

Tendances de marché 2013 USA

08 | 2013

Tendances de marché 2013

Sommaire

Tendances de marché 2013 USA

Bref aperçu	2
Ce qu'il faut savoir	3
Caractéristiques clés	4–5
Prévisions du marché touristique en provenance des Etats-Unis	6
Analyse des groupes-cibles	7
Comportement en matière de voyages	8–10
Comportement en matière de voyage du touriste américain, un entretien avec Alex Herrmann, Suisse Tourisme	11–13
Comportement en matière de réservations	14
Parts de marché: Europe, Suisse et Valais	15–17
Comparaison avec nos concurrents de l'arc alpin	18–19
Statistiques touristiques de référence: les destinations favorites des Américains	20
Statistiques touristiques de référence: arrivées, nuitées et durée de séjour	21–24
Perceptions de l'Europe par les hôtes américains et leurs intérêts touristiques	25
Caractéristiques des touristes américains	26–28
Caractéristiques des touristes américains: entretien avec des experts	29–31
Informations complémentaires, adresses utiles	32–34
Bibliographie	35–37

Bref aperçu

- Les plus grands atouts touristiques de la Suisse et du Valais particulièrement, sont à l'évidence les **paysages fabuleux** et les **montagnes**.
- Les Américaines et Américains arrivant pour la première fois en Europe visitent de préférence les **grandes villes**. Ceux qui sont déjà venus à plusieurs reprises en Europe, s'intéressent aux **régions européennes rurales**, hors des sentiers battus des circuits touristiques.
- Quant à leur **comportement en matière de voyages**, force est de constater que les Américaines et Américains voyagent souvent à deux ou en petits groupes, qu'ils apprécient le contact avec la population locale, qu'ils aiment la culture et les arts, qu'ils s'intéressent à l'histoire du pays et qu'ils désirent des prestations d'un niveau élevé.
- 6 % de toutes les **arrivées** des hôtes des Etats-Unis en Suisse concernent le Valais. En 2012, près de 39'000 touristes américains ont choisi le Valais.
- Les touristes des Etats-Unis occupent le 4^e rang du classement des **nuitées** en Suisse. En **Valais**, la part de marché des touristes américains se monte à 2.4 % (en 2012), ce qui représente le 8^{ème} rang du classement valaisan. Une très nette majorité de ces hôtes visite la Suisse, et par conséquent le Valais, en **été**.
- Le marché américain se place au 4^e rang quant au **chiffre d'affaires** réalisé grâce à ces touristes en Suisse. Selon les prévisions, une augmentation de ce chiffre serait envisageable.
- Les **sites visités préférés** des Américains sont les grande villes, comme Zurich, Genève, Lucerne et Bâle. Zermatt se place au 5^e rang des destinations les plus courues enregistrant 66% des nuitées américaines en Valais lors de l'année 2012.
- La **durée moyenne de séjour** des hôtes des Etats-Unis en Valais s'élevait à 2.4 nuitées en 2012 contre 2.5 nuitées en 2011.
- Qualité, fiabilité, ponctualité, propreté et sécurité sont des conditions sine qua non pour le touriste américain.
- Il accorde, de plus, une grande importance à un niveau de qualité élevé lors du **choix d'un hébergement**. C'est la raison pour laquelle il jettera son dévolu de préférence sur des établissements **de 4 à 5 étoiles**. Une grande chambre climatisée et le WIFI sont des exigences incontournables. Raison évoquée : pouvoir effectuer des réservations en ligne.

Ce qu'il faut savoir

Potentiel

Saviez-vous que / qu'

- ... les **Etats-Unis**, derrière l'Allemagne mais devant la Chine, font partie des **pays dont les habitants montrent un goût prononcé pour les voyages** ?
- ... en 2012, les **Etats-Unis** occupent le **8^e rang** des nuitées en **Valais**, avec une part de marché de **2.4 %** ?
- ... les **Etats-Unis** occupent le **4^e rang** du classement des **nuitées** et de celui du **chiffre d'affaires** du tourisme suisse en 2012 ?
- ... jusqu'en 2016, la **croissance attendue** du nombre des nuitées et du chiffre d'affaires dans toute la Suisse se monte à **5, voire 10 %** ?
- ... **65 %** des touristes américains **recommandent de manière très convaincante** les destinations visitées ?

Destinations

Les cinq pays européens les plus visités par les Américains en 2011

- La Grande-Bretagne, avec 20 % des parts de marché, occupe le 1^{er} rang des destinations les plus prisées des touristes américains, sans doute en raison de la langue.
- En 2011, le nombre de voyages en Europe occidentale effectués par des touristes américains a augmenté de 1.9 % par rapport à 2010.
- Alors que l'Autriche, la Suisse et l'Allemagne ont enregistré des hausses de 8,6 %, 5,8 % et 12,6 %, tous les autres pays d'Europe de l'Ouest ont dû afficher des taux en baisse, plus ou moins considérables. La Grèce a dû endurer le recul le plus significatif de 38,8 %.
- De 2003 à 2008, la Suisse se situait au 8^e rang, après les Pays-Bas et l'Irlande, l'Autriche au 10^e rang, si l'on prend en considération le critère du nombre de voyages des Américains en Europe (ce classement est basé sur une étude de l'European Travel Commission (ETC) actualisée pour la dernière fois en 2009 : Market Insights, United States, juin 2009).

Comportement en matière de voyages et produits

Saviez-vous que

- ... d'après Alex Herrmann, chef de Suisse Tourisme à New York, la force du franc suisse n'est pas vraiment un thème d'importance pour les journalistes américains ? Il n'en est toutefois pas de même pour les tour-opérateurs qui assemblent les prestations touristiques pour en faire des produits.

1. Grande-Bretagne	20 %
2. Italie	16 %
3. France	14 %
4. Allemagne	13 %
5. Espagne	8 %

Références : World Travel Monitor 2011 (plusieurs réponses possibles). Il convient de noter que les volumes de voyages dans les pays de destination Italie, France et Allemagne sont très proches les uns des autres. Il est de ce fait possible que dans d'autres études – particulièrement si ces dernières se basent sur des estimations – le classement de ces trois pays ne soit pas dans le même ordre.

Caractéristiques-clés

Informations générales

Population et superficie

312 millions d'habitants vivent sur une superficie de 9'629'091 km². Les Etats-Unis d'Amérique représentent le troisième plus grand pays du monde, et ceci aussi bien du point de vue de sa superficie (après la Russie et le Canada) que de celui du nombre d'habitants (après la Chine et l'Inde).

Religion et langue

environ 52 % de la population se considère comme protestante, 24 % sont catholiques-romains, 14 % n'appartiennent à aucune confession religieuse. Le reste fait partie d'autres groupes religieux. La langue la plus parlée est l'anglais. Toutefois, au sud-ouest du pays, l'espagnol est très répandu.

Formalités d'entrée en Suisse

Pour entrer en Suisse, les citoyens des Etats-Unis n'ont besoin que d'un passeport valable, reconnu par la Confédération. Un visa n'est requis que si le séjour dépasse 90 jours.

Monnaie

Le dollar US (United States Dollar; abréviation: USD; symbole: \$) est l'unité monétaire des Etats-Unis d'Amérique. Le 14 mars 2008, un franc suisse valait un dollar US pour la première fois. Le 9 août 2011, le dollar US enregistrait son niveau le plus bas, puisqu'il ne valait plus que 0.7215 CHF.

Cours du change (au 31 mars 2013)

1 CHF = 1.052 USD	1 EUR = 1.281 USD
1 USD = 0.949 CHF	1 USD = 0.780 EUR

Economie et conjoncture

Indices économiques

Comme vous pouvez le constater dans le tableau ci-dessous, les Etats-Unis ont subi une récession en 2008 et 2009. Les autres années, le PIB était en augmentation. Les prévisions de croissance sont positives selon le World Economic Outlook d'octobre 2012 ainsi que d'après l'Outlook Update de janvier 2013. Il faut cependant noter que la crise de l'euro, ainsi que le fort endettement des USA, recèlent un grand potentiel de risque.

Données et prévisions de croissance pour les Etats-Unis

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Prévisions	
							2013	2014
Taux de croissance (en % du PIB)	1.9	-0.3	-3.5	3.0	1.8	2.2	2.0	3.0
PIB/habitant (CHF)*	44'098	44'509	43'143	44'424	45'863	47'262	48'452	50'112
Taux d'inflation (en %)	2.9	3.8	-0.3	1.6	3.1	2.0	1.8	1.8
Taux de chômage (en %)	4.6	5.8	9.3	9.6	9.0	8.2	8.1	7.7
Balance des comptes courants (en % du PIB)	-5.1	-4.7	-2.7	-3.1	-3.1	-3.1	-3.1	-3.1
Endettement (en % du PIB)	67.2	76.1	89.9	98.6	102.9	107.2	111.7	113.8

D'après le Fonds Monétaire International. World Economic Outlook Databases, octobre 2012 / World Economic Outlook Update janvier 2013

*Les données d'origine sont en USD, la conversion en CHF est basée sur le cours moyen du change de 0.949 du 31.03.2013.

Caractéristiques-clés

Croissance économique des dernières années Conjoncture

- Grâce à leur territoire fort étendu, riche en matières premières et bien organisé au niveau des transports, les Etats-Unis restent la **plus grande puissance économique du monde**.
- Avec un PIB de près de 15.6 billions USD en 2012, les USA possèdent **l'économie nationale la plus performante** sur le plan mondial.
- En 2012, la **croissance économique** se montait à 2.2 % aux Etats-Unis.
- Le taux de chômage est en train de reculer (en 2012: 8.2%). **En mars 2013, le taux de chômage tombait à son niveau le plus bas depuis 4 ans (à 7.7 %).**
- L'endettement de l'Etat américain s'élève à près de 16'000 milliards USD, ce qui pèse lourdement sur les prévisions conjoncturelles. Les interventions militaires continues en Irak et en Afghanistan, ainsi que les mesures de relance contre les effets de la crise économique et financière, ont coûté très cher à l'Etat américain. En effet, le Président Obama a mis sur pied un programme de près de 800 Mrd. USD afin de soutenir l'économie nationale américaine.

A moyen terme, il ne faut pas espérer une situation plus détendue sur le front des monnaies

La force du franc suisse continuera à entraver le tourisme suisse pendant un certain temps encore. Les interventions de la Banque nationale ont fort heureusement pu empêcher une nouvelle réévaluation de notre monnaie, cependant les taux de change actuels hypothèquent toujours le tourisme suisse.

Il ne faut pas s'attendre à une dévaluation du franc suisse prochainement, ni face au dollar US, ni face à l'Euro. Cette réalité est corroborée par les estimations du KOF (Centre de recherches conjoncturelles de l'EPFZ).

