

Tendances de marché 2013

RUSSIE

11 | 2013



Tendances de marché 2013



**CANTON DU VALAIS
KANTON WALLIS**

Département de la formation et sécurité
Département de l'économie, de l'énergie et du territoire
Departement für Bildung und Sicherheit
Departement für Volkswirtschaft, Energie und Raumentwicklung

Hes·so VALAIS WALLIS
Haute Ecole de Gestion & Tourisme
Hochschule für Wirtschaft & Tourismus

Sommaire

Tendances de marché 2013

RUSSIE

Bref aperçu	2
Généralités	3
Caractéristiques-clés	4–5
Perspectives pour le Valais	6–7
Comparaison avec nos concurrents de l'arc alpin	8–9
Comportement en matière de voyages	10–17
Potentiel des groupes-cibles	18–19
Statistiques touristiques de référence	20–23
Commentaires de professionnels du tourisme	24–25
Particularités culturelles et conseils pratiques	26–27
Synthèse	28–29
Informations complémentaires	30–31
Bibliographie	32–33

Bref aperçu

La croissance du marché émetteur russe est une des plus fortes au monde. En effet, les dépenses des touristes russes à l'étranger ont augmenté de 147% de 2005 à 2012. En Valais, les Russes représentent 1,2% de l'ensemble des nuitées dans les hôtels, chalets et appartements, ce qui les place au 10^e rang des marchés de notre canton. Les nuitées hôtelières russes ont augmenté de 45% depuis 2005; cette progression a été caractérisée par une année record en 2008, suivie d'une baisse. La croissance au niveau national a été bien plus forte en Suisse et en Autriche, pays qui ont tous deux dépassé le niveau de 2008. A titre d'exemple, la progression au Tyrol a été de 144% de 2005 à 2012. Zermatt, station alpine suisse favorite des Russes, enregistre près de 5 fois moins de nuitées russes en hiver que Mayrhofen/Hippach, station alpine autrichienne préférée de cette clientèle.

Les touristes russes ont des besoins et demandes spécifiques: 66% des nuitées recensées en Valais en 2011 proviennent de l'hôtellerie. Ils choisissent essentiellement des hôtels de 4 et 5 étoiles (73% des nuitées dans des établissements classés en Suisse en 2012). Environ 40% des nuitées en Valais sont générées au mois de janvier, période durant laquelle les Russes profitent de plus longues vacances, marquées par le Noël orthodoxe du 7 janvier. Ils font des séjours plus longs (3,5 nuits) que la moyenne (2,2). Les visiteurs russes sont très dépensiers, 250.- par jour contre 176.- en moyenne pour les autres touristes en Suisse. D'autre part, ils apprécient beaucoup les marques, exhibent volontiers leur richesse et sont très attentifs à la qualité du service. Leurs exigences ont augmenté parce qu'ils sont aujourd'hui bien mieux informés qu'il y a quelques années. Même si les tour-opérateurs jouissent encore d'une position prépondérante sur ce marché, les réservations individuelles (en ligne) sont en forte hausse. Internet se dévoile comme la source d'information prédominante, suivie des conseils des amis et de la famille. Ainsi Internet est devenu un canal de réservation incontournable, comme en témoigne le succès de booking.com en Russie.

L'expansion de la classe moyenne - supérieure russe offre une nouvelle opportunité sur ce marché. Alors qu'en 2006 seuls 5% des foyers russes disposaient des moyens de s'offrir une semaine de ski en Valais, selon nos estimations, depuis 2011, ils sont 18%. Dans le segment du luxe, l'optimisme règne: «THE WEALTH REPORT» prédit une augmentation de 76% du nombre des millionnaires russes de 2011 à 2016 contre 7% pour l'Europe occidentale.

L'essor économique est censé perdurer en Russie. A moins d'un événement d'une ampleur inattendue, la croissance soutenue du marché touristique émetteur devrait donc se prolonger ces prochaines années. Il est cependant primordial de disposer d'un marketing mix adapté à cette clientèle afin de les attirer en Valais.

Généralités

Potentiel

Saviez-vous que

- ... la Russie compte 141.9 millions d'habitants dont environ 14.7 millions ont voyagé à l'étranger en 2011 ?
- ... moins d'un cinquième de la population russe a déjà voyagé à l'étranger au moins une fois dans sa vie ?
- ... la croissance du marché émetteur russe est la plus forte d'Europe avec une croissance de 32% en 2012 ?

Destinations favorites

Saviez-vous que

- ... les vacances de ski représentent 4% du marché russe, dominé à 80% par les vacances balnéaires, principalement en Turquie, en Egypte et en Thaïlande ?
- ... le Valais est la région alpine suisse favorite des Russes d'après le nombre de nuitées hôtelières ?
- ... neuf stations alpines autrichiennes, italiennes et françaises comptabilisent plus de nuitées hôtelières russes en hiver que l'ensemble des stations valaisannes ?

Comportement en matière de voyages

Saviez-vous que

- ... les vacanciers russes qui choisissent la Suisse apprécient bien plus les établissements de luxe que la plupart des autres visiteurs (les hôtels de 4 et 5 étoiles représentent 73% des nuitées hôtelières russes dans des hôtels classés, alors que ce chiffre n'est que de 60% pour les Japonais et de 47% pour Allemands) ?
- ... l'effet de saisonnalité est bien plus fort en Valais que dans le reste de la Suisse avec près de 40% des nuitées russes générées en janvier dans notre canton ?
- ... les cinq principaux éléments recherchés par les vacanciers russes en Suisse sont la nature, un climat plaisant, la valeur de l'expérience vécue par rapport au prix, le confort et les conditions d'enneigement ?
- ... au-delà du rapport qualité/prix, les principales faiblesses de la Suisse, mises en évidence par les Russes, sont les heures d'ouverture des magasins, le manque de documentation en langue russe et la qualité de l'accueil ?

Caractéristiques-clés

Informations générales

Population et superficie

Avec 141.9 millions d'habitants, la Russie est le pays le plus peuplé d'Europe. C'est également le plus grand pays du monde avec une superficie équivalant à 414 fois la Suisse, traversé par 9 fuseaux horaires.

Religion et langue

La langue nationale officielle est le russe, langue maternelle de 80% de la population. Une multitude de cultures différentes cohabitent, réparties en près de 160 groupes ethniques distincts. Du point de vue religieux, les orthodoxes sont les plus nombreux, suivis par les musulmans.

Formalités d'entrée en Suisse

Un visa Schengen est nécessaire pour les résidents russes. Malgré de longues négociations avec l'Union Européenne en vue d'une simplification du régime des visas, il paraît très peu probable que les citoyens russes se voient octroyer un accès sans visa dans l'espace Schengen ces prochaines années.

