

# Atout France en Suisse

## Présentation marché - 2025



# Sommaire

<b>1</b>	<b>La Suisse en quelques chiffres</b> .....	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Tendances du tourisme Suisse</b> .....	<b>24</b>
<b>3</b>	<b>Actions clefs</b> .....	<b>45</b>
<b>4</b>	<b>Informers nos partenaires</b> .....	<b>87</b>
<b>5</b>	<b>Un dispositif au service des adhérents</b> .....	<b>92</b>

1

## La Suisse en quelques chiffres





# Géographie démographique



## Données sociodémographiques



**Population : 9 002 763 habitants**



■ **Âge moyen :** 42,2 ans

■ **Répartition géographique :**

- 85% dans les villes
- 15% en milieu rural

■ **Origine :**

- 75% sont Suisses
- 25% d'étrangers

■ **Typologie**

• **DINKS**

20-30 ans  
50-65 ans



**33%**

• **Familles**



**31%**

• **Seniors**



**19%**

# Données sociodémographiques

## Plus de la moitié de la population a entre 20 et 66 ans



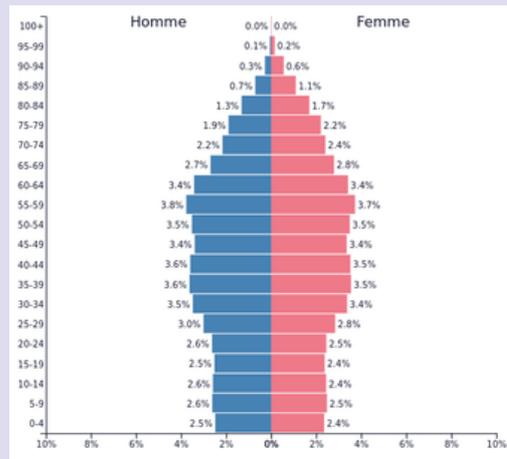
La population helvétique a dépensé 20,2 milliards CHF lors de ses voyages à l'étranger en 2023.



La population suisse a considérablement vieilli au cours du XXe siècle. Aujourd'hui, 1/5 de la population est en âge de prendre sa retraite. L'âge médian est de 42 ans.



Avec une longévité de 82 ans pour les hommes et de 86 ans pour les femmes, la Suisse a l'une des espérances de vie les plus élevées au monde.



	Millions	Pct.
<b>+ 67 ans</b>	<b>1,8</b>	<b>20%</b>
<b>20-66 ans</b>	<b>5,4</b>	<b>60%</b>
<b>&lt;20 ans</b>	<b>1,8</b>	<b>20%</b>
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

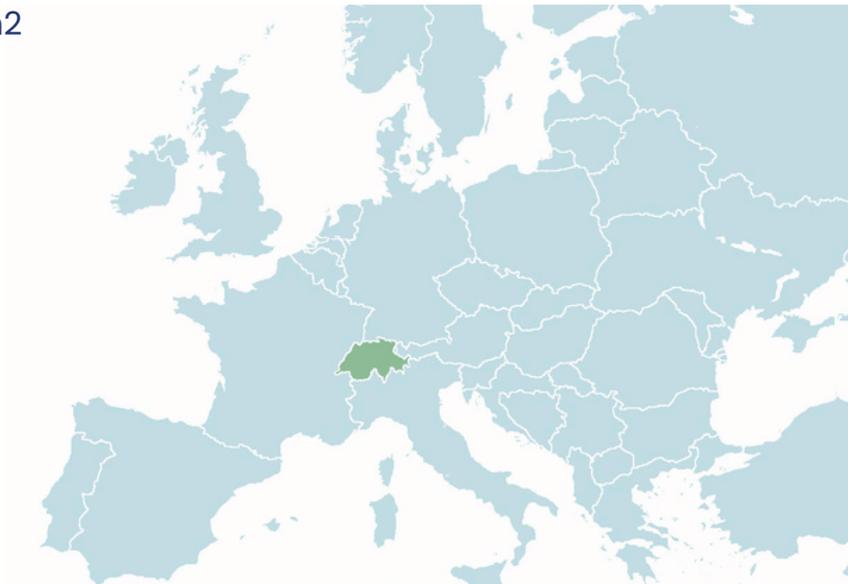
# Données géographiques

## Au cœur de l'Europe

■ **Superficie totale :** 41 300 km<sup>2</sup>

■ **Frontalier de :**

- La France - 572 km de frontières
- L'Allemagne
- L'Italie
- L'Autriche
- Le Liechtenstein



# Données politiques et culturelles

## Une confédération de 26 cantons

### ■ 4 langues officielles

- **L'allemand**

5,9 millions de locuteurs (**62%**)

19 cantons

- **Le français**

2 millions de locuteurs (**23%**)

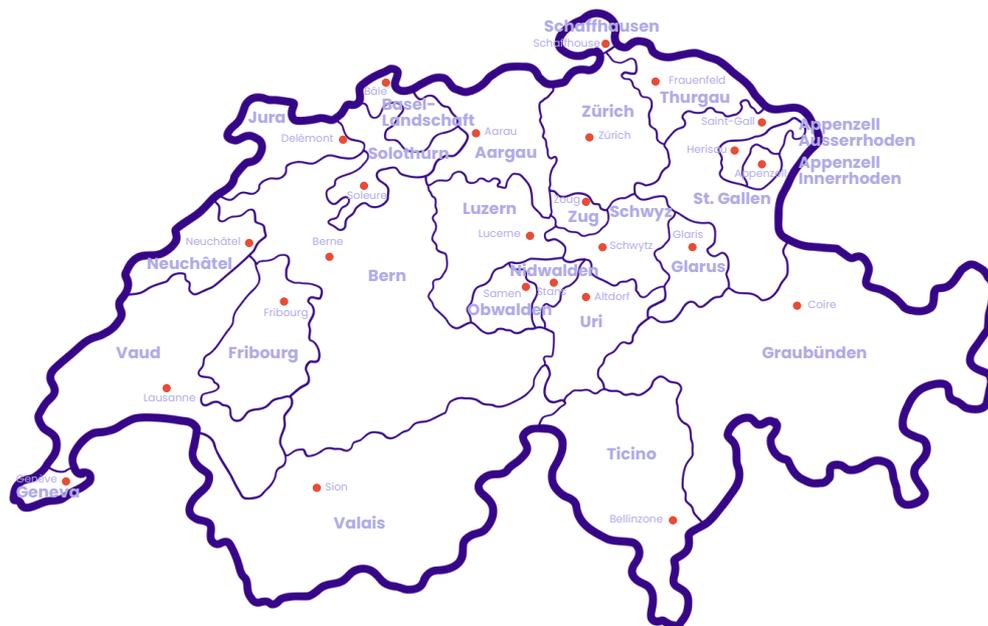
8 cantons

- **L'italien**

1 canton : Le Tessin

- **Le romanche**

Moins de 40 000 locuteurs



# Données politiques et culturelles

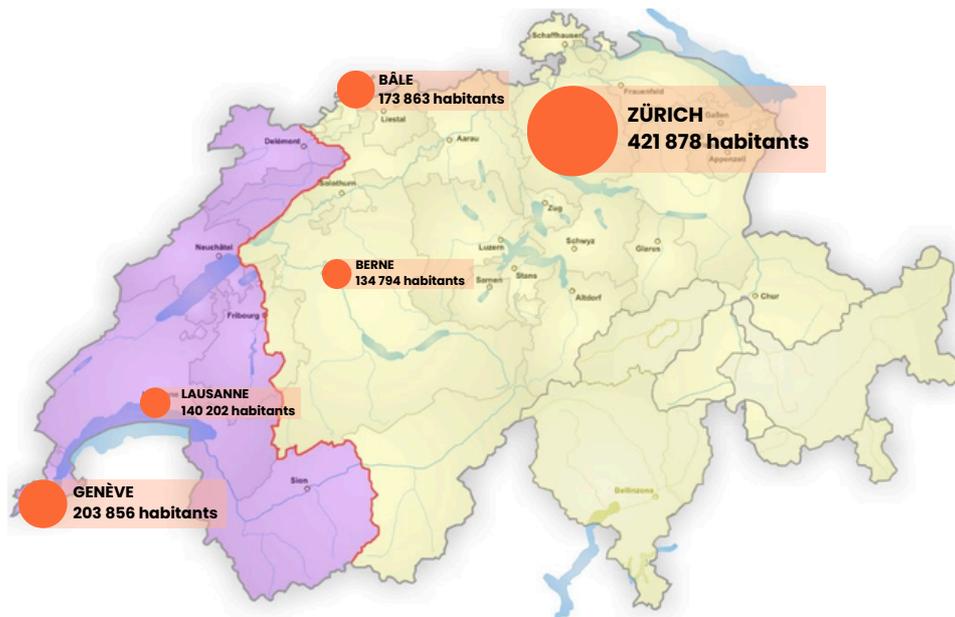
## Répartition de la population urbaine Suisse

### ■ La Suisse devient plus urbaine



85% des Suisses vivent dans des villes

La population de la Suisse augmente, en particulier dans les villes : il y a cent ans, un tiers de la population suisse vivait dans l'espace urbain. La moitié de la population vit aujourd'hui dans les 170 villes représentées, près des trois quarts dans des régions urbaines et les agglomérations.



#### — Le Röstigraben

Différences de culture et de mentalités, souvent assimilées avec la frontière linguistique entre Suisse romande et Suisse alémanique.

## Données politiques et culturelles

### Un marché complexe : Suisse romande / alémanique

#### ■ Suisse romande :

- Proximité **culturelle** avec la France
- La langue partagée rapproche les échanges
- Actualité française **relayée** dans la presse suisse francophone

#### ■ Suisse alémanique :

- Davantage de **voyages à l'étranger**
- À l'exception de Paris, la Corse et du sud de la France (Nice), le reste du territoire français manque de notoriété
- Forte **notoriété de la France** pour son art de vivre, destination réputée et très appréciée pour les voyages



**Economie**



# L'économie Suisse en quelques chiffres

## Une stabilité reconnue



**105 670 \$ PIB / hab**  
**vs 47 360 \$ pour la**  
**France en 2024**



**Salaire médian mensuel**  
**2024 : 7 095 \$**  
**France : 2 278 \$**



**Prévision**  
**taux de chômage**  
**2024 : 2,4%**



**Prévision**  
**taux d'inflation**  
**1,10 % en 2025**



**Taux de TVA : 8.1 %**  
**sur les biens et services**  
***le plus faible d'Europe***



**1 € = 0,94 CHF**  
**un quasi-équilibre**  
**monétaire conjoncturel**

# L'économie Suisse en quelques chiffres

## Une économie résiliente

### ■ Croissance économique :



Prévision de croissance du PIB  
2,6 % en 2024  
2,8 % en 2025.

### ■ Politique européenne de la Suisse :



L'UE est le partenaire le plus important de la Suisse.  
Les accords bilatéraux constituent la base juridique du partenariat qui unit la Suisse et l'UE.

### ■ Transition énergétique :



La stratégie énergétique de 2050 :

- économie d'énergie
- sortie progressive du nucléaire
- développement des énergies renouvelables

### ■ Concurrence internationale touristique :



La France fait face à des destinations populaires comme l'Allemagne, l'Italie, l'Autriche, l'Espagne et la Suisse elle-même.

