

Tendances de marché 2012

INDE

11 | 2012



Skyline à Mumbai

Tendances de marché 2012



Département de l'économie,
de l'énergie et du territoire (DEET)

Departement für Volkswirtschaft,
Energie und Raumentwicklung (DVER)

CANTON DU VALAIS
KANTON WALLIS

Hes·SO  **VALAIS**
WALLIS

Tendances de marché 2012

INDE

Généralités	2
Caractéristiques clés de l'Inde	3–6
Destinations favorites des Indiens	7–8
Habitudes/comportement de voyage	9–12
Chiffres touristiques clés	13–15
Importance de Bollywood pour les touristes indiens	16
Touristes indiens	17–18
Touristes indiens en Valais	19–20
Organismes de contact	21
Synthèse, stratégie	22–23
Bibliographie	24–25

Généralités

Potentiel

Saviez-vous que

- ... l'Inde compte 1.22 milliard d'habitants (juin 2012) dont environ **140 millions** sont des **visiteurs potentiels** de la Suisse?
- ... pour les individus issus de la classe moyenne indienne (plus de 350 millions, soit l'équivalent de la population des Etats-Unis) **un voyage en Europe** (surtout au Royaume-Uni, en France, en Suisse) **augmente leur prestige?**
- ... les Indiens adorent le cinéma? De plus, chaque année 15 à 18 films de Bollywood sont réalisés en Suisse. Son paysage alpin ressemble en effet beaucoup à celui du Cachemire.
- ... l'Inde est un des principaux **marchés émetteurs** au monde qui **connaît la plus forte croissance** (croissance annuelle de 13.2% entre 2001 et 2008 du nombre de touristes indiens se rendant à l'étranger)
- ... les visiteurs indiens en Suisse ont généré **460 440 nuitées** en Suisse en 2011 (OFS)? Cela correspond à une croissance de **17.2%** par rapport à l'année précédente.
- ... les **Indiens** en Suisse dépensent en moyenne **CHF 300.- par jour** (en 2010)? La moyenne de l'ensemble des marchés ne s'élève qu'à de l'ensemble des marchés n'est que de CHF 182.



Comportement de voyage et produits

Saviez-vous que

- ... les Indiens préfèrent voyager en **mai (leurs vacances scolaires)?**
- ... les Indiens attachent beaucoup d'importance à manger indien à l'étranger?
- ... les Indiens qui voyagent en Europe sont en majorité (2/3) des **hommes âgés de 25 à 54 ans?**
- ... la plupart des réservations **sont effectuées par des agents de voyages traditionnels?**
- ... les Indiens qui réservent des tours organisés se décident plutôt pour des hôtels à 3-4 étoiles, les touristes individuels pour des hôtels de classe encore plus élevée? **Les familles aisées aiment louer un appartement de vacances.**
- ... ce que les touristes indiens apprécient surtout en Europe sont le **climat et le paysage (montagnes)?**
- ... les Indiens aiment acheter des **souvenirs?**
- ... les Indiens aiment voyager **en train?**

Caractéristiques clés

Données clés

Population et superficie

L'Inde compte 1.22 milliard d'habitants (juin 2012). Cela fait de l'Inde le deuxième pays le plus peuplé du monde, après la Chine. Sa superficie est de 3'287'590 km², ce qui correspond à environ **80 fois la superficie de la Suisse**.

Religions

La majorité de la population est hindoue (83%). Autres religions : 11% de musulmans, 2% de chrétiens et 2% de sikhs. En outre, il existe de nombreux autres courants religieux, notamment le Bouddhisme et le Jainisme.

Langues

La langue nationale indienne est le hindi. 60% des Indiens ont pourtant une langue maternelle différente du hindi. Dans le monde des affaires et dans l'administration, l'anglais est très répandu. 180 millions d'Indiens parlent l'anglais couramment.

Formalités d'entrée en Suisse

Visa de Schengen exigé (espace dont font aussi partie les pays voisins de la Suisse).

Monnaie

La monnaie est la roupie indienne (INR).

Taux de change : - 1 CHF ~ 58 INR (état en juin 2012).

La roupie indienne a quasiment continuellement perdu de sa valeur depuis juillet 2007, lorsque 1 CHF ~ 33 INR. Cette dévaluation de la roupie indienne fut nettement moins importante face à l'euro ou au dollar.

Indices économiques

Economie de type plutôt autarcique jusqu'en 1990, l'Inde se développe de plus en plus vers une économie de marché libre. Ce pays est un des principaux exportateurs de prestations de services IT et de logiciels.



Caractéristiques clés

Chiffres de l'économie indienne

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Taux de croissance (en% du PIB)	10.0	6.2	6.6	10.6	7.2	6.9	7.3	7.5
PIB/habitant (USD) (Suisse 2009: 55'875 USD)	1'009	1'081	1'068	1'342	1'389	1'455	1'583	1'723
Taux d'inflation (en%)	6.4	8.3	10.9	12.0	8.6	8.2	7.3	5.5
Taux de chômage (en%)	7.2	6.8	10.7	10.8	10.6	-	-	-
Balance des comptes courants (en% du PIB)	-6.2	-6.6	-4.0	-4.7	-4.3	-4.6	-4.3	-4.3
Endettement (en% du PIB)	75.4	74.7	75.0	69.4	68.1	67.6	66.8	-4.3

■ estimation

D'après International Monetary Fund (IMF) (avril 2012); SECO (2012).

Croissance économique des dernières années

- Aujourd'hui, l'Inde est devenue une des économies les plus dynamiques au monde.
- L'Inde a relativement bien maîtrisé la crise économique globale. Même durant le creux de la vague de cette crise, soit au dernier trimestre 2008 et au premier trimestre 2009, la croissance ne baissait que faiblement, à près de +6%, alors que de nombreux pays industrialisés relevaient des taux de croissance négatifs. Le PIB par tête d'habitant reste toujours très bas. Environ 700 millions de personnes doivent vivre avec moins de 2 USD par jour. En revanche, on constate l'essor d'une vaste classe moyenne (350 millions en 2007), dont une petite partie, d'environ 10 %, est même très aisée. Pour celle-ci, les destinations hors Asie sont spécialement attractives.

Conjoncture

- Le taux de croissance en 2010 a atteint la valeur remarquable de 10.6%. En 2011, il était de 7.2%. Une baisse à 6.9% est prévue pour 2012. Les prévisions de la Banque mondiale suggèrent pour les années 2013 et 2014 une croissance annuelle d'environ 7.5%
- En 2008, le taux de chômage atteignait 6.8%. En 2009, ce taux a augmenté de 3,9 points. Il n'a ensuite guère évolué en 2010 et en 2011.
- Le secteur agricole emploie la majorité de la population active (52%). Ce secteur ne contribue pourtant qu'à 17% du PNB. Le secteur industriel ne représente que 14% de la population active. Le secteur tertiaire (34%) traverse actuellement une forte croissance.
- Comparativement à la nourriture et surtout aux services qui sont bon marché, les biens de consommation paraissent chers aux Indiens.

Touriste indien type voyagent à l'étranger

- La plupart des touristes de loisirs indiens se rendant à l'étranger disposent d'un **revenu annuel supérieur à 9'000 USD** (chiffre de 2010) et la majorité d'entre eux (85%) disposent d'un **diplôme d'études supérieures**. Ceux d'entre eux au revenu plus modeste restent en Asie, alors que les plus fortunés se rendent en Europe. Pour la plupart de ces Indiens, l'anglais est quasiment leur langue maternelle. 56 milliardaires (en USD) et 126 000 millionnaires (en USD) résident en Inde. La classe moyenne indienne s'agrandit actuellement très rapidement (40-50 Mio par an) et représente un potentiel de marché très intéressant, en particulier les 140 Mio appartenant à la couche supérieure de cette classe.
- **75% des Indiens** se rendant à l'étranger sont mariés, avec des enfants vivant dans leur ménage.
- Concernant le tourisme de loisirs, **2/3 des Indiens voyagent avec leur famille** parfois élargie (beaux-parents, parents, tantes, oncles, frères, sœurs...). Il faut savoir que le sens de la famille demeure très ancré en Inde.
- Selon l'IPK (Indian Outbound Monitor), parmi les Indiens voyageant à l'étranger (12 millions en 2010), **67%** se rendent en **Asie** et au **Moyen-Orient**, **19%** en **Europe**, **9%** aux Amériques, **3%** en Afrique et **2%** en Océanie.
- Les Indiens voyagent en Europe surtout de **mai à juillet** et d'octobre à décembre, avec un grand pic en **mai-juin dans les Alpes**. Ils n'ont donc guère l'occasion de pratiquer les sports d'hiver.



Plage de Goa à la tombée du jour.



La silhouette urbaine de Bombay.

Voyages à l'étranger

- En 2008, les touristes indiens ont entrepris **10.9 Mio** voyages à l'étranger. En 2010, ce chiffre s'est même élevé à **12 Mio**, alors qu'il n'atteignait guère **4.5 Mio en 2000**. On s'attend même à un chiffre de **20 Mio** pour 2015 et de **50 Mio** pour 2020.
- De 2001 à 2008, le nombre de ces voyages a augmenté en moyenne de **13.2% par an**, soit nettement au-dessus de la moyenne mondiale (par exemple une croissance de 5% entre 2010 et 2011). On s'attend à une croissance annuelle de la demande touristique de 8.2% pour la période 2010-2019, ce qui fait de l'Inde le **troisième pays** au monde en termes de croissance de la demande touristique.
- Les dépenses de voyage des Indiens à l'étranger ont atteint **9.6 Mia USD** en 2008. En 2010, ces dépenses se sont élevées à **14 Mia USD**.