Monnaie

La monnaie russe est le rouble (RUB). Le 20 mars 2013, 1 franc suisse valait 32,36 roubles. Depuis l'intervention de la BNS, le 6 septembre 2011, le rouble est resté plutôt stable face au franc suisse. Le cours du RUB a fluctué entre 35,87 peu après l'intervention de la BNS, le 26.09.2011, et 31,78 le 14.03.2012.

Indices économiques

La Russie est la 6^e puissance économique mondiale en se basant sur le PIB en parité de pouvoir d'achat. Sa croissance a été très soutenue depuis la crise de 1998, s'élevant en moyenne à près de 7% par an. Les matières premières représentent le moteur de l'économie russe. En effet, le pays est le plus grand producteur de pétrole et possède les plus grandes réserves de gaz naturel au monde. L'économie russe est donc très exposée à la conjoncture mondiale et a beaucoup souffert des effets de la crise de 2009 avant de rebondir avec vigueur.

Données et prévisions de croissance pour la Russie

							estimations		
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Taux de croissance (en % du PIB)	8,5	5,2	-7,8	4,5	4,3	3,4	3,4	3,8	3,7
PIB/habitant (PPP USD) (Suisse 2009 : 55'875 USD)	14'816	15'939	14'834	15'687	16'768	17'709	18'670	19'829	21'050
Taux d'inflation (en %)	9,0	14,1	11,7	6,9	8,4	5,1	6,9	6,2	6,0
Taux de chômage (en %)	6,1	6,4	8,4	7,5	6,6	6,0	5,5	5,5	5,5
Balance des comptes courants (en % du PIB)	5,9	6,2	4,1	4,6	5,2	4,0	2,5	1,6	0,9
Endettement (en % du PIB)	8,5	7,9	11,0	11,0	11,7	10,9	10,4	11,8	12,1

Sources : International Monetary Fund [IMF]. (2013). World economic outlook database.
En ligne <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2013/01/weodata/index.aspx>, consulté le 3 juin 2013

Caractéristiques-clés

Croissance économique des dernières années

Les Russes ont vu leur revenu disponible augmenter de près de 15% par an entre 2009 et 2011. Durant la même période, les dépenses touristiques à l'étranger augmentaient de 25% par an.

Alors que les principales économies des pays européens stagnaient en 2012, le PIB russe augmentait de 3,4%.

Le taux de chômage qui avait grimpé durant la crise de 2009 a retrouvé son niveau d'avant 2009, bien en dessous des taux des pays européens.

La Russie est le seul pays des BRICS disposant d'une classe moyenne-supérieure significative (plus de 10 millions de foyers avec un revenu annuel supérieur à 50'000 US\$ en parité de pouvoir d'achat).

Toutefois le taux d'inflation est élevé en Russie, avec un pic à 14,1% en 2008 notamment. Il devrait se stabiliser entre 6% et 7% ces trois prochaines années.

Conjoncture

La Russie bénéficie d'un développement économique hors du commun et tous les signaux permettent de penser que cette situation se maintiendra ces prochaines années avec des taux de croissance du PIB de 3% à 4%.

Pourtant le pays demeure très exposé à la conjoncture mondiale et aux fluctuations des marchés des matières premières, particulièrement du pétrole et du gaz. Le PIB a en effet chuté de 7,8% en 2009 avant de rebondir. Le gouvernement mise sur un baril à 125 US\$ pour équilibrer les dépenses de l'Etat. Selon l'ancien ministre russe des finances, Alexei Kudrin, si le prix du baril descend en dessous de 80 US\$, alors le déficit russe pourrait passer à plus de 3% du PIB. Dans ce cas, le pays risquerait une baisse de la note de sa dette souveraine et devrait ralentir ses investissements, donc sa croissance.

La Russie est entrée à l'OMC en 2012. Par conséquent l'économie russe devrait s'ouvrir de plus en plus aux pays étrangers ces prochaines années et se diversifier afin de réduire son exposition aux marchés mondiaux des matières premières.

Perspectives pour le Valais

Croissance du marché touristique émetteur russe et potentiel

La croissance du marché russe est impressionnante. Aucun marché européen ne progresse à un rythme aussi soutenu. Les touristes russes ont dépensé 32% de plus à l'étranger en 2012 que l'année précédente.

Les perspectives économiques favorables, détaillées à la page précédente, laissent présager une croissance soutenue et prolongée du marché russe ces prochaines années, sauf événement exceptionnel.

La Russie s'est hissée en 2012 au 5^e rang du classement des plus grands marchés touristiques émetteurs au monde. Depuis 2010, elle a dépassé le Japon, l'Italie, le Canada et même la France. Depuis 2005, la taille du marché russe a plus que doublé (+147%). Seuls la Chine et le Brésil ont fait mieux. En moyenne annuelle, le taux de croissance du marché russe se situait à 14% de 2005 à 2012, et ce, malgré la crise de 2009.

Selon les chiffres de 2011, la Russie est le 10^e marché le plus important pour le Valais. Ce marché représente 1,2% de l'ensemble des nuitées recensées dans les hôtels, chalets et appartements valaisans. En 2005, il ne pesait que 0,7%. Les perspectives de croissance économique étant positives, la Russie pourrait peser 2% du total des nuitées en 2016. Cette estimation se base sur une croissance annuelle moyenne de 12% des nuitées russes alors que les marchés principaux stagnent. Avec une croissance annuelle de 5%, soit la moyenne pour le Valais depuis 2005, la Russie pourrait représenter 1,4% de l'ensemble des nuitées en 2016. Notons qu'en 2012, alors que les chiffres de la parahôtellerie ne sont pas encore disponibles, les nuitées hôtelières russes représentaient 1,9% de l'ensemble des nuitées en Valais.

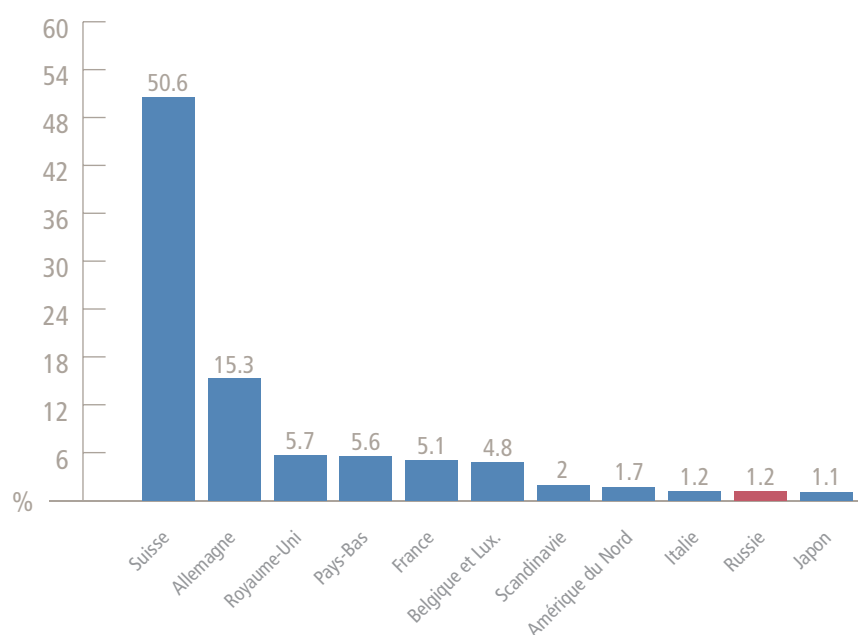
Les 15 plus grands marchés émetteurs en termes de dépenses des touristes à l'étranger (en milliard de US\$)

