatrième étage: ce chiffre est réputé porter malheur! Pensez à lui préparer une bouilloire électrique: les Chinois aiment boire du thé ou même de l'eau chaude à toute heure de la journée.

Aujourd'hui Les jeunes citadins de Pékin ou Shanghai explorent désormais la Suisse par eux-mêmes. Ils s'intéressent surtout aux activités de plein air et aux sports d'hiver ou d'été (VTT, course à pied) mais aussi, de plus en plus, à l'art, à l'architecture et au design.