# L'économie suisse en quelques chiffres

## France / Suisse : une relation bilatérale forte

### Suisse



**9ème partenaire  
de la France**

La Suisse est la 4ème source de recettes touristiques pour la France (6 Mds€)



### France

**5ème partenaire  
de la Suisse**

Les exportations françaises ont dépassé leur niveau moyen d'avant-crise

Le commerce de biens et services représente  
**67.2 milliards €**  
en **2023**

# L'économie suisse en quelques chiffres

## Des flux bilatéraux complémentaires

### EXPORTATIONS F -> S : 20,9 MDS €



PRODUITS INFORMATIQUES,  
ÉLECTRONIQUES, OPTIQUES

**882 M€**

**4,2%**



PRODUITS  
PHARMACEUTIQUES

**1 000 M€**

**4,9%**



PRODUITS CHIMIQUES,  
PARFUMS, COSMÉTIQUES

**1 400 M€**

**6,9%**



PRODUITS DES INDUSTRIES  
AGROALIMENTAIRES

**992 M€**

**4,7%**

### IMPORTATIONS F <- S : 16,9 MDS €



PRODUITS INFORMATIQUES,  
ÉLECTRONIQUES, OPTIQUES

**3 200 M€**

**18,8%**



PRODUITS  
PHARMACEUTIQUES

**2 800 M€**

**16,5%**



PRODUITS CHIMIQUES,  
PARFUMS, COSMÉTIQUES

**2 200 M€**

**13,2%**



PRODUITS DES INDUSTRIES  
AGROALIMENTAIRES

**1 200 M€**

**7,2%**

### EXPORTATIONS : 16,7 MDS €



TOURISME : **1 730 M€**

### IMPORTATIONS : 12,7 MDS €



TOURISME : **6 000 M€**

BIENS

SERVICES



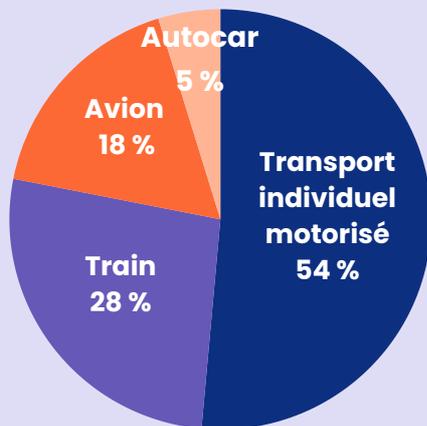
# Accessibilité France / Suisse



# L'accessibilité Suisse – France

## Mobilité en evolution positive

### LA VOITURE COMME MOYEN DE TRANSPORT FAVORI



Moyens de transports utilisés des suisses vers la France (en %)

### UN RÉSEAU FERROVIAIRE ET AÉRIEN TRÈS DÉVELOPPÉ



**36** liaisons aériennes directes



**4** villes suisses qui permettent de transiter vers la France avec TGV Lyria



des connexions supplémentaires en période estivale et hivernale



Renforcement de l'offre avec de nouvelles lignes ferroviaires directes.

### DURÉE DE SÉJOUR ET MODE DE TRANSPORT

**Séjours de +5 jours** : La voiture reste dominante, avec une concurrence de l'aérien.

**Courts séjours** : Le train s'impose comme une option privilégiée

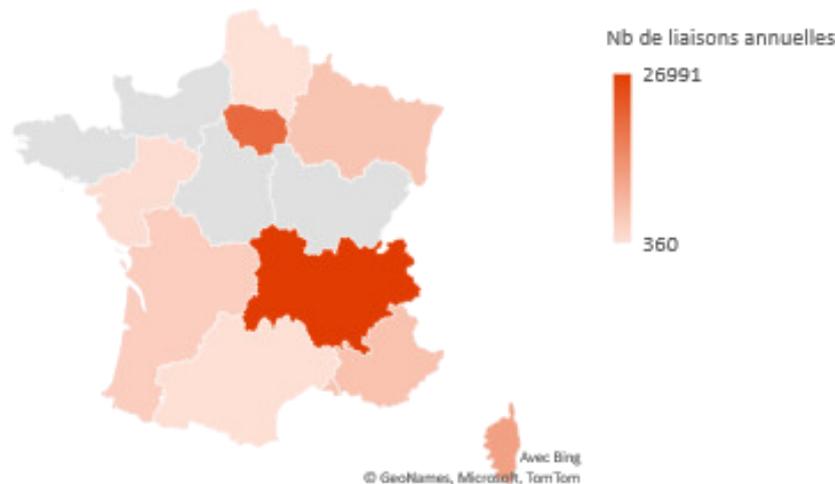
# L'accessibilité Suisse → France

## Les régions desservies

Régions françaises	Nb de liaisons aériennes directes vers la région
Auvergne-Rhône-Alpes	1
Corse	9
Hauts-de-France	1
Île-de-France	3
Nouvelle-Aquitaine	8
Occitanie	4
PACA	5
Pays de la Loire	3

## Les régions directement accessibles en transports depuis la Suisse

*Tout transport (aérien, ferroviaire, nautique)*

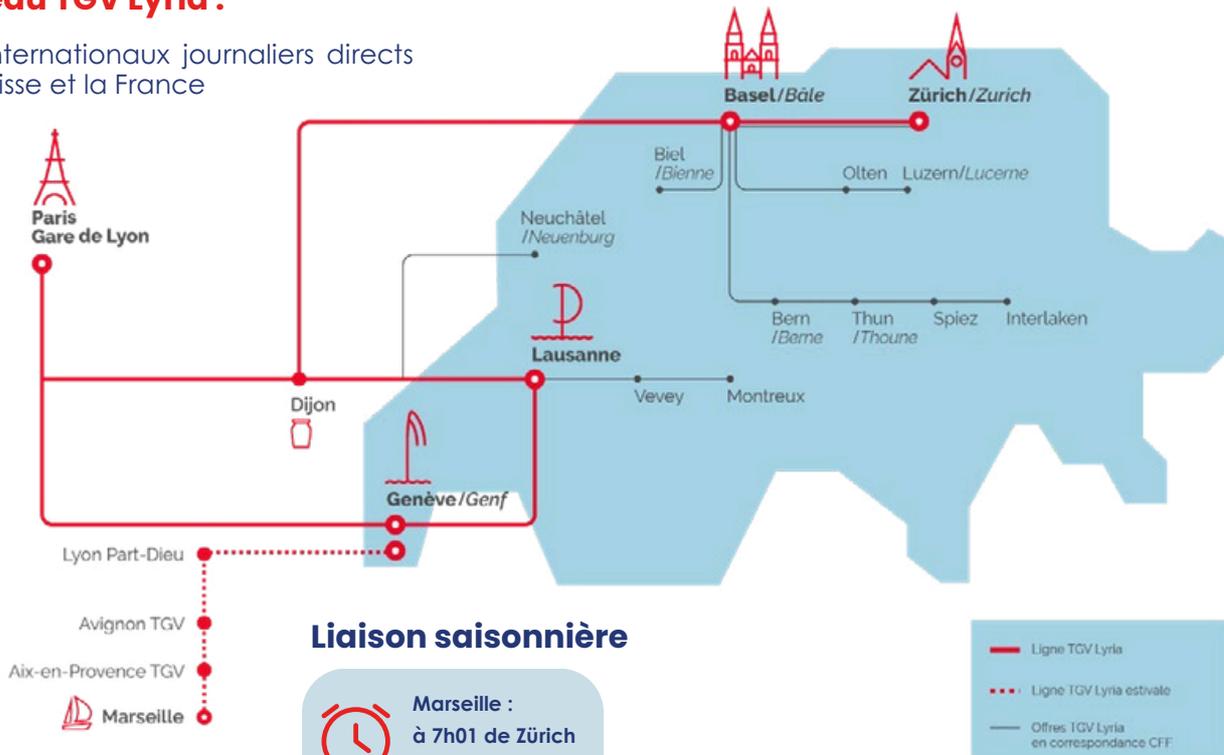


# L'accessibilité Suisse → France

## Ferroviaire

### Le réseau TGV Lyria :

4 trajets internationaux journaliers directs entre la Suisse et la France



# L'accessibilité Suisse → France

## Aérien

### ■ Les connexions aériennes directes

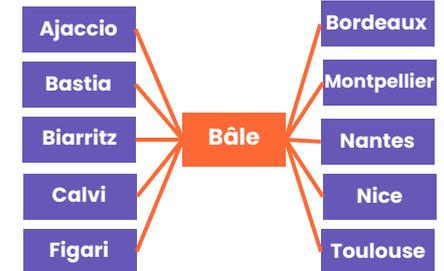
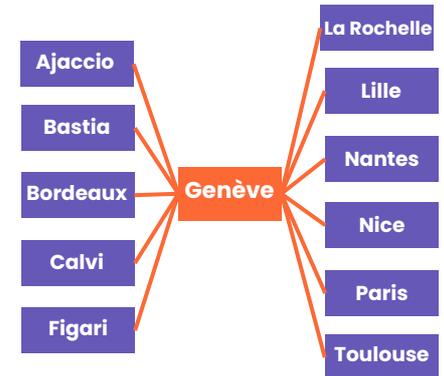
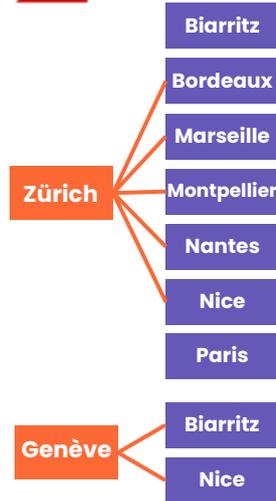
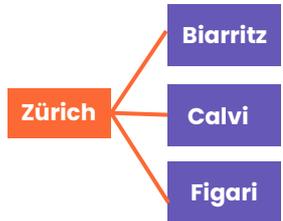
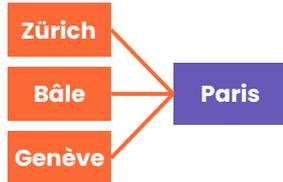
10 destinations directes quotidiennes