Pays	Dépenses 2012	Croissance entre 2005 et 2012
1 Chine	102,0	+368%
2 Allemagne	83,8	+13%
3 USA	83,7	+20%
4 Royaume-Uni	52,3	-12%
5 Russie	42,8	+147%
6 France	38,1	+20%
7 Canada	35,2	+96%
8 Japon	28,1	+3%
9 Australie	27,6	+144%
10 Italie	26,2	+17%
11 Singapour	22,4	+121%
12 Brésil	22,2	+372%
13 Belgique	21,7	+45%
14 Hong Kong	20,5	+54%
15 Pays-Bas	20,2	+25%

Source : World Tourism Organization [UNWTO]. (2013)

Perspectives pour le Valais

Provenance des nuitées en Valais en 2011 (Hôtellerie, chalets & appartements)



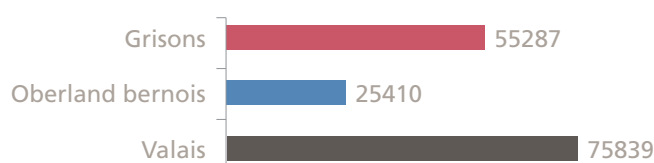
Source : Observatoire Valaisan du Tourisme, (2013).



Comparaison avec nos concurrents de l'arc alpin

Comparaison avec les grandes régions alpines suisses

Le Valais est la région alpine suisse comptabilisant le plus de nuitées hôtelières russes. Notre canton pèse 14% de l'ensemble des nuitées russes en Suisse. Cependant, de 2005 à 2012, la croissance annuelle moyenne était légèrement plus forte dans les Grisons (+8%) et dans l'Oberland bernois (+7%) qu'en Valais (+5%).

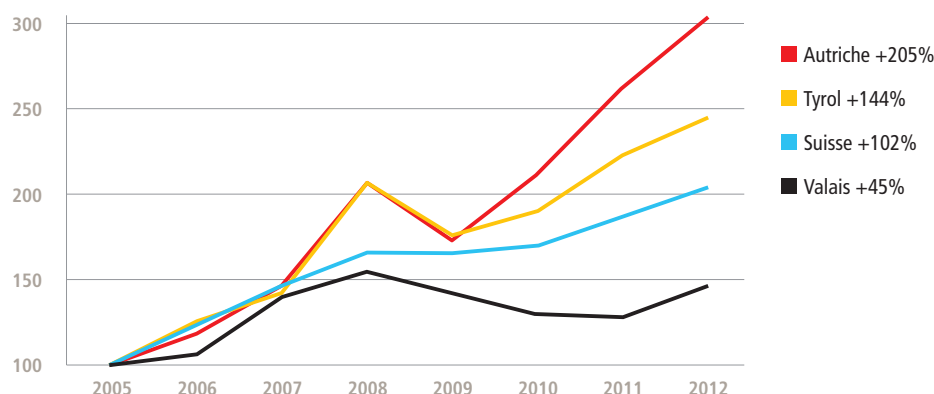


Source : Office Fédéral de la Statistique [OFS]. (2013)
Statistique de l'hébergement HESTA.

Comparaison avec les concurrents alpins étrangers

Depuis 2005, la croissance a été beaucoup plus forte en Autriche qu'en Suisse. Le Tyrol a vu le nombre des nuitées hôtelières russes augmenter presque au même rythme que la croissance globale du marché émetteur (+144%). L'Autriche affiche une augmentation impressionnante, puisqu'elle s'élève à +205%. L'évolution en Suisse a été moins forte, mais tout de même soutenue (+102%). Enfin, le Valais n'a comparativement que très peu profité de la croissance du marché émetteur russe (+45% en sept ans). Côté français, la croissance annuelle moyenne pour la région Savoie Mont Blanc a été de 8% entre les saisons d'hiver 2005/06 et 2011/2012, contre 5% seulement pour le Valais.

Indice de l'évolution du nombre des nuitées hôtelières en Valais, en Suisse, en Autriche et au Tyrol (2005 = 100)



Comparaison avec nos concurrents de l'arc alpin

Comparaison entre stations alpines


















Les stations autrichiennes, italiennes et françaises dominent le classement du nombre de nuitées hôtelières russes en hiver. Seules St. Moritz et Zermatt se classent dans le top 20. Pour les autres, le fossé est grand. Loèche-les-Bains et Verbier sont les seules stations valaisannes également présentes dans le top 50.

Il convient néanmoins de relever une particularité importante de Mayrhofen/Hippach. Le mois de janvier représente traditionnellement un pic dans la fréquentation des stations alpines par les Russes, toutefois force est de constater que Mayrhofen/Hippach attire également beaucoup de Russes en février. Alors qu'à Zermatt, le nombre de nuitées russes baisse de 74% en février par rapport à janvier, il ne baisse que de 35% à Mayrhofen. C'est la seule station qui jouit d'une telle répartition des nuitées russes durant les mois d'hiver.

Si toutes les destinations valaisannes étaient réunies pour n'en faire qu'une, le Valais pointerait tout juste au 10^e rang avec 54'399 nuitées cumulées durant les mois de décembre 2011 à avril 2012.

Les chiffres de la parahôtellerie ne sont pas pris en compte dans ce top 50, mais comme les Russes privilégient l'hôtellerie, ce classement reste un excellent indicateur.

Les 50 stations alpines favorites des Russes en hiver (nuitées hôtelières de décembre 2011 à avril 2012)

	1. Mayrhofen/Hippach	149'015
	2. Sölden	116'002
	3. Valle di Fassa	101'829
	4. Zell am See/Kaprun	79'647
	5. Val Gardena/Gröden	78'968
	6. Meribel	74'991
	7. Courchevel	68'082
	8. Les Arcs	67'508
	9. Ischgl	65'589
	10. Val Thorens	50'880
	16. Engadin St. Moritz	36'134
	19. Zermatt	34'227
	39. Davos/Klosters	7'285
	45. Leukerbad	6'209
	47. Grindelwald	5'105
	49. Gstaad	4'808
	50. Verbier	4'428

Source : Roman Tyulyakov/PROALPS. (2012)

Comportement en matière de voyages

Destinations favorites

Le cabinet d'analyse Roland Berger (2013) distingue trois grandes catégories pour le tourisme émetteur russe : plage, villes&culture, ski. La Turquie, l'Egypte et la Thaïlande, pays proposant des régimes de visa très souples pour les Russes, sont clairement les destinations favorites pour le segment plage. L'Europe occidentale vient en tête pour les voyages orientés villes et culture. Enfin, représentant environ 4% du marché, le ski est dominé par les grands pays alpins que sont l'Autriche, la Suisse et la France. Notez que ces chiffres proviennent d'interviews avec des professionnels du tourisme et ne sont pas issus de statistiques officielles.

