

L'Observatoire Valaisan du Tourisme & les tendances de marché Russie 2013

Nicolas Délétroz
Chloé Humbert-Droz
Jonathan Castella

25.09.2014



Les raisons qui ont conduit à la mise sur pied de l'Observatoire Valaisan du Tourisme (OVT)



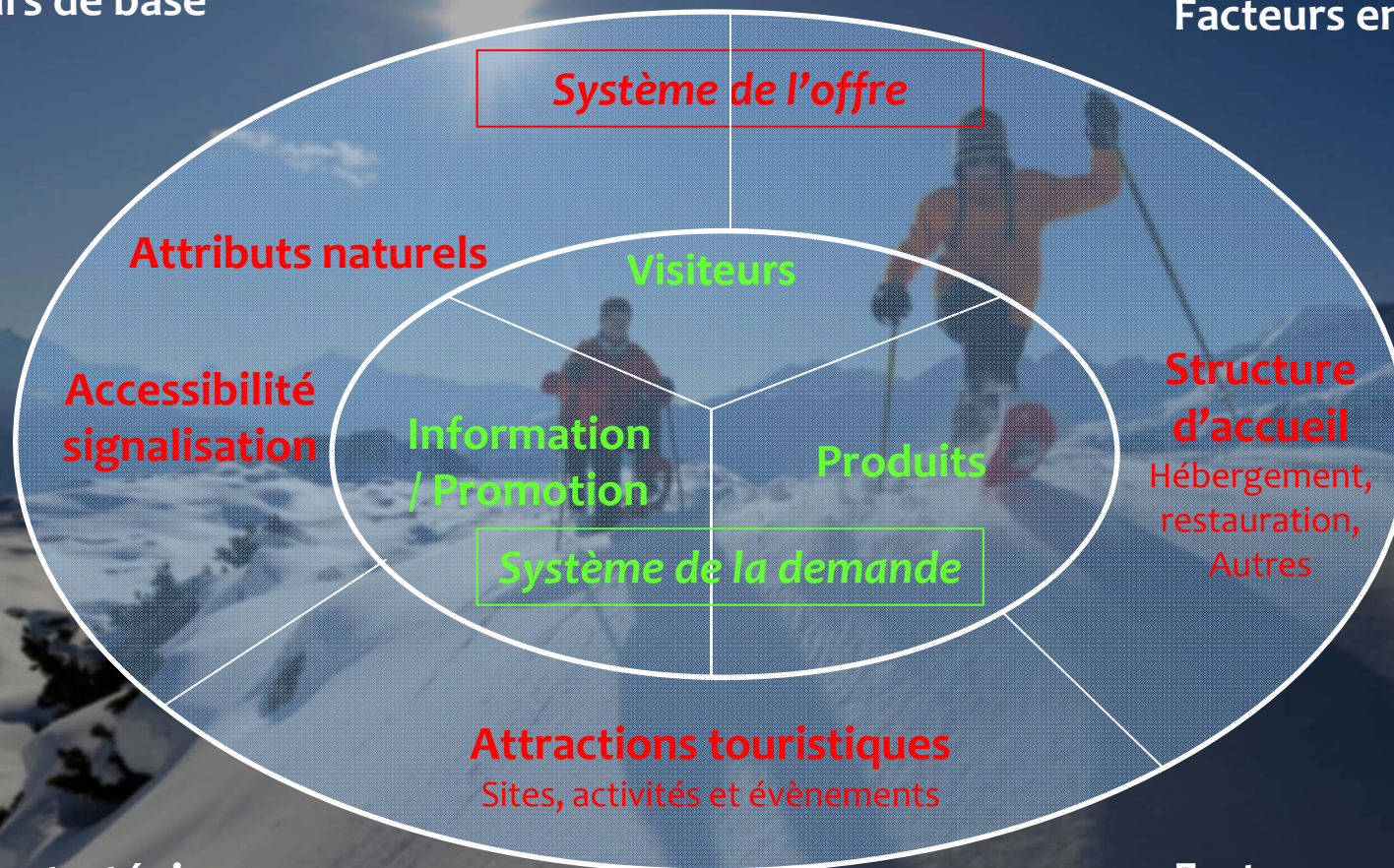
Qu'attendre d'un observatoire touristique?



Un challenge - Observer le phénomène touristique de façon globale au niveau des destinations

Facteurs de base

Facteurs entrepreneuriaux



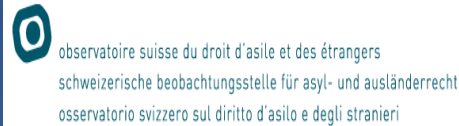
Facteurs stratégiques

Facteurs contextuels



Face aux attentes multiples - La nécessité d'opérer des choix

Degré de spécialisation



Périmètre géographique observé



Un territoire, une vision



En mettant à disposition, valorisant et actualisant systématiquement un flux d'informations fiables et complètes, l'OVT est la référence incontestée dans l'analyse du phénomène touristique de l'Arc Alpin en général et du Valais en particulier.

Ses actions participent directement à l'identification des nouvelles tendances, dans le but de stimuler les acteurs et de renforcer la compétitivité du tourisme valaisan.

Une mission

Par l'acquisition de données stratégiques l'OVT **procure aux acteurs du tourisme valaisan des outils d'aide à la décision** essentiellement diffusés par le biais du contenu et des fonctionnalités du site Tourobs.ch et contribue ainsi au renforcement de la professionnalisation du tourisme valaisan.