Des vols hebdomadaires saisonniers

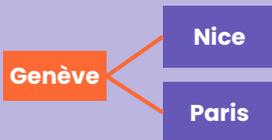


# L'accessibilité Suisse → France

## Les compagnies aériennes



### Compagnies CHARTER :



# L'accessibilité Suisse – France

## Bus

### ■ Les compagnies concernées :

#### ➤ **FLIXBUS**

Eurolines, Megabus et Isilines  
Près de 70% de part de marché en Europe en 2023

#### ➤ **BlaBlaBus**

OuiBus

#### ➤ **REGIOJET**

Compagnie tchèque

#### ➤ **DOMO** www.domo.ch

Compagnie suisse

#### ➤ **EUROBUS**

Compagnie suisse

### ■ Les principales villes desservies :



## Les croisieristes

### ■ Croisiéristes proposés par les grands voyageurs suisses

➤ *Hotelplan*

➤ **KUONI**

### ■ Classiques

➤ **Costa**

➤  **MSC**  
KREUZFAHRTEN

### ■ Fluvial

➤   
**CroisiEurope**  
Cruises

➤  **NICKO CRUISES**

➤ **AROSA** 

➤  **THURGAU**  
**TRAVEL**

➤  **LÜFTNER**  
CRUISES

### ■ Luxe et haut de gamme

➤  **AZAMARA**

➤ *Regent*

➤  **SILVERSEA**

➤  **SEADREAM YACHT CLUB**

➤  **SEABOURN**

➤ **PRINCESS CRUISES** 

➤ **SEA CLOUD** 

➤  **PONANT**

➤  **CUNARD**

**Autres :** Norwegian Cruise Line  Star Clippers  et plus

2

## **Economie touristique France / Suisse**



# L'économie touristique suisse

## France : l'ère destination étrangère des Suisses



### ■ Répartition des **départs** en provenance de la Suisse - 2024

1. France



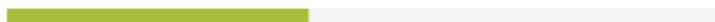
7,81Mio départs

2. Allemagne



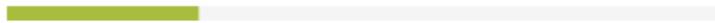
3,85Mio départs

3. Italie



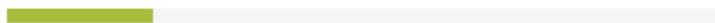
3,31Mio départs

4. Espagne



2,11Mio départs

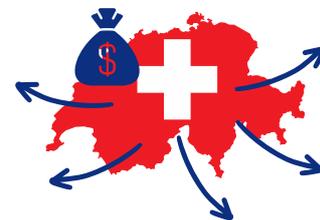
5. Autriche



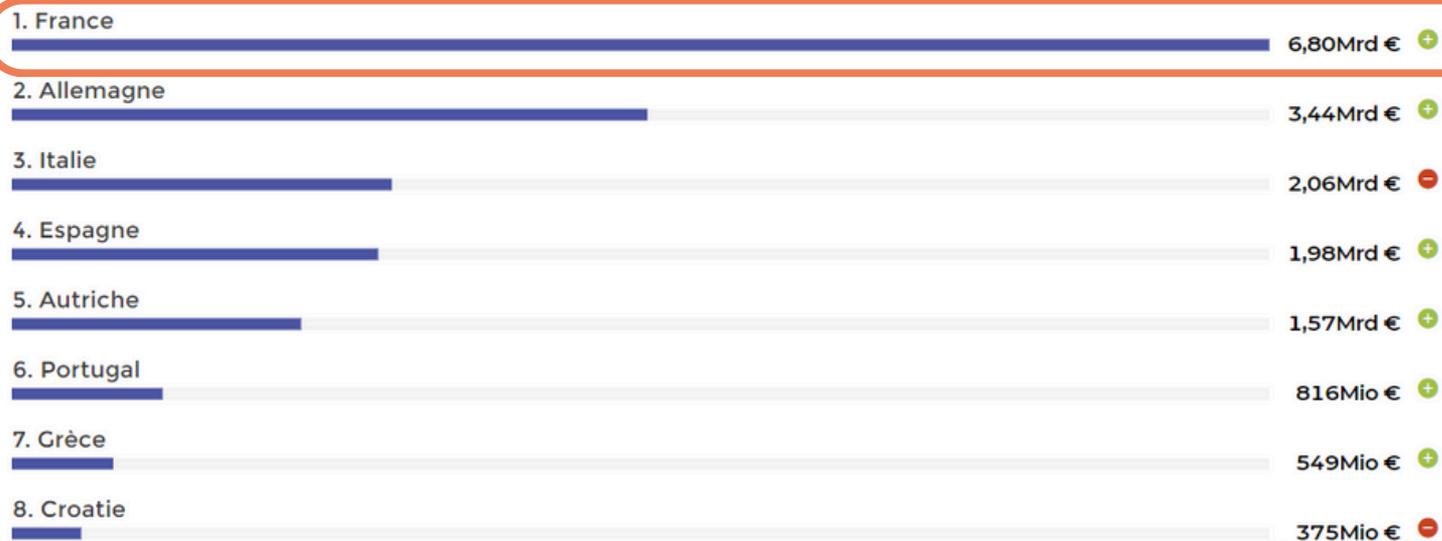
1,60Mio départs

# L'économie touristique suisse

## France : 1er pays étranger de dépenses touristiques des Suisses



### ■ Classement des nationalités dépenses touristiques 2023 des Suisses à l'étranger

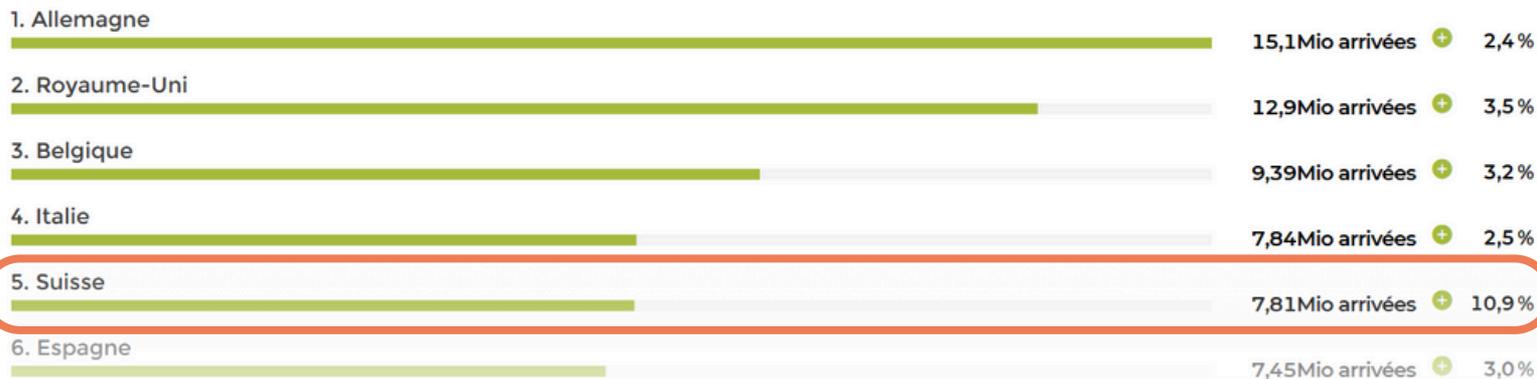


# L'économie touristique suisse

## Les Suisses en France



### ■ Classement des nationalités - Arrivées en France 2024



■ Arrivées Total France 2024 : 89.8 Mio vs 94.9 Mio en 2023 (+5.6%)

Arrivées Suisse 2024 : 7.81 Mio vs 7.04 Mio en 2023 (+10.9%)

# L'économie touristique suisse

## Les Suisses en France



### ■ Classement des nationalités - Recettes touristiques 2023

La Suisse représente 9,7 % des recettes touristiques en France



- 2023 : Tendance + 13%
- Suisse : 3ème contributeur après Belgique, Royaume-Uni

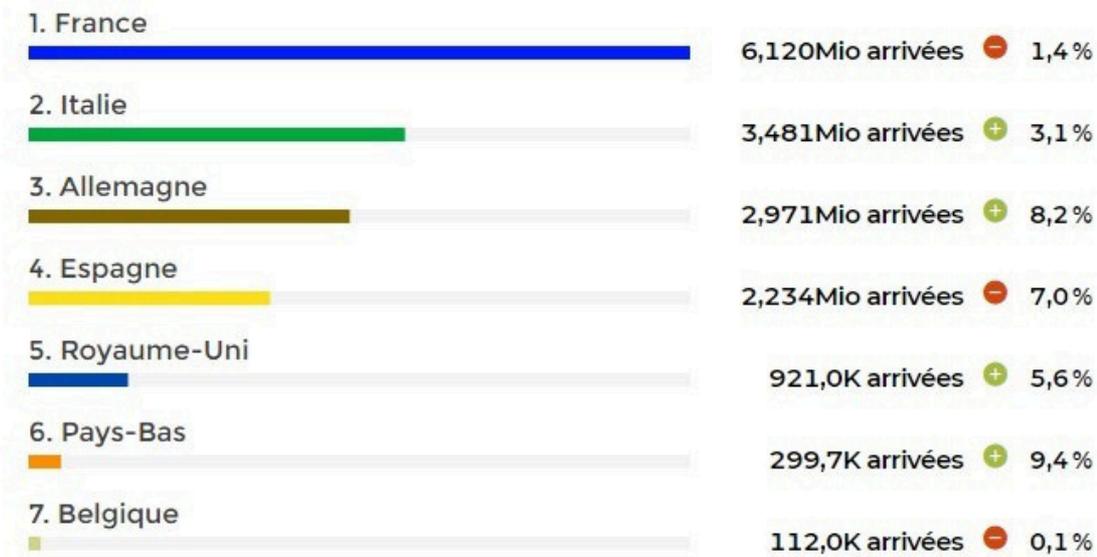
# L'économie touristique suisse

## Qui sont les touristes qui viennent en Suisse ?



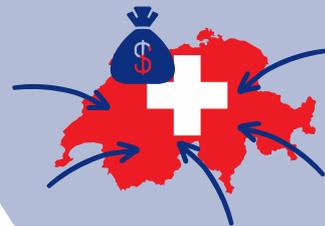
■ 6 120 000 arrivées en Suisse depuis la France en 2023

Top 10 pays d'origine en 2023



# L'économie touristique suisse

## Qui dépense en Suisse ?



### ■ Classement des nationalités

Recettes touristiques 2023 sur le territoire suisse

9 217 Millions € de recettes touristiques pour l'année 2023 en Suisse

1. Germany



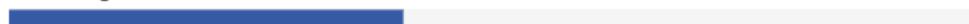
2 289,6 Millions €

2. France



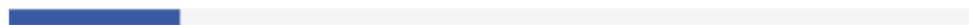
1 734,4 Millions €

3. Italy



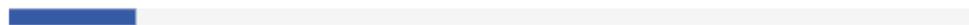
932,6 Millions €

4. UK



404,4 Millions €

5. United States of America



300,1 Millions €

## L'économie touristique suisse

### ■ Les Suisses : premiers contributeurs par habitant

#### Dépenses touristiques par nationalité en France :

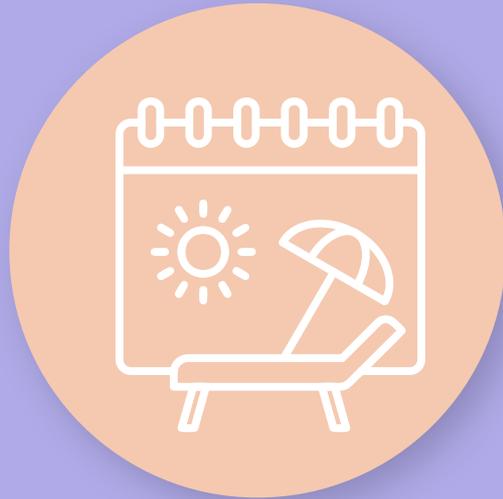
<b>Suisse - 8.9 Mio habitants .....</b>	<b>667 €</b>
Belgique - 11.6 Mio habitants.....	658 €
Germany- 83.8 Mio habitants.....	76 €
Italy - 59.11 Mio habitants .....	73 €
UK - 67.3 Mio habitants .....	91 €
USA - 331.9 Mio habitants .....	17€

### ■ 1/3 des dépenses effectuées par les Suisses sont effectuées en France

Dépenses touristiques suisses dans le **monde** : **16 Milliards CHF**

Dépenses touristiques suisses en **France** : **6 Milliards CHF**

soit **37.5 %** des dépenses totales



# Saisonnalité

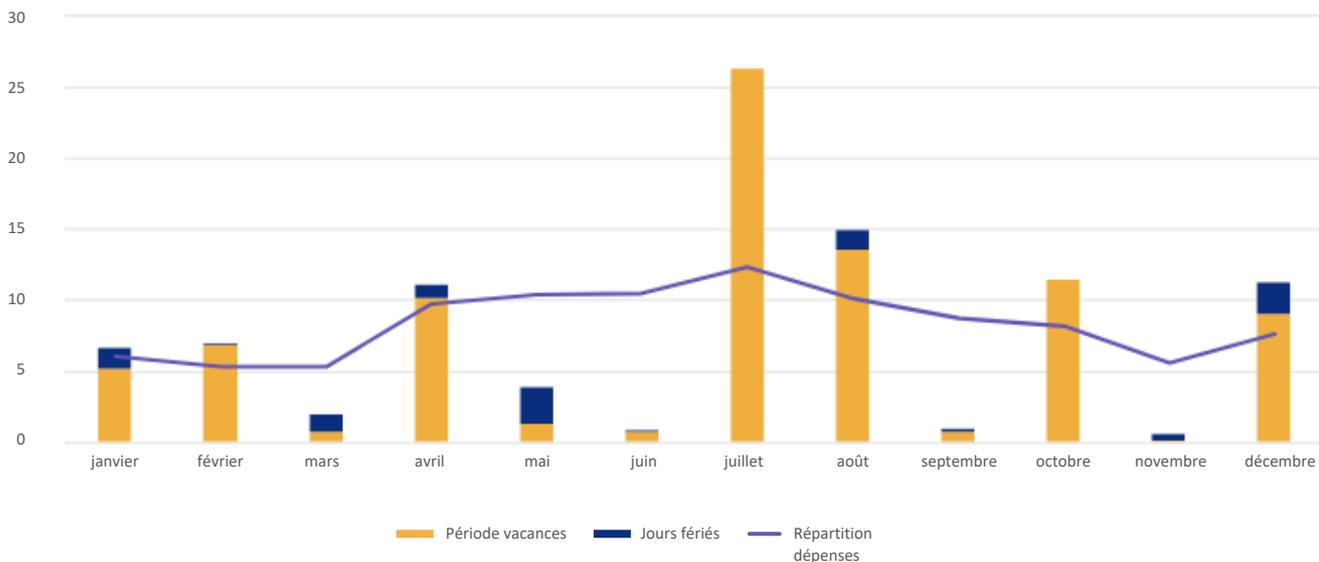
## Vacances scolaires



# L'économie touristique suisse

## Les périodes de réservation de la clientèle Suisse en 202

**Une saisonnalité lissée** sur l'année, avec un rythme de vacances scolaires réparti sur l'année. Des dépenses mensuelles coordonnées à cette temporalité.