Caractéristiques clés

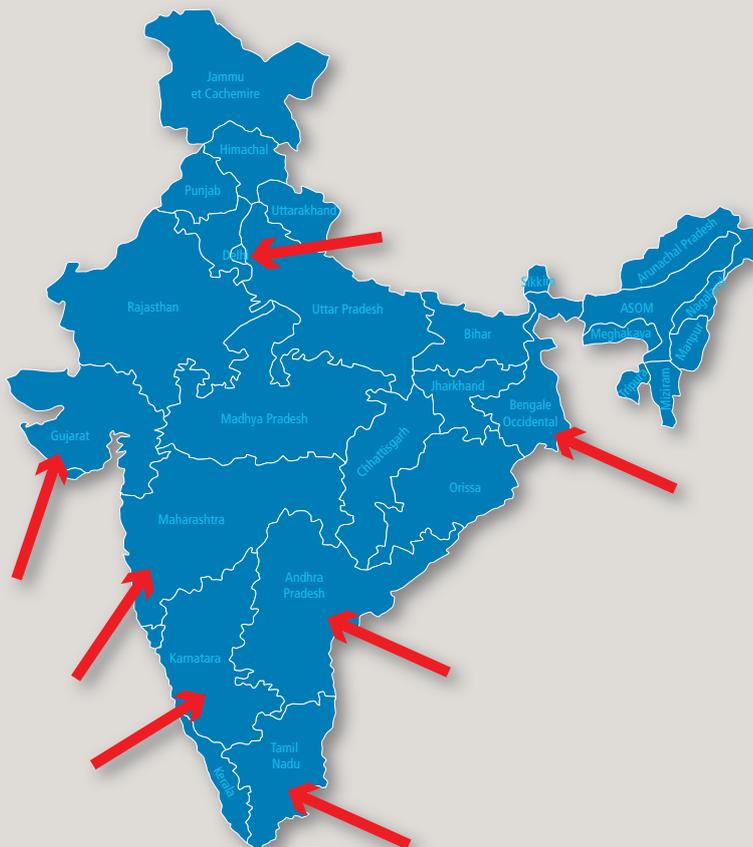
Régions de provenance des touristes

En Inde, il y a un grand fossé entre les régions urbaines, en contact avec la culture occidentale, et les régions rurales demeurant généralement très pauvres. C'est pour cette raison que les marchés sources en Inde se concentrent autour des **sept plus grands centres économiques** :

- **Mumbai (ex-Bombay)**, la capitale économique (y compris siège de Bollywood) et son Etat du Maharashtra. De loin, le plus grand marché source indien.
- **Ahmedabad/Gandhinagar**, Etat du Gujarat (ouest du pays), très industriel, Etat leader dans le textile, la chimie, la pétrochimie et l'ingénierie (presque 100% des villages ont l'électricité). Les Gujaratis transitent souvent par l'aéroport de Mumbai.
- **Delhi**, la capitale politique.
- **Bangalore (Bengaluru)** - Silicon valley indienne (Etat du Karnataka).
- **Hyderabad**, 1300 entreprises IT (Etat d'Andhra Pradesh).
- **Chennai (ex-Madras)** (Etat du Tamil Nadu).
- **Kolkotta (ex-Calcutta)** (Etat du Bengale occidental).

La plupart des nuitées indiennes en Suisse proviennent de l'ouest de l'Inde (48%). Il s'agit essentiellement des Etats du Maharashtra et du Gujarat.

Les sept principaux états indiens, émetteurs de touristes



Destinations favorites des Indiens

Destinations les plus importantes (Top-10-des destinations par arrivées)

Rang	Monde 2004-2008	Europe 2005-2010
1.	Emirats Arabes Unis	Royaume-Uni
2.	Singapour	Italie
3.	Bahrain	Suisse
4.	Koweït	France*
5.	Arabie Saoudite	Allemagne
6.	Etats-Unis	Autriche
7.	Malaysie	Pays-Bas
8.	Thaïlande	Turquie
9.	Chine	Belgique
10	Royaume-Uni	Espagne/Russie*

D'après European Travel Commission (ETC) 2010; Tourmis (2012).

*estimation du rang^a

^a Les rangs des destinations européennes ont été obtenus à l'aide de la banque de données Tourmis sur les arrivées. Il faut relever que les arrivées sont comptées différemment selon les pays (p.ex aux frontières pour le Royaume-Uni, dans tous les hébergements en Allemagne ou en Italie, dans les hôtels ou établissements similaires en Suisse). La moyenne a été effectuée pour les années 2005 à 2010, même si pour certains pays, il manque les données d'une ou deux années dans cette période de 5 ans. Pour la France, l'Espagne et la Russie, les données manquent complètement. Elles ont été estimées grâce au rapport ETC March 2010, où ces trois pays sont classés par tranches. La France, par exemple, se situe dans la même tranche que la Suisse, l'Allemagne et l'Italie.

- **Les Emirats Arabes Unis** furent le pays le plus visité par les Indiens de 2004 à 2008. En 3^e et 4^e positions suivent d'autres pays du Golfe: **Bahrain** et **Koweït**. **L'Arabie Saoudite** arrive en 5^e position. Un nombre très important de travailleurs indiens immigrés travaillent dans ces pays. Ces voyages se rapportent donc essentiellement à la catégorie «**voyages d'affaires**». En outre, le shopping constitue également un but de voyage important à Dubai (Emirats Arabes Unis). Il faut savoir que pour la moitié des Indiens, le principal motif de voyage est le shopping.
- **Singapour** est en seconde position, également en raison du **shopping**, à l'instar de Dubai. Les Indiens sont aussi attirés par la propreté de ce lieu. En outre, près de 8% des habitants de Singapour sont de **souche indienne**. La culture à Singapour n'est donc finalement pas trop dépaysante pour eux.
- Dans le Top 10 des destinations, les **Etats-Unis** et le **Royaume-Uni** sont les **seules destinations situées hors d'Asie**. Les **visites d'ami(e)s et de membres de famille y sont fréquentes**. En effet, un nombre important d'immigrés indiens de classe aisée se sont établis là. Ils ont souvent effectué des études supérieures dans ces pays. La **Suisse** s'est hissée au **14^e rang** parmi les destinations mondiales et au 3^e rang parmi les destinations européennes. C'est le **premier pays hors d'Asie**, avec l'Italie, où les Indiens voyagent **pour les loisirs**. Ils sont attirés avant tout par le paysage montagneux qui leur rappelle l'Himalaya. L'accès aux glaciers et aux neiges éternelles est nettement plus aisé et rapide que dans leurs montagnes. Le climat vivifiant est lui aussi un élément important. Contrairement à l'Europe, en Inde, un temps pluvieux est perçu positivement. La propreté, comme à Singapour, ainsi que la ponctualité légendaire sont également des éléments qui interviennent dans leur choix.
- **100 000 à 200 000 d'Indiens** ont visité la France, l'Allemagne, l'Italie ou la **Suisse** en 2008. (Ce chiffre s'élève à 300 000 à 400 000 pour ce qui est du Royaume-Uni.). En Allemagne, contrairement à la Suisse, la proportion de voyages d'affaires par rapport aux voyages de loisirs se révèle nettement plus importante.

Destinations favorites des Indiens

Destinations de rêve (attractivité) des Indiens (Top-10-Destinations)

Rang	Monde 2006	Europe 2009
1.	Etats-Unis	Suisse
2.	Singapour	France
3.	Royaume-Uni	Allemagne
4.	Suisse	Italie
5.	Australie	Royaume-Uni
6.	Malaysie	Grèce
7.	(Tour d')Europe	Autriche
8.	Iles Maurices/Seychelles	Espagne
9.	Emirats Arabes Unis (Dubai)	Pays-Bas/Belgique
10	Thaïlande	Pays scandinaves

D'après European Travel Commission (ETC) (2007); Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) (2011).