Cinq piliers stratégiques
Un observatoire

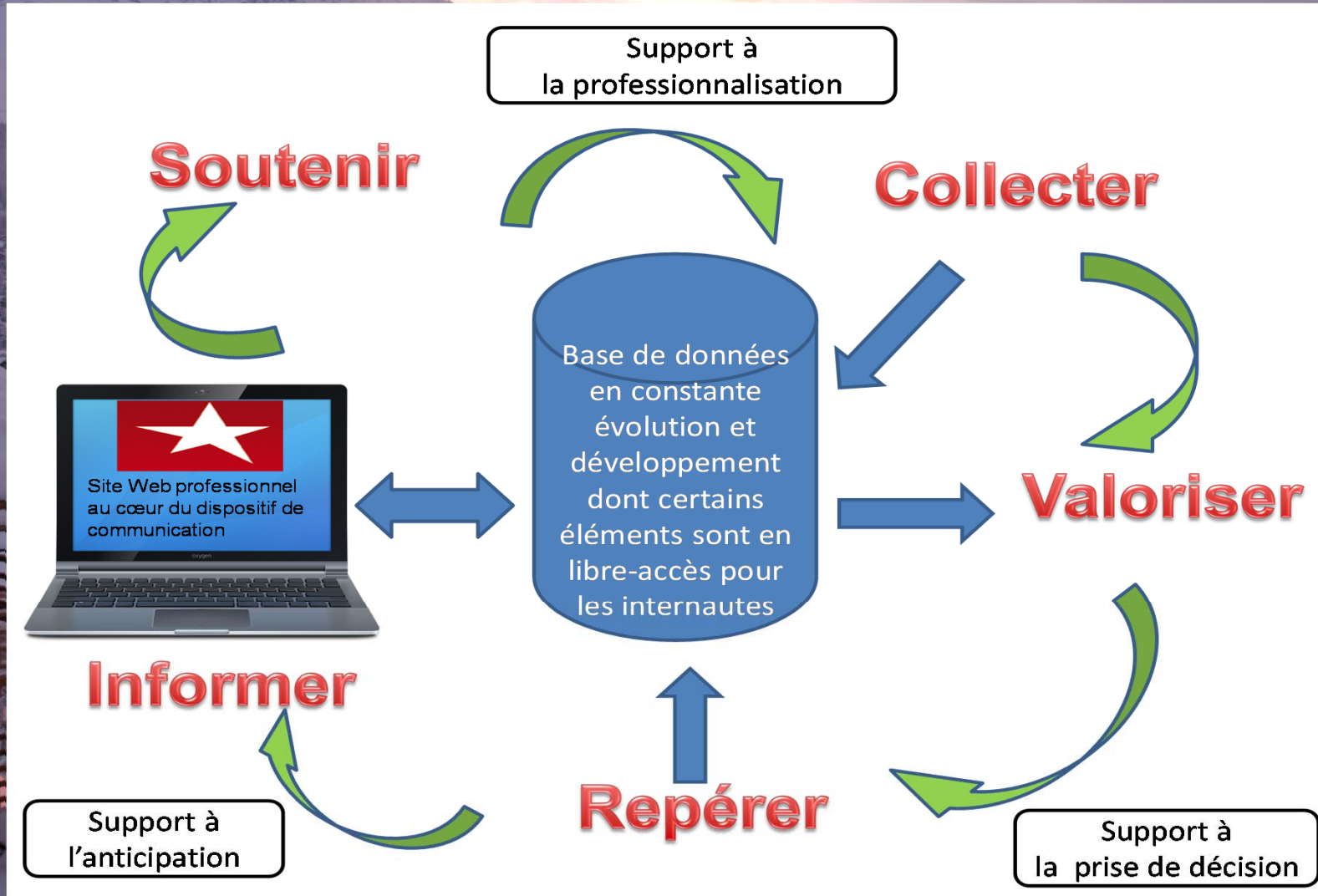
Collecter

Valoriser

Repérer

Informier

Soutenir



Connaître l'offre

Connaître la fréquentation

Anticiper le futur

Connaître la clientèle

Mesurer la performance

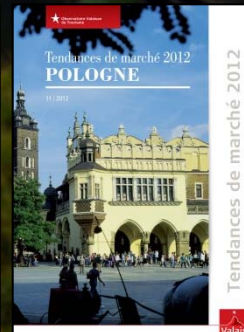
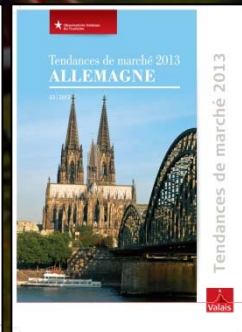