**Moyenne des vacances nationales, chaque canton ayant son propre calendrier**

Sources : <https://www.feiertagskalender.ch/cal.php?geo=3056&jahr=2023&klasse=5&hl=fr>  
<https://cleyrop.tourisme-datahub.fr/app/dataviz/87b56130-c3eb-463f-bd46-5c0aeb7b3017>

# L'économie touristique suisse

## Calendrier des vacances scolaires 2025

Suisse: Vacances scolaires 2025 / Schweiz: Schulferien 2025 / Svizzera: Vacanze scolastiche 2025

	2024	Jan/Ge	Feb /Fév	Mär/Ma	Apr/Av	Mai/Ma	Jun/Juin/Ji	Jul/Jul/Lu	Aug/Août/Ag	Sept/Set	Okt/Oct/Ot	No v	Dez/Déc/Dic	2026	
AG		23	3	kommunal / communal / comunale	7	18		21*	8*	28*	10*		22	2	
AI		23	3	kommunal / communal / comunale	7	18		7	16		6*	17	22	2	
AR		23	3	kommunal / communal / comunale	7	18		7	8		6	17	22	2	
BE		23	3	kommunal / communal / comunale	7*	18*		7	8*	22*	10*		22	2	
BL		23	3		3	14		30*	8		29	10*	22	2	
BS		23	3		3	14		3	8		28	10	22	2	
FR		23	3		3	7		7*	27*		13*	24	22	2	
GE		23	3		24	28		3	16		20	24	22	2	
GL		23	3	27	31		3	3	8		6*	17	22	2	
GR		23	3*		24*	28		30*	8*		6*	17*	22*	2	
JU		23	3		24	28		7	16		6	17	22	2	
LU		23	3		24	7		7	16		29	10	22	2	
NE		23	3		24	28		7	16		6	17	22	2	
NW		23	3		24	7		7	16		29	10	22	2	
O		23	3		24*	7*		7*	16*		28	10	24	6	
W		23	3	kommunal / communal / comunale	7	18		7	8		29	17	22	2	
SG		23	3	27	7			7	8		29	17	22	2	
SH		23	3		3	14		7	18*		29	17	22	2	
SO		23	3		24	28*		28	9		29	10	25	6	
SZ		23	3	27	31		7*	18*		28*	6	17	22	2	
TG		23	6		3	7		19	28	28		3	7	24	6
TI		23	3		24	7		7	16		6	17	22	6	
UR		23	3		17	21		3	16		13	24	22	2	
VD		23	3		24*	7		30*	16*		13*	24	22	2	
VS		23	3		3	14		7	16		6	17	22	2	
ZG		23	3	kommunal / communal / comunale	21*	21*		14*	16*		6*	17*	22	2	

Angebot ohne Gewähr, einzelne Gemeinden können Ferien individuell festlegen / Données sans garantie, certaines communes peuvent avoir des périodes de vacances différentes / Dati senza garanzia, i singoli comuni possono avere periodi di vacanze diversi

\*: Dates variables, selon l'établissement et/ou la région / Variable Daten, je nach Schule und/oder Region / Date variabili, secondo la scuola e/o la regione

regione Source: CDIP - IDES / Quelle: EDK - IDES / Fonte: CDIP - IDES



# Tendances



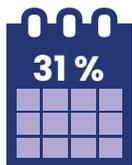
# Tendances 2025

## Une envie de voyager forte

### ■ Intentions de voyages au cours des 6 prochains mois



avril - juin



juin - août

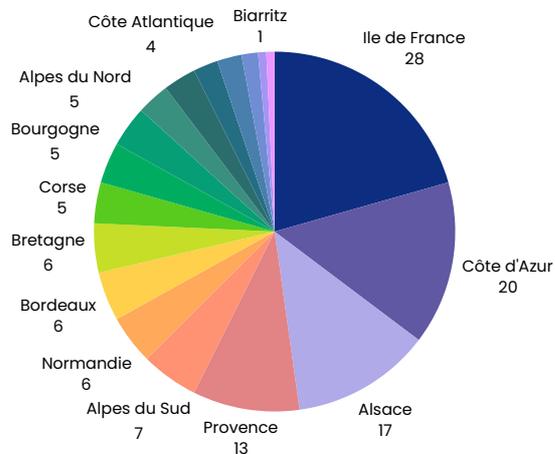


sept - nov



déc - mars

### ■ Régions privilégiées dans le cadre d'un voyage en France (en %)



### ■ TOP 3 des environnements de voyage



En ville **58 %**



Sur le littoral, la mer **33 %**



A la campagne **26 %**

INTENTIONS DE SÉJOURS  
EN FRANCE :

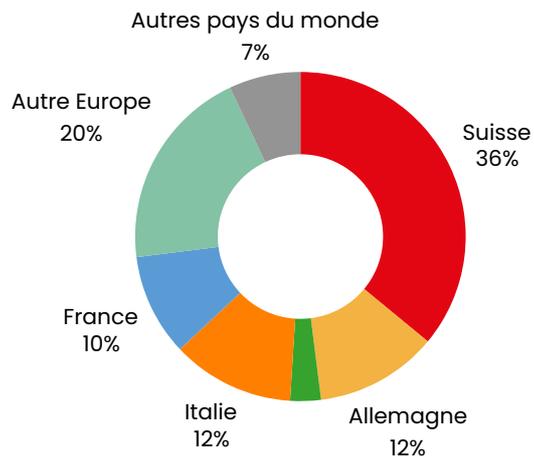
**22 %**

# Tendances tourisme

## Où les suisses partent en vacances ?

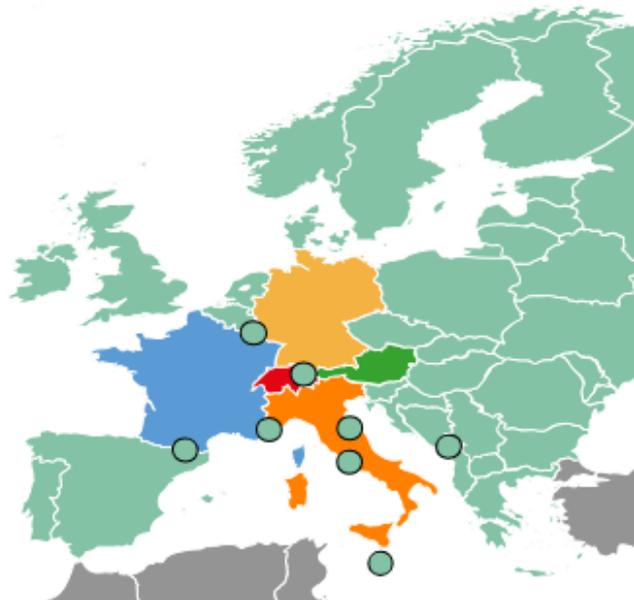
### ■ Voyages avec nuitées selon la destination

Part du nombre de voyages



Europe : 93 %

Les destinations internationales: 7 %



# Tendances

## Estivale - 2024

### 4 041 CHF

Budget vacances moyen des foyers suisses (+21,1% vs 2023)

 France : 2 119 CHF

 Moyenne européenne : 2465 CHF

### 2,3 SEMAINES

Durée moyenne des séjours d'été pour les Suisses

 France : 2,2 semaines

 Moyenne européenne : 2 semaines

### 55 %

des Suisses sont partis à l'étranger cet été

 France : 39 %

 Moyenne européenne : 52 %

### DESTINATIONS FAVORITES DES SUISSES POUR L'ÉTÉ 2024



### 18 %

des Suisses ont opter pour des vacances nationales

 France : 42 %

 Moyenne européenne : 30 %

### 52%



des Suisses ont souscrit à une assurance voyage pour l'été

# Tendances 2025

## Les tendances voyages 2025



**Coolcation** : Les destinations au climat plus frais, gagnent en popularité, attirant les voyageurs en quête de nature sauvage.



**Tourisme gastronomique** : La gastronomie devient une motivation de voyage majeure, avec des excursions culinaires.



**Radical Sabbaticals** : Le télétravail et les congés sabbatiques favorisent les voyages prolongés, comme les croisières autour du monde



**Tout-inclus haut de gamme** : Les voyageurs recherchent des expériences tout-inclus de luxe, alliant simplicité et exclusivité.



**Set-jetting** : Les voyageurs choisissent des destinations inspirées de films ou séries, comme Dubrovnik (Game of Thrones)



**Le "bleisure"**: combine affaires et loisirs, renforcée par des destinations populaires et des offres définies des grands hôteliers.

# Tendances 2025

## La clientèle suisse



Courts séjours, activités de pleine nature, oenologie, gastronomie... Destinations de proximité, privilégiées : France, Autriche, Allemagne et Italie



Réservations de dernière minute, réservations pour l'été ont débuté assez tôt auprès des TO



Intérêt pour le développement et le tourisme durable



Fort potentiel pour les couples : 45% d'entre eux prévoient des séjours exclusifs avec leur partenaire ces prochains mois



Voyages effectués majoritairement en voiture



Attention particulière portée aux conditions de vente/annulation et plus de recherches d'information



Locations de maisons de vacances en hausse, mais les Suisses privilégient encore l'hôtel



Respect strict des consignes et recommandations officielles

# Tendances 2025

## La Suisse : un marché prioritaire pour les destinations françaises

### ■ Clientèle suisse:



Les expériences locales



Le tourisme durable



Les voyages de luxe

### ■ Attractivité de la France



Oenologie,  
gastronomie,  
vélo, train



La France,  
un pays  
dépaysant



Accessible  
en voiture



Littoral  
français

# Tendances

## Typologie des touristes suisses



### 1. Les décontractés

“Ces voyageurs recherchent principalement la détente, le bien-être et une ambiance de vacances relaxante. Ils veulent profiter du bon temps et ralentir”



Un hébergement confortable (hôtels ou gîtes)



Un accès à des activités de relaxation et de bien être



Une météo clémente.



Des expériences simples, sans pression, dans la détente

27% des voyageurs suisses

Sources : Toluna – Harris Interactive 2024 – Atout France

### 2. Les arpenteurs

Ils aiment le grand air, les paysages naturels et les activités en plein air. Leur slogan pourrait être : « Dehors, sinon rien ».



Des espaces naturels préservés pour explorer, randonner ou faire des balades



Des possibilités d'activités en extérieur comme le cyclisme



Une connexion avec la nature et vivre des expériences hors du commun.



Des lieux peu fréquentés, loin de la foule.



21% des voyageurs suisses

# Tendances

## Typologie des touristes suisses



### 3. Les érudits

Ces voyageurs cultivés recherchent avant tout la richesse culturelle et historique d'une destination. Ils veulent apprendre et explorer l'histoire et le patrimoine.



Une destination avec une grande richesse culturelle.



Une offre culturelle variée (théâtre, concerts, festivals)



Visiter des lieux culturels exceptionnels.



Participer à des événements culturels (pièces de théâtre, opéras, festivals).

20% des voyageurs suisses

### 4. Les prudents

Ils recherchent avant tout la sécurité, la simplicité et un bon rapport qualité-prix dans leurs voyages.



Un séjour sans surprises, avec une bonne organisation et des prestations claires.



Des offres abordables, tout en assurant un minimum de confort.



Des options d'hébergement et de transport bien notées et reconnues.



La possibilité d'explorer en petits groupes ou de manière encadrée.



18% des voyageurs suisses

# Règles d'or pour accueillir les touristes suisses

1

Les Suisses attendent de **l'ordre** et du **sérieux** dans le service : **punctualité**, **discrétion** et **efficacité** sont les maîtres mots.

2

S'ils sont germanophones, accueillez-les avec quelques mots **en allemand**. Vous pourrez ensuite changer pour **l'anglais** ou le **français** si vous voyez qu'ils le maîtrisent.

3

Les Suisses **anticipent** et **réservent en amont**. Ouvrez vos systèmes de réservation et billetterie en conséquence.

4

Dotés d'un **pouvoir d'achat élevé**, ils apprécient les produits de **qualité** et s'attendent également à un **service personnalisé**.

5

Une **propreté irréprochable** est attendue dans les **hébergements** et **restaurants**. C'est un point fondamental, en particulier dans les sanitaires.