	2001-2010	2011	2012	2013	2014
CHF / US-Dollar	1.27	0.93	0.92	0.94	0.94
CHF/livre sterling	2.15	1.45	1.49	1.45	1.46
CHF / Euro	1.53	1.23	1.21	1.24	1.25

D'après le KOF (Centre de recherches conjoncturelles de l'EPFZ), Prévisions 2013 à 2014

Prévisions du marché touristique émetteur américain

Prévision à court terme

Les USA comptaient – en se basant sur le nombre de nuitées – parmi les marchés étrangers les plus performants en 2011 ainsi qu'en 2012. C'est pourquoi il vaut la peine, en ce qui concerne les perspectives futures, de ne pas considérer uniquement les marchés asiatiques.

On peut supposer une croissance positive pour l'année 2013. Les indicateurs suivants parlent dans ce sens :

- La plupart des indices économiques importants – comme la croissance du PIB, le taux de chômage et la confiance des consommateurs – sont positifs. Le taux de chômage a même atteint le taux le plus faible de ces quatre dernières années en mars 2013 (7.7 %).
- Les prix du gaz les plus récents ont influencé de manière positive les suppléments carburant et permettent de baisser un peu les prix des vols transatlantiques, plutôt élevés actuellement.
- Au 31 mars 2013, la parité du USD est de 0.95; notons que le dollar a récupéré depuis son taux le plus bas dû à la crise économique. Plusieurs grands organisateurs de voyages, comme Cosmos et Collette, ont lancé de nouveaux circuits en Suisse.
- De nouveaux vols directs ont été introduits en 2012 : ainsi SWISS vole quotidiennement de New York à Zurich et dispose d'un second vol journalier de Chicago à Zurich pendant la saison d'été. Edelweiss propose un vol hebdomadaire entre Tampa (Floride) et Zurich.
- La performance des marchés boursiers est bonne, ce qui influence positivement les comportements de voyage des visiteurs américains.

Perspectives à long terme jusqu'en 2020

Les prévisions d'accroissement de la population des Etats-Unis jusqu'en 2020 se montent à 21 % – en chiffres absolus il s'agit d'une augmentation de 43 Mio d'habitants. La tranche des plus de 55 ans augmentera fortement (+ 63 %).

Il en sera de même pour le volume des voyages internationaux venant des Etats-Unis, qui devrait augmenter de 7.5 Mio (toutes catégories d'âge confondues). L'évolution à long terme du volume des voyages internationaux prévu de 2000 à 2020 varie toutefois selon chaque tranche d'âge :

- Dans la tranche des 15–34 ans, la population augmentera de 8.4 millions d'habitants, le volume des voyages internationaux par contre, n'enregistrera une croissance que de 1.6 million.
- Le nombre d'habitants de 35 à 54 ans baissera jusqu'en 2020 de 2.5 millions de personnes. Le volume des voyages internationaux quant à lui s'accroîtra de 1.9 million.
- Dans la tranche des 55 ans et plus, la population augmentera de 37 millions d'individus, le volume des voyages internationaux, de 4 millions.

Analyse des groupes-cibles

Potentiel des groupes-cibles et caractéristiques socio-démographiques

Il est indispensable de tenir compte du fait que les groupes-cibles américains qui entreprennent des voyages à l'étranger ne représentent que 20 % environ de la population totale et appartiennent aux couches les plus aisées.

En voici les caractéristiques :

- Niveau de formation supérieur à la moyenne (formation universitaire pour la plupart, souvent formation post-grade)
- Curiosité, soif de savoir et forte envie d'expérimenter
- Large expérience des voyages (« touristes-voyageurs chevronnés »)
- Grand intérêt pour l'art et la culture
- Style de vie urbain
- Engagement considérable dans le domaine culturel et sociétal
- Age moyen se situant à 47 ans pour les hommes, 45 ans pour les femmes

79.4 % des hôtes des Etats-Unis qui choisissent la Suisse ont entre 16 et 55 ans. D'autre part, 82.4 % viennent en Suisse sans leur famille.

Le groupe croissant des plus de 55 ans devrait beaucoup intéresser le marché européen.

Comportement en matière de voyages

Voyages à l'étranger

- En 2011, les Américains (de 15 ans et plus) ont entrepris globalement 60 Mio de voyages avec au moins une nuitée à l'étranger, ce qui correspond à une intensité en matière de voyages à l'étranger de 23 %. Notons toutefois qu'ils séjournent surtout dans leur pays.
- Il est tout à fait intéressant de constater que ce n'est que depuis le 1er juin 2009 que tous les citoyens des Etats-Unis doivent posséder un passeport, afin d'être autorisés à retourner dans leur propre pays après un voyage à l'étranger. A la suite de cette directive, la part des Américains en possession d'un passeport augmenta à 35 %, ce qui est comparativement bien modeste.
- En 2011, les Américains ont entrepris 53 % de leurs voyages à l'étranger dans leurs deux pays voisins (31,7 Mio de voyages) : 19 % se sont rendus au Canada et 34 % au Mexique.
- En 2011, 46 % des voyages en avion des Américains à l'étranger (27 Mio) les ont conduit de l'autre côté de l'Océan.
- En voici quelques détails : 36 % concernaient l'Europe. Au 2ème et 3ème rang se trouvent les destinations des Caraïbes et l'Asie, respectivement 23 % et 19 %. 7 % concernaient l'Amérique centrale, les 7 % suivants l'Amérique du Sud et 7 % supplémentaires le Proche-Orient. L'Australie/Océanie et l'Afrique représentent des pourcentages de 2 % et 3 % de tous les voyages outre-mer des Américains.
- De tous les voyages outre-mer entrepris en 2011, 57 % c'est-à-dire 34.5 Mio représentent des voyages d'agrément, 25 % càd. 14.9 Mio étaient consacrés à la visite de la famille ou d'amis (Visiting Friends and Relatives) et d'autres voyages privés. 18 % c.à.d. 10.7 Mio concernaient des voyages d'affaires.
- Près de 30 % des Américains visitant l'Europe se rendent dans plus d'un pays pendant leur voyage. Les 70 % restants n'ont choisi qu'un seul pays européen.
- En 2010, les hôtes américains ont visité 1.5 pays en moyenne.



Comportement en matière de voyages

Agences de voyages

Les associations de voyages et consortium suivants, ont gagné en importance dans l'industrie américaine du voyage :

- www.virtuoso.com
- www.vacation.com
- www.ensembletravel.com
- www.signaturetravelnetwork.com

Virtuoso fait partie des réseaux les plus importants dans le segment des voyages de luxe, qui se consacre à la clientèle aisée du monde entier.

Formes d'organisation de voyages, moyens de transport et activités de vacances favorites

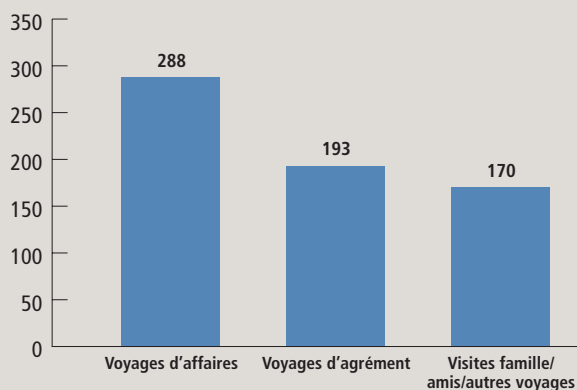
- Le visiteur américain se déplace de préférence à deux ou en petit groupe à travers l'Europe.
- Alors que par le passé les touristes américains découvraient l'Europe au cours de circuits, ils choisissent aujourd'hui de plus en plus souvent des unités géographiques plus petites.
- 82 % des Américaines et Américains visitant la Suisse se déplacent individuellement, 8.6 % réservent un voyage organisé.
- 75.9 % des hôtes américains en Suisse se déplacent à l'intérieur du pays en train.
- 56 % des citoyens des Etats-Unis profitent de leurs vacances pour faire du shopping, pour 54 % d'entre eux la visite du pays est la raison primordiale du voyage. Les musées et les bâtiments historiques y occupent une place de choix.

Durée des vacances

- En 2011, les Américains passaient en moyenne 8 nuitées en tout, lors de voyages à l'étranger (p.ex. en Europe: 18.3 jours (2010), en Suisse: 2.2 jours (2012), en Valais: 2.4 jours (2012)). Si l'on différencie la durée de séjour selon le genre de voyage, la visite de la famille et d'amis et d'autres voyages privés durent un peu plus longtemps que les voyages d'affaires. 31 % des voyages à l'étranger étaient des voyages de courte durée (1 à 3 nuitées), 69 % des voyages plus longs.

Dépenses moyennes de voyage des touristes américains

Dépenses moyennes de voyage par nuitée en USD en 2011



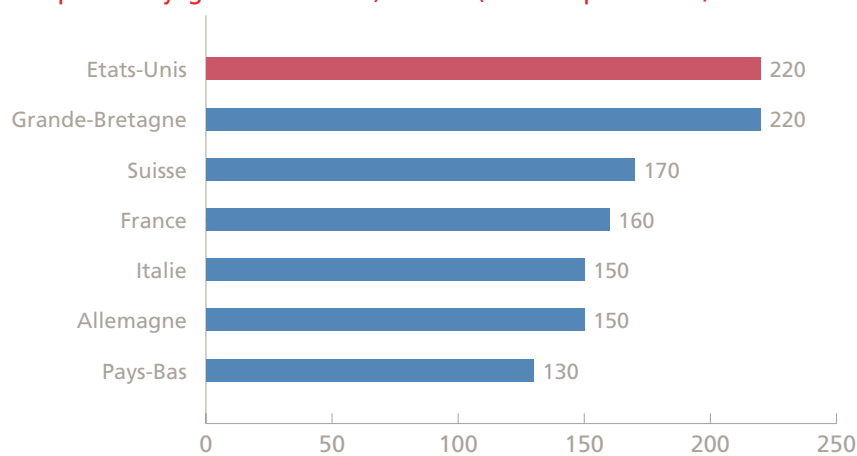
D'après Germany Travel – Marktinformationen USA (2013)

- Les touristes américains ont dépensé 1'523 USD par voyage à l'étranger outre-mer, donc 200 USD par nuitée.
- Les dépenses de voyage dépendent du motif de voyage. Ainsi les dépenses moyennes par nuitée se montent à 288 USD pour les voyages d'affaires, à 193 USD pour les voyages d'agrément et à 170 USD pour les visites à la famille et aux amis et autres voyages.