Observatoire Valaisan
du Tourisme

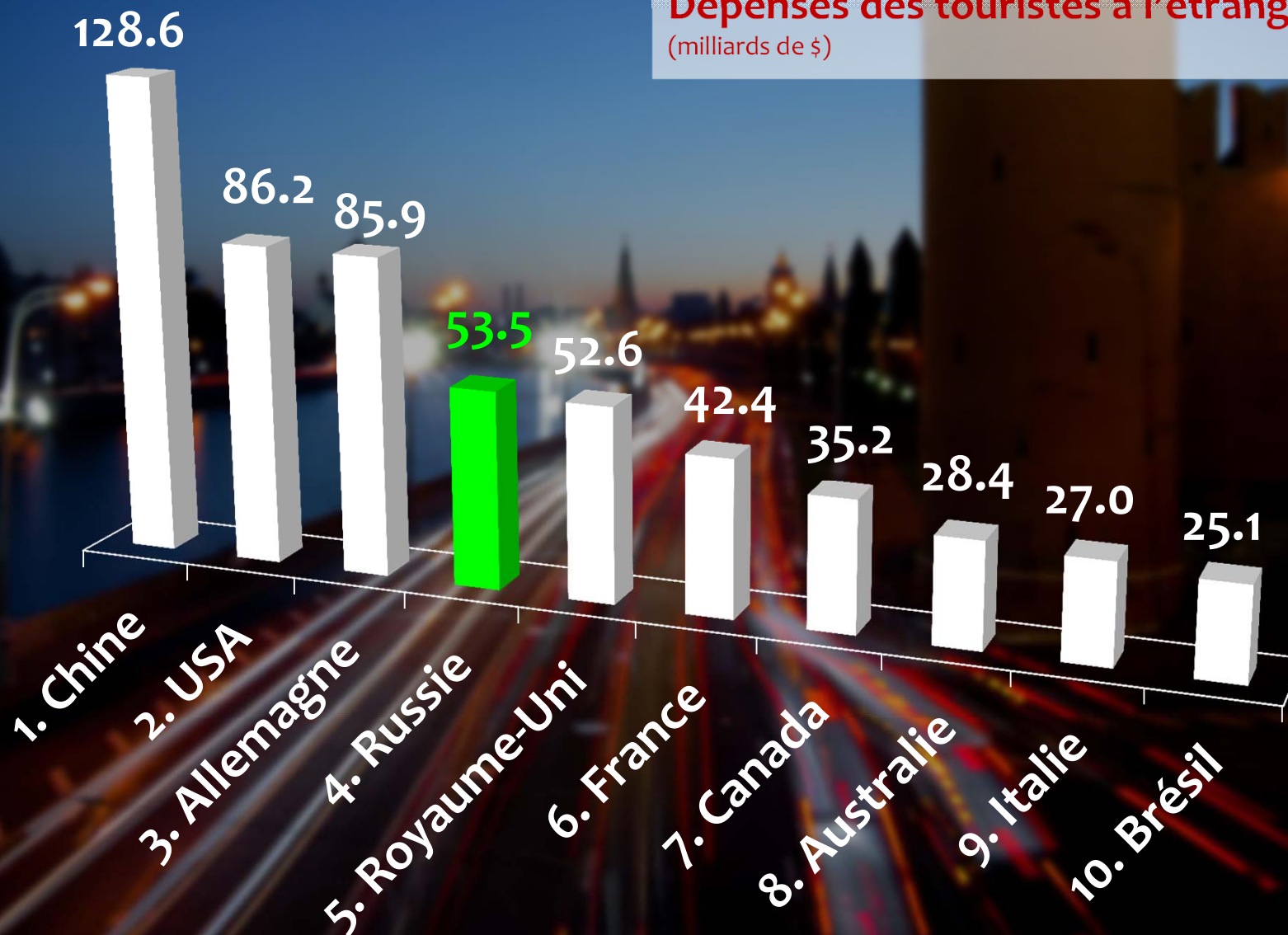
Tendances de marché Russie 2013





Potentiel et caractéristiques du marché touristique émetteur russe 2014

Dépenses des touristes à l'étranger 2013 (milliards de \$)



Evolution du total des dépenses des touristes à l'étranger

2005 - 2013

Russie + 209%

Chine +490% | Brésil +434% | Australie +151% | Canada +96% | USA +23% | France +33% | Italie +21% | Allemagne +16% | Royaume-Uni -12%

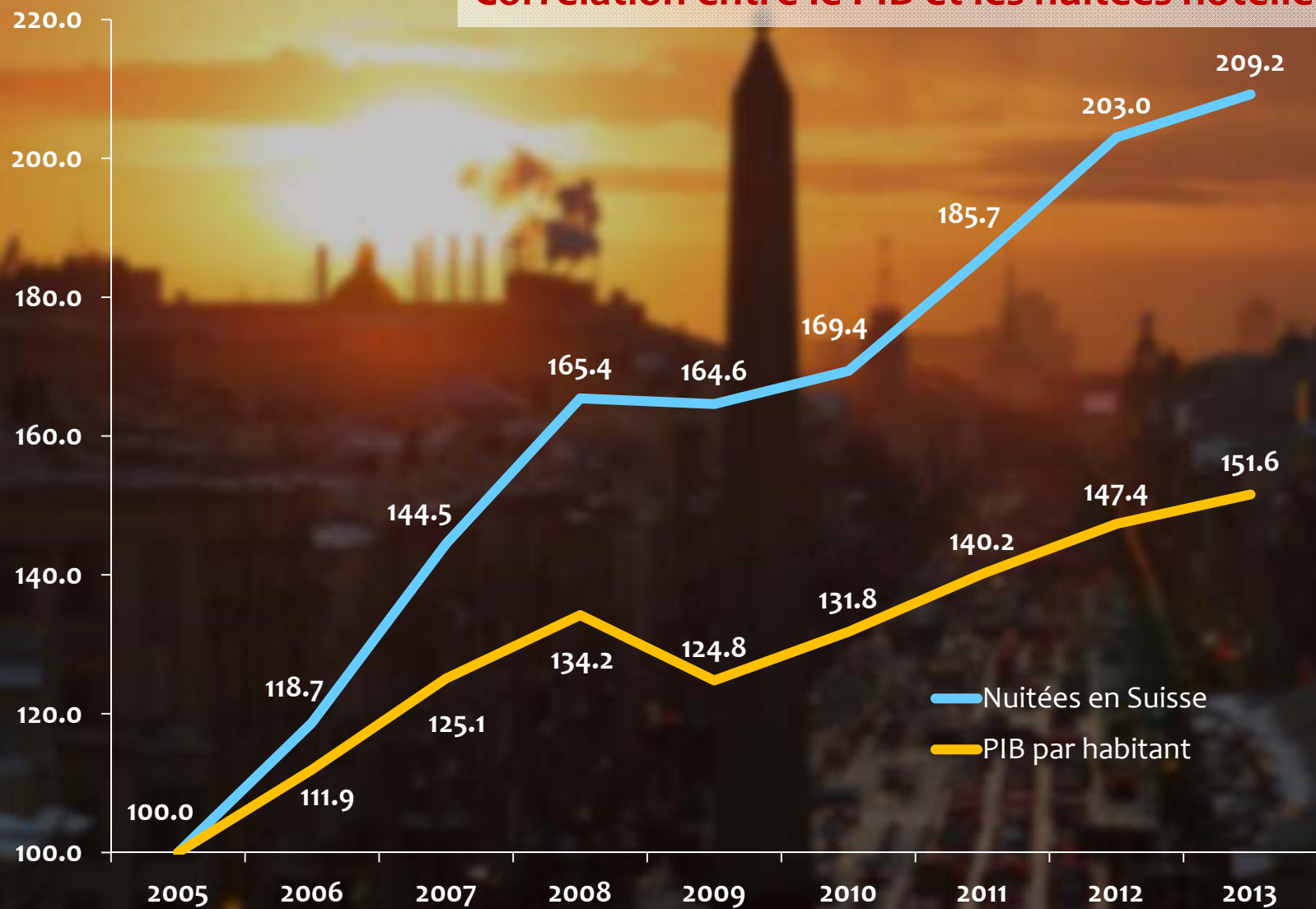
Quels sont les facteurs de croissance ?



