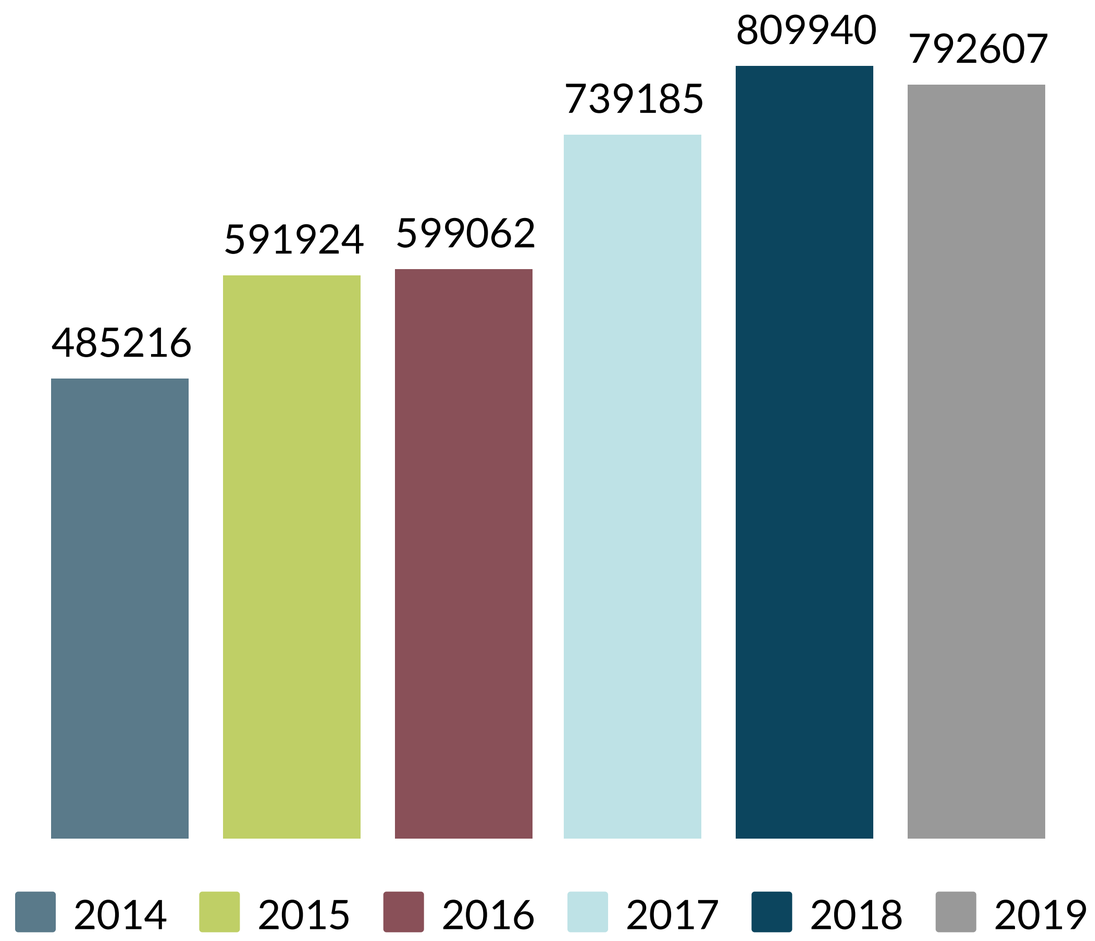
Suisse Tourisme.