Comportement en matière de voyages

Dépenses journalières moyennes des touristes américains comparées à celles de touristes d'autres pays émetteurs

Dépenses journalières moyennes des touristes séjournant en Suisse en 2010 (sans compter le voyage aller et retour) en CHF (marchés prioritaires, Suisse Tourisme)



D'après STnet, TMS (2010)

Le graphique ci-dessus montre que les hôtes américains qui viennent en Suisse, comme les Britanniques d'ailleurs, sont ceux qui dépensent en moyenne le plus avec 220 CHF par jour, en comparaison des autres marchés prioritaires. En tête de tous les marchés émetteurs se trouvent les hôtes des pays du Golfe qui dépensent en moyenne 500 CHF par jour.

Interview

avec Alex Herrmann, ST

Comment voyage le citoyen des Etats-Unis

Entretien avec Alex Herrmann, Chef de Suisse Tourisme à New York

(Berner Zeitung du 12.12.2011, Claude Chatelain)

Monsieur Herrmann, en parlant avec des journalistes spécialisés du voyage, j'ai eu l'impression que la force du franc suisse n'est pas d'actualité du tout.

Alex Herrmann : Il est vrai que pour les journalistes, le franc suisse est de peu d'intérêt. Par contre, pour les tour-opérateurs qui préparent des voyages, il en est tout autrement.

Est-il vrai que l'Américain qui peut se permettre un voyage en Europe, ne doit pas être très attentif au prix ?

Il faut faire une différence : pour beaucoup d'Américains, particulièrement ceux qui voyagent individuellement et appartiennent à la classe moyenne supérieure, le prix n'est pas le critère premier. C'est le rapport qualité-prix qui est primordial pour eux. Ils vont à Zermatt, Lucerne ou St. Moritz et ne descendent que dans de bons hôtels. Les participants aux voyages organisés, qui visitent plusieurs pays, sont plus attentifs aux prix, même s'ils sont plus focalisés sur l'euro. Ils ne séjournent souvent que deux jours en Suisse, c'est pourquoi le franc suisse ne joue qu'un rôle secondaire.

L'époque où les Américains voyageaient de ville en ville est bien terminée.

Pas du tout. Ce qui n'est plus actuel, c'est l'époque où chaque tour-opérateur proposait plus ou moins le même circuit. On disait autrefois : « If it's Tuesday, this must be Brussels ». Aujourd'hui les programmes sont fort différents. L'Américain ne sait donc plus s'il sera à Bruxelles le mardi.

La Suisse est-elle défavorisée pour de tels circuits en Europe, parce qu'elle possède sa propre monnaie ?

Quand les Américaines et Américains se déplacent en Europe, beaucoup d'entre eux veulent également visiter la Suisse lors de leur premier ou second voyage. Les tour-opérateurs le savent. Des voyages avec une ou deux étapes en Suisse se vendent très bien, puisque les Américains veulent découvrir les Alpes et admirer Lucerne.

Du moins, en ce qui concerne le marché américain, les plaintes de l'hôtellerie suisse concernant la force du franc, semblent très exagérées.

Actuellement il n'est pas facile pour les tour-opérateurs de lancer des offres qui ne concernent que la Suisse. J'ai eu des contacts avec plusieurs organisateurs de voyages, ayant déjà concocté leurs offres, mais qui ne les mettent pas encore sur le marché.

Interview

avec Alex Herrmann, ST

Uniquement en raison de la cherté du franc suisse ?

Pas seulement, mais aussi en raison de perspectives conjoncturelles peu sûres. Les tour-opérateurs américains sont en général très réticents en cas de prévisions économiques sombres. Vient s'y ajouter une constellation monétaire défavorable, c'est doublement difficile.

Du reste, l'Américain sait-il que le franc suisse est devenu aussi fort ?

Les Européens ont l'habitude de manier différentes monnaies. Ce n'est pas vraiment le cas des Américains. Ceux qui ont peu d'expérience des voyages prennent peu acte des fluctuations des cours du change, à moins que la surévaluation du franc suisse ne devienne un thème important dans les médias, comme cela a été le cas en partie l'été dernier.

Jusqu'à fin octobre, l'hôtellerie suisse enregistrait 1,33 million de nuitées d'hôtes américains, ce qui représente 7,6 % de l'ensemble des nuitées étrangères, donc à peu près le même pourcentage que l'année précédente.

C'est juste, bien que l'année dernière ait été une très bonne année touristique grâce au spectacle de l'Oberammergau [en Bavière]. Ces jeux de la passion qui ont lieu tous les dix ans à Oberammergau, attirent toujours en Europe un nombre d'Américains supérieur à la moyenne.

[...]

En un mot: quel est le plus grand atout touristique de la Suisse ?

Permettez-moi de le résumer en trois mots: le paysage grandiose.

L'Américain connaît Lucerne, Zermatt, St-Moritz et Zurich.

Que connaît-il d'autre ?

Il connaît Genève. Les touristes américains chevronnés savent également qu'une partie de la Suisse est italophone. Le touriste actif connaît Interlaken et en partie aussi Grindelwald. Il existe au fond de la vallée de Lauterbrunnen un petit village du nom Gimmelwald. Il le connaît également.

Vous me faites marcher !

Pas du tout. Rick Steves, à la fois journaliste américain influent et auteur de récits de voyages, a découvert Gimmelwald il y a une dizaine d'années. Il en a fait l'objet d'émissions de télévision et de reportages de voyage. Depuis lors, nous recevons régulièrement des demandes au sujet de Gimmelwald.

Interview

avec Alex Herrmann, ST

Qu'en est-il de Berne ?

Même si Berne n'est pas perçue comme capitale de la Suisse, elle appartient néanmoins au Top dix des destinations. En 2010, Berne se trouvait au 10^e rang des nuitées hôtelières étrangères générées par des Américains. La ville de Berne est prisée comme point de départ pour la région de la Jungfrau. Le label de l'Unesco de la vieille ville de Berne jouit également d'une notoriété considérable. De plus, certaines nouveautés améliorent encore cette situation : le musée Paul Klee, le centre commercial Westside de l'architecte américain Daniel Liebeskind et depuis peu également, la nouvelle fosse aux ours.

Qu'en est-il de l'offre hôtelière bernoise ?

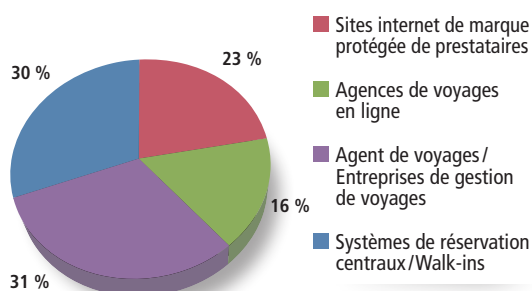
Autrefois, Berne n'était pas très attrayante pour les Américains, car il manquait des hôtels de quatre et cinq étoiles. Entretemps, la situation a bien changé, ce qui simplifiera notre travail.

Une journaliste spécialisée en voyages venant de se rendre au Jungfraujoch m'a dit qu'elle avait trouvé incroyable de n'avoir jamais entendu parler auparavant d'un site aussi extraordinaire. Cette observation vous étonne-t-elle ?

Oui. Interlaken compte parmi les destinations les plus populaires. C'est la raison pour laquelle je pense que la Jungfrau jouit également d'un degré de notoriété élevé. Cependant l'Eiger pourrait être encore plus connu sur le marché américain grâce à deux films : « The Eiger Sanction » des années 1970 avec Clint Eastwood dans le rôle principal, ainsi que « The Alps » tourné en 2007, qui a rencontré un écho très positif aux Etats-Unis. Cependant la montagne suisse la plus célèbre est sans aucun doute le Cervin.

Canaux de réservation

Comportement en matière de réservation



D'après ETC-UNWTO The US Outbound Travel Market (2012), cité dans ETC Market Intelligence Group – annual meeting Gelsenkirchen – (février 2012)

Comportement en matière de réservation

- A peine un quart des vacanciers américains qui voyagent en Europe réservent sur les sites internet des prestataires (hôtels et compagnies aériennes). Un petit tiers le fait par l'intermédiaire d'une agence de voyages ou d'une entreprise de gestion de voyages. 30 % réservent à l'aide de systèmes de réservation ou de Walk-ins (cela signifie que les réservations se font sur place, à la réception des hôtels par exemple). Toujours plus d'Américains cherchent leurs hébergements sur internet. Avant de décider définitivement de réserver, ils lisent les évaluations d'autres touristes dans les forums en ligne.

Equipements mobiles

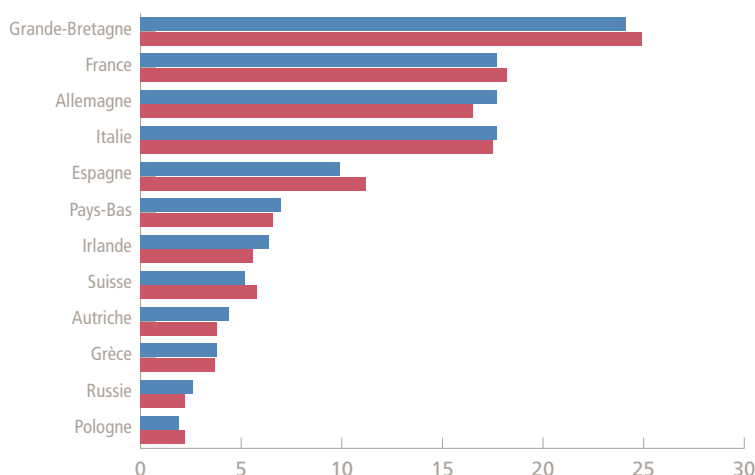
- 40 % des Américains entreprenant des voyages internationaux possèdent un smartphone.
- En 2012, 30 Mio d'entre eux ont recherché leurs destinations de voyage en utilisant leur smartphone. En 2010, ils n'étaient que 19.7 Mio.
- Le nombre de réservations à l'aide d'équipements mobiles se montait à 8.7 Mio en 2010, en 2012 il y en avait déjà 15.1 Mio.

Parts de marché de l'Europe, de la Suisse et du Valais

Parts de marché du tourisme émetteur américain en Europe, en Suisse et en Valais

Selon le graphique ci-dessous, la part de marché des touristes venant des Etats-Unis en Suisse représentait 5.2 % du marché européen en 2010, devant l'Autriche qui n'enregistrait que 4.4 % la même année. Les cinq pays européens préférés des vacanciers des Etats-Unis sont la Grande-Bretagne, la France, L'Allemagne, l'Italie et l'Espagne.

Parts de marché des hôtes des Etats-Unis en Europe en 2010/2011



D'après Office of Travel and Tourism Industries (2011)

Les destinations européennes les plus attrayantes

La table ci-dessous donne un aperçu de l'évolution du nombre des voyages effectués par les Américains en Europe de 2003 à 2008. Le Suisse se place au 8^e rang.