Evolution du PIB russe par habitant (\$PPP)



Corrélation entre le PIB et les nuitées hôtelières





Observatoire Valaisan
du Tourisme

Le tourisme russe avant la chute de l'Union Soviétique



Quelles sont les destinations prisées par les touristes russes ?



Segmentation selon l'orientation

Sondage, classe moyenne supérieur russe par Roland Berger (2013)

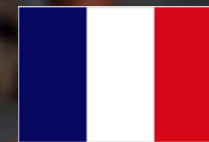
80% Plage



15% Ville & Culture



5% Ski

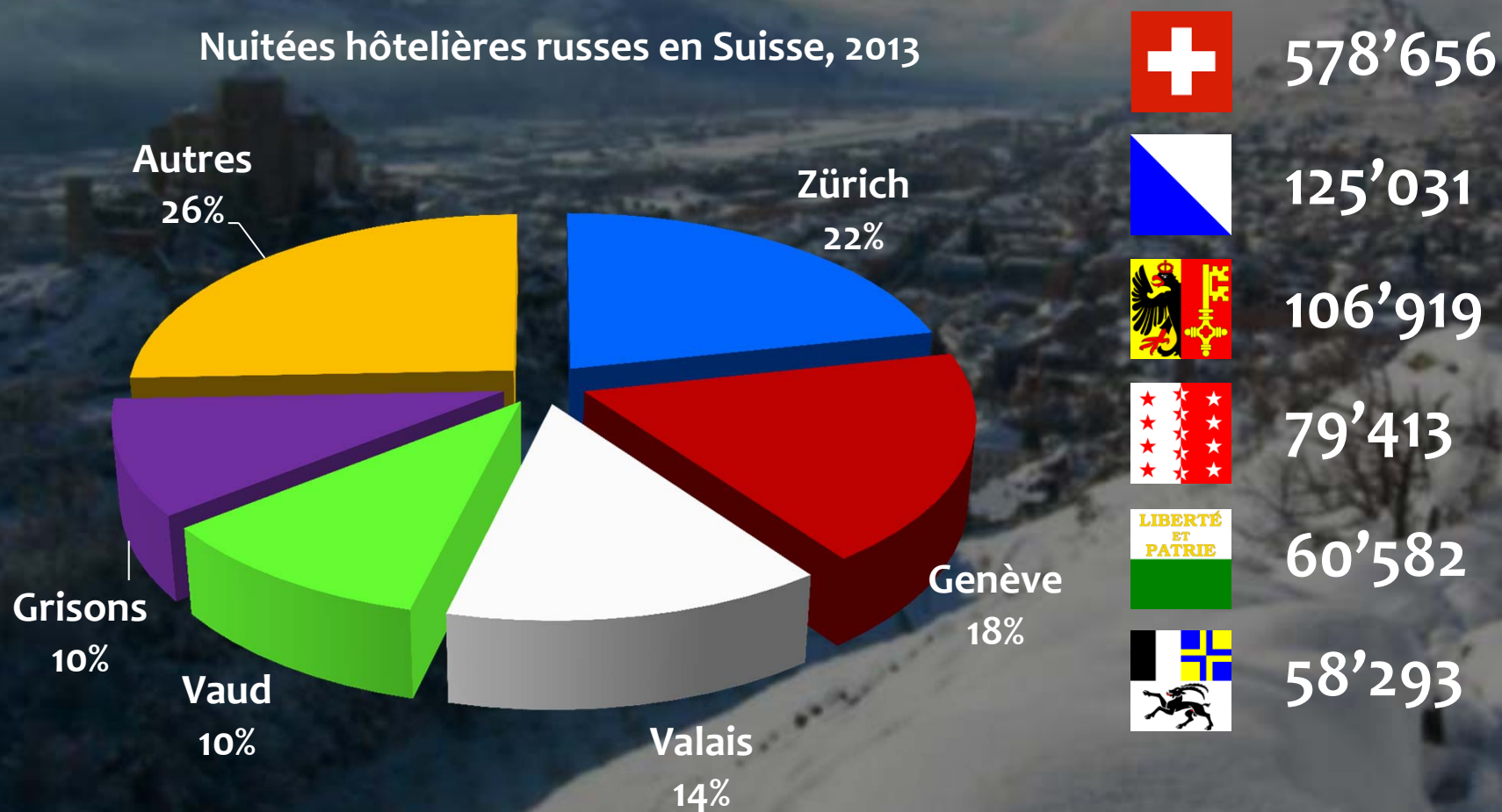


Quelles régions suisses attirent le plus de touristes russes ?