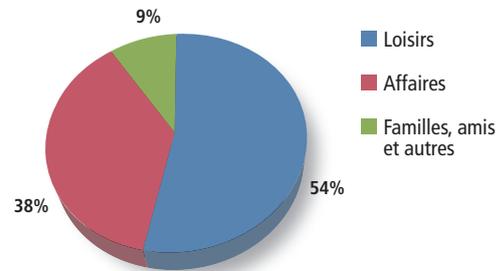
- Alors que **67%** des touristes voyageant au-delà des frontières de l'Inde se rendent avant tout en **Asie** pour affaires et pour raison de proximité et de coûts, un nombre important d'Indiens rêvent de **découvrir l'Europe ou les Etats-Unis**. Il s'agit aussi d'une question de **prestige**. Le tableau ci-dessus portant sur les destinations attractives (ou de rêve) des Indiens (top 10) diffère donc de celui du nombre total d'arrivées.
- La Suisse se révèle être le seul pays non- anglophone parmi les top 10 destinations du monde. Comme les Indiens voyageant à l'étranger (notamment individuellement) disposent d'un excellent niveau d'anglais, ils apprécient que leurs hôtes soient anglophones ou parlent couramment l'anglais. L'hébergement **n'est en général par très onéreux** aux Etats-Unis, au Royaume-Uni ou en Australie, car ils peuvent souvent être **hébergés chez des membres de la famille ou par des amis (VFR)**.
- Parmi les pays européens (selon un sondage d'opinion conduit en 2009), **la Suisse est le pays attirant le plus les Indiens (1^{er} rang)**. Ce fait est aussi confirmé par Stephan Heuberger, responsable de Suisse Tourisme en Inde. Il le souligne en citant les mots de beaucoup d'Indiens : «I wanna see Switzerland» («je veux voir la Suisse»). En outre, **la place 4 de la Suisse** parmi les destinations les plus attractives au monde est particulièrement **remarquable**, car le voyage est cher (peu d'amis ou de liens de parenté) et les visiteurs indiens doivent **trouver des hébergements**. En outre, comme il n'y a pas non plus de liens culturels, **l'attractivité des paysages suisses** ressort tout spécialement. La Suisse est exotique et un certain nombre de jeunes mariés aisés souhaite partir en **lune de miel** en Suisse. Le cinéma de **Bollywood** explique en bonne partie cette attractivité. En effet, les Indiens adorent les films et un nombre assez important de film indiens sont tournés en Suisse depuis près de 50 ans. Par exemple, en 2005, 35 films indiens ont été tournés en Suisse, remplaçant les montagnes et les lacs du Cachemire, en raison des troubles politiques qui y régnaient alors. La valeur de prestige de faire un voyage en Suisse se révèle donc particulièrement importante. Les prospectus de voyage qualifient la Suisse de «**Heaven on Earth**» (paradis sur terre).
- **La croissance du nombre de touristes** indiens en Suisse est particulièrement importante, spécialement en **2011** et ce malgré la conjoncture mondiale défavorable. Cette tendance se confirme, si bien que le consulat de Mumbai et l'ambassade de Delhi sont débordés par le nombre de demandes de visas. Des agences dans 9 autres villes indiennes (Chandigarh, Calcutta, Jalandhar, Cochin, Madras, Bangalore, Ahmedabad, Pune et Hyderabad) ont été ouvertes durant cette première moitié de l'année 2012.

Habitudes/ comportement de voyage

Motifs de voyage des Indiens en Europe

Les motifs de voyage des Indiens en Europe (figure ci-contre) sont les loisirs à 54%, alors que les voyages d'affaires représentent 38% des motifs. Les visites d'amis ou de membres de la famille ainsi que les autres motifs (santé, pèlerinages, études, etc.) réunis n'atteignent que 9%. Cette proportion varie selon les pays, notamment pour le Royaume-Uni, le pays européen le plus prisé des Indiens. Dans ce pays, loisirs, affaires et visite d'amis ou de membres de famille se partagent chacun environ 30% des motifs. Le 10% restant est à mettre sur le compte des autres motifs. En Allemagne, affaires et loisirs se partagent chacun une part à hauteur de 45%. En revanche, le tourisme de loisirs domine nettement en Suisse.

But de voyage des Indiens en Europe pour 2010



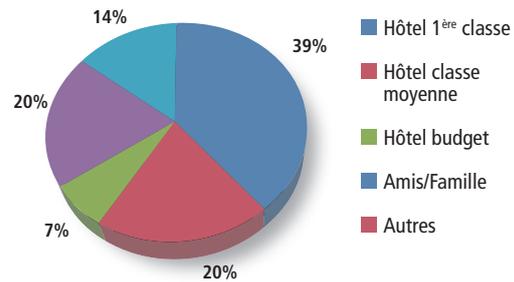
D'après Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) (2011)

Habitudes de voyage des Indiens en Europe

Etant donné sa position géographique, la quasi-totalité des Indiens (98%) se rendent à l'étranger en avion.

2/3 des Indiens voyageant en Europe logent à l'hôtel. Cette proportion reste la même pour les voyages en Suisse, si on inclut aussi les établissements de cure. Il faut relever que 39% des touristes indiens séjournent dans des hôtels de première classe alors qu'ils ne sont que 7% à descendre dans des hôtels budget. Cette proportion reste la même pour les voyages en Suisse, si on inclut aussi les établissements de cure. Les Indiens privilégient d'économiser suffisamment d'argent pour voyager en tout confort, sinon ils préfèrent tout bonnement d'y renoncer. La catégorie «hébergement par des amis ou la famille» n'atteint que 20%. Par comparaison, au Royaume-Uni, où vit une grande communauté indienne, il y a presque 4 fois plus de visiteurs indiens qui logent chez des amis ou chez la famille et 2 fois plus dans des maisons ou appartements loués que dans des hôtels.

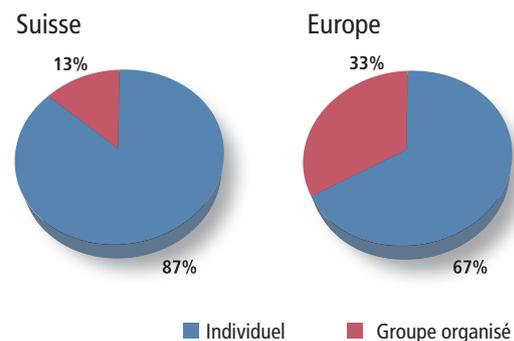
Hébergement des visiteurs indiens en Europe



D'après Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) (2011)

Les graphiques ci-contre montrent qu'une grande majorité d'Indiens préfèrent faire les arrangements de voyage eux-mêmes (près de 87% pour la Suisse). On entend ici par individuel aussi un groupe relativement grand de plusieurs familles (p.ex. 10-12 personnes) avec parfois un chauffeur. Les Indiens ne voyagent que peu tout seuls pour les loisirs. Certains visiteurs effectuant des voyages de loisirs optent pour un arrangement tout compris de A à Z, spécialement ceux qui n'ont pas effectué de formation universitaire.

Organisation du voyage en Suisse et en Europe



D'après Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) (2011); Suisse Tourisme, STnet (2011b).

Habitudes/ comportement de voyage

Éléments recherchés des touristes indiens en Suisse, comparaison avec l'ensemble des touristes (Top 10)

10 éléments les plus chers aux Indiens (chiffres en %)	Indiens seuls	Ensemble touristes
Nature	52	51
Climat / météo agréable	50	41
Bon rapport qualité/prix	49	47
Montagnes	47	46
Calme et sérénité	43	34
Transports publics	43	29
Attractions naturelles spéciales	41	18
Confort	40	20
Accès facile	39	36
Offres adaptées aux familles	37	27

D'après Suisse Tourisme, STnet (2011a)

En gras, éléments particulièrement importants pour les Indiens par rapport aux autres touristes.

D'après l'enquête lancée en 2010 par Suisse Tourisme, l'élément le plus important pour les Indiens en Suisse est la nature (lacs, verdure et montagnes aux neiges éternelles, comme souvent montré dans les films de Bollywood). La météo et le climat agréable suivent de près. Les Indiens recherchent même parfois la pluie et la fraîcheur. Cet élément est même beaucoup plus important aux Indiens qu'aux autres touristes^b. Les touristes d'Inde sont aussi spécialement impressionnés par l'efficacité des transports publics suisses (train, cars postaux, remontées mécaniques), car ils peuvent atteindre rapidement les neiges éternelles, alors que cela s'avère bien plus difficile dans l'Himalaya. Beaucoup d'Indiens touchent pour la première fois la neige. En outre, le calme et la sérénité, les attractions naturelles insolites, le confort et les offres adaptées aux familles sont aussi des éléments perçus comme spécialement importants pour les Indiens.

Par contre, les éléments suivants sont nettement moins importants pour les Indiens par rapport aux autres touristes^b:

- la possibilité de pouvoir pratiquer des activités sportives, c'est-à-dire aussi des possibilités de randonnées
- la valeur récréative du lieu (pour se divertir, ils choisissent d'autres destinations, comme Disneyland, Paris)
- les options mauvais temps (les Indiens ne vont guère à la piscine ou aux bains thermaux)
- peu de trafic en destination (comme pas de voitures à Zermatt/Saas-Fee)

^b Différence d'au moins 9% entre la moyenne de tous les touristes et la moyenne des seuls touristes indiens.

Habitudes/ comportement de voyage

Canaux de réservation

88% des Indiens effectuent des réservations à l'avance pour leur voyage en Europe. Le canal de réservation le plus utilisé sont les **agences de voyage (56%) suivies par les réservations directes chez l'hébergeur (35%)**. Parmi celles-ci, 59% se font par des portails de réservation en ligne. Les Indiens utilisent plus Internet pour leur voyage en Europe que pour d'autres voyages à l'étranger.

Les **deux portails Internet** de voyage à l'étranger de loin les plus utilisés par le Indiens sont (www.buzzom.com/2009/08/indian-travel-portal-makemytrip-com-reigns-over-yatra-com/) :

- **Makemytrip** (www.makemytrip.com/)



- **Yatra** (www.yatra.com/)



En Suisse, la proportion des Indiens qui réservent leur logement directement chez l'hébergeur (43%) est quasi-équivalente à celle qui effectue la réservation par agence de voyage (45%). Le portail MySwitzerland, très utilisé, explique cet engouement plus important pour les réservations en ligne. Il est en effet possible de tout réserver de A à Z, y compris des appartements ou chalets. La possibilité de réserver ces derniers manque sur d'autres sites. En outre, MySwitzerland permet aussi aux voyageurs individuels via www.swisstravelsystem.com d'avoir des billets de type abonnement général pour, par exemple, 4, 5, 8, 15, 22 ou 30 jours (*Swisspass*). Ces offres spéciales proposent des rabais pour des voyageurs qui n'ont pas leur domicile en Suisse.