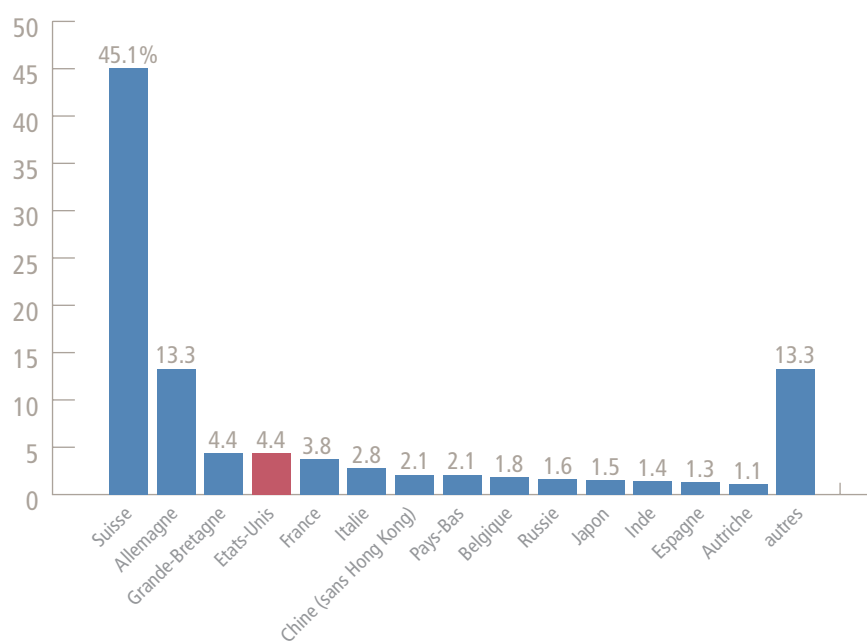
Les principales destinations européennes selon le nombre de voyages entrepris par les touristes américains en Europe (en milliers, na : not available/non disponible)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Grande-Bretagne	3'252	3'692	3'829	3'286	3'123	2'894
France	1'883	2'407	2'217	2'231	2'217	2'124
Italie	1'638	1'915	2'044	2'201	2'373	1'940
Allemagne	1'540	1'750	1'670	1'688	1'936	1'601
Espagne	929	903	979	995	1'093	1'139
Pays-Bas	831	930	864	904	937	893
Irlande	562	738	691	844	749	677
Suisse	611	520	518	633	656	647
Grèce	293	438	489	482	562	493
Autriche	367	410	na	na	406	431
République tchèque	220	356	na	na	375	339
Russie	269	301	345	na	312	308
Turquie	304	245	274	na	250	369

D'après European Travel Commission (2009)

Parts de marché de l'Europe, de la Suisse et du Valais

Parts de marché des hôtes des Etats-Unis en Suisse en 2012 (en % des nuitées hôtelières)

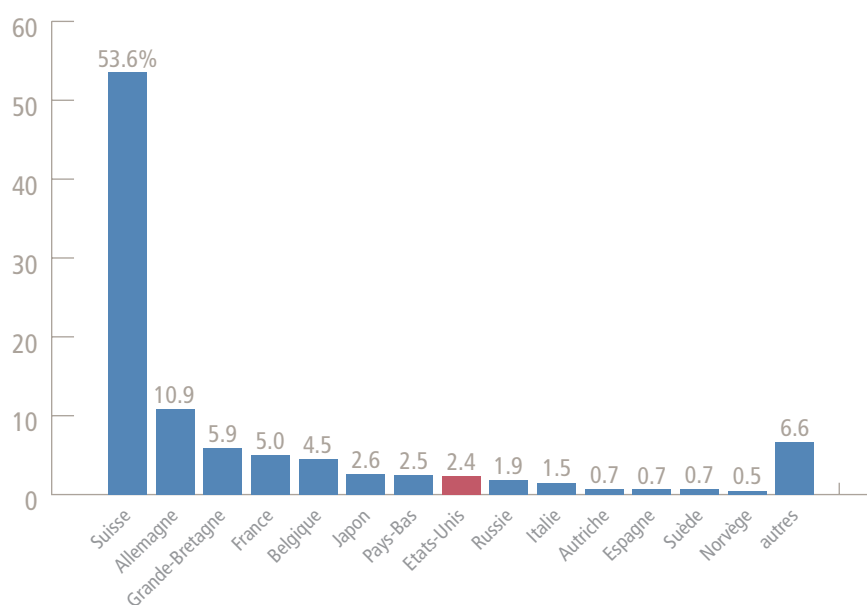


D'après l'OFS, HESTA

Les Américains occupent le 4^e rang des nuitées de touristes étrangers en Suisse, juste derrière celles des touristes de Grande-Bretagne. La part des nuitées des Américains en Suisse se monte même à tout juste 8 %, après l'Allemagne avec 24.2 % et la Grande-Bretagne avec 8.1 %.

Parts de marché de l'Europe, de la Suisse et du Valais

Parts de marché des hôtes des Etats-Unis en Valais en 2012 (en % des nuitées hôtelières)



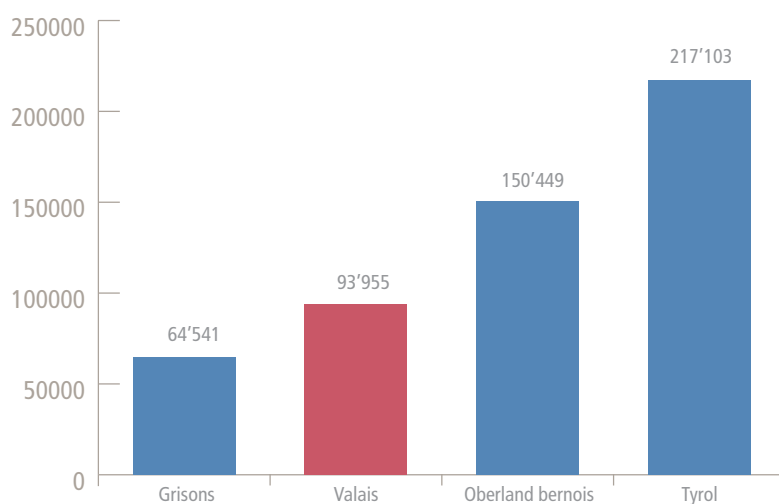
D'après l'OFS, HESTA

En Valais, la part de marché des nuitées des hôtes des Etats-Unis représente 2.4 % en 2012. Ils occupent ainsi le 8^e rang après les Japonais et les habitants des Pays-Bas. Si l'on tient compte exclusivement des nuitées des étrangers, la part américaine s'élève à 5.1 %.

Comparaison avec nos concurrents de l'arc alpin

Comparaison avec les autres régions alpines

Nuitées américaines en 2012

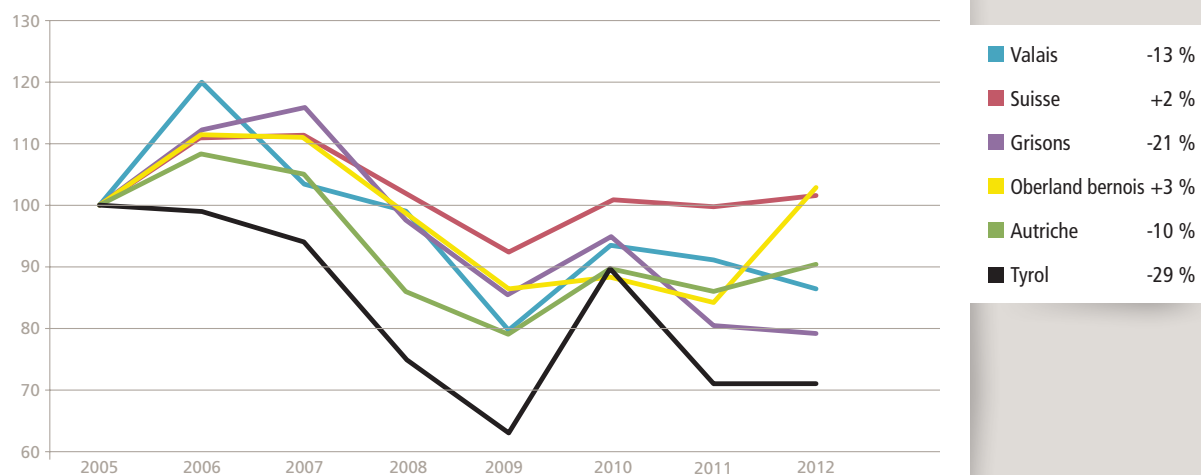


D'après l'OFS, TTR

Le Valais enregistre près de 30'000 nuitées d'Américains de plus que les Grisons. Le 1^{er} rang des Alpes suisses est occupé par l'Oberland bernois, avec 150'449 nuitées en 2012. Si l'on compare la part des nuitées américaines à l'ensemble des nuitées étrangères, celle-ci se monte en 2012 à 5.1 % pour le Valais, 7.9 % pour l'Oberland bernois et 0.5 % seulement pour le Tyrol. Si l'on prend en considération la croissance annuelle moyenne du marché américain dans ces mêmes régions entre 2005 et 2012, il est frappant de constater que toutes les régions ont dû enregistrer des baisses de nuitées américaines, sauf l'Oberland bernois, qui enregistrerait une croissance annuelle modeste de 1 %.

Comparaison avec la concurrence alpine

Indice de croissance des nuitées en Valais et dans les régions concurrentes de l'arc alpin (2005 = 100)



D'après l'OFS, TTR

Une comparaison entre les régions concurrentes de l'arc alpin (Suisse et Autriche), met en évidence que la croissance a atteint son point le plus bas dans toutes les régions pendant l'année de crise 2008. Alors que la croissance pour le Valais, les Grisons et le Tyrol reculait ou du moins stagnait ces dernières années, la Suisse et l'Autriche ont enregistré une légère amélioration. L'Oberland bernois a même pu enregistrer une croissance de 22 % de 2011 à 2012. Par rapport à l'année de référence 2005, l'Oberland bernois et la Suisse enregistraient une croissance positive modeste (+3 % resp. +2 %). Les autres régions/pays ont connu une baisse significative (Autriche: -10 %, Valais: -13 %, Grisons: -21 %, Tyrol: -29 %).

Les sites touristiques connus des touristes américains dans l'Oberland bernois sont avant tout Interlaken et la région de la Jungfrau. En Valais, Zermatt est la destination la plus réputée.