## LE DICO DE BASE

*Bonjour*

Grüezi (suisse-allemand)

*Bonsoir*

Guete Abig (suisse-allemand)

*Bienvenue*

Herzlich Willkommen

*Merci*

Danke ou merci

*Bonne journée*

Einen schönen Tag

*Abientôt*

Bis bald

*Au revoir*

Auf Wiederluege/Tschüss  
(plus familier)  
(en Suisse allemand)

# 3

## **Stratégie et Actions clefs**



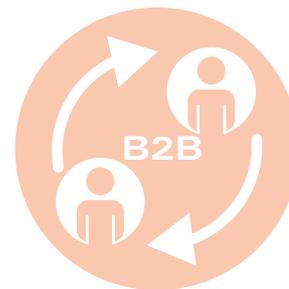
## Trois cibles



**Convaincre**  
le grand public



**Mobiliser**  
les médias et  
les prescripteurs



**Fidéliser**  
les professionnels

## Nos priorités opérationnelles 2025



**France comme première destination touristique durable d'ici 2030**



**Renforcer le tourisme actif notamment avec le cyclo-tourisme**



**Saisonnalité : Développer les opportunités d'avant et après saison**



**Développer la notoriété des destinations françaises en Suisse alémanique**



**Convaincre**  
le grand public





### Campagne Paneuropéenne EXPLORE FRANCE

mars-décembre  
2024

### Campagnes régionales

Côte d'Azur, Corse,  
Auvergne-Rhône  
Alpes...

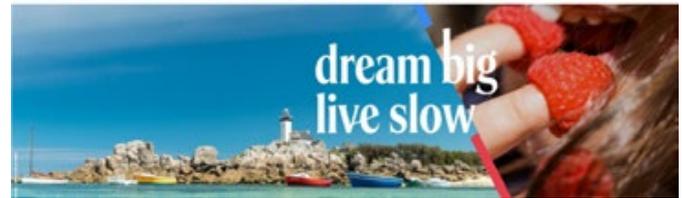
### Actions d'opportunité

Retrouvez l'ensemble de nos actions sur [atout-france.fr](https://atout-france.fr)

# Campagne Explore France



Das Baskenland  
**IM SLOW-MODUS**



Explore France™ ENHARRITZ  
PAYS BASQUE  
by Instinct





# Campagnes Destinations

Un exemple : la Corse



## CAMPAGNE DIGITALE

**6 500 000** Impressions  
70 % DE  
20 % FR



## CAMPAGNE DOOH

**177** écrans dans **8** villes  
70 % DE  
30 % FR



## CAMPAGNE PRINT

**358 000** lecteurs touchés  
dans 4 titres  
100 % FR

# Actions d'opportunités et d'influence



*Un événement d'influence :  
Le Zürich Film Festival 2023*



*Un événement durable lors de la  
Tournée médiatique de septembre 2023*



# Actions multipartenaires

## Facebook



Page DE (pays germanophones)

**63 898** FANS

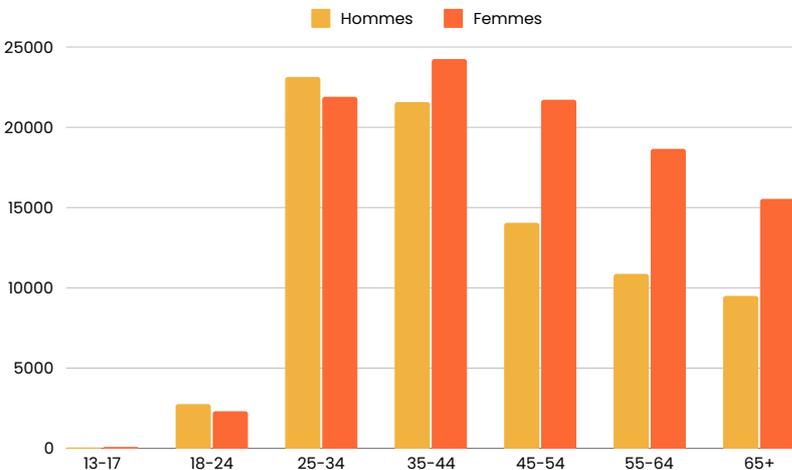
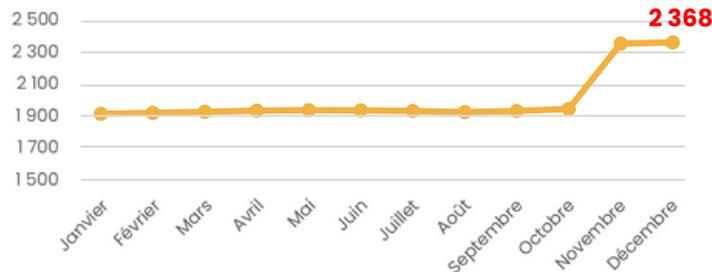
**3.7%** SUISSES

Page FR

**124 109** FANS

**2.6%** SUISSES

Evolution du nombre de fans suisses sur le compte Facebook DE en 2023



RÉPARTITION DES ÂGES DES FANSEN FONCTION DE LEUR SEXE - PAGES DE ET FR CONFONDUES



44%



56%

### TOP 10 EXPLORE FRANCE (MARCHÉ) DES PAGES FACEBOOK

Par nombre de fans en 2023



54

# Actions 2023



14 campagnes  
Explore France



**ROAS**

Revenu **27 M €**

Budget dépensé à date **9 M €**

**304 %**

TOUS VOLETS CONFONDUS, LA CAMPAGNE EXPLORE FRANCE A RÉALISÉ...

- **1 820 358 €** de chiffre d'affaire
- plus de **60 M** d'impressions
- **55 000** clics sur les liens
- **135 000** clics au total

12 campagnes  
Destination

# Un dispositif digital puissant



## ■ Campagne E-Newsletter :

- Mutualisées zone ASA
- Marché Suisse DE/FR
- Exclusivité (un seul partenaire) ou contenu thématisé (plusieurs partenaires)

## ■ Magazine Explore France :

- Diffusion digitale 100 000 impressions

## ■ Relais via Réseaux Sociaux

- Facebook : 64 000 abonnés



**Grand public**

**12 000**  
contacts qualifiés

**+ 10 %** sur 2024

**Taux ouverture** → **20,54%**

**Taux de clic** → **3,31%**



**Mobiliser**  
les médias et  
les prescripteurs





# Le paysage médiatique suisse



**102**

QUOTIDIENS



**18**

RADIOS  
PUBLIQUES



**10**

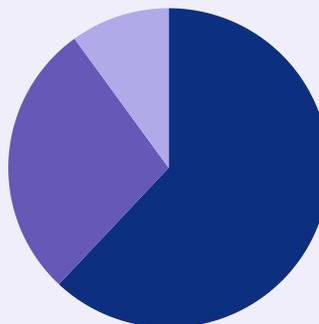
CHAÎNES TV  
PUBLIQUES



**106**

MAGAZINES  
HEBDOMADAIRES

## RÉPARTITION LINGUISTIQUE DES QUOTIDIENS SUISSES



ALLEMAND (62 %)



FRANCE (28 %)



ITALIE (10 %)



**7,29 M**

de Suisses sont actifs  
sur les réseaux sociaux



**98,4 %**

de la population utilise  
Internet



# Le paysage médiatique suisse

## CONSOMMATION MÉDIATIQUE JOURNALIÈRE

  
**2H56**  
TV

  
**1H28**  
RADIO

  
**1H38**  
JOURNAUX

  
**1H43**  
RÉSEAUX SOCIAUX

  
**6H**  
INTERNET

## LES INCONTOURNABLES



### SUISSE ROMANDE

Bilan : 10 209 ex.  
24 Heures : 39 077 ex.  
Tribune de Genève : 23 833 ex.



### SUISSE ROMANDE

Blick : 86 100 visites par jour  
PME : 14 250 exemplaires  
L'Illustré : 66 193 exemplaires

### SUISSE ALÉMANIQUE

Tages-Anzeiger : 103 807 ex.  
Der Bund : 62 143 exemplaires  
20 Minuten : 298 429 ex.

### SUISSE ALÉMANIQUE

Schweizer Illustrierte : 85 345 ex.  
Blick : 74 852 exemplaires  
Forbes : 30 000 exemplaires



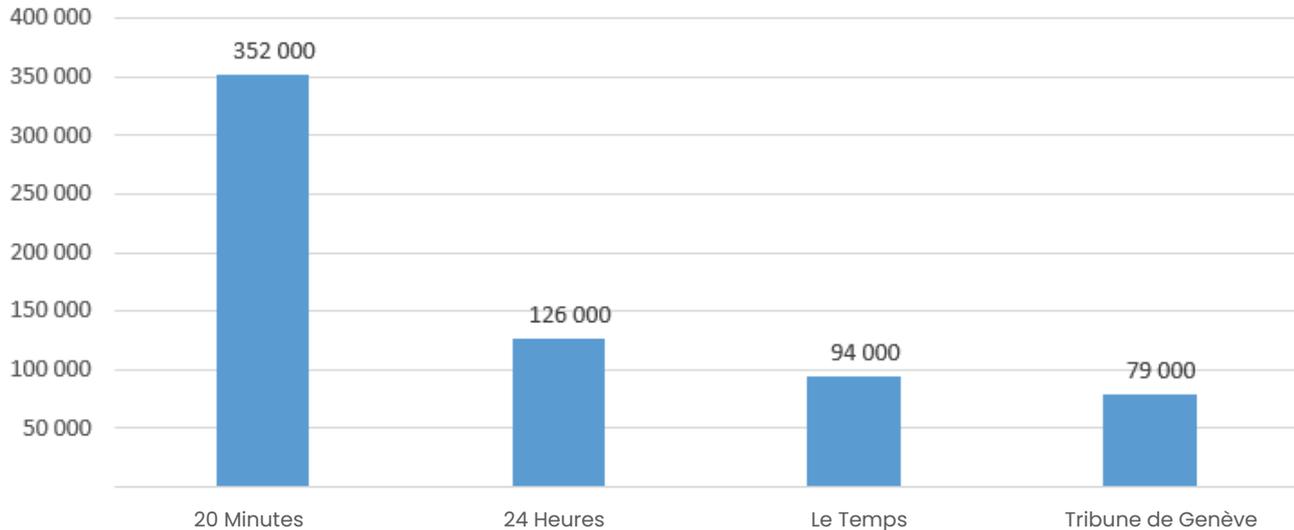
# 87,4 %

des utilisateurs internet s'y connectent via leur téléphone

# Journaux

## Grands quotidiens en Suisse romande

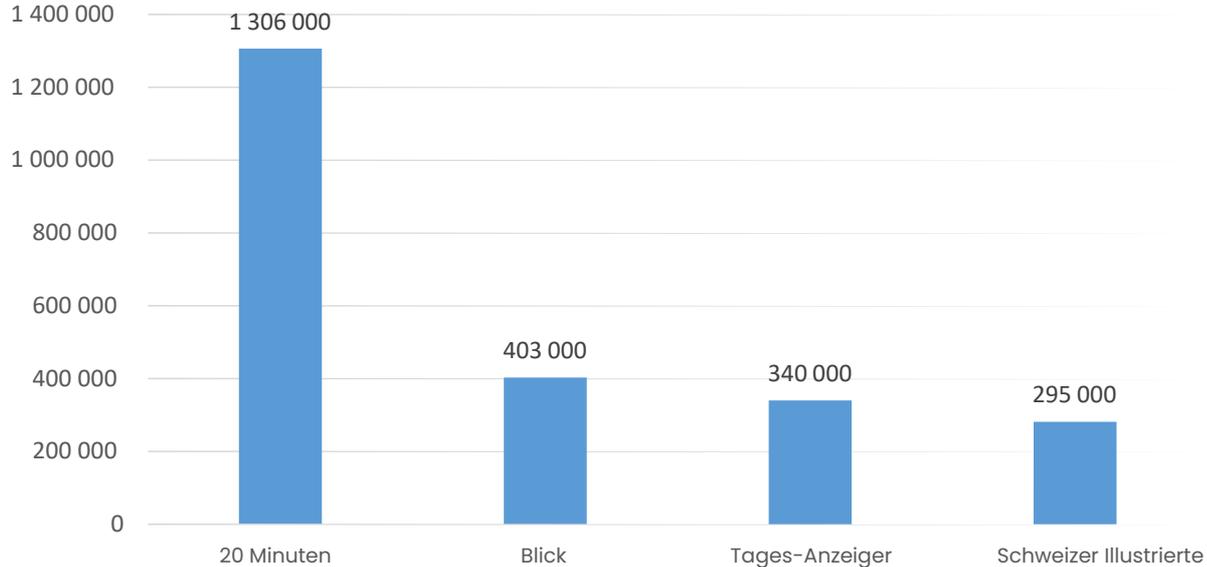
Nombre de lecteurs par parution :