Pour leurs vacances en Suisse, les sites les plus utilisés sont par ordre d'importance :

- **MySwitzerland** (www.myswitzerland.com)
- **Makemytrip**
- **Tripadvisor** (pour se renseigner sur d'autres expériences : www.tripadvisor.in)
- **Swisstouronline** (www.swisstouronline.com)
- **Raileurope** (pour commander des billets de Swisspass comme par swisstravelsystem.com : www.raileurope.co.in/)

Le «time sharing», peu important dans l'absolu, voit son importance s'accroître au fil du temps. Quelques portails sont consacrés spécifiquement au «time sharing» (Sterling, TCI, Mahindra).

Habitudes/ comportement de voyage

Les tours opérateurs les plus importants d'Inde

Le Top 10 des tours opérateurs en Inde est formé par ordre d'importance décroissante par : Prime Travels, Thomas Cook India, SOTC Tours, Raj Travels, Club Mahindra Holidays, Kuoni Travel Group India, Galileo International, GoodWind Travels Pvt Ltd., AirTravel Enterprise India et Compass Tours India).

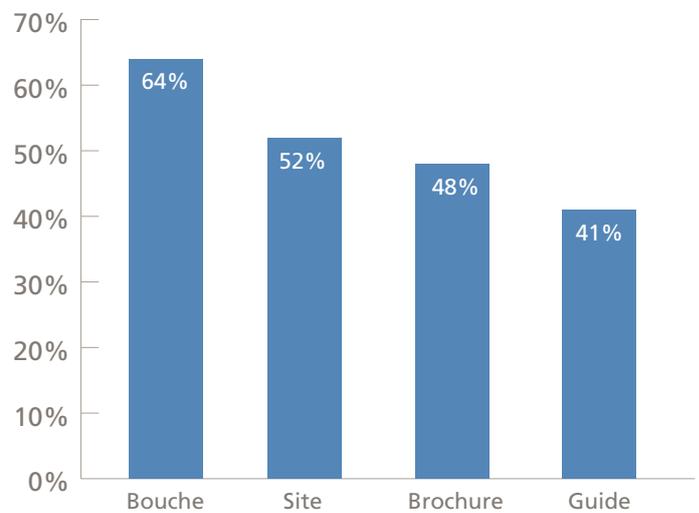
Alors que Prime Travels s'est surtout spécialisé dans les voyages aux Etats-Unis et au Royaume-Uni, **Thomas Cook Travels India** (www.thomascook.in), **SOTC Tours** (<http://sotc.in/>), **Raj Travels** (<http://rajtravels.com/>) et **Kuoni Travel Group India** (www.kuoniindia.com/division.asp) organisent le plus de voyages en Suisse. Kuoni Travel Group India, qui s'est associé à SOTC Tours, s'est spécialisé dans la clientèle de luxe. SOTC Tours, l'agence la plus importante pour ce qui est des tours organisés hors de l'Inde, s'est associée au plus grand groupe du producteur cinématographique de Bollywood soit Yash Raj Chopra (www.yashraj.com). Ceci montre l'importance des lieux où sont tournées les scènes de film de Bollywood, d'autant plus que le choix de ces lieux influence fortement les itinéraires des tours organisés et des propositions faites aux voyageurs individuels. Alors que certains tours se concentrent sur la Suisse, d'autres se combinent avec divers pays d'Europe, le plus souvent avec un ou deux autres pays voisins (France, Italie, Allemagne ou Autriche).

Les destinations les plus prisées par les Indiens en Suisse^{18, 30, 31}, et offertes par les tours opérateurs ou proposés sur les principaux portails internet de réservation, sont souvent aussi des lieux de tournage des films de Bollywood. Ces destinations sont par ordre décroissant :

- 1) Interlaken avec le Jungfrauoch (parfois le Schilthorn), Lucerne, Engelberg et le Titlis, Zurich, Grindelwald;
- 2) Genève, Lausanne, Montreux avec le Château de Chillon, le train MOB, Gstaad-Saanen, le Glacier des Diablerets, Swiss Chocolate Train, Gruyères, Chutes du Rhin, Zermatt avec le Petit Cervin, le Glacier Express, le Pilate;
- 3) Locarno et Suisse Miniature, Berne, Coire, St-Moritz, Rigi, Rochers de Naye.

La plupart des destinations absentes ci-dessus sont pour ainsi dire méconnues. A part Zermatt, **les destinations valaisannes sont totalement absentes** des circuits empruntés par les Indiens.

Sources d'information des Indiens voyageant en Suisse



D'après Suisse Tourisme, STnet (2011b)

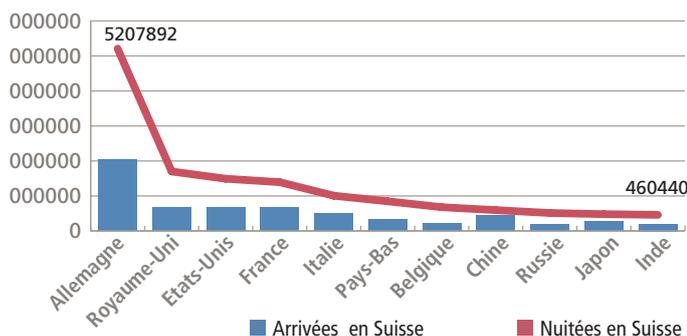
La communication par le bouche à oreille constitue l'une des plus efficaces sources d'information sur la Suisse de la part des hôtes indiens (plus de 60% des cas). Plus de la moitié des Indiens qui voyagent utilise Internet - le site le plus fréquenté étant MySwitzerland.com, comme pour les réservations. Les touristes de l'Inde éprouvent également un grand besoin de **contact personnel**, y compris avec l'agent de voyage.

Quant à **la réservation**, peu d'Indiens possèdent de carte de crédit (lors du voyage, en général des Traveller Chèques ou du liquide). Les Indiens préfèrent demander conseil à **une agence de voyage et s'acquitter directement de la somme due**.

Les chiffres clés des Indiens en Suisse et en Valais

Le marché touristique indien

Les mouvements des touristes étrangers en Suisse en 2011

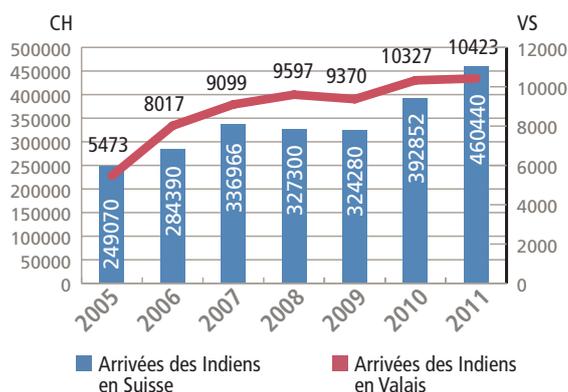


D'après Switzerland Tourism, STnet (2011b), (2012)

Avec 460 000 nuitées et plus de 200 000 arrivées en 2011 (+20,3%), le marché indien se classe :

- à la 11^{ème} place en termes de volume de mouvements touristiques (graphique de gauche),
- à la 12^{ème} place en termes de chiffre d'affaires.

Les arrivées des Indiens en Suisse et en Valais (2005-2011)



D'après Switzerland Tourism, STnet (2011b), (2012)

Au cours de la période 2005/2011, les taux de croissance annuels moyens des nuitées et des arrivées des Indiens en Suisse et en Valais se sont élevés respectivement à 20% et à 14% (voir les deux tableaux ci-dessous).

SUISSE

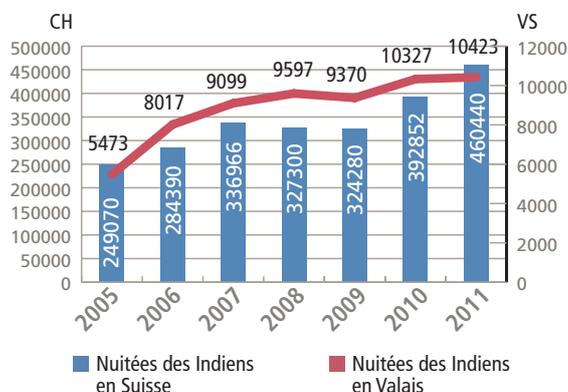
	Arrivées 2005/2011 en % p.a.	Nuitées 2005/2011 en % p.a.
Inde	19.1	14.1
Autres pays étrangers	3.0	1.3

VALAIS

	Arrivées 2005/2011 en % p.a.	Nuitées 2005/2011 en % p.a.
Inde	20.2	14.7
Autres pays étrangers	0.8	-1.4

D'après Switzerland Tourism, STnet (2012)

Les nuitées des Indiens en Suisse et en Valais (2005-2011)

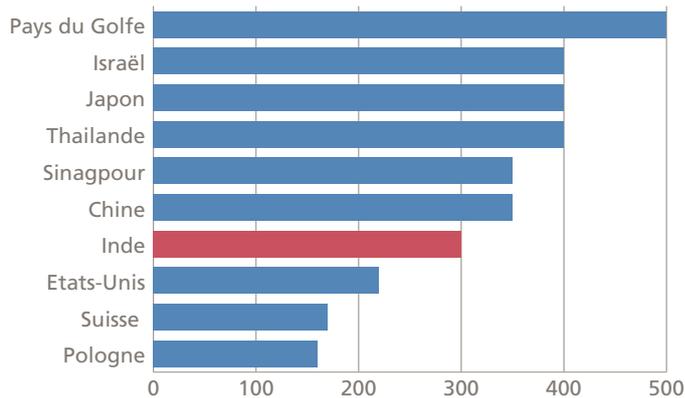


D'après Switzerland Tourism, STnet (2011b), (2012)

Par comparaison avec l'ensemble de la Suisse, au cours des sept dernières années le volume des arrivées et des nuitées des Indiens en Valais demeure faible. Il ne dépasse pas 3% (voir les deux graphiques ci-dessus).