Quelles régions suisses attirent le plus de touristes russes ?

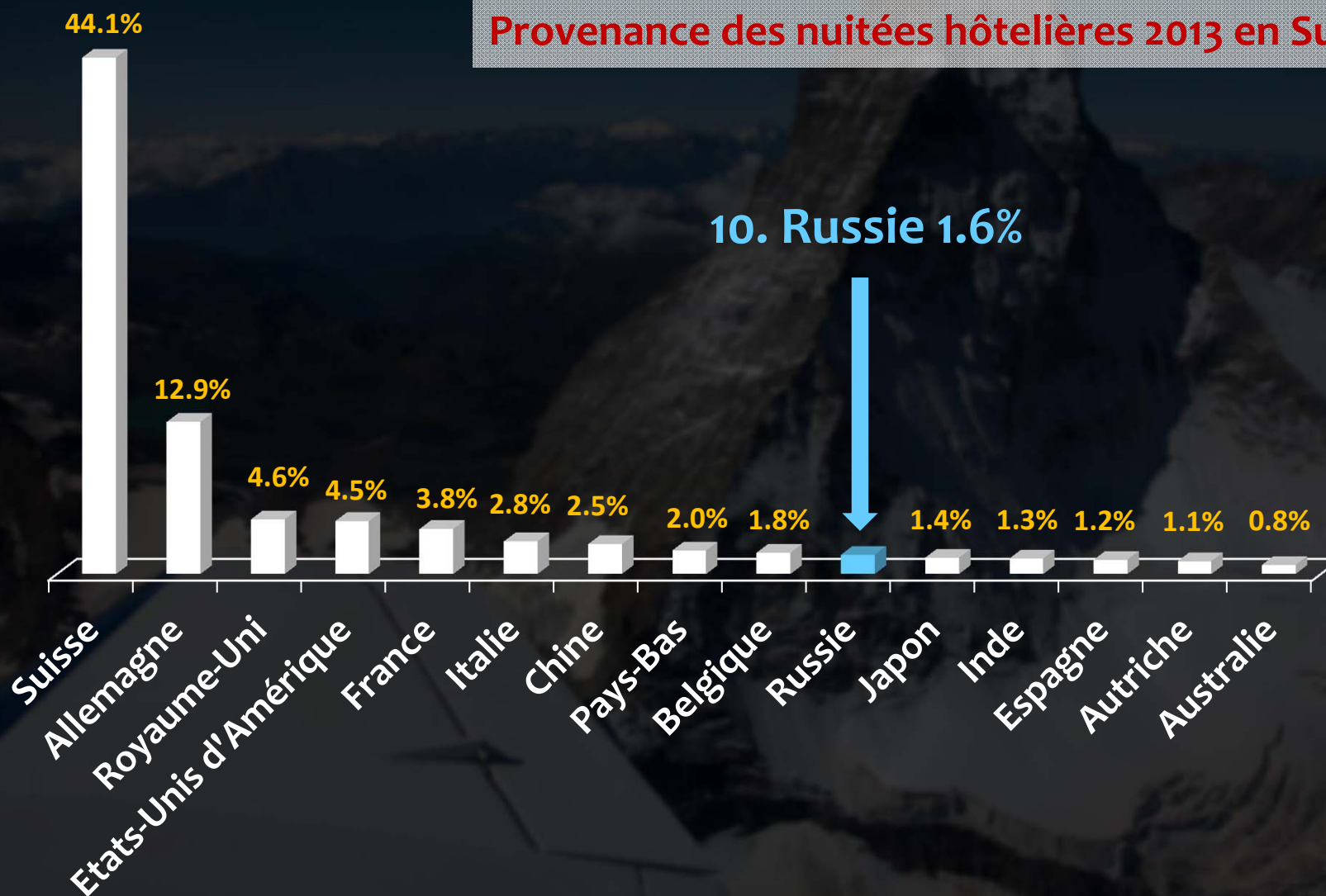
Nuitées hôtelières russes en Suisse, 2013