# Journaux

## Grands quotidiens en Suisse alémanique

Nombre de lecteurs par parution :





## **Communiquer sur sa destination dans les médias suisses**



**Mettre l'accent  
via des  
communiqués  
de presse et  
newsletters sur  
la facilité  
d'accès depuis  
la Suisse**



**Communiquer sur  
le renouvellement  
constant de l'offre  
en France au  
travers  
d'évènements  
médiatiques. Les  
Suisses sont  
avides  
d'expériences  
riches et variées**



**Importance des  
produits et services  
de très grande  
qualité.  
Personnaliser  
l'accueil et le  
service. Importance  
rapport qualité/prix**



**Valoriser le  
patrimoine naturel  
et préservé de la  
France lors  
d'accueils de presse.  
Le tourisme durable  
est un sujet  
important aux yeux  
des Suisses**



## Actions clefs

### Médias, influenceurs et prescripteurs

<b>TOURNÉE MÉDIATIQUE LAUSANNE ET ZURICH</b>	<b>ACCUEIL DE PRESSE LYRIA ET DISNEY</b>	<b>CONFÉRENCE DE PRESSE GIGONDAS</b>	<b>DIFFUSION MAGAZINE FRANCE EXPLORE</b>	<b>TOURNÉE MÉDIATIQUE LAUSANNE ET ZURICH</b>	<b>ÉVÈNEMENT ZURICH FILM FESTIVAL</b>
février 2025	février 2025	avril 2025	mai 2025	septembre 2025	septembre 2025

**50 accueils de presse dans différentes régions françaises  
+ 30 envois presse par an  
+ 20 nouveaux médias rencontrés par an**

Retrouvez l'ensemble de nos actions sur [atout-france.fr](https://atout-france.fr)

## Actions clefs

### Évènements médias



Déjeuner de presse Cité Internationale de la Langue Française  
Consulat de France à Genève



Conférence Art de Vivre avec l'Ambassade  
Résidence de France à Berne



Conférence Gigondas avec l'Ambassade  
Résidence de France à Berne



Tournée médiatique de février 2024  
Lausanne



Tournée médiatique de septembre 2024  
Zurich



# Actions clefs

## Envois presse

AMBASSADE  
DE FRANCE  
EN SUISSE ET  
AU LIECHTENSTEIN

CENTRE DES MONUMENTS NATIONAUX



Cité internationale  
de la langue française  
Château de  
Villers-Cotterêts

ATOUT FRANCE  
L'Agence de développement  
touristique de la France

### Invitation déjeuner de presse

À l'occasion de l'ouverture de  
la Cité internationale de la langue française à Villers-Cotterêts

Marion Paradis, *Ambassadrice de France en Suisse,  
Clément Leclerc, Consul général de France à Genève,  
Josy Carrel-Torlet, Directrice du développement économique et de la relation visiteurs  
du Centre des monuments nationaux  
Paul Rondin, Directeur de la Cité internationale de la langue française,  
Frédéric Meyer, Directeur d'Atout France Italie, Grèce, Suisse*

ont le plaisir de vous inviter à un déjeuner pour la presse

le mardi 13 février 2024 à 12h  
à la Résidence du Consul général de France

Adresse : 21B Chemin de Bellefontaine, 1223  
Cologny

Réponse souhaitée avant le 1er février  
Code vestimentaire : tenue de ville

Contacter Atout France  
Responsable presse  
Cécile Kaba

Invitation déjeuner Cité de la Langue Française



ATOUT FRANCE  
L'Agence de développement  
touristique de la France

Explore France™

Powered by Atout France

18 mai 2024

#ExploreFrance

► **dream big, live slow** ► lancement de la dernière édition de la campagne  
#ExploreFrance & International



Explore France™



© Valentin Pacaut - The Explorers - In the heart of the Burgundy Grands Crus route

Erfahren Sie als Erster von Frankreichs touristischen Neuheiten

Wir sehen uns am 12. September 2024.

Médientournee von Atout France Schweiz findet am 12. September 2024  
15 Uhr in Zürich statt.

Invitation tournée médiatique  
septembre

ATOUT FRANCE  
L'Agence de développement  
touristique de la France

### Das Burgund:

zum Genießen und Entspannen, in unmittelbarer Nähe.



Bretagne Gies de Vougeot © Alan Dorez/BFC Tourisme

Von der **Route des Grands Crus** über das **Château Sainte Sabine** bis hin zur **Hostellerie de Lavalette** und dem **Hügeln des Méconnais-Tournaigeis** - das Burgund ist ein Gebiet, in dem es viel zu entdecken gibt, bei einem Tschou oder einem guten Glas Wein ist jede Gelegenheit günstig, um sich dort Zeit zu nehmen. Man durchstreift die **Weinberge**, genießt den Charme der **Podkantenorte** und staunt über den **Glanz der unberührten Landschaften** und des **Kulturerbes**. Viel Spaß beim Lesen, bis bald.

### Der Herbst in Burgund



Canal de Bourgogne © Alan Dorez/BFC Tourisme



Bretagne aus Burgund © Alan Dorez/BFC Tourisme

In den Weinbergen setzt sich der flammende Herbstglanz durch, ebenso wie in den **Wäldern des Morvan**. Eine Szenerie, die nur einen Wunsch weckt: erkunden, abhören... Nur einen Katzensprung von der Schweiz entfernt entlockt Burgund seine besten Adressen für **Unterkünfte in Schlössern** und **ungewöhnlichen Unterkünften**, aber auch seine **Spitzenrestaurants**, die seine regionalen Produkte hervorheben. Dann lassen Sie sich zu einer **Weintour auf der Route des Grands Crus** verführen. Was das **Kulturerbe** betrifft, so bietet das **Rotseziel 4 UNESCO-Sitzmen**, eine Vielzahl von **Schlössern** aus verschiedenen Epochen, zahlreiche **Museen** und **Abteien**. Der **Slow-Tourismus** ist auch auf den Flüssen und Kanälen mit **Hausbootvermietungen**, **Kreuzfahrten**, und den **Wander- und Fahrradrouten** des Burgunds präsent.

Rendezvous in Burgund

ATOUT FRANCE  
Lightful zur Förderung  
des französischen Tourismus

### Natürliche und genussvolle Ausflüge in Frankreich

Die wichtigsten Neuheiten zum Entdecken



Ein Weinberg mit grosser Vielfalt © Valentin Pacaut - The Explorers mit Atout France

Entdecken Sie eine Auswahl an unvergesslichen Erfahrungen, die den Reichtum und die Vielfalt der französischen Schätze zelebrieren und tauchen Sie ein in das Erbe, das die **Olympischen und Paralympischen Spiele Paris 2024** hinterlassen haben. Inspiration für Ihre nächste Herbstpause ist garantiert!

Lassen Sie sich von der Raffinesse des **Château Les Oliviers de Salettes**, einer Oase des Luxus und des Wohlbehagens, verführen. Gönnen Sie sich in **Dijon**, der symbolträchtigen Hauptstadt Burgunds, eine zauberhafte Auszeit inmitten der Weinberge, bevor Sie mit **France By Locals** auf einem E-Bike die Landschaften der Provence erkunden. Und schliesslich wecken Sie den Abenteuergeist in sich mit **Explor Games®**, immersiven Spielen, die Sie durch Frankreich führen und von mobilen Anwendungen gesteuert werden.

Bereiten Sie sich auf unvergessliche Momente in diesen aussergewöhnlichen Reisezielen vor. Viel Spass beim Lesen und bis bald.

### Die Fünf-Sterne-Provence vor den Toren der Schweiz



© Château Les Oliviers de Salettes

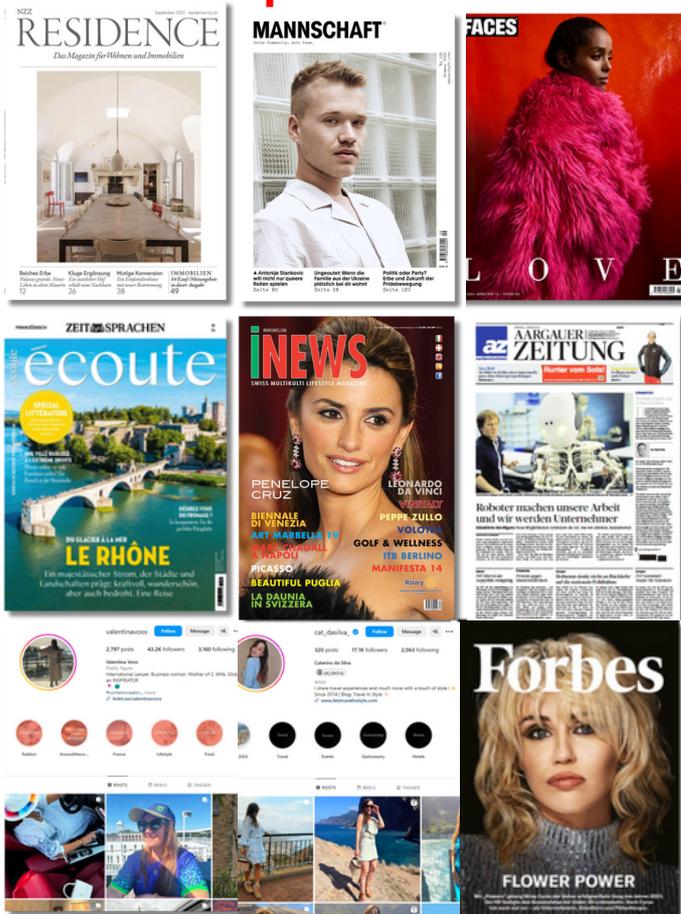


© Château Les Oliviers de Salettes

Newsletter nouveautés août 2024

# Actions clefs

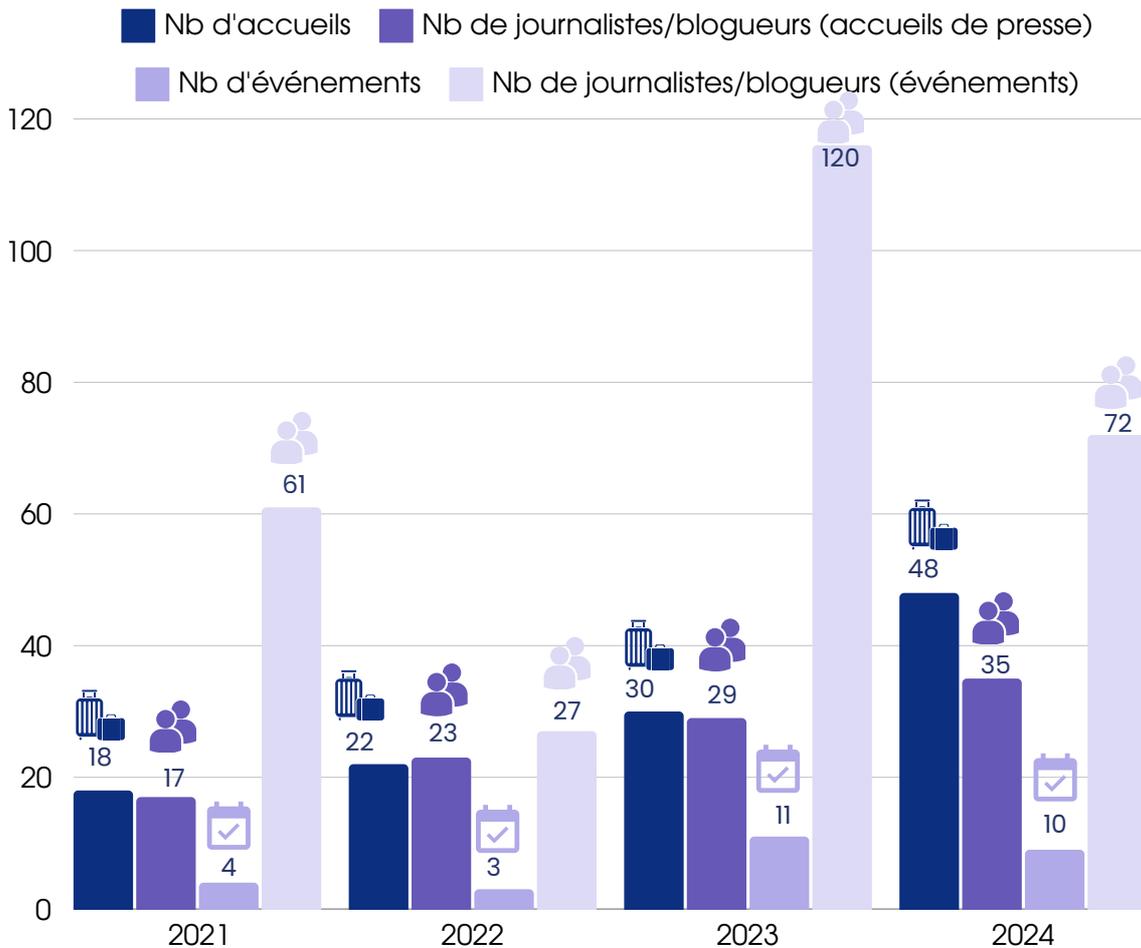
## Rencontres presse 2024



Rencontres du ELLE



## Actions 2021 - 2024



Réalisé au 1/11/2024



# Des actions presse soutenues par un dispositif digital puissant

## Communiqués de presse :

- Mutualisés zone ASA
- Marché suisse ALL/FR
- Exclusivité (un seul partenaire) ou contenu thématique (plusieurs partenaires)