Les chiffres clés des Indiens en Suisse et en Valais

Dépenses journalières des touristes en Suisse en 2010 (en CHF)



D'après Suisse Tourisme, STnet (2010)

- Les Indiens dépensent passablement durant leur séjour en Suisse (en moyenne 300 CHF par jour).
- Cela les place à la **7^{ème} place** en termes de dépenses journalières (graphique de gauche). La moyenne générale n'est que de 182 CHF par jour.

Durée de séjour des Indiens en 2011

Suisse	2.3 jours
Valais	2.3 jours

D'après Switzerland Tourism, STnet (2012)

La saisonnalité des voyages des Indiens en Suisse

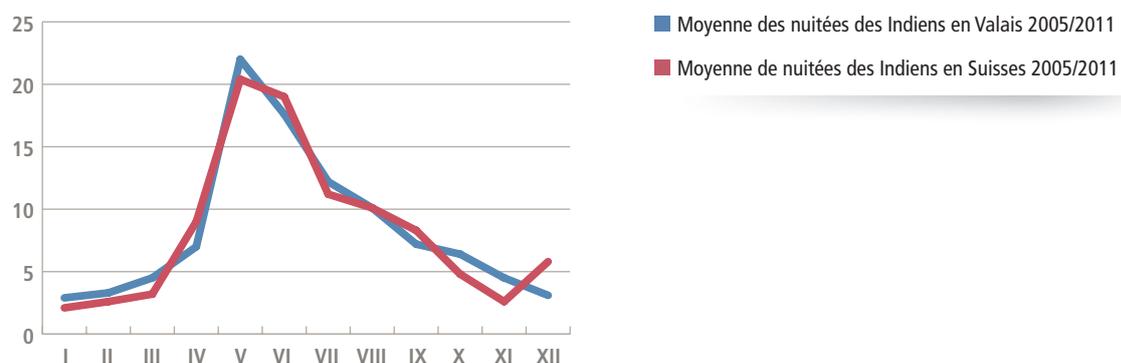
- 43% des touristes indiens viennent entre mai et juin. Ces mois correspondent à leur période de vacances scolaires.
- Ce sont aussi les mois les plus chauds en Inde. Les températures tempérées des Alpes suisses les attirent probablement aussi.

Les mois les plus populaires pour les voyages en Suisse (2011)

Mai	122 157	24.4%
Juin	87 587	19.0%
Juillet	55 826	12.1%

D'après Switzerland Tourism, STnet (2012)

Moyenne annuelle par mois des nuitées des Indiens en Suisse et en Valais, (en %) pour la période 2005-2011



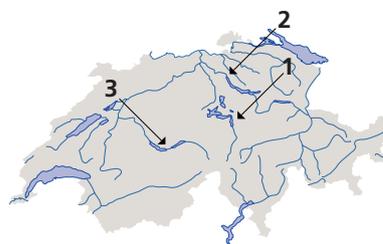
D'après Switzerland Tourism, STnet (2012)

Destinations touristiques les plus attractives aux yeux des Indiens

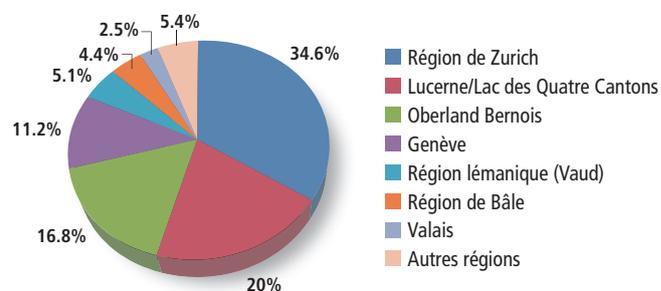
Le Top 3 des régions touristiques en termes du volume de nuitées est formé par :

1. Lucerne / Lac des Quatre Cantons
2. Région de Zurich
3. Oberland bernois

Le Valais reste très en retrait (2.6% des nuitées en 2011)



Régions les plus visitées par les Indiens en 2011 (en %)



D'après Switzerland Tourism, STNet (2012)

Les endroits les plus souvent sélectionnés

- Généralement, les Indiens aiment les **grandes villes** de Suisse (Zurich, Lucerne, Genève, Bâle).
- Parmi les destinations alpines les endroits les plus fréquentés des Indiens sont: **Engelberg, Interlaken, Ormont-Dessus** (où se trouve le Glacier des Diablerets).

Top 12 Destinations des Indiens en Suisse 2000-2011 (selon l'évolution des nuitées en nombres et en %)

Top Destinations	2000	2011	Evolution 2000-2011 (en %)	Part du marché en 2011 (en %)
Engelberg	28'043	70'356	150,9	15,3
Zürich	25'509	59'121	131,8	12,8
Interlaken	14'422	50'385	249,4	10,9
Lucerne	14'739	44'517	202	9,7
Opfikon (Kloten)	4'630	34'411	643,2	7,5
Genève	20'357	25'660	26,1	5,6
Bâle	2'764	12'606	356,1	2,7
Ormont-Dessus (Diablerets)	1'995	9'298	366,1	2,0
Rümlang (Kloten)	68	8'365	12201,5	1,8
Unterseen (Interlaken)	1'756	7'170	308,3	1,6
Kloten	3'562	6'966	95,6	1,5
Zermatt	1'690	6'655	293,8	1,5

D'après Switzerland Tourism, STNet (2012)

Importance de Bollywood pour les touristes indiens

Les touristes indiens et Bollywood

Principaux lieux de tournage de Bollywood en Suisse (en gras les plus prisés)

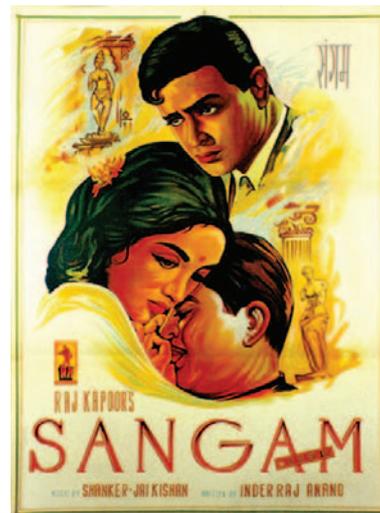
Interlaken et alentours (p.ex. chutes de Giesbach / Trümmel)
Jungfraujoch
Lucerne (pont de la Chapelle)
Engelberg / Titlis
Zurich (Lac, église St-Pierre)
Berne (Tour de l'Horloge)
Chutes du Rhin
Genève (phare des Pâquis, rade)
Thoune (château)
Lausanne / Ouchy
Montreux / Château de Chillon
MOB Rougemont / Saanen / Gstaad
Glacier 3000 (Diablerets)
Gruyères (Château)
Locarno / Melide
Glacier Express

Sources: www.molodezhnaja.ch/india-ch.htm
www.bollylocations.com/Switzerland.htm

Excepté Zermatt, grâce au Cervin, déjà moins connu des Indiens qu'Interlaken avec le Jungfraujoch ou qu'Engelberg avec le Titlis, les visiteurs indiens méconnaissent notre canton. Le fait que pratiquement aucun tournage de film de Bollywood n'a été effectué en Valais, à l'exception du «Glacier Express» en 2011, n'y est pas étranger. Stephan Heuberger, de Suisse Tourisme, fait pourtant remarquer qu'il existe encore du potentiel ? pour attirer surtout les plus jeunes représentants de la «génération mobile» (smartphones, ipod). Ces derniers n'ont en effet pas forcément grandi avec les films Bollywood. Il souligne également qu'il faut investir beaucoup de ressources et de temps pour faire connaître une région en tant que lieu de tournage Bollywood. Les responsables des remontées mécaniques de la Jungfrau et du Titlis, ainsi que ceux de la ville de Lucerne l'ont fait (formation des responsables, organisation de workshops, etc.).

Les équipes de tournage de **Bollywood** tournent beaucoup de films dans des châteaux, sur des glaciers, dans des trains et des gares, aux alentours de chutes d'eau et au bord des lacs. Même si le **Valais** dispose d'un **potentiel certain**, la majorité des lieux de tournage situés **hors du Valais** ont établi des **relations** avec les producteurs de films indiens depuis près de 50 ans et peuvent compter sur leur soutien financier. En Valais, **les structures et les moyens manquent** pour proposer des lieux de tournage. Certains producteurs de films de Bollywood ont toutefois déjà été invités en Valais (selon Valais Tourisme).

1^{er} film tourné en Suisse (1964)



www.filmapia.com/published/movies/s/sangam

Les touristes indiens

Le savoir-vivre indien

La culture indienne se distingue fondamentalement de la culture occidentale.

Qu'est qui caractérise la mentalité du touriste indien?

