

# + LES SUISSES



- ✈ 33,0 % des touristes sont venus en avion
- 🚆 39,4 % des touristes sont venus en train
- 🚗 27,6 % des touristes sont venus par la route

- > Population totale : 8,1 millions d'habitants
- > Taux de croissance économique : +2,0 %
- > Taux de change : 1 EUR = 1,20 CHF ; variation 2014/2013 : -2,1 %
- > Taux de chômage : 3,2 %
- > Taux d'inflation : 0,0 %

Sources : Banque de France, Banque mondiale, FMI.



**74,9 %** REPEATERS **25,1 %** PRIMO-VISITEURS

La moyenne de l'ensemble des clientèles est de 57,9% de repeaters et de 42,1% de primo-visiteurs.

Période de référence : les 5 dernières années.

## POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDÉRANT



À l'étape de la préparation du voyage, les Suisses favorisent également Internet (58,2%, +7,8 points) devant les hébergeurs en direct (15,2%, +3,3 points) ainsi que les agences de voyages et les tour-opérateurs (11,7%, -13,6 points).

Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.

### QUEL PROFIL ?

Les visiteurs suisses ont un âge moyen (43 ans) supérieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (40 ans). Ils sont issus des PCS +<sup>(1)</sup> pour près de 4 personnes sur 10 (37,1%, -0,7 point) et sont employés pour 22,4% (-1,0 point). Les chefs d'entreprise sont surreprésentés (13,1%, +5,4 points). Ils proviennent principalement de Genève (35,2%), Zürich (10,8%), Berne (9,7%) et Bâle (9,3%).

(1) Professions libérales, professeurs, professions scientifiques, cadres et autres professions intellectuelles supérieures.

### QUEL TYPE DE VOYAGE ?

Près des trois quarts (72,1%, -1,5 point) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent principalement en couple (30,7%, +3,2 points), seuls (28,6%, +1,8 point) ou en famille (25,8%, +0,9 point). Près de 9 Suisses sur 10 voyagent en individuel non organisé (89,8%, +9,1 points). Ils sont 5,2% à opter pour un séjour en individuel organisé (-7,4 points) et 5,0% à préférer les groupes organisés (-1,7 point).

### QUEL HÉBERGEMENT ?

Près des trois quarts des séjours (74,2%, -8,2 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 63,0% (moyen de gamme pour 62,2% et haut de gamme pour 28,0%) ainsi que les meublés et les locations saisonnières (7,2%). Les résidences principales de parents (9,1%), d'amis (8,0%) et les résidences secondaires de parents ou d'amis (3,8%) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

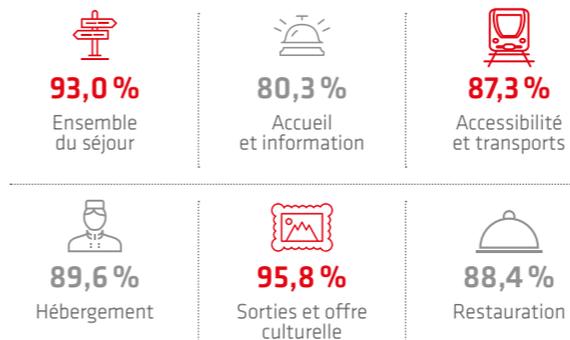
### QUELLES ACTIVITÉS ?

Les Suisses apprécient davantage les spectacles et concerts (14,5%, +6,3 points), les événements et expositions (13,8%, +3,1 points) et aiment découvrir la ville et se promener (70,0%, 0,0 point). En revanche, ils sont moins intéressés par la visite de parcs et jardins (21,6%, -16,5 points), la découverte de la gastronomie (24,4%, -12,3 points), les visites de musées et monuments (73,9%, -11,6 points), les marchés et brocantes (15,2%, -8,7 points), les parcs d'attractions (16,3%, -7,7 points) et les sorties nocturnes (13,6%, -4,8 points).

### QUELS SITES VISITÉS ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (46,0%), Notre-Dame de Paris (40,9%), l'Arc de triomphe (36,2%), le Sacré-Cœur de Montmartre (31,3%) et le musée du Louvre (29,2%). Ils sont moins nombreux à visiter certains "classiques" comme le musée du Louvre (-19,7 points), la tour Eiffel (-19,0 points), l'Arc de triomphe (-15,5 points) ou encore Notre-Dame de Paris (-15,1 points). Ils se rendent également moins au musée d'Orsay (11,1%, -9,2 points), au Sacré-Cœur de Montmartre (-8,0 points), à Disneyland® Paris (13,9%, -6,6 points) et au château de Versailles (6,4%, -6,1 points).

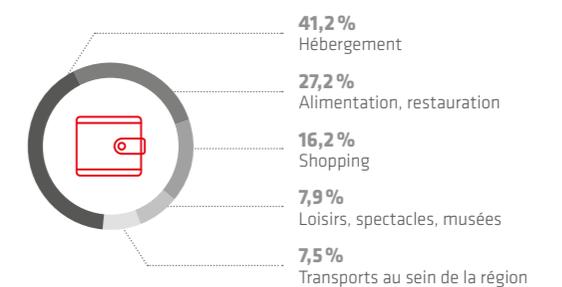
## DES TOURISTES SATISFAITS, AVEC DES AMÉLIORATIONS À APPORTER EN MATIÈRE D'ACCUEIL ET D'INFORMATION<sup>(1)</sup>



Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles confondues : 94,4%.

(1) % satisfaits et très satisfaits.

## 41 % DES DÉPENSES DES SUISSES CONSACRÉES À L'HÉBERGEMENT



Les Suisses, dont la dépense moyenne par jour et par personne (135 €) est inférieure à celle de l'ensemble des clientèles (153 €), accordent un budget plus important à la restauration (+4,2 points) et moins important au shopping (-3,2 points).

### • À RETENIR •

- > 543 000 séjours soit 2,8% des séjours de la clientèle internationale
- > 1 978 000 nuitées soit 2,2% des nuitées de la clientèle internationale
- > 3,6 nuits en moyenne
- > 74,9% sont déjà venus à Paris Île-de-France
- > 95,0% voyagent en individuel
- > 72,1% voyagent pour motifs personnels uniquement
- > 135 € de dépense moyenne par jour et par personne
- > 490 € de budget moyen du séjour par personne
- > 93,0% sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- > 65,1% souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

### • NOS SUGGESTIONS •

- > Proposer des offres touristiques personnalisées à cette clientèle en quête d'événementiel et de nouveautés
- > Privilégier Internet, à la fois pour informer les touristes et leur offrir la possibilité de réserver leur hébergement
- > Accentuer les efforts en matière d'accueil et d'accessibilité à l'information mais également de sécurité