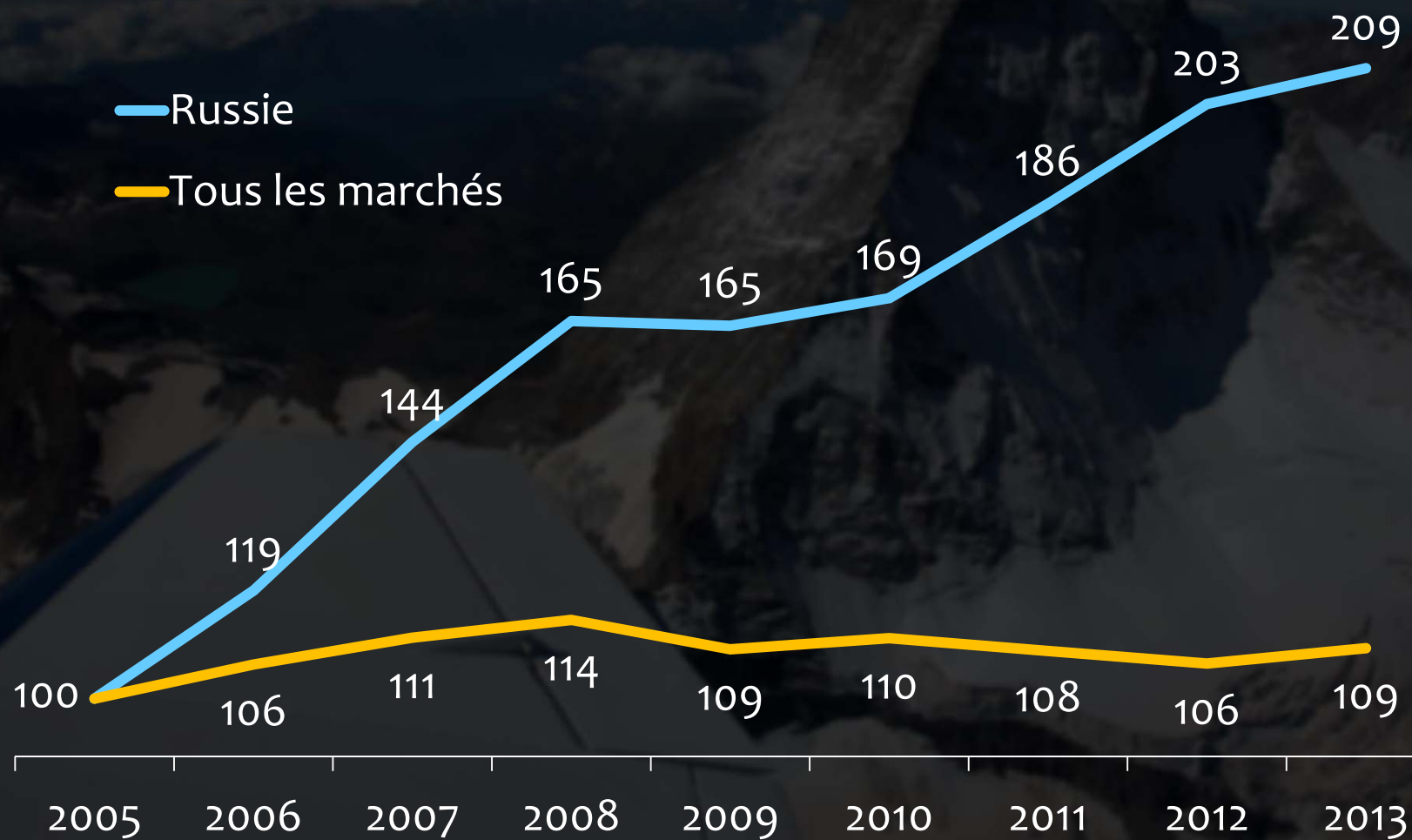
Quelle est l'importance du marché russe pour la Suisse ?



Provenance des nuitées hôtelières 2013 en Suisse

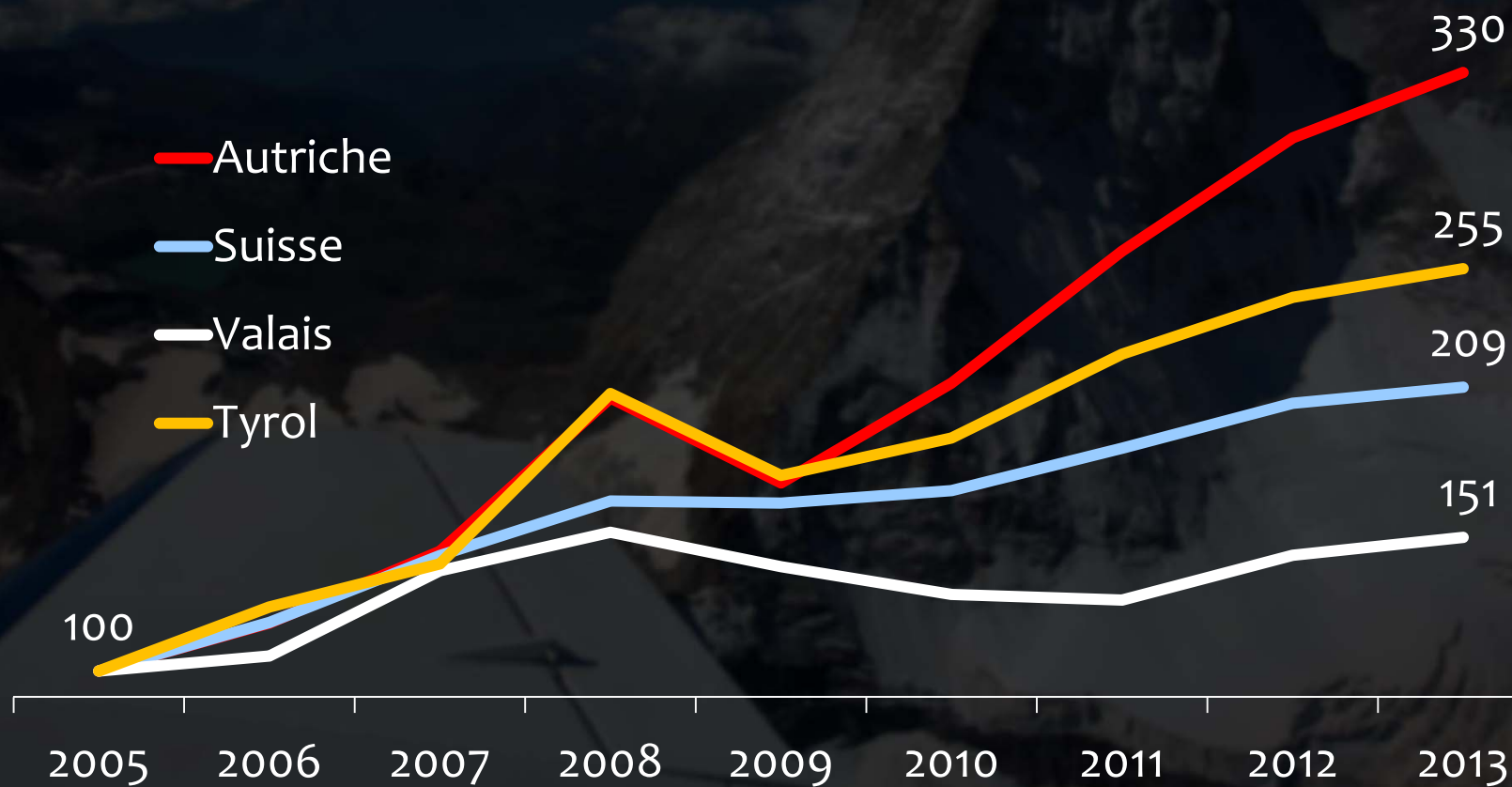


Evolution du nombre de nuitées hôtelières en Suisse



Comparaison avec l'Autriche, 2005 - 2013

2013: **1'537'380** nuitées russes en Autriche contre **578'656** en Suisse





Qu'est-ce qui différencie les touristes russes ?