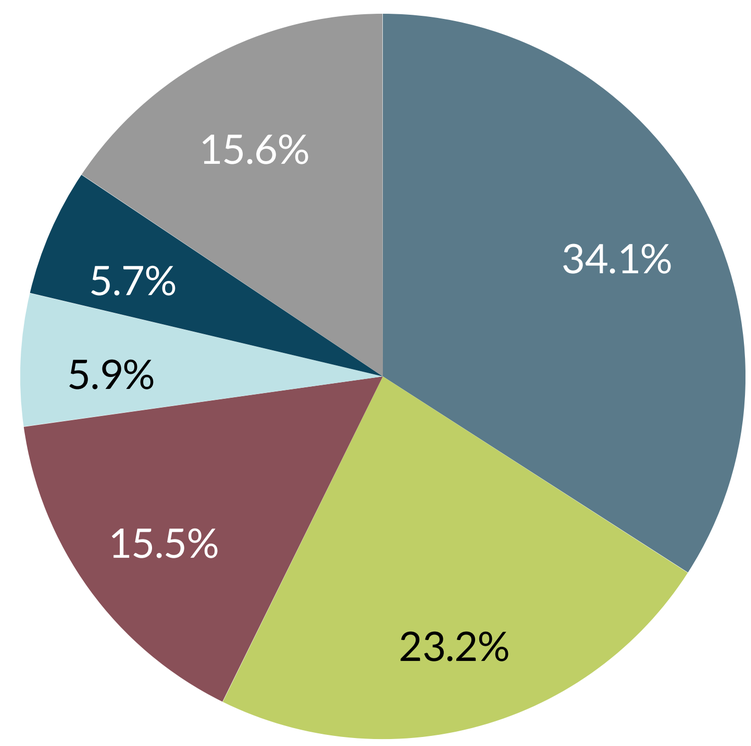
Touristes indiens en Suisse

Evolution des nuitées de l'hôtellerie 2014-2019

Evolution des nuitées de 2014 à 2019: +63.4%



Répartition des nuitées par régions (2019)



Région de Zurich (34.1%)
Suisse centrale (23.2%)
Oberland bernois (15.5%)
Vaud (5.9%)
Genève (5.7%)
Autres régions (15.6%)

Données-clés*

51.4% des touristes indiens voyageant en Suisse ont moins de 35 ans

63.4% privilégient le train comme moyen de transport en Suisse

CHF 310 Dépenses moyennes par jour/par pers. en Suisse

41% voyagent par deux en Suisse

90.7% visitent plusieurs destinations lors d'un séjour

54.5% des nuitées sont générées par des habitants des régions de Mumbai, Dehli et Karnataka

2,2 jours durée moyenne de leur séjour en Suisse

73% d'entre eux visitent la Suisse pour la 1ère fois

+5.1% Evolution estimée des nuitées de 2020 à 2022

76.5% des nuitées sont enregistrées en été

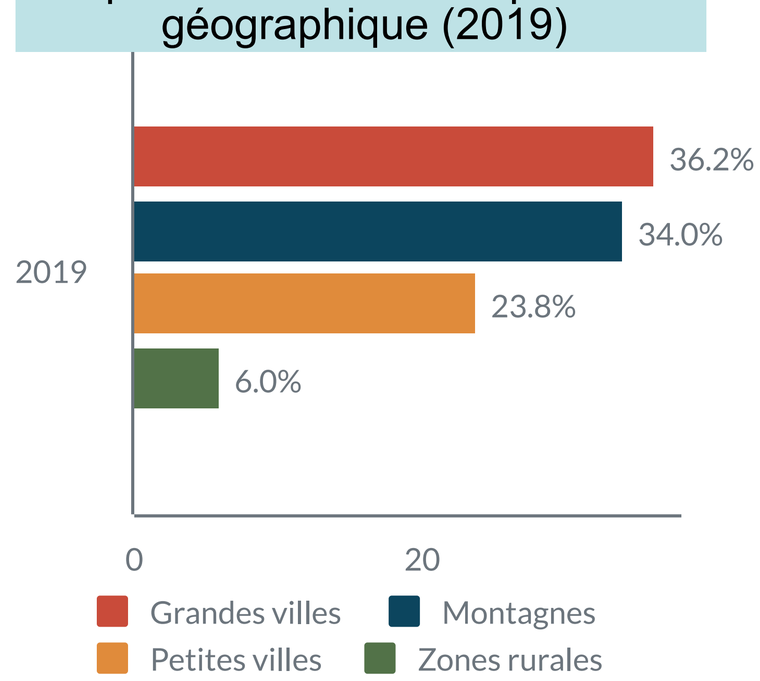
51.7% privilégient le shopping lors de leur séjour

* Sources: Monitoring du Tourisme Suisse (MTS) 2017. Enquête réalisée par Suisse Tourisme auprès de plus de 21'500 touristes venus de 130 pays dans 180 destinations suisses / OFS.