- La **famille** est un élément central de la société indienne. L'individualisme occidental est souvent critiqué.
- Les Indiens rient volontiers. Une touche d'**humour** est particulièrement bienvenue.
- L'Indien est fier du fort **développement économique du pays** depuis le début des années 1990.
- Dans la société hiérarchique indienne, le **respect des personnes âgées** se révèle particulièrement important.
- Le touriste indien exige une bonne prestation pour les biens qu'il consomme, mais **dépense volontiers**, en particulier en faisant du **shopping**.
- Peu de séparation entre **vie privée et affaires** (l'homme d'affaires prend sa famille avec lui et combine affaires et loisirs).
- Les Indiens aiment parfois parler à **pleine voix**.
- Le **sens de l'hospitalité** est particulièrement développé en Inde.

Qu'est-ce qui est très important pour les Indiens dans le pays hôte?

- Pour se procurer des **informations**, les Indiens préfèrent le **contact personnel** sur place (les dépliants ou prospectus ne sont qu'un petit complément). Ils aiment par ailleurs procéder à des échanges de cartes de visite.
- La très grande majorité des Indiens voyageant à l'étranger possèdent un niveau **d'anglais qui égale presque** celui de leur **langue maternelle** ; ils espèrent donc pouvoir **communiquer** dans la langue de Shakespeare en Suisse comme ailleurs dans le monde. Par conséquent, il est primordial de pouvoir proposer des **informations en anglais**.
- L'**aspect culinaire est extrêmement important** et il faut pouvoir offrir des curry indiens. En général, les Indiens se lassent déjà des autres plats au bout de deux jours. Ils apprécient les petits-déjeuners chauds, des dîners brefs et légers et des **soupers précédés d'un long apéro**. Cet apéro agrémenté de snacks copieux constitue un véritable phénomène de société. Ce dernier peut durer plus de 2 heures, alors que le repas est parfois achevé en seulement 20 minutes. Une fois que le souper est terminé, les Indiens quittent immédiatement la table pour aller assez rapidement au lit. A noter que **40% des Indiens sont strictement végétariens** (pas de produits laitiers, pas de poisson et pas d'œufs pour les 3/4 de ces 40%).
- Le **shopping** représente un facteur de socialisation. Pour cela, les lieux touristiques se doivent de disposer d'assez de magasins. Les Indiens sont souvent surpris par la plage horaire plutôt étroite des heures d'ouverture des magasins en Suisse (fermeture à 18h30 le soir, à 17h voire à 16h en Suisse alémanique le samedi, fermeture le dimanche et les jours fériés). A Mumbai, de nombreux magasins sont ouverts 24h sur 24 et 7 jours sur 7.
- Les Indiens adorent le «**Swissness**» ; ils achètent volontiers des souvenirs traditionnels suisses : **couteaux, montres, fromage et surtout chocolat**.
- Les Indiens s'intéressent à la culture locale. Il faut néanmoins **leur faire des propositions** de visite. Ils aiment découvrir de nouveaux lieux (le Valais, qu'ils connaissent moins, a donc une carte à jouer dans ce sens).

Les touristes indiens

Dos et Don'ts à l'égard des touristes indiens

Dos

- Les Indiens aiment bien le «small talk». Ils s'intéressent à la culture suisse, mais aiment bien qu'on s'intéresse également à leur culture. Ils apprécient lorsque leur hôte fait le premier pas. Ils aiment être bien accueillis.
- En Inde, le sens de la hiérarchie est important. Les visiteurs du sous-continent indien souhaitent ainsi être accueillis par le directeur de l'établissement.
- Contrairement à d'autres Asiatiques, le fait de regarder son interlocuteur dans les yeux en parlant ne pose pas de problèmes.
- La propreté est une des cartes de visite de la Suisse. Ils s'attendent donc à pouvoir disposer d'un logement particulièrement propre.
- Ces visiteurs boivent beaucoup d'eau du robinet. Il est conseillé de mettre à leur disposition une cruche d'eau dans la chambre.

Don'ts

- Eviter des allusions qui peuvent blesser leurs sentiments religieux ou personnels.
- En présence d'Indiens, il est préférable de ne pas se donner la main, surtout entre personnes de sexes opposés.
- Les Indiens sont fiers de leur développement économique et de leur progrès technique (informatique). Evitez donc de leur renvoyer l'image d'un pays «sous-développé», où règnent misère, insalubrité et odeurs.
- Il ne faut pas leur donner l'impression d'être des «visiteurs de seconde classe».
- En Inde, la culture du sport est différente de la nôtre (yoga, plutôt que transpiration et endurance). Il faut éviter d'envoyer les Indiens faire de longues marches et en particulier des montées. Par exemple, la montée à pied au château de Valère est souvent laborieuse pour un Indien.
- Il faut éviter de leur signifier un «non» directement. Il faut leur dire plutôt «il n'est pas possible de voir cette attraction en cette saison, mais, par contre, cette autre curiosité la remplace largement».

Touristes indiens en Valais

Les Indiens adorent la Suisse mais séjournent peu en Valais. Quels sont les obstacles à leur séjour en Valais?

Accès / distance

- Le Valais est situé relativement **loin des aéroports internationaux** de Genève et de Zurich, comparé par exemple à l'Oberland bernois (trains directs de l'aéroport de Zürich à Interlaken), la Suisse centrale ou la région lémanique. Cela compte étant donné que la durée moyenne du séjour n'est que de 2,3 jours en Suisse, notamment pour les touristes combinant leur visite en Suisse avec un tour d'Europe.

Image

- **Absence** de tournages de films de **Bollywood** en Valais.
- **Peu d'attractions naturelles spéciales - lacs, végétation et montagnes enneigées** - peuvent être admirées depuis le train ou le bus depuis la plaine du Rhône valaisanne (contrairement à la Riviera vaudoise, aux lacs de Thoun et de Brienz, au lac des Quatre-Cantons). C'est aussi une des raisons pour lesquelles les équipes de tournage de Bollywood n'ont pas été attirées par le Valais.
- Une majorité de destinations touristiques valaisannes mise sur les **activités sportives** (randonnée, ski, etc.) ou de **wellness**. Or, ces deux activités **ne sont pas du goût des Indiens**.

Climat

- Les Indiens viennent en Suisse pour avoir un **climat différent de celui qu'ils ont chez eux**. Ils veulent jouir d'un certain exotisme. Le climat ensoleillé, sec et chaud (en mai et en juin) du Valais leur rappelle trop leur climat. Ils recherchent plutôt **l'air vivifiant, la fraîcheur et beaucoup de verdure** comme dans l'Oberland bernois et en Suisse centrale. La pluie n'est pas un problème pour eux. S'il y a du brouillard sur les sommets dont ils ont prévu de faire l'ascension (Jungfrauoch, Titlis, etc.), ils y montent quand même pour pouvoir dire qu'ils y sont allés.

Touristes indiens en Valais

Offres touristiques

- Même s'il y a un grand potentiel de marché, les **offres adaptées pour les Indiens manquent**. Il manque **notamment des hébergements**, où les visiteurs du sous-continent indien pourraient se retrouver comme par exemple à l'hôtel Terrace à Engelberg (hébergement conçu pour touristes indiens, avec restaurant proposant des spécialités indiennes). Les visiteurs indiens ont des **besoins très spécifiques en logement** qui doivent impérativement être satisfaits. Ils ont ainsi besoin d'un chauffe-eau pour pouvoir se faire un thé ou un café en se levant le matin. Leurs autres besoins sont : une TV (où ils peuvent visionner leurs films DVD indiens), une connexion WiFi où ils peuvent « chater » à bas prix, un four à micro-ondes et un bon réglage de la température ambiante à l'aide de chauffage / air conditionné.
- Les **visiteurs individuels** ont toutefois des besoins **moins spécifiques** que les groupes.
- Etant donné que manger **indien** est impératif pour ces touristes, il manque **aussi des restaurants adaptés à leurs besoins**, à l'instar du restaurant Bollywood au Jungfrauoch.
- A part le Cervin et, depuis peu, le Glacier Express, les **curiosités touristiques du Valais sont inconnues en Inde**. D'autres attractions, telles que le site patrimoine de l'UNESCO d'Aletsch et les chiens d'avalanches pourraient devenir une grande attraction (selon Valais Tourisme).
- Le fait que les Indiens se rendent en Suisse surtout **en mai et en juin** est intéressant, car cela pourrait contribuer à **remplir les lits froids** durant cette période de l'année. Il faut néanmoins que les **offres touristiques suivent** (notamment adapter les heures et périodes d'ouverture des magasins et des remontées mécaniques). En mai et dans la première moitié de juin, ceci est rarement le cas en Valais.
- **Vive concurrence avec d'autres régions suisses**, déjà connues historiquement. En effet beaucoup d'informations se transmettent de bouche à oreille.

Mentalité

- En raison de leur joie de vivre, les Indiens **parlent plus fort que les Occidentaux ou Japonais**, notamment s'ils sont nombreux. Pour cela, il serait bienvenu d'avoir **des salles réservées aux Indiens**, notamment s'ils viennent en grands groupes, comme cela se fait dans l'Oberland bernois ou en Suisse centrale.

Visa Schengen

- Selon Stephan Heuberger (ST en Inde), pour obtenir un visa Schengen, les Indiens doivent dans certains cas **surmonter plusieurs écueils administratifs**. Il s'agit, par exemple, de fournir des renseignements sur leur situation financière, etc. Ceci concerne, bien entendu, de nombreux pays européens.

