



Autor: Anne Gaudard
Le Matin Dimanche
1003 Lausanne
tel. 021 349 49 49
www.lematin.ch



02. Juni 2013

Seite: 30



Switzerland.

Auflage	160'999	Ex.
Reichweite	502'000	Leser
Erscheint	woe	
Fläche	63'414	mm ²
Wert	9'200	CHF

La Suisse et la France s'allient pour séduire les touristes

Suisse Tourisme et Atout France ont signé un accord de promotion en Chine, en Inde et en Amérique latine.

Anne Gaudard

anne.gaudard@lematindimanche.ch

«Il y a quelques années, les Chinois visitaient cinq destinations lors de leur voyage en Europe, aujourd'hui deux. Comme la France et la Suisse arrivent en tête, autant que les champions s'unissent». Christian Mantei, directeur général d'Atout France, se réjouit de l'accord de partenariat signé cette semaine avec Suisse Tourisme. But: synergies et opérations conjointes de marketing dans trois marchés clés, le Brésil, l'Inde et la Chine.

«Comme la France et la Suisse arrivent en tête des choix des Chinois, autant que les champions s'unissent»

CHRISTIAN MANTEI
Directeur d'Atout France

Si Jürg Schmid, le directeur de Suisse Tourisme, qualifie ce partenariat de «décision stratégique», qu'est-ce que la France, championne du tourisme mondial, a à gagner d'un tel accord? «Si nous sommes en avance sur la Suisse au Brésil, c'est la Suisse qui a une longueur d'avance en Inde.» Grâce notamment aux efforts déployés autour de Bollywood, vecteur efficace de promotion des paysages suisses dans le sous-continent. Quant à la Chine, il l'a déjà expliqué: mieux vaut être encore plus forts pour

séduire les 100 millions de touristes que l'Empire du Milieu devrait générer d'ici 2020. Des touristes qui dépensent

en France 1500 euros par jour, a lancé Christian Mantei lors de la 16e édition de la Journée suisse des Vacances qui s'est tenue mardi à Berne. Des touristes chinois qui apprécient toujours plus, a-t-il encore souligné, les escapades œnologiques, les sites de l'Unesco et la campagne. Ainsi, donne-t-il en exemple, la Bourgogne, le Bordelais ou la Vallée du Rhône affichent un taux de croissance des nuitées chinoises à deux chiffres. Autant dire que la Suisse a aussi des atouts à jouer sur ces terrains. Et pour accroître encore l'attractivité du pays, Suisse Tourisme concocte quatre à cinq routes touristiques. Notamment destinées aux visiteurs de la deuxième vague, à ceux qui ont déjà vu la Jungfrau, le Cervin et Lucerne lors de leur premier voyage.

Pays en croissance ciblés

Les pays visés font partie bien sûr des marchés de croissance pour la Suisse. Et le Brésil s'avère intéressant, avec 201 298 nuitées en 2012 et représente un potentiel d'augmentation que Suisse Tourisme estime «raisonnablement» de 3% à 5% par année.

Cette collaboration franco-suisse est une première en son genre. Atout France a déjà conclu de tels accords, notamment avec l'Espagne, relève Christian Mantei. «Mais ce qui est intéressant, là, c'est que la Suisse n'est pas directement concurrente.»

LES CONSEILS DE PARIS

L'an dernier, les Français ont passé 1,4 million de nuitées en Suisse (-5%). Troisième marché européen pour le tourisme helvétique, l'Hexagone fait partie des lieux de proximité où il faut continuer à investir. Pour inverser la tendance. Il y a déjà eu l'opération Chabal, le rugbyman devenu porte-drapeau rouge à croix blanche le temps d'une lutte à la culotte. Et ce n'est pas tout. Car du potentiel, il y a encore, a mesuré le consultant Guy Raffour.

«Les Français ont un besoin vital de partir en ces temps de crise, la Suisse est bien placée pour les séjours courts.» Et de préciser qu'outre la mer, la culture, les villes, la campagne sont autant de destinations recherchées par les touristes hexagonaux. Lors de son étude réalisée sur la Suisse, il a encore noté que 12% des Français avaient hésité à franchir le Jura. Jugeant la destination «inaccessible». Ses conseils? Démontrer qu'il y en a pour tous les budgets en Suisse.

Que le pays a aussi une offre culturelle. Qu'il peut accueillir les familles. Que la montagne a moult visages.

Directeur des marchés de l'Europe de l'Ouest à Suisse Tourisme, Gilles Dind retient de cette étude l'accent à mettre particulièrement sur l'offre en parahôtellerie, dans les villes et pour les familles.

A noter encore que 42% des Français préparent leur voyage en ligne. Or, sur voyage-snfc.com ne figurent que 700 hôtels suisses, a relevé son directeur général Yves Tyrone.