Motivations de voyage en Suisse

1. Nature
2. Montagnes
3. Lacs, rivières
4. Climat agréable
5. Panorama
6. Atmosphère
7. Accessibilité
8. Relaxation
9. Expérience de la haute montagne
10. Glaciers / neige

Répartition des nuitées par zone géographique (2019)



Destinations favorites*

1. Zurich
2. Engelberg
3. Interlaken
4. Lucerne
5. Opfikon (Zurich)
6. Genève
7. Bâle
8. Zermatt
9. Cham
10. Unterseen

* Selon le volume des nuitées de l'hôtellerie générées en 2019.

Suisse Tourisme.

Février 2020

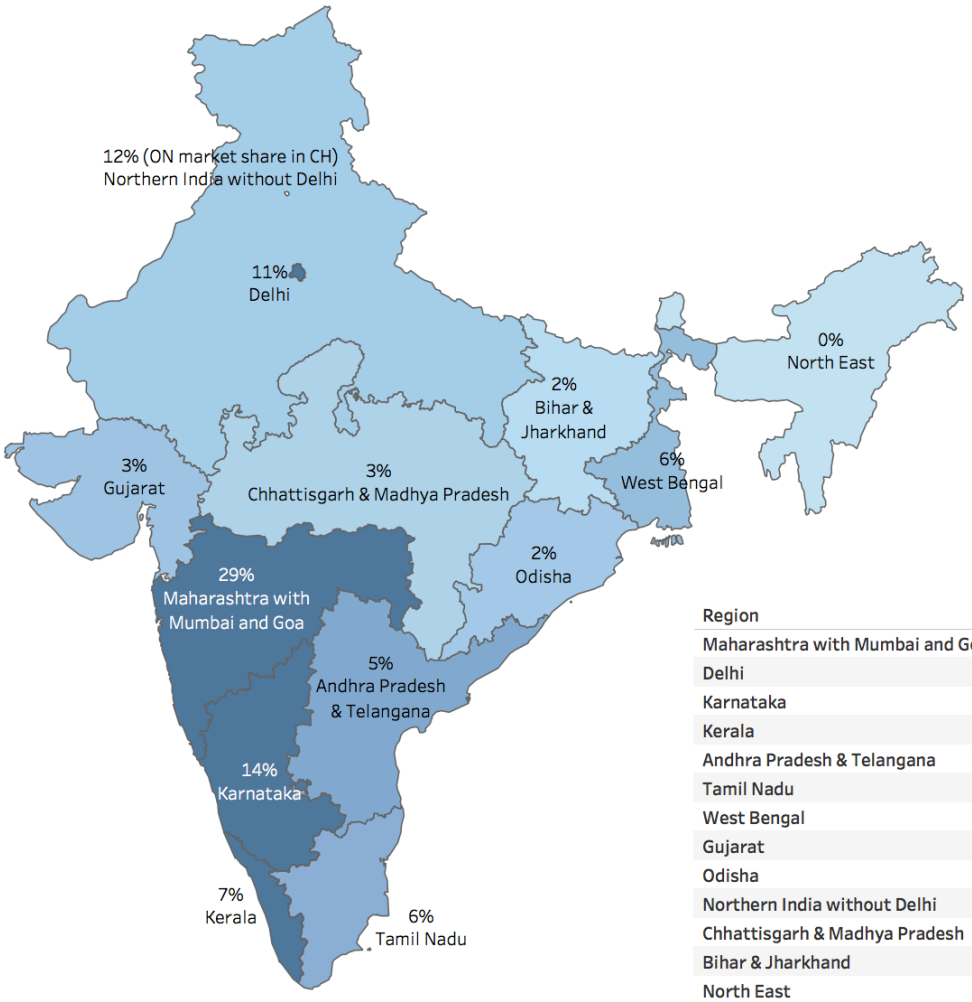
Inde: tourisme/relations avec la Suisse.

Faits et chiffres.