Statistiques touristiques de référence

Statistiques touristiques de référence: destinations favorites des Américains

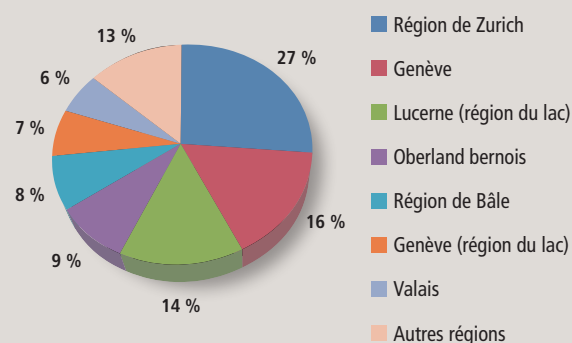
Les dix destinations de prédilection des touristes américains en Suisse en 2011 (part des nuitées hôtelières en %)

Top Destinations 2011	% arrondi
1 Zurich	18
2 Genève	12
3 Lucerne	9
4 Bâle	7
5 Zermatt	4
6 Opfikon	3.2
7 Lausanne	3
8 Lauterbrunnen	2.8
9 Meyrin	2.2
10 - Berne	2

D'après STnet, données de l'OFS (2011)

Les touristes des Etats-Unis choisissent de visiter les **grandes villes**, comme Zurich, Genève, Bâle et Lucerne. Comparée au comportement en matière de voyages des vacanciers d'autres pays, la part américaine est surdimensionnée.

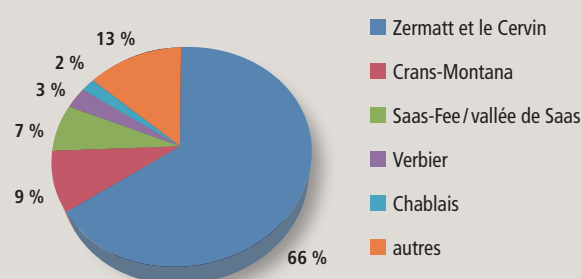
Les cinq destinations de prédilection des touristes américains en Suisse de 2005 à 2012 (part de marché moyenne annuelle des nuitées hôtelières)



D'après STnet, données de l'OFS

Avec 27 % des nuitées, la région de Zurich occupe le 1er rang, le Valais avec ses modestes 6 % n'occupe que le 7^e rang.

Les cinq destinations de prédilection des touristes américains en Valais de 2005 à 2012 (part moyenne des nuitées par année entre 2005 et 2012)



D'après l'OFS (HESTA)

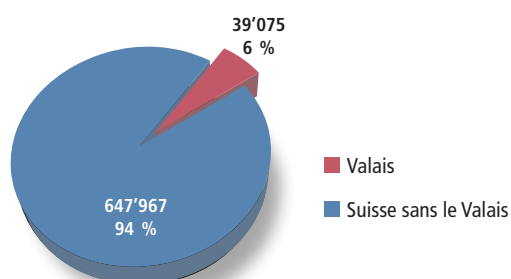
La destination de Zermatt avec le Cervin enregistre en moyenne annuelle 70'838 hôtes américains (moyenne des années 2005 à 2012), qui sont de loin les plus nombreux. Suivent les stations suivantes : Crans-Montana avec en moyenne 10'012 vacanciers des Etats-Unis, Saas-Fee / vallée de Saas avec 7'356 hôtes, Verbier avec 3'267 hôtes et la région du Chablais avec 1'887 touristes.

Statistiques touristiques de référence

Statistiques touristiques de référence: arrivées, nuitées et durées de séjour

Arrivées et nuitées des hôtes américains 2012

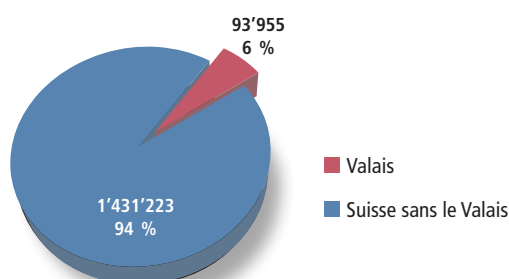
Arrivées 2012



D'après l'OFS, (HESTA)

En 2012, 39'075 hôtes américains sont venus en Valais, ce qui représente 6 % de toutes les arrivées d'hôtes américains en Suisse.

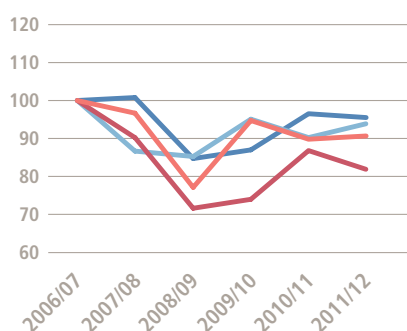
Nuitées 2012



D'après l'OFS, (HESTA)

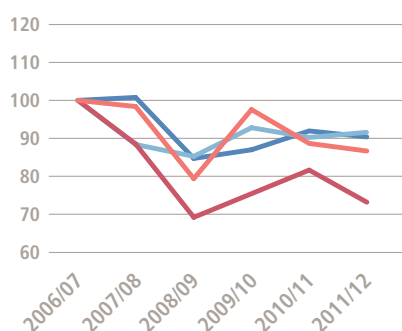
93'955 hôtes américains ont été hébergés en Valais en 2012. Ce chiffre correspond à 6 % des nuitées américaines de l'ensemble de la Suisse.

Arrivées en Suisse et en Valais Été et hiver 2006-2012 (indexé)



D'après l'OFS, (HESTA)

Nuitées en Suisse et en Valais Été et hiver 2006-2012 (indexé)



D'après l'OFS, (HESTA)

Le nombre des arrivées et celui des nuitées a accusé une forte baisse particulièrement visible en 2009, année de crise, aussi bien pendant la saison d'hiver qu'en été, en Valais et dans l'ensemble de la Suisse. Les années qui ont suivi, le nombre des arrivées et nuitées des touristes américains a heureusement évolué favorablement, quoique le niveau de 2007 n'ait plus été atteint. Le Valais a pourtant dû enregistrer un recul des arrivées et nuitées d'Américains en hiver 2011/12.

Répartition saisonnière

Nuitées en hiver 2011/12	
Suisse	514'825 (- 1.1 % en comparaison de 10/11)
Valais	31'558 (- 10.7 % en comparaison de 10/11)

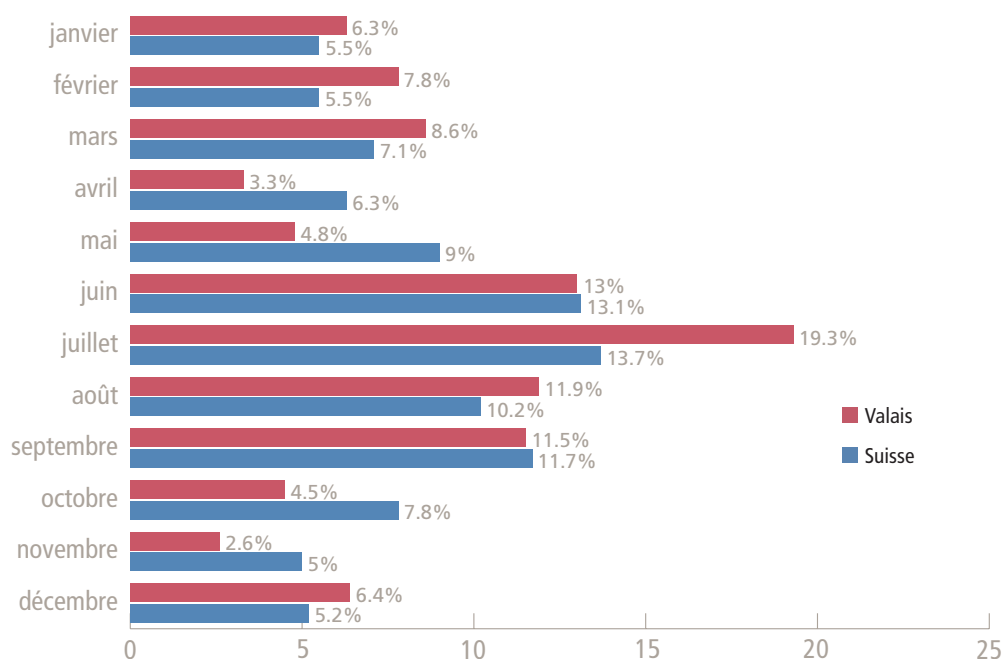
Nuitées en été 2012	
Suisse	1'005'795 (+ 3.2 % en comparaison de 2011)
Valais	62'329 (- 1.9 % en comparaison de 2011)

Alors que les nuitées des visiteurs des Etats-Unis n'ont que légèrement reculé en hiver 2011/12 par rapport à l'année précédente dans l'ensemble de la Suisse, le Valais a dû enregistrer une forte baisse de près de 11 %. En été 2012, les nuitées ont augmenté de 3.2 % pour la Suisse globalement. Malheureusement le Valais devait constater un recul de près de 2 %.

■ hiver CH
■ été CH
■ été VS
■ hiver VS

Statistiques touristiques de référence

Répartition des nuitées de touristes américains pendant les mois d'hiver et d'été
(valeurs moyennes par mois de 2005 à 2012 en %)



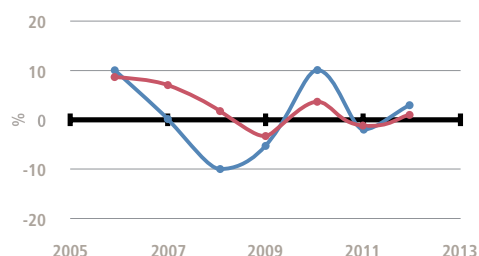
D'après l'OFS, (HESTA)

Selon le graphique ci-dessus, il ressort clairement que les Américaines et Américains séjournent en Suisse et en Valais pendant les mois d'été. Ils viennent en Valais surtout en juillet (presque 20 %). Ce pourcentage représente la valeur moyenne des années 2005 - 2012.

Statistiques touristiques de référence

Taux de croissance annuel de 2005 à 2012 (année de base 2006)

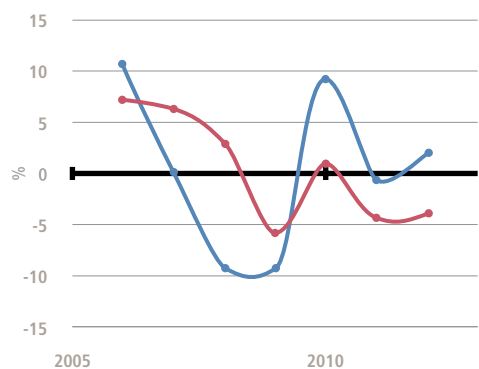
Taux de croissance annuel en %
Arrivées dans toute la Suisse



D'après l'OFS, (HESTA)

Alors qu'en 2008 déjà, en comparaison de l'année précédente, il a fallu enregistrer une baisse de 10 % de la clientèle américaine, le taux de croissance des arrivées des autres touristes étrangers se situait à peine dans la zone positive. Toutefois, celui des hôtes américains s'est redressé les années qui ont suivi pour atteindre un sommet en 2010, puisque l'augmentation était de 11.5 % en comparaison de l'année précédente. Phénomène malheureusement éphémère, car ce même taux chutait à nouveau en 2011. La tendance la plus récente se veut pourtant optimiste et rassurante, puisque les chiffres remontent. Le taux de fluctuation des arrivées est celui qui a été le plus positif dans la période de 2005 à 2010, puisqu'il a été supérieur à celui de tous les hôtes étrangers en Suisse.