Organismes et contacts utiles

Représentation de Suisse Tourisme en Inde

Switzerland Tourism

Urmi Estate, 10th Floor
95 Ganpatrao mar, Lower parel (West)
400013 Mumbai, India

Contact :

Stephan Heuberger
Téléphone : +91 22 6128 2500
stephan.heuberger@switzerland.com

Représentation de Valais Tourisme en Suisse

Valais Tourisme

Maison du Valais
6, Rue du Pré-Fleuri
CH-1950 Sion

Contact :

Madeleine Savioz / Bruno Huggler
Téléphone : +41 27 327 35 72
madeleine.savioz@valais.ch
bruno.huggler@valais.ch

Tours opérateurs

Raj Travels Mumbai Head Office

Chowpatty View Bldg.
Ground Floor, Opp .Sukh Sagar
S V P Road, Opera House
Near Girgaon Chowpatty,
Mumbai 400007, India
Tél.: +91 22 2366 5000
Fax: +91 22 2364 5001
rajtravels@rajtravels.com
<http://rajtravels.com/>

Swiss Tours Mumbai (Town Office)

Urmi Estate, 10th Floor,
95, Ganpatrao Kadam Marg
Lower Parel West,
Mumbai 400 013, India
Tél.: +91 22 6128 2400, 6743 9990
Fax: +91 22 6743 9991
contact@swisstouronline.com
<http://www.swisstouronline.com/>

SOTC and Kuoni Travel Group, India

Urmi Estate,
95 Ganpatrao Kadam Marg,
Lower Parel (W),
Mumbai 400013, India
Tél.: +91 22 6656 2000
Fax: +91 22 6656 2059
<http://sotc.in/>
<http://www.kuoniindia.com/division.asp>

Head - Corporate Communications

Bineeta Mehta
bineetam@kuoniindia.com
Navneet Bhamrah, Deputy Manager PR
navneetb@kuoniindia.com

Thomas Cook Travel, India

Corporate Office
Thomas Cook (India) Ltd.
Thomas Cook Building
Dr. DN Road, Fort
Mumbai 400001, India
Tél.: +91 22 6160 3333
Fax: +91 22 2287 1069
sales@thomascook.in
<http://www.thomascook.in>

For Press Related queries and issues, please contact :

Ms. Suzanne Pereira
Suzanne.Pereira@in.thomascook.com

Corporate Communications

Thomas Cook (India) Ltd.
Thomas Cook Building
Dr. D. Naoroji Road
Mumbai 400001, India
Tél.: +91 22 6160 3333 Extn: 1380
Fax: +91 22 6609 1454 / 22871069

Tournage de films en Suisse

<http://www.filmlocation.ch/contact.php>

Film Location Switzerland

c/c Cinésuisse
Neuengasse 23 / Postfach 613
CH-3000 Berne 7
info@filmlocation.ch

Synthèse, stratégie

Synthèse

Est-ce que ça vaut la peine d'investir dans le marché indien ?

- Le potentiel de 140 millions d'Indiens de la classe moyenne-supérieure s'avère très intéressant. Le responsable de Suisse Tourisme en Inde le relativise néanmoins et évoque plutôt une fourchette allant de 15 à 30 millions d'individus.
- L'Inde est le troisième pays au monde en termes de croissance du taux de voyages à l'étranger.
- Plus de 40 % des touristes indiens viennent en Suisse en basse saison (mai et juin).
- La Suisse est le premier pays d'Europe à être considéré comme étant une destination de rêve pour les Indiens. La Suisse est qualifiée de « paradis sur terre » en Inde.
- Avec CHF 300.- par jour, les Indiens dépensent nettement plus en Suisse que la moyenne des autres touristes (CHF 182.-). Ils achètent beaucoup de souvenirs et privilégient les hôtels de première classe.
- La Suisse est, avec l'Italie, le deuxième pays européen en termes d'arrivées de touristes indiens derrière le Royaume-Uni.
- En tournant depuis près de 50 ans de nombreux films indiens en Suisse, Bollywood contribue à populariser les paysages helvétiques en Inde.
- Contrairement à d'autres Asiatiques, les Indiens possèdent un très bon niveau d'anglais.
- Grâce au site My Switzerland, la proportion d'Indiens réservant leur voyage en Suisse par Internet est nettement plus importante que pour d'autres pays.
- Les voyageurs indiens en Suisse s'intéressent spécialement à la nature (montagne, glaciers, neige éternelle, lacs de montagne), dimension qui est bien présente en Valais.
- Avec une moyenne de 2,3 nuits, les Indiens ne restent pas longtemps en Suisse.
- Pour profiter de la présence des Indiens en mai et en juin, les offres touristiques devraient suivre (problème des remontées mécaniques et des magasins fermés en cette période).
- Pratiquement aucun film de Bollywood n'a été tourné en Valais. Les tours opérateurs et les portails internet ne proposent donc guère cette région, excepté Zermatt et le Cervin ou, depuis plus récemment, le Glacier Express. Le Valais possède pourtant un potentiel certain (châteaux, montagnes).
- Il faudrait accroître les moyens alloués au marketing pour mieux faire connaître le Valais en Inde.
- Les activités sportives et le bien-être (wellness) - bien développés en Valais - n'attirent guère les Indiens. Il faut proposer des offres plus adaptées aux besoins des touristes indiens (pas trop axées sur dimension sportive).
- Les Indiens cherchent du dépaysement. Le climat humide et frais aux paysages très verts de Suisse centrale ou de l'Oberland bernois leur est plus favorable que le climat sec et chaud du Valais. L'argument du climat ensoleillé du Valais ne devrait donc pas être mis en avant en s'adressant au segment indien.
- Les Indiens adorent le shopping, mais les heures d'ouverture des magasins sont trop restreintes par rapport à celles prévalant dans d'autres pays.
- Les Indiens voyageant en Europe doivent, dans certains cas, surmonter bon nombre d'obstacles administratifs afin de décrocher un visa Schengen comme, par exemple, fournir des renseignements portant sur leur situation financière.
- La nourriture est ce qui pose le plus grand problème, car les Indiens ont impérativement besoin d'avoir accès à leur type de nourriture. En Valais, il manque totalement de restaurants ou d'hôtels s'adressant prioritairement à une clientèle indienne (à l'instar du restaurant Bollywood au Jungfraujoch).
- Le manque d'hébergements adaptés à tous leurs besoins (notamment en ce qui concerne la mise à disposition d'un chauffe-eau, d'un four à micro-ondes et d'une connexion Wi Fi dans leur chambre).
- La concurrence avec d'autres régions suisses connues depuis plus longtemps est forte, notamment suite au tournage de films de Bollywood (Oberland bernois, Suisse centrale et Zurich).
- Pour les Indiens ne passant pas beaucoup de temps en Suisse, le Valais est relativement excentré par rapport aux aéroports internationaux de Zurich et Genève.

Stratégie

Le Valais a une opportunité à saisir pour attirer plus de voyageurs individuels, qui ont des besoins moins spécifiques que les voyageurs en groupes organisés (selon Bruno Huggler, de Valais Tourisme). C'est aussi l'avis de Stephan Heuberger, de Suisse Tourisme. Il recommande justement de coopérer avec Swiss Tours qui s'adresse principalement aux voyageurs individuels (cf. chapitre organismes de contact). Il voit aussi un potentiel pour les stations valaisannes de se positionner en tant que « destinations de lune de miel ». En outre, les Indiens aiment amener leurs familles pour découvrir et toucher la neige, ce qui est facilement faisable en Valais.

Selon Bruno Huggler, l'organisation de workshops destinés aux organisateurs de voyage indiens en Suisse et l'accueil de journalistes indiens en Valais pourraient contribuer à attirer plus d'Indiens en Valais. En outre, il faudrait proposer des formations spécifiques portant sur l'accueil des touristes indiens aux professionnels du tourisme du Valais. Valais Tourisme collabore avec Suisse Tourisme dans un programme de marketing pour promouvoir le Valais qui se déroulera également dans une large mesure en Inde.

En Suisse, Suisse Tourisme organise chaque année la « Journée suisse des vacances ». La prochaine aura lieu le 28 mai 2013, à Berne. Cette manifestation est particulièrement intéressante en ce qui concerne le réseautage. Du 31 mai au 2 juin 2013, la manifestation « Switzerland Travel Mart » se déroulera à Berne (pour des informations détaillées consulter www.stnet.ch). Cette foire offre une excellente occasion pour rencontrer des représentants d'environ 40 pays, dont l'Inde. En outre, des tours post-convention y seront organisés pour faire visiter aux partenaires étrangers les différentes régions touristiques de Suisse. Ce serait une occasion à saisir pour les acteurs touristiques valaisans.

Quant aux voyages MICE, Stephan Heuberger souligne qu'il y a là un potentiel lucratif, mais qui demande un grand investissement en termes de temps et de ressources. En outre, il recommande fortement à Suisse Tourisme de mettre sur pied des collaborations avec des tours opérateurs indiens. En effet, beaucoup de ces agents de voyage ne disposent pas de suffisamment de moyens financiers pour voyager en Suisse et dépendent ainsi spécialement des informations des responsables suisses.

Dans la région de Goa, située sur la côte ouest de l'Inde, il existe une communauté catholique qui s'intéresse aux voyages religieux. Ils visitent les sanctuaires de Lourdes et de Fatima et s'autorisent un crochet par la Suisse. De là à visiter le Valais catholique (p.ex. le chemin de croix de Longeborgne), le pas serait relativement aisément franchissable.