Segmentation du marché selon orientation

80% Plage	15% Villes & Culture	4% Ski
1 Turquie	1 Italie	1 Autriche
2 Egypte	2 France	2 Suisse
3 Thaïlande	3 Allemagne	3 France
4 Espagne	4 Rép. tchèque	

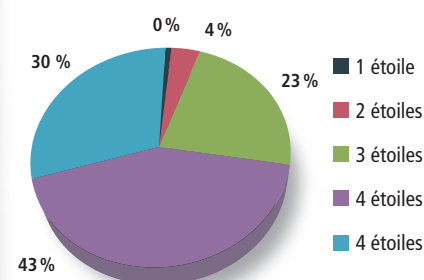
Sources : Entretiens avec des professionnels du tourisme, analyses de Roland Berger, reprises par Atout France. (2013)

Type d'hébergement

En Valais, les Russes logent essentiellement dans les hôtels. Cependant, nous constatons une diminution de l'importance de l'hôtellerie par rapport à la parahôtellerie. En 2005, l'hôtellerie enregistrait 75% de toutes les nuitées russes en Valais, 81% au Tyrol. Ce pourcentage tombait respectivement à 66% et 67% en 2011.

En Suisse, les touristes russes privilégient très nettement les hôtels de 4 ou 5 étoiles. Ce choix est bien plus marqué chez les Russes que chez les touristes d'autres nationalités (73% des nuitées russes dans des hôtels suisses classés ont été comptabilisées dans des 4 ou 5 étoiles contre 60% pour les Japonais et 47% pour les Allemands par exemple). De plus, la proportion des nuitées dans des 4 ou 5 étoiles est plus forte en Suisse qu'en Autriche, où seuls 62% des Russes logeant en hôtellerie choisissent ce genre d'établissements. Enfin, le segment des 3 étoiles représente 29% des nuitées russes en Autriche contre 23% en Suisse. Le graphique ci-contre ne prend en compte que les nuitées dans des hôtels classés.

Choix du type d'hôtel en Suisse en 2012



Comportement en matière de voyages

Régions de provenance des touristes russes en Suisse

La majorité des touristes russes choisissant la Suisse viennent de Moscou, alors même que la capitale ne représente que 8,1% de la population totale. De grandes inégalités entre régions riches et pauvres expliquent cette concentration. Saint-Pétersbourg est également un marché très important, représentant 20,4% des visiteurs. Viennent ensuite les régions très développées de Nijni Novgorod et Samara. Les grandes villes de l'Oural comme Ekaterinbourg ou Perm ont été regroupées et pèsent 8% du total. Le reste de la Russie avec les grandes villes de Sibérie telles que Novosibirsk ou Omsk ne représente que 8,8% des touristes venant en Suisse.

1. Moscou	54.9 %
2. Saint-Pétersbourg	20.4 %
3. Nijni Novgorod	4.4 %
4. Samara	3.5 %
5. Ekaterinbourg, Perm, Tymen, Ufa, Chelyabinsk	8 %
6. Reste de la Russie	8.8 %

Source: Tourism Monitor Switzerland. (2010) / Switzerland Tourism. (2011)

Dépenses journalières en Suisse

Les dépenses journalières des Russes sont bien plus élevées (CHF 250.-) que la moyenne (CHF 176.-) et que les dépenses des visiteurs de nos principaux marchés. De plus, les Russes font généralement de plus longs séjours. Leurs dépenses sont donc étalées sur une longue durée et ils font appel à un large éventail de services dans une destination. Les Chinois, par exemple, sont connus pour ne faire que de brefs séjours en Suisse durant lesquels l'achat d'articles de luxe fait augmenter fortement la moyenne des dépenses journalières. La somme des dépenses des touristes russes à la fin de leur séjour est donc certainement parmi les plus élevées.

Dépenses journalières des touristes en Suisse (2010)

Japon	400.-
Chine	350.-
Russie	250.-
Royaume-Uni	220.-
Suisse	170.-
France	160.-
Allemagne	150.-
Pays-Bas	130.-
Moyenne	176.-

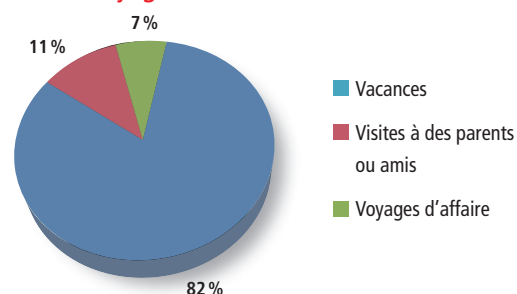
Source: Tourism Monitor Switzerland (2010) / Switzerland Tourism (2011)

Comportement en matière de voyages

Intensité et motifs en matière de voyages

En 2011, l'intensité nette en matière de voyages à l'étranger des Russes (nombre de voyages par rapport au nombre d'habitants) se montait à 20% dans la tranche d'âge des plus de 15 ans. Les vacances sont la raison première de 82% des voyages de Russes dans le monde, suivies par les visites à des parents et amis (11%) et les voyages d'affaires (7%).

Motifs de voyages 2011

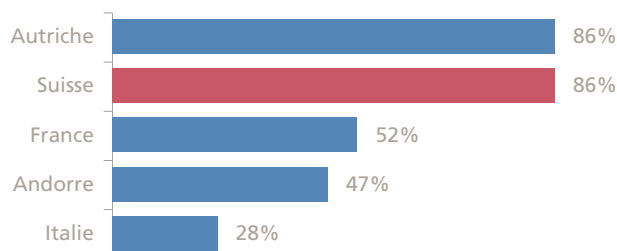


Sources : Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (2013)

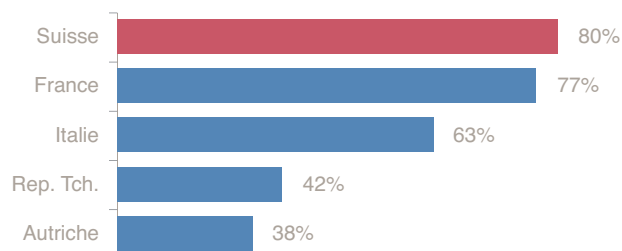
Image de la Suisse auprès des Russes

La Suisse jouit d'une excellente image en Russie comme destination de ski et dans le secteur spa/bien-être selon une étude menée par Roland Berger (2013) sur un échantillon de 420 Russes faisant partie de la classe moyenne-supérieure. D'après cette enquête, la Suisse arrive en tête, à égalité avec l'Autriche pour le ski, et devant la France pour le spa / bien-être. Ces chiffres soutiennent l'hypothèse que la croissance plus forte des nuitées en Autriche n'est pas une question de déficit d'image. Une étude consommateurs faite pour Atout France formulait la question de la manière suivante : « Veuillez prioriser vos choix de destination en fonction de l'objectif du voyage : plage/ski/visites/spa et bien-être. »