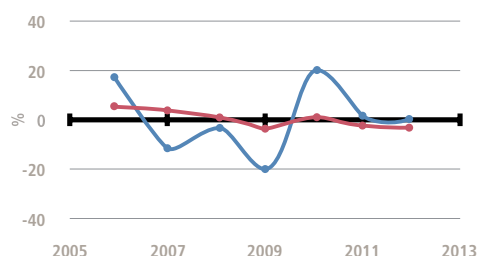
Taux de croissance annuelle en %
Nuitées dans l'ensemble de la Suisse



D'après l'OFS, (HESTA)

Le taux de croissance des nuitées américaines en Suisse évolue de la même manière que celui des arrivées. Une chute massive des nuitées a été enregistrée avant 2009, année de crise. Toutefois le nombre des nuitées des Américains s'est rétabli plus vite que les taux de croissance de l'ensemble de la clientèle étrangère.

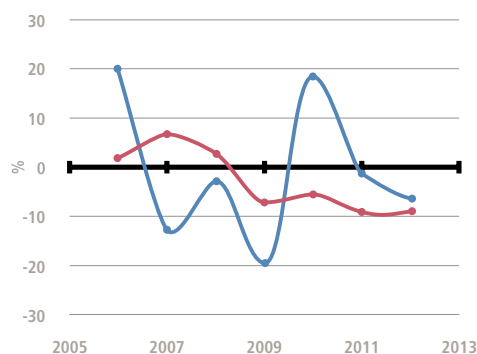
Taux de croissance annuel en %
Arrivées en Valais



D'après l'OFS, (HESTA)

Le taux de croissance des arrivées en Valais ressemble beaucoup à celui de l'ensemble de la Suisse, à l'exception de 2008 pour les touristes américains. En effet, cette année-là, les arrivées des Américains en Valais ne baissaient que de 4 %, alors que pour l'ensemble de la Suisse, elles accusaient un recul de 10 % environ. En 2010, le Valais enregistrait une augmentation de près de 20 % par rapport à l'année précédente, phénomène passager, puisqu'en 2011 et 2012, les arrivées en Valais (en comparaison de l'année précédente) n'ont augmenté que de manière insignifiante.

Taux de croissance annuel en %
Nuitées en Valais



D'après l'OFS, (HESTA)

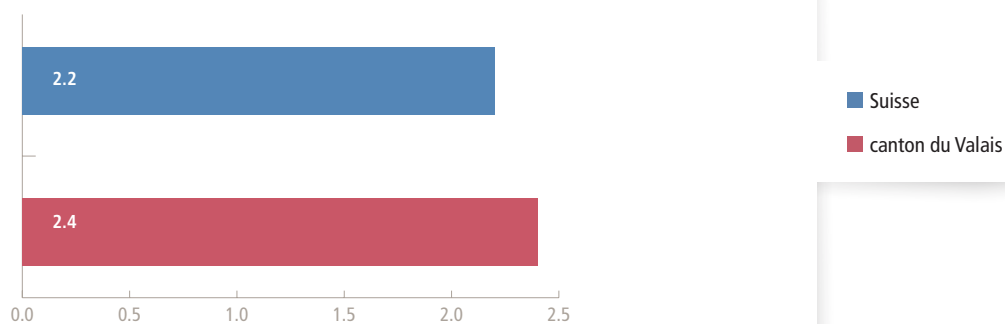
L'évolution des nuitées d'hôtes américains en Valais ressemble fortement à celle des arrivées en Valais.

■ Etats-Unis
■ Etranger dans son ensemble

■ Etats-Unis
■ Etranger dans son ensemble

Statistiques touristiques de référence

Durée moyenne de séjour des visiteurs américains en 2012



D'après l'OFS, (HESTA)

La durée moyenne de séjour en Suisse des vacanciers américains s'élevait en 2012 à 2.2 nuitées. En Valais à 2.4 nuitées, c.à.d. 0.2 nuit de plus. En comparaison, en 2011, la durée moyenne de séjour en Suisse se montait également à 2.2 nuitées et à 2.5 en Valais.

Durée de séjour en Suisse et en Valais de 2006 à 2012 (indexé)



D'après l'OFS, (HESTA)

La durée de séjour a été relativement constante de 2006 à 2012 : en Suisse, elle oscille entre 2.2 et 2.3 nuitées. En Valais, pour la même période, elle se situe de 2.4 à 2.7 nuitées. Force est de constater qu'en Valais, la durée de séjour diminue, particulièrement en hiver. Si la durée moyenne de séjour entre 2006/07 et 2010/11 s'élevait à 3.9 nuitées, en hiver 11/12, elle était encore de 3.6 nuitées. En été, dès 2010, une tendance à la baisse s'amorçait (de 2.3 nuitées en été 2010 à 2.1 nuitées en été 2012).

Les données ont été indexées avec 2006 comme année de base, afin d'en rendre la lecture plus aisée.

L'image de l'Europe

Quelle image le touriste américain a-t-il de l'Europe?

Différents représentants (47 au total, dont 21 tours-opérateurs) de la branche américaine du voyage ont été interrogés sur mandat du groupe de recherche de la « European Travel Commission » ; ce qui intéressait les chercheurs était de savoir ce qui leur venait à l'esprit quand ils pensaient à l'Europe.

La plupart du temps, l'Europe est associée à son riche passé historique. La seconde idée citée, c'est la culture européenne, en particulier la grande diversité des cultures sur un espace aussi restreint. En troisième position, nous trouvons la gastronomie européenne. Près d'un tiers des personnes interrogées mentionne l'excellente cuisine européenne, les vins exquis et les opportunités de très bien manger dans un bon restaurant. Plusieurs personnes interrogées citent également le fait qu'en Europe, il y a tellement de découvertes à faire, ce qui n'est pas le cas aux Etats-Unis.

L'Europe ne serait pas foncièrement différente des Etats-Unis, mais toutefois distincte et, de ce fait, une destination idéale. D'autres personnes encore pensent à leurs aïeux, de souche européenne, ainsi qu'aux valeurs et histoire communes qui lient l'Europe et l'Amérique. Seules trois personnes ont fait une association négative avec l'Europe, à savoir que l'Europe est trop chère.

Les Américaines et Américains apprécient notamment la diversité du continent et de son offre. Voici ce qu'en dit une des personnes interrogées :

« L'Europe nous offre des expériences variées et des moments inoubliables. Bien des destinations ont une histoire très ancienne. D'autres, comme l'Italie, sont très tendance. La Suisse nous propose de nombreuses **activités de plein air**. Ils [les touristes américains] peuvent assister à des événements sportifs, des défilés de mode... »

Il importe également aux visiteurs américains de vivre des moments inoubliables, différents de ce qu'ils peuvent vivre aux Etats-Unis.

« Les Américains désirent faire une expérience authentique de l'Europe. Ils vont à Londres pour aller dans le meilleur théâtre, à Lyon, en Suisse, en Italie ou en Allemagne, pour suivre un cours de cuisine, en France pour déguster des vins... »

Les attractions telles que les châteaux, cathédrales, traditions séculaires, en plus de l'architecture européenne et du charme du « vieux continent », sont particulièrement appréciées.

Les touristes américains qui viennent en Europe souhaitent avant tout visiter de grandes villes. Ceux qui sont déjà venus et ont vu ces villes préfèrent, à l'occasion d'un autre voyage, découvrir l'Europe hors des sentiers battus, apprendre à connaître de petites villes et des régions rurales. Une des personnes interrogées s'exprime de la façon suivante :

« En principe, les Américains viennent en Europe afin de visiter les grandes villes... . Londres, Paris et Rome. Ceux qui sont déjà venus en Europe veulent découvrir quelque chose de nouveau. »

« Ce que les Américains attendent d'un voyage en Europe dépend du fait qu'ils y viennent pour la première fois ou non. Ceux qui viennent pour la première fois visitent les grandes villes – Rome et Londres. Les touristes chevronnés veulent découvrir une contrée par le menu, à travers les villages, les villes et le paysage. »

Le Valais rural pourrait devenir un point d'attraction pour les touristes américains confirmés.

Des touristes américains

Savoir-faire interculturel

Quelle est la mentalité du visiteur américain ?

- Le touriste américain qui voyage à l'étranger est **cosmopolite** et **cultivé**.
- Il est toutefois **conservateur**. Des valeurs telles que la famille, les us et coutumes, revêtent une grande importance à ses yeux. Les racines religieuses de certaines Américaines et Américains se trouvent en Europe. Le Parc régional du Chasseral, par exemple, a tenu compte de ce fait et créé une offre spéciale avec le Chemin des Anabaptistes, qui s'adresse particulièrement aux visiteurs américains, descendants potentiels d'Anabaptistes chassés à l'époque.
- Les **allusions audacieuses** ou blagues **d'ordre sexuel s'avèrent plutôt malvenues**.

Qu'est-ce qui est très important pour les voyageurs d'affaires américains ?

- S'il s'agit de rencontres d'affaires, les Américains préfèrent en venir au fait et **obtenir des résultats rapidement, d'une manière spontanée et informelle**.
- Il est usuel de **s'adresser à un interlocuteur** en utilisant **son prénom**, même s'il s'agit d'une première rencontre entre personnes de niveaux de responsabilité différents. Un homme d'affaires américain n'utilisera guère le nom de famille de son partenaire d'affaires.
- **Les gens d'affaires américains se tiennent à leurs rendez-vous**, sont **ponctuels** et ont toujours des **cartes de visite** sur eux.
- Il est d'usage aux Etats-Unis d'indiquer la **date** dans l'ordre suivant: **mois, jour et année**.
- Les **heures de bureau** aux Etats-Unis sont habituellement **de 9 heures à 17 heures 30**.

Quelles sont les exigences de l'hôte américain quant à son hôtel ?

Choix de l'hôtel

- En règle générale, il séjourne dans des hôtels internationaux. La majorité des Américains (83 %) marquent une très nette préférence pour des hôtels de catégorie supérieure (de 3 à 5 étoiles).
- Il se plaît également dans des établissements traditionnels, historiques, situés au centre.
- La possibilité d'effectuer des réservations en ligne est un élément incontournable pour les Américains.