Des auberges de jeunesse sont parfois fréquentées par les touristes indiens. Par exemple, les premiers hôtes de l'auberge de jeunesse récemment ouverte à Interlaken provenaient d'Inde. Ce groupe a pu profiter de l'infrastructure pour mijoter ses propres repas.

Stephan Heuberger mentionne enfin l'outil « AdWords » comme moyen de marketing en ligne. Proposé par Google pour diffuser des annonces, il est possible d'ouvrir un compte et de choisir tous les pays dans lesquels ces annonces doivent être diffusées. Ce service est toutefois payant.

D'après des entretiens réalisés auprès de touristes indiens, ceux d'entre eux qui se rendent en Europe sont nettement plus riches que l'Indien moyen. Ils recherchent un bon rapport qualité-prix et seraient même disposés à payer 10 % de plus si on leur garantit le confort auquel ils s'attendent. Des hébergements adaptés aux Indiens (avec, par exemple, chauffe-eau et four à micro-ondes dans leur chambre, etc.) devraient être proposés dans au moins une ou deux destinations touristiques en Valais, à l'instar de ce que l'on trouve à Engelberg (Suisse centrale) et à Interlaken (Oberland bernois). En outre, il faudrait y associer des restaurants proposant de la nourriture indienne.

Selon les responsables du marketing de Suisse Tourisme en Inde, des attractions telles que le site patrimoine mondial de l'Unesco d'Aletsch et les chiens du Saint-Bernard vont très probablement se retrouver sur la route des voyageurs indiens individuels à l'avenir. En outre, certains aspects méconnus en Inde de la vie valaisanne, tels que les combats de « reines », où l'animal est respecté contrairement aux corridas espagnoles qu'ils connaissent bien, pourraient être valorisés. Les Indiens aiment beaucoup les fruits et ne connaissent pas la palette de fruits frais qu'offre le Valais en été (abricots, pêches, myrtilles, fraises, framboises).

Il est en revanche plus difficile d'attirer en Valais des équipes de tournage de Bollywood. Ce n'est pourtant pas faute d'avoir invité les producteurs en Valais. Dans d'autres régions de Suisse, l'infrastructure est en effet bien meilleure et les lieux de tournage traditionnels constituent des valeurs sûres.

En automne 2012, Valais Tourisme et ses partenaires ont évalué à nouveau leurs stratégies de marché et de marketing et se sont penchés plus spécialement sur les opportunités pouvant découler des marchés émergents en Valais.

Bibliographie par chapitre

Généralités

European Travel Commission, Market Insights. India (March 2010), www.etc-corporate.org

Hotellerie Suisse / Suisse Tourisme: Know-how. Inder zu Gast in der Schweiz (2012), www.hotelleriesuisse.ch

Huser Ch., Suisse Tourisme, STnet, Research Report India. Market Analysis and Insights (May 2012), www.stnet.ch

Swissinfo et agences de presse: Gäste aus Indien stimulieren Schweizer Tourismus (21. März 2007), www.swissinfo.ch

Caractéristiques clés de l'Inde

Censky A., India's economic growth slows sharply (May 2012), www.money.cnn.com

Central Intelligence Agency (CIA), The World Factbook. India (2012), www.cia.gov

Eidgenössisches Departement für auswärtige Angelegenheiten (EDA)/ Département fédéral des affaires étrangères (DFAE), Visa for people living in India/Bhutan (2010), www.eda.admin.ch

European Travel Commission, Market Insights. India (March 2010), www.etc-corporate.org

Hofer Ch., Staatssekretariat für Wirtschaft (seco), Bilaterale Wirtschaftsbeziehungen Asien/Ozeanien. Länderinformationen. Indien (Januar 2012), www.seco.admin.ch

Huser, Ch., Suisse Tourisme, STnet, Research Report India. Market Analysis and Insights, May 2012, www.stnet.ch

India International Travel Mart, Indian Outbound Travel, 2009. Salient Features and Potential, www.iitmindia.com/india-outbound.html

Index Mundi, Unemployment Rate. India (2012), www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=in&v=74

International Monetary Fund, World Economic Outlook Databases (April 2012), www.imf.org

Visit Britain, Indian Market and Trade Profiles (April 2012), www.visitbritain.org

World Travel Monitor (Travel daily news), A pretty good year for outbound travel demand (2012), www.traveldailynews.com

Destinations favorites des Indiens

Deutsche Zentrale für Tourismus e.V., Marktinformation Indien, (November 2011), www.germany.travel/de/

D'souza L., Switzerland partners with VFS Global to open 10 regional visa application centres across India (05.03.2012), www.travelbizmonitor.com

European Travel Commission (ETC), Market Insights. India, (March 2007), www.wissen.dsft-berlin.de

European Travel Commission (ETC), Market Insights. India, (March 2010), www.etc-corporate.org/market-intelligence/market-insights.html

Heuberger S., Suisse Tourisme en Inde, Interview par téléphone (3 août 2012)

Office fédéral de la statistique, Banque de données des nuitées hôtelières et établissements de cures par pays d'origine, (2102) <http://www.bfs.admin.ch/bfs/>

Switzerland Tourism (ST), Switzerland for movie stars (2012), www.filmlocation.ch/uploads/indian_films.pdf

Tourmis, (2012), www.tourmis.info

Habitudes/comportement de voyage

Deutsche Zentrale für Tourismus e.V., Marktinformation Indien, (November 2011), www.germany.travel/de/

European Travel Commission, Market Insights. India (March 2010), www.etc-corporate.org

Heuberger S., Suisse Tourisme en Inde, Interview par téléphone (3 août 2012)

Huser, Ch., Suisse Tourisme, STnet, Research Report India. Market Analysis and Insights, (May 2012), www.stnet.ch

India International Travel Mart, Indian Outbound Travel, Salient Features and Potential, (2009), www.iitmindia.com/india-outbound.html

Make my trip, plate-forme de réservation, www.makemytrip.com

Suisse Tourisme, STnet, Aktuelles. Neuer Marktleiter für Indien ernannt (2011a)

Suisse Tourisme, STnet, Tourism Monitor Switzerland 2010 (2011b)

Suisse Tourisme, (2012), www.myswitzerland.com

Swisstour online, (2012), www.swisstouronline.com

Travel Companies of India, (2012), www.bestindiansites.com/top-companies/top-travel/. On y fournit les sites des principaux tours opérateurs présents en Inde: <http://sotc.in/>; <http://www.thomascook.in/>; <http://www.kuoniindia.com/division.asp>; <http://rajtravels.com/>

Trip Advisor, (2102), www.tripadvisor.in

Valais Tourisme, e-mail de Madeleine Savioz et Bruno Huggler, Situation du tourisme indien en Valais, y compris le tournage de films de Bollywood (22 juin 2012)

Yatra, (2012), www.yatra.com

Chiffres touristiques clés

Suisse Tourisme, STnet, Dépenses journalières de touristes en Suisse, (2010)

Suisse Tourisme, STnet, Tourism Monitor Switzerland 2010 (2011b)

Swiss Tourism, STnet, Market analysis based on Swiss accommodation statistics: India (2012)

Importance de Bollywood pour les touristes indiens

Filmapia, (2012) www.filmapia.com/published/movies

Heuberger S., Suisse Tourisme en Inde : Interview par téléphone (3 août 2012)

Molodezhnaja (informations sur films Bollywood tournés en Suisse) (2012), www.molodezhnaja.ch/india-ch.htm; www.bollylocations.com/Switzerland.htm

Valais Tourisme, e-mail de Madeleine Savioz et Bruno Huggler, Situation du tourisme indien en Valais, y compris le tournage de films de Bollywood (22 juin 2012)

Touristes indiens

Hôtellerie Suisse / Suisse Tourisme, Know-how. Inder zu Gast in der Schweiz (2012), www.hotelleriesuisse.ch/de/pub/verband/publikationen.htm

Wikipedia, Vegetarianism by country, (2012) http://en.wikipedia.org/wiki/Vegetarianism_by_country

Touristes indiens en Valais

Heuberger S., Suisse Tourisme en Inde, Interview par téléphone (3 août 2012)

Hôtellerie Suisse / Suisse Tourisme : Know-how. Inder zu Gast in der Schweiz, (2012)

<http://www.hotelleriesuisse.ch/de/pub/verband/publikationen.htm>

Huser, Ch., Suisse Tourisme, STnet, Research Report India. Market Analysis and Insights, (May 2012) <http://www.stnet.ch/>

Suisse Tourisme, STnet, Tourism Monitor Switzerland 2010 (2011b)

Switzerland Tourism (ST), Switzerland for movie stars (2012), www.filmlocation.ch/uploads/indian_films.pdf

Valais Tourisme, e-mail de Madeleine Savioz et Bruno Huggler, Situation du tourisme indien en Valais, y compris le tournage de films de Bollywood (22 juin 2012)

Synthèse, stratégie

Heuberger S., Suisse Tourisme en Inde, Interview par téléphone (3 août 2012)

Switzerland Tourism (ST), Switzerland for movie stars (2012), www.filmlocation.ch/uploads/indian_films.pdf

Trip Advisor, (2012), www.tripadvisor.in

Cette étude a été effectuée par Sandra Bürcher, Marut Doctor, Katarzyna Klimek et Nathalie Stumm.

Impressum

Editeur

Observatoire Valaisan du Tourisme

Photos

Marut Doctor (p. 5)

Keith Levit - www.123rf.com (couverture)

Institut de Tourisme

Technopôle 3
3960 Sierre

T +41 27 606 90 01

F +41 27 606 73 56

