Zurich, le 22 février 2018

**La reprise est amorcée – mais il reste encore beaucoup de chemin à parcourir.**

**En 2017, après huit années difficiles de diminution, la Suisse a renoué avec une croissance des nuitées de touristes en provenance de la zone euro. La reprise est amorcée, néanmoins le chemin pour atteindre les niveaux des résultats d’avant la crise financière est encore long en ce qui concerne les hôtes européens. Martin Nydegger, nouveau directeur de Suisse Tourisme (ST), a présenté aujourd’hui le bilan de l’année touristique écoulée et livré un aperçu des axes de développement stratégiques.**

Une hausse globale de 5,2%, une augmentation de +2,5% pour les nuitées de l’hôtellerie des hôtes en provenance de la zone euro et des chiffres à nouveau positifs sur les marchés traditionnels que sont le BeNeLux (+6,1%), mais aussi l’Allemagne (+1,1%) – le bilan de l’année touristique 2017 pour l’Europe est éloquent; il s’accompagne d’un regain de confiance généralisé dans la branche. Cependant, il convient de noter que le volume des nuitées enregistré avant la période de surévaluation du franc, qui a suivi la première crise financière, n’est de loin pas encore atteint. La branche du tourisme suisse a encore beaucoup de chemin à parcourir, l’objectif demeurant la récupération complète du niveau des nuitées des hôtes européens tel qu’enregistré dans les années 2008-2009.

**Les hôtes suisses: principal pilier du tourisme**

Avec une hausse de 4,2% et un volume de nuitées de l’hôtellerie de 16,9 millions, les Suissesses et les Suisses ont une nouvelle fois été des hôtes fidèles. Ils constituent toujours la clientèle la plus importante pour le tourisme suisse, notamment parce qu’ils voyagent dans tout le pays, en particulier dans les régions rurales et alpines. Cette clientèle a donc une importance primordiale en cette période encore difficile pour le tourisme de montagne en Suisse. C’est pourquoi Suisse Tourisme entend continuer à renforcer cet intérêt marqué des Suisses pour leur pays. Des efforts spécifiques seront ainsi consentis pour que l’automne devienne une saison touristique à part entière.

**Les États-Unis, deuxième marché étranger – l’Asie toujours solide**

En 2017, le volume de nuitées des hôtes américains a légèrement dépassé les 2 millions, confirmant que les États-Unis demeurent le deuxième marché étranger pour le tourisme suisse – derrière l’Allemagne (3,5 millions). La croissance des nuitées de 11,5% est notamment due à la mise en service de nouvelles liaisons aériennes et à la solidité de l’économie américaine. De même, en Asie, une hausse à deux chiffres a été enregistrée sur la plupart des marchés. Ce continent reste le moteur de la croissance du tourisme suisse.

Les mesures de marketing exceptionnelles déployées par ST en Asie ont permis de belles réussites. En Corée, par exemple, l’intérêt pour la Suisse connaît une croissance constante (457’000 nuitées / +34,7%), notamment grâce aux campagnes sur les réseaux sociaux («Swiss Friends»). Le marché indien connaît également une forte croissance. La campagne d’image de Suisse Tourisme avec la star de Bollywood Ranveer Singh a contribué à la nette progression du nombre de nuitées (739’000 nuitées / +23,4%). Pour la Chine (y c. Hong-Kong & Taïwan), le nombre de nuitées a atteint 1,4 million (+12%). Les touristes en provenance d’Asie du Sud-Est ont généré plus d’un demi-million de nuitées (533'000 / +15,6%). Cette croissance solide des marchés asiatiques doit en particulier se poursuivre dans le segment des voyageurs individuels en quête d’offres touristiques de haute qualité. Enfin, la baisse des nuitées des touristes en provenance des pays du Golfe (920’000 / -4,1%) est imputable à la crise intervenue au Qatar.

**Le nouveau directeur fixe des priorités claires**

Le nouveau directeur de Suisse Tourisme, Martin Nydegger, entend fixer des priorités stratégiques claires. Le langage et le style du marketing touristique suisse doivent s’orienter vers une narration plus sensuelle et plus ludique, tout en restant percutants, audacieux et séduisants. Selon lui, «Spa, Vitality & Health» (bien-être, vitalité et santé) sont des termes clés pour exploiter le potentiel que recèle le tourisme de santé pour plusieurs branches. Martin Nydegger veut également mettre l’accent sur le développement de produits au plan national: à l’avenir, ST développera conjointement avec la branche jusqu’à cinq produits touristiques innovants par an.

*\*Source des nuitées de l’hôtellerie: statistique de l’hébergement 2017, Office fédéral de la statistique.*

**Pour de plus amples informations, contacter:**

Véronique Kanel, porte-parole

Tél.: +41 (0)44 288 13 63, [veronique.kanel@switzerland.com](mailto:veronique.kanel@switzerland.com)

Communiqués de presse et informations sur: [MySwitzerland.com/medias](http://www.myswitzerland.com/medias)

Diffusion en direct de la conférence de presse annuelle 2018, 22 février 2018, de 09h00 à 10h00: <http://www.youtube.com/myswitzerland>

Le dossier de presse de la conférence de presse annuelle 2018 est intégralement téléchargeable ici: [MySwitzerland.com/medias](http://www.myswitzerland.com/medias)