Equipement et technologie des chambres

- Ce qui plaît au visiteur américain, c'est une chambre spacieuse, bien tempérée avec une grande salle de bain/douche et toilettes.
- Une **chambre climatisée** est indispensable durant les mois d'été.
- Il désire des lits suffisamment hauts et des rideaux permettant d'assombrir complètement la chambre (blackout curtains).
- Les hôtes des Etats-Unis accordent une grande importance à la propreté et à la sécurité.
- Une connexion internet est absolument indispensable, si ce n'est dans les chambres, au moins dans l'établissement même.
- Les Américains correspondent par courriel tous les jours et accordent une très nette préférence aux établissements équipés d'une connexion internet sans fil.
- Le client américain s'attend à recevoir des informations orales ou écrites en anglais.

Des touristes américains

A quoi l'hôte américain attache-t-il une grande importance ?

- Il accorde une grande importance à un bon rapport qualité-prix, ainsi qu'à une nature intacte et aux montagnes.
- De plus, il aimerait apprendre à connaître l'histoire et la culture du pays visité.
- Il s'attend à vivre des vacances intéressantes, ponctuées d'événements inoubliables. Une atmosphère stimulante est très largement appréciée.
- La période durant laquelle les Américains voyagent le plus est l'été (juin et juillet).
- Ils recherchent le contact avec la population locale, cherchent à connaître leur culture. Toutefois, ils ne renoncent pas volontiers à leur niveau de vie ou à la sécurité.
- Dans leur vie quotidienne, ils manquent souvent de temps. C'est la raison pour laquelle ils recherchent accomplissement et qualité de vie pendant leurs voyages. La périphrase « Memories & Moments » (Souvenirs et Instants) dépeint la nostalgie des Américains à ce propos.
- Un point important à ne pas négliger réside dans le fait que les racines culturelles et familiales de bien des Américains et Américaines se trouvent en Europe.
- Ce que les Américains recherchent avant tout pendant les vacances, ce sont la détente et les distractions.
- Le touriste américain est généralement considéré comme très poli, discipliné et patient. Au restaurant, il attend qu'une table lui soit attribuée.

Quelles sont ses exigences culinaires ?

Petit-déjeuner

Les incontournables du petit-déjeuner américain sont le lard grillé, les œufs, les petites saucisses rôties, le pain grillé et les jus de fruits sur table. Pour le touriste américain, il s'agit d'un repas important, donc abondant.

Carte des mets

- Le visiteur américain apprécie beaucoup une carte des mets en anglais, car bien souvent, il ne parle aucune autre langue.
- Il accepte cependant volontiers qu'un membre du personnel de service lui explique les mets proposés et le conseille.

Mets

- Les vacanciers américains apprécient une viande à peine grillée (bœuf, poulet), accompagnée de légumes, pommes frites ou pommes-de-terre cuites dans une feuille alu et de beaucoup de salade.
- Le repas de midi sera plutôt peu copieux et léger; le repas du soir, au contraire, très plantureux car il s'agit du repas principal.
- Manger à l'aide du couteau et de la fourchette en même temps passe pour indélicat aux Etats-Unis. C'est la raison pour laquelle les Américains coupent quelques morceaux de viande, posent le couteau à côté de l'assiette et la main sur les genoux, et continuent à manger avec la fourchette. Légumes, pommes-de-terre etc. sont découpés avec la fourchette. Les mets avec de petits morceaux de viande (émincé, par exemple) sont particulièrement appréciés.
- Les produits bio et d'autres aliments coûteux sont toujours plus prisés.
- D'après une enquête de Destination Analysts, 72 % des Américains mangent volontiers au restaurant pendant leurs vacances, 40 % goûtent les spécialités locales.

Des touristes américains

Boissons

- Les Américains boivent à tous les repas de l'eau glacée (servie avec des glaçons) – même au petit-déjeuner. Pour le petit-déjeuner comme pour tout autre repas, une carafe d'eau doit être à disposition gratuitement sur table: cela fait partie des conventions. Généralement les boissons avec glaçons doivent être en tout temps accessibles, particulièrement dans les minibars. Sinon, il n'est pas rare que les hôtes américains en réclament au bar de l'hôtel.
- Leurs boissons favorites sont le coca light, resp. zero, des vins secs comme le Chardonnay, mais également le café noir.
- L'hôte américain s'attend également à ce que sa tasse de café soit remplie à volonté, sans surtaxe.
- Il prend volontiers un apéritif au bar avant le repas.

Bon à savoir

- Dans le cadre de l'enquête TMS (Monitoring du Tourisme Suisse), plus de la moitié des Américains interrogés ont répondu qu'ils s'informaient sur les destinations par le biais de la littérature de voyage.
- Ils ont l'habitude de payer avec une carte de crédit.
- Comme les prix dans les restaurants américains ne comprennent ni taxes, ni service, le pourboire est habituellement généreux.
- La plupart du temps, ils paient l'addition au restaurant tous ensemble ou ils la font apporter dans leur chambre.
- Les Américains sont très sensibles aux prix des hôtels. La différence entre chambre individuelle et double est trop grande pour eux. De même, les frais pour le téléphone et les boissons leur paraissent élevés.
- Il leur est difficile de comprendre la plage horaire plutôt étroite d'ouverture des magasins qu'ils associent à un certain désintérêt et à une attitude un peu froide de la part des exploitants, parce qu'ils ne sont pas habitués à la fermeture du samedi après-midi et du dimanche.
- L'Américain apprécie généralement que le personnel s'occupe de lui et le conseille. C'est la raison pour laquelle il s'adresse souvent à lui en utilisant un prénom, ce qui n'a rien de commun avec une pseudo-familiarité. En effet, tel est l'usage aux Etats-Unis.
- Il aime particulièrement les bons tuyaux pour les visites de curiosités et sites touristiques (sightseeing). Le sens de l'hospitalité est particulièrement développé aux Etats-Unis.
- Les thèmes politiques, particulièrement les événements du 11 septembre 2001, sont très sensibles et doivent être abordés avec prudence le cas échéant.
- Fumer en présence d'autres hôtes et partenaires d'affaires est considéré comme très indélicat.
- Les photos érotiques (voire pornographiques) ne sont pas appréciées du tout.

Caractéristiques des touristes américains interviews

Afin de tirer des leçons de la pratique, différents experts ont été interrogés.

Ce sont :

- **Bruno Huggler**, responsable des marchés, Valais/Wallis Promotion
- **Urs Eberhard**, depuis 2004 vice-directeur de Suisse Tourisme et responsable des domaines marchés et MICE (Tagungsindustrie resp. « Meetings Industry »)

Pourquoi les pays voisins de la Suisse sont-ils beaucoup plus attrayants que la Suisse pour les visiteurs américains ?

Bruno Huggler

« Je ne peux pas adhérer à cette affirmation que les pays voisins de la Suisse sont plus attrayants que la Suisse en elle-même. Tout au contraire, nous avons beaucoup à offrir dans un espace restreint. Il ne s'agit que d'une question de prix, concernant le franc et l'euro. »

Urs Eberhard

« Parce qu'à l'exception de Zermatt avec le Cervin, la Suisse n'a pas de destinations aussi originales que le sont Venise, Rome, Paris, Vienne, Londres ou Francfort. »

Qu'est-ce qui empêche les visiteurs américains de venir en Suisse ?

Bruno Huggler

« La seule raison pourrait être la distance entre la Suisse et l'Amérique du Nord. A part cela, je n'en vois pas d'autre. »

Urs Eberhard

« Il n'y a que peu de liaisons aériennes. De plus, la plupart des Américains ont l'impression que la Suisse peut être visitée en un jour, en raison de sa petite taille. »

Quelles sont les mesures prioritaires qu'il faudrait prendre afin de rendre la Suisse attrayante aux yeux des Américains ?

Urs Eberhard

« Suisse Tourisme considère que la Suisse fait partie du segment premium. C'est le segment dans lequel Suisse Tourisme promeut les activités de plein air, telles que le ski et la randonnée. Comme l'Américain aime l'aventure, il veut éprouver de nouvelles sensations, il aime la nature et mise sur le développement durable. »

Caractéristiques des touristes américains interviews

Quels sont les tour-opérateurs (TO) qui envoient le plus de visiteurs américains en Suisse ?

Bruno Huggler

« Nous communiquons avant tout par l'intermédiaire des médias. Nous faisons moins de promotions directement auprès du client comme nous le faisons en Allemagne. Le marché américain est trop vaste, c'est la raison pour laquelle nous devons essayer d'atteindre les clients potentiels par l'intermédiaire des prestataires (tour-opérateurs) et des médias. Nous essayons d'attirer les Américains en Valais avec des attractions telles que le Cervin et le glacier d'Aletsch, patrimoine naturel mondial de l'UNESCO. Les Etats-Unis ont une grande diversité de voyageurs, puisqu'ils font moins de réservations en ligne. »

Urs Eberhard

« Les trois plus grands tour-opérateurs sont Tauck, Gullivers et Cosmos + Globus. Suisse Tourisme travaille en étroite collaboration avec Mountain Travel pour les activités de plein air. »

A quoi l'hôte américain attache-t-il une grande importance ? (par exemple la parfaite adéquation du produit proposé avec le produit acheté, le WiFi dans les hôtels, des offres claires et faciles à estimer, etc.) ?

Bruno Huggler

« Il est évidemment indispensable de leur fournir des informations en anglais. L'Américain s'attend également à disposer gratuitement du WiFi dans les hôtels. Il a besoin d'espace (grandes chambres). Il s'attend à de la qualité et fiabilité de notre part ; son point d'attraction principal, c'est la découverte de la Suisse, car le citoyen des Etats-Unis s'intéresse à la culture, à la nature, aux parcs régionaux naturels et à l'histoire de notre pays. »

Urs Eberhard

« Les offres comme le WLAN et la climatisation dans les chambres d'hôtels sont parfaitement évidentes pour le visiteur américain. Il accorde autant d'importance à un service impeccable. Il est heureux de pouvoir découvrir des sites inconnus et qu'on lui fournisse des explications complémentaires. »

A quoi faut-il être particulièrement attentif dans le contact avec les touristes américains (par exemple d'autres us et coutumes) ?

Bruno Huggler

« L'hospitalité est le premier commandement. Les Américains aiment être rendus attentifs aux attractions de la région à visiter, recevoir de bons tuyaux, comme par exemple la recommandation d'un bon restaurant ou d'une ferme qui produit un fromage spécial. Il n'y a rien de particulier à dire à propos de l'alimentation. Pour les thèmes politiques, ne jamais chercher la confrontation avec le touriste et ne pas donner l'impression de le provoquer. »

Urs Eberhard

« Il est difficile de répondre à cette question. Il faudrait simplement essayer d'être ce que l'on est, sans oublier le solide bon sens du Suisse. Bien évidemment, il faut éviter d'émettre louanges ou médisances sur le Président américain, si on ne connaît pas le point de vue de son interlocuteur à ce sujet. »

Caractéristiques des touristes américains interviews

A combien se monte le budget marketing annuel pour les Etats-Unis ?