Ski



SPA / Bien-être



Comportement en matière de voyages

Types de réservations privilégiés

Tandis que les tour-opérateurs jouissaient historiquement d'une position dominante en Russie, ils perdent dorénavant de substantielles parts de marché. Nous ne disposons pas de chiffres précis, mais Roman Tyulyakov (www.proalps.ru) souligne que cette tendance est nette selon les déclarations aux ambassades françaises, italiennes et autrichiennes. Alors qu'auparavant la répartition des demandes de visa était d'environ de 70% pour les voyages organisés et de 30% pour les voyages individuels, elle serait aujourd'hui équilibrée. Ce rapport se serait même inversé pour certaines destinations. Selon un sondage d'Atout France (2013), 67% des Russes appartenant à la classe moyenne-supérieure organisent leur séjour via une agence de voyage. Par contre, d'après Österreich Werbung (2013), la majorité des réservations en Autriche sont dorénavant effectuées de manière individuelle. Ces dernières sont plus fréquentes chez les habitants de grandes villes comme Moscou et Saint-Petersbourg que chez les personnes issues de la province. A ce propos, il faut mettre en évidence deux aspects : d'une part les Russes gagnent en expérience et prennent l'habitude de voyager individuellement, de l'autre, les formalités pour les demandes de visa ont été facilitées. De nouveaux centres ont été ouverts, certains pays émettent des visas de longue durée avec entrées multiples et la Suisse, par exemple, accorde des visas touristiques dans 15 villes russes en trois jours. Notez que deux éléments clés sont valorisés lors de la réservation du voyage : la crédibilité du prestataire de services et le confort de la réservation.

Les réservations en ligne sont plus faibles en Russie que dans les autres BRICS. Elles gagnent néanmoins en importance. Travelmenu estime que sur les 41,2 milliards de dollars que le marché russe devrait peser en 2015, 21% proviendrait de ventes en ligne contre 10% en 2011.



Les sites russes importants de réservations en ligne

Booking.com est très populaire en Russie. D'autres sites internationaux connus disposent aussi d'une version russe comme Tripadvisor.com, Kayak.com ou Agoda.com. www.myswitzerland.ru, portail de Suisse Tourisme en russe, propose les meilleures offres des tour-opérateurs, cependant la section de réservation directe n'est disponible qu'en anglais. A côté des sites internationaux, les Russes utilisent également des sites locaux dont les plus importants sont Anywayanyday.com, Ostrovok.ru, Oktogo.ru, Travelmenu.ru et mail.ru.

Les tour-opérateurs importants

Il existe une multitude de tour-opérateurs en Russie, dont les huit plus grands se partagent 70% du marché. Parmi ceux-ci, seuls trois offrent des vacances de ski : Tez Tour, Tui et Natalie Tours. Alors que l'Autriche et l'Italie se trouvent dans le catalogue de ces trois tour-opérateurs, aucune offre pour la Suisse sur leurs sites internet.

Comportement en matière de voyages

Actions de Suisse Tourisme

Comme chaque année, Suisse Tourisme invite les tour-opérateurs et journalistes à Moscou et à Saint-Petersbourg. Ces événements se déroulent en septembre et il est nécessaire de s'y inscrire. Ces journées permettent de présenter l'offre d'hiver et donne l'occasion aux offices du tourisme des villes et stations suisses ainsi qu'aux représentants d'hôtels, chalets et appartements de rencontrer les tour-opérateurs lors de workshops.

Au travers des événements de Matterhorn Region

Deux événements sont prévus pour les destinations valaisannes faisant partie de Matterhorn Region (Crans-Montana, Loèche-les-Bains, Saas-Fee, Verbier et Zermatt) :

Cette année en juillet, 25 tour-opérateurs ont été invités en Valais afin de découvrir la région et ses offres. La journée de workshops a permis à trois prestataires par destination de rencontrer les agences. Chaque destination choisit sa délégation. Cet événement, reconduit chaque année, a eu lieu à Zermatt en 2013, après Verbier en 2012.

Du 1^{er} au 4 octobre, Matterhorn Region a organisé une réception à l'attention des meilleurs journalistes et tour-opérateurs à Moscou et à Saint-Petersbourg, après Kiev en Ukraine à la fin septembre. C'était l'occasion de lancer la saison d'hiver et de présenter les offres valaisannes présentées par un délégué par destination. Ces journées ont aussi permis de rendre visite aux agences chez elles afin de soigner les contacts et d'informer directement les personnes responsables des ventes.

Rencontres individuelles

Voici l'avis de Julien de Preux des Crans Luxury Lodges à Crans-Montana « Pour les tour-opérateurs russes, les contacts personnels sont essentiels. Ils ont besoin de « toucher », de connaître un produit et tout particulièrement la personne qui le représente ! Le succès d'une relation commerciale avec ce marché passe par l'affectif ».

C'est la raison pour laquelle, d'après Julien de Preux, il est judicieux d'aller leur rendre visite dans leurs bureaux en parallèle aux différents événements organisés pour eux par Suisse Tourisme. Ceci permet de développer une relation plus personnelle et individuelle dans le but de promouvoir une offre le plus efficacement possible.

Une partie de la stratégie de communication des Crans Luxury Lodges réside donc dans l'organisation de voyages de promotion sur le marché émetteur. De plus, M. de Preux ajoute que « la visibilité, le renom et l'image d'une destination telle que Crans-Montana, est primordiale quant au succès d'un établissement hôtelier en Russie. Effectivement, le touriste russe aime se sentir valorisé et préfère se rendre dans des destinations connues ! C'est pourquoi, il est important que les différents acteurs d'une destination s'unissent afin de créer une force de vente globale qui met en avant, non seulement leur produit, mais également l'image de leur destination ! »

Par conséquent, les Crans Luxury Lodges cherchent à organiser des voyages de promotion en commun avec d'autres hôteliers de Crans-Montana. « En venant à plusieurs, nous pouvons nous répartir les agences et ainsi en voir le plus possible. Chacun de nous fait la promotion de Crans-Montana, de son offre et de celle des autres participants. Cela nous permet d'être efficaces. » Cet exemple fait figure de bonne pratique autant pour la promotion de toute la station sur le marché russe que pour les acteurs directement impliqués.