Choix en matière d'hébergements

Nuitées hôtelières russes en Suisse



2012



Hôtellerie

61%

Parahôtellerie

39%

Dépenses journalières moyennes en Suisse

	Pays du golf	500.-
	Japonais	400.-
	Chinois	350.-
	Britanniques	220.-
	Suisses	170.-
	Français	160.-
	Allemands	150.-
	Néerlandais	130.-
	Moyenne	176.-

Les **Russes**
dépenses

250.- par jour



Tendances concernant les types de réservations

Tour-opérateurs | Internet | Voyages organisés | Voyages individuelles



Booking.com



Répartition moyenne des nuitées hôtelières russes par mois (2005-2012)



Différences culturelles, conseils pratiques



Требовательный- Exigeant

Еда и напитки - nourriture et boissons

Barrière linguistique - Языковой барьер

православный календарь – calendrier orthodoxe

Открыто 24/7 – Ouvert 24/7 Тапочки - pantoufles

Бренды - Marques Маркетинг - Marketing

Роскошь - Luxe Этикет - courtoisie

Семья - famille

Требовательный- Exigeant

Еда и напитки - nourriture et boissons

Barrière linguistique - Языковой барьер

православный календарь – calendrier orthodoxe

Открыто 24/7 – Ouvert 24/7 Тапочки - pantoufles

Бренды - Marques Маркетинг - Marketing

Роскошь - Luxe Этикет - courtoisie

Семья - famille

Требовательный- Exigeant

Еда и напитки - nourriture et boissons

Barrière linguistique - Языковой барьер

православный календарь – calendrier orthodoxe

Открыто 24/7 – Ouvert 24/7 Тапочки - pantoufles

Бренды - Marques Маркетинг - Marketing

Роскошь - Luxe Этикет - courtoisie

Семья - famille

Требовательный- Exigeant

Еда и напитки - nourriture et boissons

Barrière linguistique - Языковой барьер

православный календарь – calendrier orthodoxe

Открыто 24/7 – Ouvert 24/7 Тапочки - pantoufles

Бренды - Marques Маркетинг - Marketing

Роскошь - Luxe Этикет - courtoisie

Семья - famille

Требовательный- Exigeant

Еда и напитки - nourriture et boissons

Barrière linguistique - Языковой барьер

православный календарь – calendrier orthodoxe

Открыто 24/7 – Ouvert 24/7 Тапочки - pantoufles

Бренды - Marques Маркетинг - Marketing

Роскошь - Luxe Этикет - courtoisie

Семья - famille

Требовательный- Exigeant
Еда и напитки - nourriture et boissons
Barrière linguistique - Языковой барьер
православный календарь – calendrier orthodoxe
Открыто 24/7 – Ouvert 24/7 **Тапочки - pantoufles**
Бренды - Marques Маркетинг - Marketing
Роскошь - Luxe Этикет - courtoisie
Семья - famille

Требовательный- Exigeant

Еда и напитки - nourriture et boissons

Barrière linguistique - Языковой барьер

православный календарь – calendrier orthodoxe

Открыто 24/7 – Ouvert 24/7 Тапочки - pantoufles

Бренды - Marques Маркетинг - Marketing

Роскошь - Luxe Этикет - courtoisie

Семья - famille

Требовательный- Exigeant
Еда и напитки - nourriture et boissons
Barrière linguistique - Языковой барьер
православный календарь – calendrier orthodoxe
Открыто 24/7 – Ouvert 24/7 Тапочки - pantoufles
Бренды - Marques **Маркетинг - Marketing**
Роскошь - Luxe Этикет - courtoisie
Семья - famille

Требовательный - Exigeant
Еда и напитки - nourriture et boissons
Barrière linguistique - Языковой барьер
православный календарь – calendrier orthodoxe
Открыто 24/7 – Ouvert 24/7 Тапочки - pantoufles
Бренды - Marques Маркетинг - Marketing
Роскошь - Luxe Этикет - courtoisie
Семья - famille

Требовательный- Exigeant
Еда и напитки - nourriture et boissons
Barrière linguistique - Языковой барьер
православный календарь – calendrier orthodoxe
Открыто 24/7 – Ouvert 24/7 Тапочки - pantoufles
Бренды - Marques Маркетинг - Marketing
Роскошь - Luxe **Этикет - courtoisie**
Семья - famille



Différences culturelles, conseils pratiques

Требовательный- Exigeant

Еда и напитки - nourriture et boissons

Barrière linguistique - Языковой барьер

православный календарь – calendrier orthodoxe

Открыто 24/7 – Ouvert 24/7 Тапочки - pantoufles

Бренды - Marques Маркетинг - Marketing

Роскошь - Luxe Этикет - courtoisie

Семья - famille

De quelles régions proviennent les touristes russes ?



De quelles régions proviennent les touristes russes ?