## Relais via réseaux sociaux

- Facebook : 64 000 abonnés
- LinkedIn

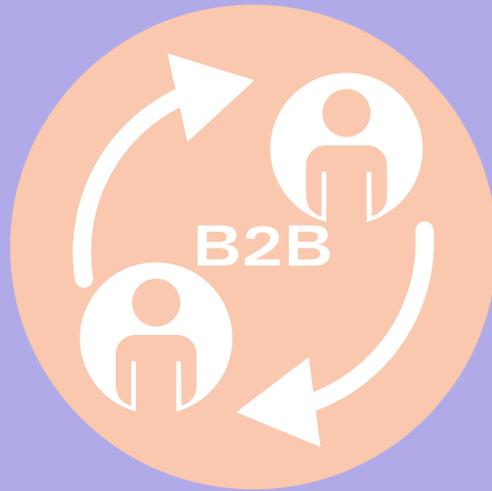
## Accueil de Presse

- Exclusivité (un seul partenaire)
- Multipartenaires

## Relations Presse

- Contacts presse développés pour renouveler les relations médias





**Fidéliser**  
les professionnels





# Les professionnels suisses du tourisme

## ■ Tour-opérateurs :

### Hotelplan

**CHIFFRE D'AFFAIRES GROUPE** : 1.43 Mds  
**CHIFFRE D'AFFAIRE SUISSE** : 158.2 Mio CHF

MARQUES PROPOSANT LA  
DESTINATION FRANCE :



### DÉR Touristik

**CHIFFRE D'AFFAIRE SUISSE** : 6.5 Mds €  
**CHIFFRE D'AFFAIRE SUISSE** : 485 Mios CHF

MARQUES PROPOSANT LA  
DESTINATION FRANCE :



### TUI

**CHIFFRE D'AFFAIRE GROUPE** : 19 Mds €  
**CHIFFRE D'AFFAIRE SUISSE** : 4.9 Mios CHF

MARQUES PROPOSANT LA  
DESTINATION FRANCE :



### knechtreisen

der Spezialist

**CHIFFRE D'AFFAIRE GROUPE** : 209.6 Mios (2018)

MARQUES PROPOSANT LA  
DESTINATION FRANCE :



Frantour et Hotelplan sont spécialisés sur la France et notamment Paris.



## Les professionnels suisses du tourisme

### ■ Autocaristes et agences de voyage :



**270**

AUTOCARISTES  
toutes destinations  
confondues



**1 400**

TOUR-OPÉRATEURS ET  
RETAILERS



**150**

VOYAGISTES, AGENCES  
ET AUTOCARISTES  
proposent la France dans  
leurs programmes

### ■ Presse spécialisée

- Travel Inside
- Travel News



# Le contexte structurel

## Les tendances

### ■ Tendance Marché

- Taux d'**intermédiation** > **10%** pour la destination France
- La densité des agences de voyages varie d'un canton à l'autre. **Canton de Zürich** siège de nombreuses représentations : DER Touristik Suisse, Hotelplan, TUI
- Les **autocaristes sont situés en dehors des grandes villes** – dans les régions rurales

### ■ Tendance Consommation

- Attrait des **offres "petits budgets"** : Frantour propose une sélection d'offres et de suggestions
- **Voyages à thème** plébiscités pour visiter et voir le plus possible en temps restreint

### ■ Tendance Pro

- La destination France reste importante auprès des agences spécialisées et des autocaristes
- Programmation stable : la **France** reste une **valeur sûre et appréciée.**
- Distinction entre la **Suisse Alémanique et la Suisse Romande** : connaissance de la destination et type de séjours différents
- La tendance est d'**éviter les lieux de masse.**



## Actions clefs

### Pour les professionnels

<b>SALON Destination Montagnes</b>	<b>FESPO Zurich</b>	<b>WORKSHOP France en Suisse</b>	<b>KOMPASSION TOUR</b>	<b>ITB Berlin</b>	<b>RDV en France à Lyon</b>	<b>WORKSHOP outré-mer</b>
janvier 2025	30 janvier au 2 février 2025	février 2025	février 2025	4 au 6 mars 2025	1 au 2 avril 2025	22 au 24 avril 2025

**+ organisation d'Eductours dans différentes régions françaises**

Retrouvez l'ensemble de nos actions sur **atout-france.fr**



## Actions clefs

### Pour les professionnels

<b>IMEX Frankfurt</b>	<b>Gala CCIFS EHL</b>	<b>Workshop Lyon TBC</b>	<b>Ouverture ligne Zurich/ Montpellier et Calvi</b>	<b>Workshop Nature Active</b>	<b>ÉVÈNEMENT Festival du Film de Zurich</b>	<b>Workshop REG MICE</b>
20 au 22 mai 2025	2 juin 2025	11 au 14 juin 2025	27 septembre 2025	22 septembre 2025	27 septembre 2025	3 au 5 novembre 2025

**+ organisation d'Eductours dans différentes régions françaises**

Retrouvez l'ensemble de nos actions sur **atout-france.fr**

## Actions clefs

### Workshop, Eductours et opérations dédiées



*Workshops Atout France*



*Une opération dédiée : Lyoncomotive*



*Septembre musical à Montreux*



*Eductour en Isère*



## Des actions soutenues par un dispositif digital puissant

### ■ Campagne E-Newsletter :

- Mutualisée zone ASA
- Marché Suisse DE/FR
- Exclusivité (un seul partenaire) ou contenu thématisé (plusieurs partenaires)

### ■ Relais via Réseaux Sociaux

- LinkedIn

### ■ Insertion dans presse spécialisée



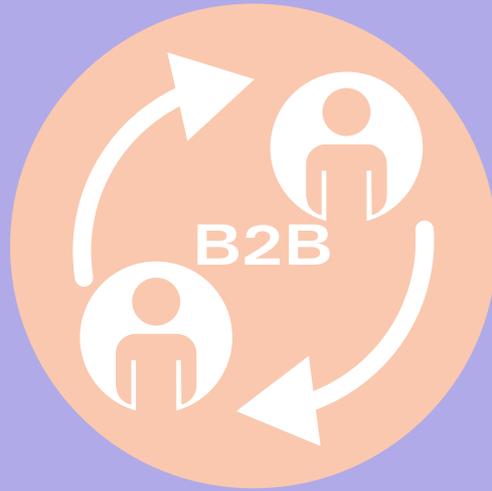
Promotion  
commerciale ET MICE

**1 020**  
contacts qualifiés

**+ 58 %** sur 2023

Taux ouverture **23 %**

Taux de clic **2,55 %**



# Calendrier des opérations



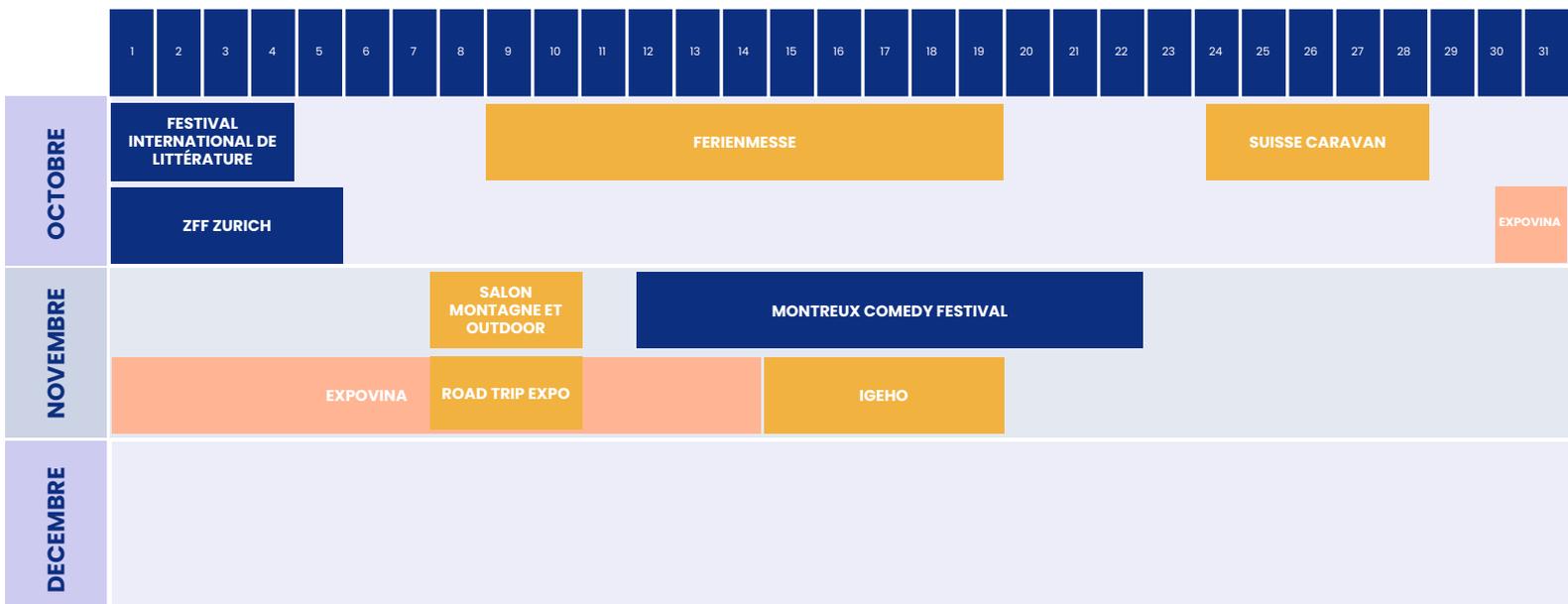






# Calendrier

## CALENDRIER DES ÉVÉNEMENTS CULTURELS IMPORTANTS EN SUISSE 2025



- Promotion loisir
- Evenements sportif
- BTB
- Evenements culturels



# Calendrier

## CALENDRIER OPÉRATIONNEL 2025



# Calendrier

## CALENDRIER OPÉRATIONNEL 2025

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
JUILLET																																			
AOUT																																			
SEPTEMBRE										TOURNÉE MÉDIA											WORKSHOP NATURE ACTIVE													ZFF ZURICH	
										LAUSANNE	ZÜRICH																								

-  Promotion loisir
-  Promotion tourisme d'affaires
-  Presse
-  Corporate

# Calendrier

## CALENDRIER OPÉRATIONNEL 2025

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
OCTOBRE																																
NOVEMBRE																																
DECEMBRE																																

WORKSHOP  
REG MICE

-  Promotion loisir
-  Promotion tourisme d'affaires
-  Presse
-  Corporate

4

## **Informar nos partenaires**



## En coopération avec les services français

**TEAM  
FRANCE  
SUISSE**

La Team France Suisse se consacre à aider les entreprises françaises à mieux appréhender le marché suisse, contribue à l'attractivité économique, culturelle et touristique de la France. Elle accompagne les jeunes à l'international via le Volontariat International en Entreprise (V.I.E.) et connecte les acteurs français et suisses afin de renforcer la coopération bilatérale.