Comportement en matière de voyages

Sources d'information influençant le choix des visiteurs

Internet et les recommandations des amis et de la famille sont les sources d'information qui influencent le plus les visiteurs russes. Les autres sources d'information importantes sont les agents de voyage, les brochures des tour-opérateurs ainsi que les guides de voyage.

www.myswitzerland.ru rencontre un grand succès. Un tiers des Russes séjournant en Suisse seraient influencés par cette version russophone du portail de Suisse Tourisme selon le monitoring du tourisme effectué en 2010.

Peu de Russes parlent bien l'anglais. Même si le niveau linguistique augmente chez les jeunes, bien plus ouverts sur l'étranger que leurs aînés, un site internet et des informations en russe représentent un avantage certain. Les réservations individuelles en ligne progressent rapidement. Sachant que la fiabilité du prestataire de service et le confort de la réservation sont les deux critères essentiels pour les réservations en ligne, offrir des explications claires en russe peut jouer un rôle primordial dans le choix d'une destination ou d'un hébergement.

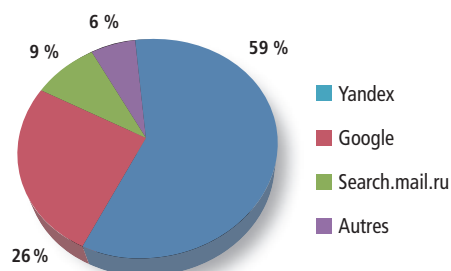
Promotion sur l'internet russe, quels sont les sites ciblés ?

Google et Facebook ne sont de loin pas les sites les plus consultés en Russie. Si vous désirez optimiser votre communication auprès de la clientèle russe, Yandex est le moteur de recherche incontournable. En effet, 59% des recherches en 2012 ont été lancées sur Yandex, contre 26% pour Google. De la même manière que sur Google avec les AdWords, il est possible « d'acheter » des mots clés sur Yandex afin de figurer plus haut dans les recherches. Disposer d'un site en russe permet donc d'apparaître dans les recherches effectuées dans cette langue.

Les Russes sont les plus grands utilisateurs de réseaux sociaux au monde. Avec 43,9 millions d'utilisateurs actifs en décembre 2012, Vk.com est le réseau social le plus utilisé, suivi par Odnoklassniki (35,7mio). Facebook apparaît bien plus loin dans le classement avec 14,7 millions d'utilisateurs actifs, dont seulement 0,7 n'étaient pas présents sur au moins un des deux autres grands réseaux favoris des Russes.

Selon les chiffres de février 2013, même si Yandex est le moteur de recherche le plus utilisé et Vk le premier réseau social, ce sont les sites du groupe mail.ru qui ont comptabilisé le plus d'heures passées en ligne par les internautes.

Parts de marchés des moteurs de recherche en Russie (avril 2012)



Source : Liveinternet.ru statistics. (2012)



Comportement en matière de voyages

Autres particularités significatives des touristes russes

Le dernier « Tourism Monitor » réalisé en 2010 par Suisse Tourisme nous renseigne sur les caractéristiques des touristes étrangers en Suisse. Cette enquête effectuée par courriel, avec un échantillon de 9168 touristes ayant visité la Suisse, nous permet de cerner leurs habitudes. 149 Russes sont représentés dans cette étude, cet échantillon n'est donc pas représentatif, mais donne un aperçu des caractéristiques principales des touristes russes.

Activités favorites

Sports en été

1 Marche, de moins de 2 heures
2 Course à pied / jogging
3 Randonnées (de plus de 2 jours)
4 Escalade
5 Marche, de plus de 2 heures

Autres activités en été

1 Visites « histoire et culture »
2 Attractions naturelles
3 Cuisine régionale
4 Excursions en bateau
5 Excursions dans une autre destination

Sports en hiver

1 Marche, de moins de 2 heures
2 Ski
3 Marche, de plus de 2 heures
4 Activités aquatiques
5 Freeride

Autres activités en hiver

1 Cuisine régionale
2 Gastronomie
3 Shopping
4 Visites « histoire et culture »
5 Attractions naturelles

Comportement en matière de voyages

Besoins et attentes

Comprendre les principaux aspects recherchés par les touristes permet d'adapter l'offre et d'optimiser la communication. Voici les cinq besoins mis en évidence par les touristes russes interrogés :

- 1. Nature :** La beauté du paysage est le facteur premier pour les Russes.
- 2. Climat plaisant :** Alors que ce n'est que le 7^e point le plus important pour les autres touristes, les Russes veulent profiter de leurs vacances dans un climat agréable. Ils ne voient que peu le soleil et font face à des températures glaciales l'hiver dans leur pays, c'est la raison pour laquelle ils accordent une grande importance au climat de la destination.
- 3. Valeur de l'expérience par rapport au prix :** Comme pour les autres touristes, cet aspect est primordial.
- 4. Confort :** Les Russes privilégient beaucoup plus cet élément que les autres touristes pour qui le confort n'arrive qu'au 20^e rang du classement consacré à leurs besoins.
- 5. Conditions de neige :** Alors que ce point est le plus important pour les autres touristes, il a son importance pour les Russes, mais de manière beaucoup moins prononcée.



Potentiel des groupes-cibles

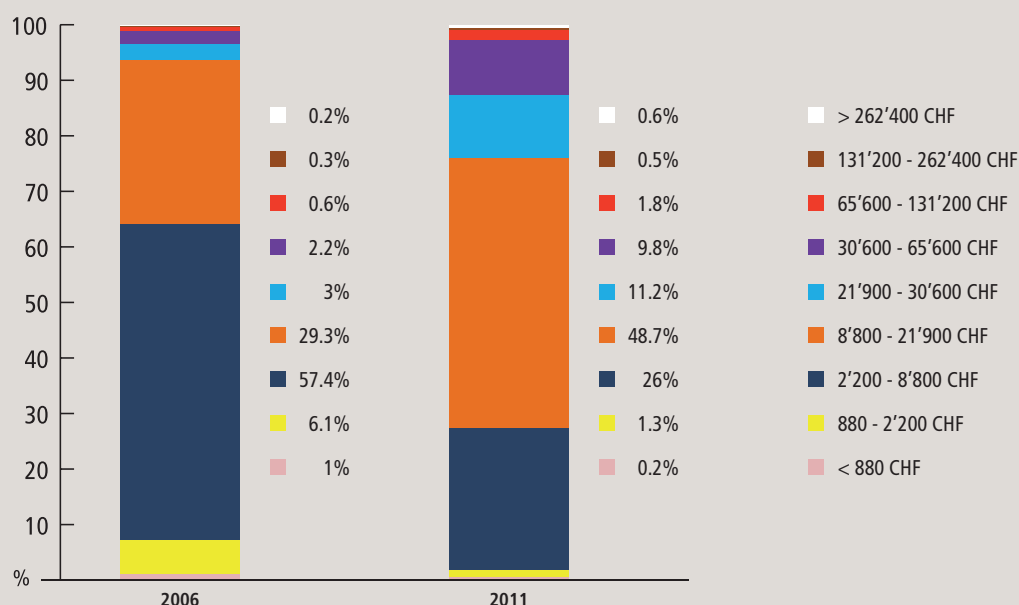
Alors qu'une partie des Russes riches a déjà pris l'habitude de venir en vacances dans les Alpes, la classe moyenne-supérieure se développe et représente une nouvelle clientèle pour les destinations alpines. Nous avons évalué le potentiel de ces deux groupes-cibles, le voici :