- La République d'Inde compte plus de 1,3 milliard d'habitants, soit 17,9% de la population mondiale[1]. Sa croissance démographique ne cesse d'évoluer et devrait augmenter de 25% entre 2010 et 2030. Plus de 50% de la population a moins de 25 ans et 65% moins de 35 ans.
- Le pays connaît la progression économique la plus rapide du monde, avec un PIB en hausse de plus de 6% en 2019 en comparaison avec l'année précedente[3].
- Les voyages à l'étranger connaissent en Inde une des évolutions les plus rapides au plan mondial. D'ici 2025, 19,3 millions d'Indiens et d'Indiennes devraient se rendre chaque année en vacances à l'étranger, soit une croissance annuelle des voyages à l'étranger de plus de 12%[4].
- Cependant, la grande majorité de la population indienne n'a pas encore les moyens de se rendre à l'étranger. En 2012, à peine 1,2% de la population a voyagé dans des pays étrangers, qui sont surtout réservés à une couche supérieure prospère, mais aussi de plus en plus souvent à des membres de la classe moyenne supérieure.
- La majorité des Indiennes et des Indiens parle anglais (langue des affaires et langue de communication nationale).
- Le PIB annuel par habitant était de 2'172 USD en 2019, alors qu'en 2016 il n'était que de 1'762 USD[3]. Les revenus ont aussi tendance à augmenter. En particulier, les jeunes adultes gagnent aujourd'hui davantage et sont donc en mesure de s'offrir très tôt déjà des voyages à l'étranger. Pour de tels voyages, un touriste indien peut emporter avec lui environ 10'000 USD à l'étranger.
- Les «golden agers» ont eux aussi plus souvent les moyens de voyager, grâce à leurs enfants qui leur offrent des vacances à l'étranger[4].
- Delhi et Bombay sont reliées à la Suisse par des vols SWISS quotidiens directs à destination de Zurich.
- Durant l'année 2019, les touristes indiens ont généré 792'607 nuitées de l'hôtellerie, soit une diminution de 2,1% par rapport à l'année précédente. Entre 2009 et 2019, les nuitées des touristes indiens ont connu une croissance de 144,4%.

Suisse Tourisme. Schweiz Tourismus. Svizzera Turismo. Switzerland Tourism.
Tödistrasse 7, Case postale, CH-8027 Zurich, téléphone +41 (0)44 288 11 11, MySwitzerland.com

Touristes en provenance d'Inde : régions d'origine[4]



Region	Overnights	Inhabitants
Maharashtra with Mumbai and Goa	29.4%	10.0%
Delhi	10.8%	3.7%
Karnataka	14.3%	5.4%
Kerala	6.9%	2.9%
Andhra Pradesh & Telangana	4.8%	4.3%
Tamil Nadu	6.1%	6.3%
West Bengal	5.6%	8.0%
Gujarat	3.0%	5.3%
Odisha	1.7%	3.7%
Northern India without Delhi	12.1%	27.0%
Chhattisgarh & Madhya Pradesh	3.0%	8.6%
Bihar & Jharkhand	2.2%	12.0%
North East	0.0%	2.9%

Répartition des nuitées en Suisse (tous types d'hébergement) selon la région de provenance des hôtes indiens.

Évolution des nuitées de l'hôtellerie

Année	Nuitées	Variation (%)
2019	792'607	-2,1

Évolution des nuitées de l'hôtellerie par région touristique 2017-2019.

Région	2017	2018	2019	Variation 18-19
Zurich	249'026	285'820	270'286	-5,4%
Suisse centrale	183'813	198'738	184'247	-7,3%
Berne région	122'347	125'435	122'889	-2,0%
Vaud	45'529	47'686	46'552	-2,4%
Genève	39'184	48'025	45'149	-6,0%
Argovie	27'017	26'976	34'230	+26,9%
Bâle	21'402	27'777	26'178	-5,8%
Valais	19'424	21'935	22'370	+2,0%
Grisons	10'557	9'594	17'039	+77,6%
Tessin	9'020	7'585	11'753	+55,0%
Suisse orientale	6'477	6'320	6'499	+2,8%
Jura & Trois Lacs	2'822	2'965	3'755	+26,6%
Fribourg	2'567	1'084	1'660	+53,1%

Source: Statistique de l'hébergement touristique, Office fédéral de la statistique (2019).

Visa de Schengen

- Les ressortissants indiens sont soumis à l'obligation d'obtenir un visa pour voyager dans l'espace Schengen (et donc également pour la Suisse).
- En octobre 2015, les visas de Schengen biométriques ont été introduits en Inde. La Suisse dispose dans ce pays de bureaux spécialisés où les données biométriques des voyageurs peuvent être recueillies.

Suisse Tourisme en Inde / activités de commercialisation / groupes cibles.