Bruno Huggler

« CHF 60'000 »

Urs Eberhard

« Joker ! »

Est-ce rentable d'investir dans le marché américain ?

Bruno Huggler

« Certainement ! »

Urs Eberhard

« Oui, le marché américain est un des seuls marchés prioritaires de Suisse Tourisme resté relativement stable ces cinq dernières années. Il n'a enregistré qu'une baisse de 3 % . »

Informations complémentaires

L'objectif de la présente étude est de fournir à toutes les personnes concernées par le secteur touristique une vue d'ensemble de la situation actuelle du marché émetteur des Etats-Unis pour le tourisme suisse et valaisan. La méthode statistique choisie se base sur des données existantes déjà exploitées et résumées, complétées par de nouvelles données obtenues lors d'interviews d'experts ou de recherche primaire.

Cette étude a été réalisée par :

Patrick Kuonen, Marc Schnyder, Sandra Bürcher, Danijela Lacic et Daria Schüpbach

Adresses utiles

Valais Wallis Promotion

Bruno Huggler
Rue Pré Fleuri 6
Postfach 1469
CH-1951 Sitten
Tél. : +41 (0) 27 327 35 70
bruno.huggler@valais.ch

SuisseTourisme

Urs Eberhard
Toedistrasse 7
CH-8027 Zürich
Tél. : +41 (0) 44 288 13 33
urs.eberhard@switzerland.com

Alexander Herrmann
Director Americas
Switzerland Tourism
608 Fifth Ave, New York
NY 10020
Tél. : +1 212 757 5944 Ext. 240
alex.herrmann@switzerland.com

Adresses utiles

Quelques tours-opérateurs américains

Nom	rue	ville	état	code postal	téléphone	adresse internet
All Mountain Vacations	4200 194th St. SW, Suite 100	Lynnwood	WA	98036	+1(425)6975013	www.all-mountain.com
Alphorn Tours	PO Box 6733	Incline Village	NV	89450	+1(775)8333976	www.alphorntours.com
Alpine Adventure Trail Tours, Inc	7495 lower Thomaston Road	Macon	GA	31220	+1(888)4784004	www.swisshiking.com
Alpine Adventures	3020 North Federal Highway 10	Fort Lauderdale	FL	33306	+1(954)5646722	www.alpineadventures.net
Alpine Travel	P.O. Box 159	New York	NY	10605	+1(800)2918126	www.alptrails.com
Catholic Travel Center	4444 Riverside Drive, Suite 301	Burbank	CA	91505	+1(800) 5535233	www.gocatholictravel.com
Country Heritage Tours, Inc	P.O. Box 59	Amherst	NH	03031	+1(603)6730640	www.countryheritagetours.com
Country Walkers	PO Box 180	Waterbury	VT	05676	+1(802) 2441387	www.countrywalkers.com
Distinctive Travel & Tours	7026 Old Katy Road 292	Houston	TX	77024	+1(713)8698688	www.distinctiveeurotours.com
Five senses culinary tours	1506 Eastbrook Drive	Sarasota	FL	34231	+1(941)9246599	www.5sensesculinarytours.com
Food Wine Culture Tours	8004 Broken Reed Court	Frederick	MD	21701	+1(301)6634219	www.foodwineculturetours.com
Herzerl Tours	55 Oakland Avenue	Tuckahoe	NY	10707	+1(914)7718558	www.herzerltours.com
Holidaze Ski Tours	810 Belmar Plaza	Belmar	NJ	07719	+1(732)2801120	www.holidaze.com
Kuoni Tours	7000 Central Parkway, Suite 1644	Atlanta	GA	30328	+1(770)3943848	www.kuoni-incoming.com
Magic Switzerland	400 East 43rd Street, #2	Kansas City	MO	641100	+1(816)7535573	www.magicalps.com
Matterhorn Travel	914 Bay Ridge Road	Annapolis	MD	21403	+1(410)2242230	www.matterhorntravel.com
Mountain Travel – Sobek	1266 66th Street, Suite 4	Emeryville	CA	94608-1117	+1(510)5946000	www.mtsobek.com
Rail Europe Group	44 South Broadway, 11th Floor	White Plains	NY	10601	+1(914)6822999	www.raileurope.com
Ski Europe	2636 Yorktown, Suite 321	Houston	TX	77056	+1(713)9600900	www.ski-europe.com

Adresses utiles

Nom	rue	ville	état	code postal	téléphone	adresse internet
Ski.com / Adventures on Skis	94 North Elm Street, Suite 210	Westfield	MA	01085	+1(413)5682855	www.advonskis.com
Skigroup.net	1427 County Road 83	Boulder	CO	80302	+1(303)4955054	www.skigroup.net
Smolka Tours	39 Avenue at the Commons Suite 200B	Shrewsbury	NJ	07702	+1(732)5548100	www.smolkatours.com
Snow Tours	1281 Paterson Plank Road	Secaucus	NJ	07094	+1(201)3482244	www.snowtour.com
Snow Ventures	PO Box 3910	Breckenridge	CO	80424	+1(970)4533989	www.snowventures.com
The Catholic Tour Company	21625 Chagrin Boulevard, 210	Beachwood	OH	44122	+1(216)7518301	www.thecatholictour.com
VIP Alpine Tours	15 South Main Street	Cleveland	GA	30528	+1(706)3488747	www.vipalpinetours.com
Wanderweg Holidays	519 Kings Croft	Cherry Hill	NJ	08034	+1(856)3211040	www.wanderwegholidays.com
Wine Lover Tours	109 Dayton Road, Suite B	Waterford	CT	06385-4236	+1(860)4471845	www.winelavertours.com
Wine Tours, Inc.	3615 Seabreeze Court	Haywards	CA	94542	+1(510)8889625	www.winetoursinc.com
Women Traveling Together	1642 Fairhill Drive	Edgewater	MD	21037	+1(410)9565250	www.womentraveling.com
World on Skis	250 Moonachie Road	Moonachie	NJ	07074	+1(201)4405250	www.worldonskis.com

D'après Österreich Werbung, état d'octobre 2012
(Les particularités touristiques du Valais ont été prises en compte pour la sélection).

Bibliographie

Sources

Ce qu'il faut savoir

- Commerzbank – Reisetudie 2012
- Basler Zeitung. (2011). Wie der Amerikaner reist
- European Travel Commission (ETC), Market Insights, United States, Juli 2009
- Germany Travel – Marktinformation USA 2013
- Suisse Tourisme, Marktanalyse USA 2012
- World Travel Monitor 2011

Caractéristiques-clés

- BAKBASEL. (2011). Prognosen für den Schweizer Tourismus
- Germany Travel – Marktinformation USA 2012
- International Monetary Fund. World Economic Outlook Databases, Oktober 2012/Outlook Database Update Januar 2013.
- KOF (Konjunkturforschungsstelle der ETH Zürich, Prognosen 2013 bis 2014
- Tirol Werbung, Fact Sheet U.S.A. 2011
- www.bfm.admin.ch
- www.handelsblatt.com
- www.statista.com
- www.syzcgroup.com
- www.tagesschau.sf.tv
- www.wikipedia.de

Prévisions du marché touristique émetteur des Etats-Unis

- Germany Travel – Marktinformation USA 2012
- ST, Research Report USA, Market Analysis & Insights 2012

Analyse des groupes-cibles

- Tirol Werbung, Fact Sheet U.S.A. 2011
- STnet, TMS (Tourismus Monitor Schweiz) 2010

Bibliographie

Comportement en matière de voyages

- BAKBASEL - Prognosen für den Schweizer Tourismus 2011
- ETC-UNWTO The US Outbound Travel Market (2012), zitiert in: ETC Market Intelligence Group – annual meeting Gelsenkirchen – (Februar 2012)
- European Travel Commission, Market Insights, United States 2009
- Germany Travel – Marktinformation USA 2012
- Germany Travel – Marktinformation USA 2013
- International Trade Administration Manufacturing and Services Office of Travel and Tourism Industries
- Rhône-Alpes Tourisme, fiche marché USA 2012
- ST, Research Report USA, Market Analysis & Insights 2012
- STnet, TMS (Tourismus Monitor Schweiz) 2010
- Tirol Werbung, Fact Sheet U.S.A. 2011

Comportement du touriste américain, un entretien avec Alex Herrmann, Suisse Tourisme

- Chatelain Claude: Wie der Amerikaner reist. In: Berner Zeitung, 12.12.2011.

Comportement en matière de réservations

- ETC-UNWTO The US Outbound Travel Market (2012), cité dans: ETC Market Intelligence Group – annual meeting Gelsenkirchen – (Februar 2012)

Parts de marché: Europe, Suisse et Valais

- European Travel Commission. Market Insights. United States 2009
- Germany Travel – Marktinformation USA 2013
- Office of Travel and Tourism Industries, U.S. Resident Travel to Europe 2010
- Office fédéral de la statistique (OFS), HESTA

Bibliographie

Comparaison avec nos concurrents de l'arc alpin

- Office fédéral de la statistique (OFS), HESTA
- TTR (Tourism Research Tirol)

Statistiques touristiques de référence : les destinations favorites des Américains

- Office fédéral de la statistique (OFS), HESTA
- ST, Research Report USA, Market Analysis & Insights 2012
- STnet, données OFS

Statistiques touristiques de référence : arrivées, nuitées et durée de séjour

- Office fédéral de la statistique (OFS), HESTA
- Suisse Tourisme, Research Report USA, Market Analysis & Insights 2012
- STnet, données OFS

L'image de l'Europe aux yeux des hôtes américains et leurs intérêts touristiques

- The image of Europe in North America 2004 à la demande de l'European Travel Commission

Caractéristiques des touristes des Etats-Unis

- Office fédéral de la statistique (OFS), HESTA
- Boom der Bio-Marken: Amerikaner lernen Bio lieben. Verfügbar unter www.financee.de
- Germany Travel – Marktinformation USA 2013
- Ratgeber: Kleiner Umgangs-Knigge für die USA. Verfügbar unter www.americandream.de
- Suisse Tourisme, Research Report USA, Market Analysis & Insights 2012
- www.austriatourism.com
- WKS. Ratgeber andere Länder, andere Sitten. Verfügbar unter www.hotelsterne.at

Adresses utiles

- Österreich Werbung, Reiseveranstalter USA, Stand Oktober 2012

Impressum

Observatoire valaisan du tourisme

Technopôle 3
3960 Sierre

T +41 27 606 90 88
F +41 27 606 90 00
info@tourobs.ch
www.tourobs.ch