Classe moyenne-supérieure

La classe moyenne russe a considérablement augmenté depuis 2006 grâce à la croissance économique du pays. Se basant sur l'analyse de Roland Berger (2013), nous avons estimé le nombre de Russes de la classe moyenne qui peut dorénavant se permettre des vacances de ski en Valais. Budget minimum déterminé : 4000.- CHF pour un couple, qui permet de payer le voyage depuis la Russie, de skier et de vivre durant une semaine à Nendaz, selon l'offre d'un tour-opérateur trouvé sur www.myswitzerland.ru (hébergement de 7 nuits dans un hôtel 3 étoiles). Sachant que les dépenses touristiques représenteraient 15% du revenu annuel disponible d'un foyer selon Russian Agency, le revenu annuel minimal serait de 26'600 CHF pour se permettre une semaine de ski en Valais.

- Près de 18% de la population russe pouvait se permettre ce séjour en 2011 contre environ 5% en 2006.
- La croissance économique a fortement profité à la classe moyenne. Les tranches de revenu permettant un voyage en Suisse (à partir du bleu clair sur le graphique ci-contre) ont toutes progressé. La pauvreté a largement diminué.
- Depuis 2011, 8,8 millions de foyer de la classe moyenne russe, soit 23,2 millions de personnes, ont les moyens de s'offrir un voyage forfaitaire de gamme moyenne en Europe (budget total entre 4000.- et 12'000.- CHF pour un couple, séjour de 7 jours en hôtel 4 étoiles). Nous avons trouvé des offres équivalentes pour la Suisse.

Evolution du revenu annuel disponible des foyers russes



Potentiel des groupes-cibles

Segment du luxe et ultra-riches

- Moscou est la ville abritant le plus de milliardaires au monde. De plus, le nombre de millionnaires russes devrait augmenter fortement, +76% entre 2011 et 2016 selon «THE WEALTH REPORT 2012». Les estimations pour l'Europe occidentale sont de +7% et pour la Suisse de +9%.
- Selon Visit Britain, pour les Russes cherchant le luxe en voyage, les besoins principaux sont le repos et la détente, l'immersion dans un monde de beauté, les émotions fortes et les moments inoubliables.











Statistiques touristiques de référence

Croissance des nuitées russes en Valais









- La Russie est un des marchés à forte croissance pour le Valais. Alors que depuis 2005 tous nos marchés principaux perdent des nuitées, la Russie a fortement augmenté les siennes (+46%). Seule la Scandinavie parmi nos 11 marchés principaux jouit également d'une croissance soutenue (+32,3% sur la même période).
- Concernant 2012, les seuls chiffres disponibles au moment de l'analyse étaient ceux de l'hôtellerie. Force est de constater que la Russie a connu une croissance bien plus forte que nos marchés principaux. Avec +14% en 2012, elle génère dorénavant plus de nuitées hôtelières que l'Italie. Notons que la Scandinavie a progressé de 8%, l'Amérique du nord de 3%, alors que le Japon enregistre un recul de 7%.
- Les perspectives économiques beaucoup plus favorables pour la Russie que pour les pays de l'Union Européenne permettent d'imaginer que la croissance du marché russe devrait se poursuivre à un rythme plus soutenu que celle de nos principaux marchés. Le poids de la Russie dans l'ensemble des nuitées est en augmentation et cette tendance a de bonnes chances de se poursuivre.

Evolution des nuitées commerciales de 2005 à 2011 en Valais (%) et parts du total des nuitées

	Evolu- tion	Parts 2005	Parts 2011
 Russie	+46%	0.7%	1.2%
 France	-1%	4.5%	5.1%
 Royaume-Uni	-5%	5.5%	5.7%
 Suisse	-6%	49.3%	50.6%
 Pays-Bas	-14%	6%	5.6%
 Belgique	-20%	5.1%	4.5%
 Italie	-22%	1.4%	1.2%
 Allemagne	-26%	18.8%	15.3%

Source : Observatoire Valaisan du Tourisme (2013)

Evolution du nombre de nuitées hôtelières de 2011 à 2012 en Valais

	Evolu- tion	Parts 2011	Parts 2012
 Russie	+14%	1.6%	1.9%
 Belgique	+7%	4.1%	4.5%
 Suisse	+4%	50.5%	53.6%
 Italie	-10%	1.6%	1.5%
 France	-10%	5.5%	5%
 Royaume-Uni	-13%	6.6%	5.9%
 Pays-Bas	-16%	2.9%	2.5%
 Allemagne	-18%	13%	10.9%

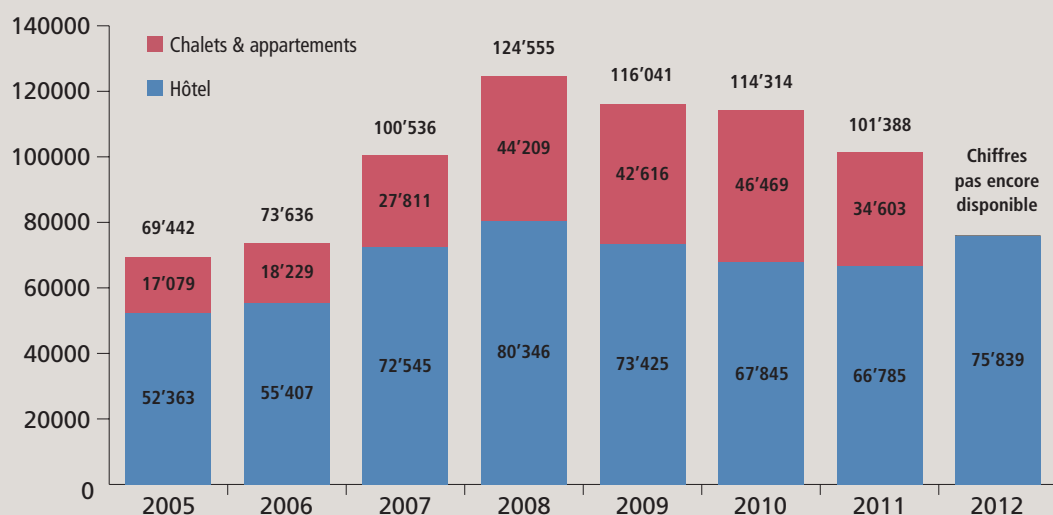
Source : OFS HESTA (2013)

Statistiques touristiques de référence

Evolution des nuitées russes en Valais

Les nuitées hôtelières ont augmenté de 45% entre 2005 et 2012. Cette évolution a toutefois été marquée par un pic en 2008 avant que les effets de la crise ne se fassent ressentir. Ces dernières années, les deux tiers des nuitées russes ont été générées par l'hôtellerie. L'année 2012 semble amorcer une reprise. Rappelez-vous que même si le Valais n'a pas renoué avec les chiffres record d'avant la crise sur le marché russe, la Suisse et surtout l'Autriche et le Tyrol enregistrent des chiffres bien supérieurs à ceux de 2008 (voir « Comparaison avec nos concurrents »).