- Depuis 1996, ST est présente à Bombay (cinq collaborateurs à ce jour). Entre 2000 et 2018, elle disposait également d'une succursale à New Delhi.
- De nombreux jeunes gagnent bien leur vie et s'offrent des vacances en Suisse ou offrent à leurs parents un voyage en Europe. Mais pour les jeunes touristes surtout, la nature ne suffit plus: de plus en plus, ils recherchent des aventures (en douceur), des expériences culinaires (fabrication de chocolat / dégustation de vin) ou s'essayent aux sports d'hiver[4]. ST s'est fixée pour objectif de proposer davantage d'expériences et d'offres de ce genre sortant des sentiers battus.
- Le groupe cible principal et le segment qui connaît la plus forte croissance reste les familles: les Indiennes et les Indiens aiment voyager en famille (en trois générations)[4]. Souvent, lorsque les trois générations voyagent ensemble, chacune a ses exigences spécifiques; tandis que les grands-parents veulent adopter un rythme plus tranquille, les parents souhaitent explorer les aspects culturels et la beauté de la nature, et la plus jeune génération est à la recherche d'action et d'aventures. Ainsi, pour ce genre de constellations, il est d'usage de séjourner en appartement plutôt qu'à l'hôtel, en raison du prix, de la possibilité d'être tous ensemble et de cuisiner.
- Les voyages de noces et les voyages entre ami(e)s sont également très populaires.
- L'habitude de se mettre en valeur est décisive en Inde: utilisateurs passionnés des réseaux sociaux, les touristes indiens aiment présenter leurs expériences de vacances sur Facebook,

Twitter, Instagram, etc. En outre, le bouche à oreille demeure le facteur le plus déterminant dans la planification des voyages.

- L'Inde représente la plus large communauté d'amis sur Facebook des 26 marchés sur lequels Suisse Tourisme (ST) est active: plus de 600'000 amis (devant l'Italie et le Brésil).
- Le *Grand Tour de Suisse* et le *Grand Train Tour of Switzerland* sont des produits qui éveillent particulièrement l'intérêt des clients indiens[4].
- La télévision, une des occupations majeures des Indiennes et des Indiens pendant leurs loisirs, compte encore plus que les réseaux sociaux. Les émissions de voyages, les émissions de télé-réalité et les feuilletons à l'eau de rose (soap opéras) sont extrêmement appréciés et servent donc de plateforme idéale pour commercialiser la Suisse[4]. Des émissions de TV sont tournées de manière récurrente en Suisse.
  (voir également les informations consacrées à l'industrie de Bollywood à la fin du document).
- Depuis fin 2018, ST fait la promotion de la Suisse comme destination de mariage (destination weddings) (MySwitzerland.com/weddings), car la tendance mondiale à la célébration de mariages avec l'ensemble des invités à l'étranger est de plus en plus tangible en Inde.

Évolution de la demande et de l'intérêt pour la Suisse touristique.

Durée moyenne de séjour et de voyage / comportement des touristes.

- Les touristes indiens voyagent en Suisse en majorité entre la mi-mai et juin (vacances scolaires d'été) ou durant Diwali (mi-octobre) et séjournent de préférence dans des hôtels trois et quatre étoiles. Pour les destinations suisses, leurs périodes de voyage constituent une excellente opportunité de réaliser du chiffre d'affaires en dehors de la haute saison des touristes européens.
- Les Indiennes et les Indiens dépensent en moyenne CHF 310 par jour et par personne en Suisse. Ils arrivent en 5e place sur le plan des dépenses quotidiennes, après les hôtes des pays du Golfe (CHF 420), de Chine (CHF 380), de Singapour (CHF 330) et de Malaisie (CHF 320). Les voyageurs étrangers dépensent en moyenne CHF 197 par jour et par personne lors de leurs séjours en Suisse[5].

Demande de voyages pour la Suisse / voyages en groupes et tourisme individuel[3].

- La Suisse continue à être considérée comme la destination européenne de rêve, notamment grâce aux montagnes enneigées très appréciées en Inde. De nombreux Indiens découvrent la neige pour la première fois en Suisse. «Touch the real Swiss snow» est une expérience *sine qua non* des voyages en groupes. La Suisse continue à être le pays le plus populaire pour les voyages en Europe (16% de tous les voyages à l'étranger sont réservés pour des destinations européennes), avant la France et l'Allemagne.
- Les touristes indiens sont une clientèle exigeante, qu'il s'agisse de cuisine – ils préfèrent souvent manger indien ou au moins végétarien – ou de services.
- Pour eux, les avantages de la Suisse par rapport aux autres destinations européennes sont l'accessibilité toute l'année de divers sommets enneigés, le système de transports publics optimal (les touristes indiens adorent les transports publics suisses), les paysages exceptionnels, la vaste diffusion de l'anglais et la sécurité.