Moscou

54.9%

Saint-Pétersbourg

20.4%

Nijni Novgorod

4.4%

Région de Samara

3.5%

Villes de l'Oural

8.0%

Reste de la Russie

8.8%



Observatoire Valaisan
du Tourisme

Evènements clés pour démarcher en Russie



Швейцария.
get natural.

Швейцария приглашает

25 Июль, Москва

16 сентября, Москва

19 сентября, Санкт-Петербург



Регион Маттерхорн

Церматт

Москва

Санкт-Петербург

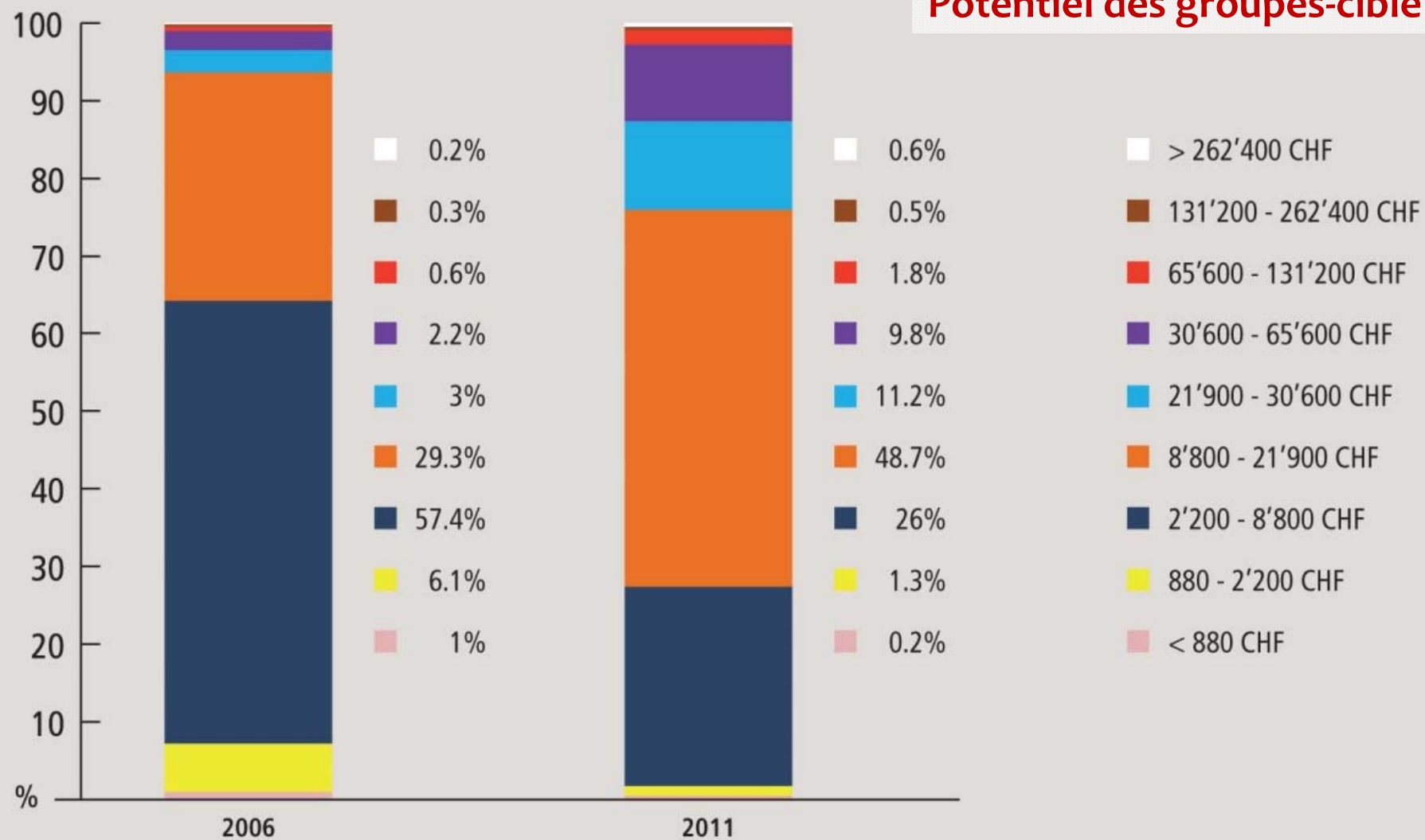
Киев

Potentiel des groupes-cible





Evolution du revenu annuel disponible des foyers russes





Observatoire Valaisan
du Tourisme



Segment Premium, riches et ultra riches

Classe moyenne supérieure





Observatoire Valaisan
du Tourisme



Segment Premium, riches et ultra riches

«The Wealth Report»

Prévisions de l'augmentation du nombre de
millionnaires entre 2011 et 2016

Russie +76%

Europe occidentale +7%

Suisse +9%

Moscou

New York

Hong Kong

Londres

Istanbul

Sao Paulo

Mumbai

Seoul

Pékin

Dallas

Séjour de ski d'une semaine à Nendaz pour un couple (7 nuits, hôtel 3 étoiles)

Coût total : CHF 4'000
Dépenses touristiques représentent 15% du
revenu disponible d'un foyer russe
Revenu disponible nécessaire : CHF26'600

2006

5% de la population russe

2011

18% de la population russe

Classe moyenne supérieure



Quelles sont les perspectives futures dans le contexte actuel difficile?



6 premiers mois 2014

Nuitées hôtelières russes en Valais

- 4,7%

Janvier -4,6% | Février +10,1% | Mars -14,2% | Avril +16,8% | Mai -36,3% | Juin -19,7%

Merci pour votre attention

Nicolas Délétroz
Chloé Humbert-Droz
Jonathan Castella



Photographies

© Jonathan Castella | © Sergey Louks | © Valais/Wallis Promotion Christian Perret, François Perraudin