**AMBASSADE  
DE FRANCE  
EN SUISSE ET  
AU LIECHTENSTEIN**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



**CONSULAT  
GÉNÉRAL  
DE FRANCE  
À ZÜRICH**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



**CONSULAT  
GÉNÉRAL  
DE FRANCE  
À GENÈVE**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



**BUSINESSFRANCE**



**CCI FRANCE SUISSE**

Handelskammer Frankreich-Schweiz

**INSTITUT  
FRANÇAIS**



Alliance Française

# Infographies - 2024



## QUELQUES DONNÉES ÉCONOMIQUES

- 9 millions d'habitants
- 93 260 € PIB / Habitant (2022)
- 2,8 % de croissance du PIB en 2022
- 1 € = 0,95 CHF (janvier 2024)

## PARTICULARITÉS DU MARCHÉ SUISSE

- 26 cantons
- Suisse alémanique (Zurich, Bâle, Berne)
  - 65 % de la population
- Suisse romande (Genève, Lausanne)
  - 23% de la population
- En 2022, la Suisse représente près de 10 % des 58 Mds € de recettes touristiques françaises
- Un public sensible par nature aux **engagements durables** des destinations :
  - Proximité des grands espaces naturels
  - Goût de la randonnée
  - Réseau ferré très développé et accessible partout sur le territoire



## SAISONNALITÉ VERS LA FRANCE



## PRINCIPALES DESTINATIONS VISITÉES



## DONNÉES TOURISTIQUES

- 82 % des intentions de voyage vers l'étranger (2023)
- 64 % des intentions de voyage vers l'Europe (2023)
- 21 % des intentions de séjour pour la France (2023)
- 6,2 Millions d'arrivées suisses en France (2022)
- 6,18 Milliards de recettes touristiques en France (2022), 4ème marché international
- 38 Millions de nuitées suisses en France (2023)
- La France est la **première destination** des Suisses à l'étranger

## TOP 3 DES MOTIVATIONS DE VOYAGE EN FRANCE



1. TOURISME URBAIN
2. BALNÉAIRE
3. GASTRONOMIE

## CONTACT MARCHÉ SUISSE

Frédéric MEYER - frederic.meyer@atout-france.fr  
Clotilde BAVILLE - clotilde.baville@atout-france.fr

www.atout-france.fr  
www.france.fr



## 1 653 000

Suisses sont venus en France en 2022 pour une ou plusieurs nuitées



## DESTINATIONS FAVORITES des Suisses à l'étranger

1. Italie (22 %)
2. Allemagne (17 %)
3. France (14 %)



74 % des voyages suisses à l'étranger durent **plus de 4 jours**

## MOYENS DE TRANSPORT privilégiés par les Suisses pour leurs voyages l'étranger



3.7 M

nuitées suisses dans des hôtels français en 2022



2.3 M

nuitées suisses dans des campings français en 2022

67 %

des suisses à l'étranger hébergés en **hôtellerie** ou **parahôtellerie**

## 6,2 Mds €

dépensés par les Suisses en France en 2022



## 212 CHF

dépense journalière moyenne d'un Suisse à l'étranger

## CONTACT MARCHÉ SUISSE

Frédéric MEYER  
frederic.meyer@atout-france.fr  
Clotilde BAVILLE  
clotilde.baville@atout-france.fr  
www.atout-france.fr  
www.france.fr

Source: Office fédéral de la statistique, Atout France, INSEE

# Anticiper, Observer : Une veille permanente

- Une veille régulière nous permet d'alimenter de nombreux documents pour vous renseigner sur le marché suisse :
  - Des notes de situation et notes sectorielles
  - Une carte interactive
  - Un suivi de la distribution
  - Une veille média



Retrouvez tous nos documents sur [www.atout-france.fr](http://www.atout-france.fr)

# TENDANCES

**Conjoncture et dernières tendances**

Publié le 20/11/2023 | Lecture : 2 minutes

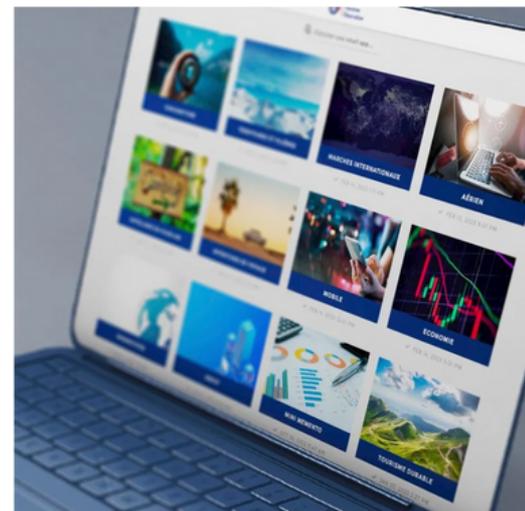
Verifiable décryptage mensuel des tendances du secteur, les Notes de conjoncture de l'économie touristique permettent de suivre, à intervalle régulier, l'évolution de différents indicateurs.

En s'appuyant sur l'ensemble de ses équipes en France et à l'international, Atout France est pleinement mobilisée pour analyser l'évolution de l'ensemble des marchés touristiques (France et International) et les dynamiques de développement durable des territoires et des filières à court et moyen termes.

Un grand nombre de données, notamment issues du data hub France Tourisme Observation piloté par Atout France, est ainsi mis à disposition des professionnels du tourisme français.

<b>63,5 Md€</b> recettes internationales cumulées à fin décembre 2023 (Banque de France)	<b>+2,1%</b> de la capacité aérienne vers la France en mars 2024 vs 2019 (Forwardkey)	<b>53%</b> de taux d'occupation dans l'hôtellerie en déc. 2023 (Insee)
---	--	---

Conjoncture et dernières tendances Atout France



Plateforme d'observation et de veille

5

## **Un dispositif au service des adhérents**



# Atout France - #Activateur de Tourisme

## VISION

### Vision

Le tourisme est un secteur dynamique, qui ne cesse d'innover et de s'adapter afin de faire face aux évolutions sociétales et aux crises auxquelles il est régulièrement confronté. L'agilité et la bonne cohésion de ses acteurs constituent une véritable force à l'heure où le tourisme français doit faire face à d'importants défis pour maintenir son attractivité, sa compétitivité et préparer l'avenir. Investissement et montée en qualité, durabilité, inclusivité et acceptabilité, sont au cœur des enjeux.

Atout France accompagne les acteurs du tourisme dans l'adaptation et la valorisation de leur offre. Elle insuffle de nouvelles pratiques à même d'offrir aux voyageurs une expérience de séjour inoubliable en France.

## AMBITION

### Ambition

Atout France a pour ambition de conforter le leadership de la destination France et de contribuer à en faire une référence mondiale de tourisme durable d'ici 2030. Grâce à son fonctionnement partenarial et à l'engagement de ses équipes présentes en France et à l'international, l'Agence fédère un collectif engagé qu'elle mobilise autour d'une feuille de route ambitieuse : conforter les performances et le rayonnement de la destination France et accélérer la transformation du tourisme français vers des modèles plus qualitatifs, durables, innovants et inclusifs.

## MISSION

### Mission

Nous développons, avec le collectif des acteurs du tourisme français et international, les expériences touristiques des voyageurs pour aujourd'hui et demain.

## Valeurs



### EXPERTISE, INNOVATION ET COLLABORATION

Forte des expertises qu'elle réunit, Atout France cherche constamment à innover pour répondre aux attentes de ses partenaires. Elle favorise les coopérations et la mise en commun des ressources pour maximiser l'impact de ses actions au service du collectif.



### ENGAGEMENT ET RESPONSABILITÉ

Les équipes d'Atout France se distinguent par le fort engagement qui les anime : passion du métier, désir de satisfaire au mieux leurs partenaires, esprit de responsabilité pour répondre aux défis actuels du tourisme. Leur mobilisation constitue un réel atout pour impulser de nouveaux projets et saisir toutes les opportunités permettant d'accompagner le développement durable du tourisme français.



### RESPECT, DIVERSITÉ ET OUVERTURE À L'AUTRE

Les voyages favorisent la rencontre de l'autre, et la compréhension d'autres cultures. Cette ouverture d'esprit irrigue le fonctionnement même d'Atout France, riche de collaborateurs de 26 nationalités, de partenaires français et internationaux issus de toutes les branches du tourisme. Des hommes et des femmes, aux expertises diverses, qui font de leurs différences une véritable force au service du tourisme français.

# PROMESSE

Nous nous engageons à mobiliser les savoir-faire des professionnels du tourisme français et nos différents champs d'expertise pour proposer aux visiteurs du monde entier des séjours inoubliables en France.

Nous activons tous les leviers et moyens pour développer l'attractivité, la compétitivité et la durabilité de notre modèle touristique tout en veillant à associer opérateurs, territoires et habitants.

Fort de ses 300 experts et de sa présence dans 30 pays, Atout France n'est pas seulement un accompagnateur du monde du tourisme. Il pense, agit, propose, transforme, invente de nouvelles solutions, s'engage sur l'ensemble des enjeux économiques, sociétaux et environnementaux, et valorise notre territoire auprès des voyageurs français et internationaux pour les inviter à le (re)découvrir.

## Pour nous contacter

Une équipe dédiée au marché Suisse



**Frédéric Meyer**

Directeur Régional Région alémanique et Europe centrale  
Allemagne-Suisse-Autriche-Pologne-Europe Centrale

[frederic.meyer@atout-france.fr](mailto:frederic.meyer@atout-france.fr)



**Clotilde Baviile**

Adjointe au directeur  
En charge du marketing  
et de la veille

[clotilde.baviile@atout-france.fr](mailto:clotilde.baviile@atout-france.fr)



**Anne Flambard**

Comptabilité RH  
Autriche et Suisse

[anne.flambard@atout-france.fr](mailto:anne.flambard@atout-france.fr)



**Cécile Kaba**

Responsable presse  
RP

[cecile.kaba@atout-france.fr](mailto:cecile.kaba@atout-france.fr)



**Fanny Bouley**

Assistante communication et  
promotion

[presse@atout-france.fr](mailto:presse@atout-france.fr)



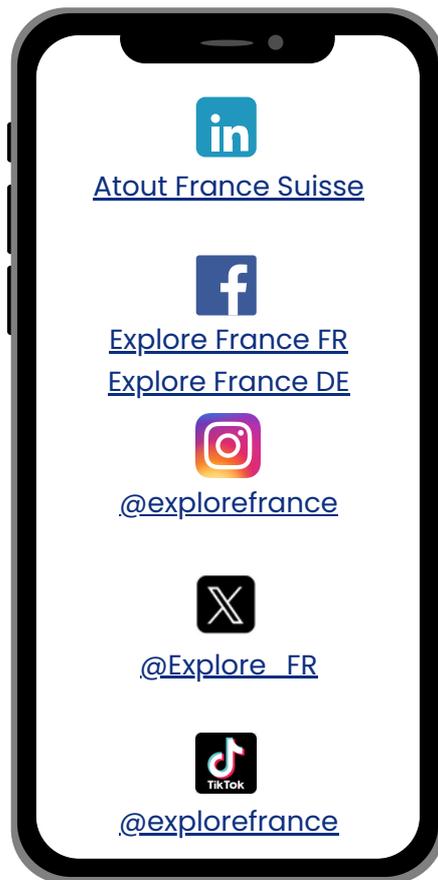
**Emmanuelle Meyer**

Promotion B2B  
Event manager

[emmanuelle.meyer@atout-france.fr](mailto:emmanuelle.meyer@atout-france.fr)

**Neumarkt 6, CH-8001 Zürich**

# SUIVEZ-NOUS



**#ActivateurDeTourismes**

**ATOUT  
FRANCE**  
[www.atout-france.fr](http://www.atout-france.fr)