- Jusqu'ici, les touristes indiens visitaient la Suisse le plus souvent en groupes. Néanmoins, le segment des voyageurs individuels est en croissance depuis quelques années, surtout grâce aux moins de 35 ans qui ont un pouvoir d'achat de plus en plus élevé. Cela se traduit, par exemple, par une demande croissante pour les appartements de vacances dans l'Oberland bernois. Actuellement, les touristes individuels – qui ne voyagent pas au sein de grands groupes suivant le même itinéraire – génèrent env. 55% du total des nuitées réservées par les Indiens en Suisse. Cette clientèle est particulièrement intéressante, car les voyageurs/voyageuses individuels restent en moyenne plus longtemps en Suisse que les grands groupes.
- Les hôtes individuels sont des citadins rompus aux voyages, originaires de Bombay, Delhi ou Bangalore, ils connaissent bien la culture occidentale, parlent bien l'anglais et sont prêts à découvrir de nouvelles destinations, de nouvelles expériences, de nouvelles cultures et de nouvelles saveurs.
- Les voyageurs indiens qui visitent la Suisse en groupes viennent principalement de régions rurales ou de villes économiquement moins influentes que les grandes métropoles, ont un pouvoir d'achat élevé et sont relativement âgés. Le voyage en Europe constitue souvent leur première rencontre avec l'Occident. Les voyageurs en groupes sont prêts à se rendre à l'étranger, mais dans des conditions qui leur sont familières, par ex. avec une offre gastronomique indienne.
- Les activités de plein air, ainsi que les voyages en automne et en hiver en Suisse sont de plus en plus demandés (voir détails au sujet de la promotion ci-après).
- Les «vacances romantiques» telles que voyages de noces, déplacements à l'occasion de mariages et d'anniversaires, sont d'autres niches qu'exploite Suisse Tourisme (ST) en Inde[4].
- Le tourisme d'affaires, ainsi que le secteur MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Events) continuent à évoluer positivement, puisque l'Inde ne cesse de consolider ses relations financières et économiques avec le reste du monde.
- De même, la demande pour des mariages se déroulant entièrement en Suisse en compagnie de tous les invités, croît. (voir ST marketing ci-dessus).

Destinations favorites en Suisse, habitudes de voyage, concurrence[4].

- Les Indiennes et les Indiens préfèrent se rendre dans les grandes villes, ainsi que dans hauts-lieux touristiques que sont la Jungfrau et le Titlis.
- De plus en plus de touristes indiens, voyageant individuellement, mais aussi en groupes, souhaitent découvrir de nouvelles destinations telles que la région du Léman, le Tessin ou Zermatt. C'est particulièrement le cas de ceux qui sont déjà venus une fois en Suisse.
- De façon générale, les touristes indiens aiment les destinations faciles à atteindre en transports publics, à proximité des sommets des montagnes et proposant des repas indiens et/ou végétariens.
- Ils aiment tout particulièrement les restaurants qui servent encore tard le soir.
- Les personnes qui voyagent en groupes aiment séjourner dans de grands hôtels proposant également de vastes salles de banquet.
- En matière d'hébergement, on observe cependant une nette tendance à l'augmentation de la réservation d'appartements de vacances. Les voyagistes proposent de plus en plus d'offres dans ce secteur.

– Les destinations concurrentes de la Suisse sont l'Espagne, l'Italie, Chypre et les pays scandinaves: les Indiens perçoivent ces nouvelles destinations comme étant plus exotiques que la Suisse. De même, la Grande-Bretagne, l'Australie et les Etats-Unis (où les Indiens voyagent souvent pour rendre visite à des amis ou à des membres de leur famille) sont désormais présents sur le marché indien en tant que destinations touristiques.

La Suisse et Bollywood.

L'industrie indienne du cinéma, appelée Bollywood, est l'une des plus productives au monde.
Des réalisateurs indiens ont commencé à tourner en Suisse dès les années 1960 (par ex. Raj Kapoor avec le film «Sangam» [Réunification], 1964).
Outre ses paysages spectaculaires et sa nature unique, la Suisse offre aux cinéastes indiens des conditions administratives intéressantes: les autorisations de tourner des scènes en extérieur sont relativement faciles à obtenir.
Le célèbre metteur en scène Yash Chopra (décédé en 2012), connu en Inde comme le «king of romance» a tourné plus d'une douzaine de films en Suisse depuis les années 1980. C'est principalement grâce à lui que la Suisse a gagné un statut de destination romantique culte chez les Indiens. Chopra montrait dans ses films le pays dans toute sa beauté, de sorte que la Suisse est devenue une destination de rêve pour presque toutes les Indiennes et tous les Indiens. En 2002, Chopra a reçu le «Swiss Filmfare Award» sponsorisé par Présence Suisse pour le rôle de pionnier qu'il a joué dans la fascination durable qu'exercent les paysages suisses dans l'industrie cinématographique indienne.

Depuis les années 1980, plus de 170 films ont été tournés (au moins en partie) en Suisse.
Le plus souvent, seul un petit nombre de scènes d'extérieur sont réalisées en Suisse.
Ce n'est qu'en 2003 qu'un film a été entièrement tourné en Suisse pour la première fois: «Asambhav» (L'impossible) de Rajiv Rai se déroule au Tessin. Le tournage a duré trois mois.
Le classique «Dilwale Dulhaniya Le Jayenge» (Le premier arrivé obtient la fiancée) de Yash Chopra, datant de 1995, a été tourné à 60% en Suisse. Depuis son lancement, ce film est toujours diffusé dans les cinémas de Bombay.

Grâce à une collaboration avec la star et ambassadeur de la Destination Suisse, Ranveer Singh, Suisse Tourisme poursuit depuis quelques temps la tradition de promotion de la Suisse touristique par le biais de Bollywood. Ranveer Singh personnifie une génération de jeunes Indiens et Indiennes urbains et actifs, avides de découvertes de nouvelles cultures et d'activités sportives. En 2017, ses impressions de la Suisse ont déjà contribué à créer un engouement pour les voyages en Suisse dans ce segment de clientèle, ainsi que sur les réseaux sociaux. En effet, ce dernier dispose d'une communauté en ligne particulièrement nombreuse et réactive, soit plus de 10 millions de fans sur Facebook et plus de 29,6 millions sur Instagram[6]. L'objectif principal de ST en Inde est de faire de la Suisse une destination à visiter en toute saison.

Dans le dernier film de Ranveer Singh "Simmba" (présenté en avant-première fin 2018), une séquence musicale vidéo a été tournée en Suisse : https://youtu.be/hejXc_FSYb8

Actuellement, près de 80% des nuitées des touristes indiens sont enregistrées en été. La promotion se concentre donc sur l'automne et l'hiver, saisons pour lesquelles il existe un grand potentiel de développement. De grands événements et de nouvelles offres participent également à la valorisation la saison hivernale, comme First Ski Experience ou le tournoi international de cricket sur glace de St. Moritz (qui s'est déroulé à nouveau en février 2020), avec la participation de nombreuses stars indiennes du cricket.

La croissance continue des nuitées des hôtes en provenance de l'Inde (2017 : +23 % / 2018: +9,8 %) et surtout la nouvelle image de la Suisse auprès des jeunes et des citadins indiens sont certainement liées au succès des campagnes avec Ranveer Singh.

Liens complémentaires à propos des liens entre Bollywood et la Suisse:

- Carte interactive de Bollywood en Suisse (Swissinfo, anglais)
- Portrait de la star de Bollywood Ranveer Singh (Wikipedia)
- Ranveer Singh, ambassadeur de la Suisse en Inde (en anglais – article de Swissinfo)

Références:
Statistiques des nuitées hôtelières: Office fédéral de la statistique, 2015-2020.

[1] *OCDE 2017 / United Nations World Populations Prospects (2017) https://esa.un.org/unpd/wpp/DataQuery*
[2] *OCDE 2017.*
[3] *https://de.statista.com*
[4] *Rapports de recherche sur l'Inde, Suisse Tourisme 2016-2018.*
[5] *Monitoring du Tourisme Suisse, Suisse Tourisme 2017.*
[6] *Nombre de fans et followers dans les réseaux sociaux de Ranveer Singh, état en Mars 2019.*

ST/Corp. Comm./Février 2020