Evolution du nombre de nuitées russes en Valais entre 2005 et 2012



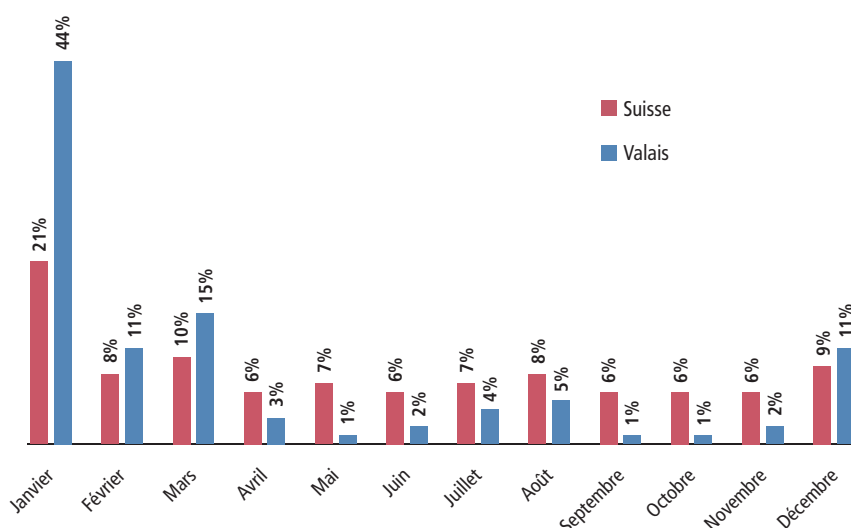
Statistiques touristiques de référence

Saisonnalité

L'effet de saisonnalité est très fort chez les touristes russes en Valais. Le mois de janvier génère plus ou moins 44% des nuitées selon les années. Mars est le deuxième mois avec la plus grande affluence, cependant très loin derrière janvier. Les Russes profitent de vacances durant ces périodes, dont les détails sont expliqués dans la partie « particularités culturelles et conseils pratiques ». Toutefois une tendance récente n'apparaît pas dans le graphique ci-contre. En effet, les nuitées en juillet et août ont fortement augmenté depuis 2010 en Valais. Ces mois ont comptabilisé chacun 7% du total des nuitées en 2012, réduisant ainsi l'importance de janvier à 36%. Même si l'hiver demeure la saison la plus importante, la croissance de la demande estivale est particulièrement forte.

Répartition des nuitées hôtelières russes par mois

(%, moyenne de 2005 à 2011)



Durée moyenne de séjour

En 2012, les touristes russes ont passé en moyenne 3,5 nuits dans les hôtels valaisans et 2,8 dans les hôtels suisses. Ces chiffres sont bien supérieurs à la moyenne de 2,2 nuits en Valais pour l'ensemble des touristes, toutes nationalités confondues.

Le tableau ci-contre présente une comparaison de la durée moyenne de séjour durant la saison d'hiver 2011 / 12. Selon ces chiffres, les Russes restent moins longtemps dans les stations suisses que dans les autres destinations alpines. La durée de séjour s'élevait à 7,1 nuits en moyenne dans les 50 stations alpines les plus populaires auprès des Russes. Seule Zermatt est au même niveau.

Durée moyenne de séjour des touristes russes dans les Alpes, de décembre 2011 à avril 2012

Benchmark, moyenne pour les 50 stations alpines les plus populaires chez les Russes	7.1
Verbier	5.8
Davos / Klosters	5.6
Leukerbad	3.8
Zermatt	7.1
Engadin St. Moritz	6.7

Source : Roman Tyulyakov / PROALPS (2012)

Statistiques touristiques de référence

Top 10 des destinations en Suisse et en Valais

Zermatt est la première destination alpine suisse chez les Russes. Zürich et Genève génèrent beaucoup plus de nuitées et comptent certainement en partie sur l'apport du tourisme d'affaires. Concernant le Valais uniquement, peu de destinations attirent un nombre significatif de Russes. En effet, Zermatt compte pour 52% de toutes les nuitées hôtelières et les 5 stations de Matterhorn Region se partagent 89% du total. Les Russes sont très présents à Loèche-les-Bains où ils représentent 4,5% des nuitées hôtelières, ils pèsent 5,6% des nuitées hôtelières à Verbier, mais ce chiffre est à relativiser vu la faible importance de l'hôtellerie dans la station bagnarde. Martigny fait figure de surprise avec plus de 4'000 nuitées russes, soit 5% de toutes les nuitées dans la ville d'Octodure. Il n'existe malheureusement aucune explication à ce phénomène.

Top 10 des destinations suisses chez les Russes, selon les nuitées hôtelières 2012

Zürich	89'254
Genève	88'281
Zermatt	38'369
St. Moritz	32'247
Montreux	22'879
Lausanne	20'467
Bad Ragaz	16'498
Lucerne	13'604
Lugano	12'853
Bâle	12'822
Autres	214'216

Source : OFS HESTA (2013)

Top 10 des destinations valaisannes chez les Russes, selon les nuitées hôtelières 2012 et part des Russes (%)

Zermatt, Täsch, Randa	39'060	2.9%
Leukerbad	10'960	4.5%
Bagnes (Verbier)	6'661	5.6%
Saas-Fee	6'087	1.8%
Crans-Montana (6 communes)	4'741	2.0%
Martigny	4'459	5.0%
Champéry	869	1.7%
Leytron (Ovronnaz)	550	0.6%
Fiesch	462	1.2%
Brig-Glis	265	0.2%
Autres	1'768	0.1%

Source : OFS HESTA (2013)

Commentaires de professionnels du tourisme

Bruno Huggler, responsable des marchés, Valais/Wallis Promotion

« Le marché russe se porte bien. Même si l'hiver reste de loin la saison la plus importante, nous constatons une augmentation très forte de la demande en été. Alors que le marché était marqué par la position incontournable des tour-opérateurs, les réservations individuelles sont maintenant en forte augmentation. Deux raisons principales à ce phénomène : d'une part, les procédures pour l'obtention d'un visa sont facilitées, de l'autre, les visiteurs russes prennent l'habitude de voyager et sont mieux informés qu'auparavant. Bien que la région de Moscou joue un rôle primordial, les autres régions sont sources de croissance et nous cherchons à y promouvoir le Valais. Par ailleurs, l'internet s'affirme de plus en plus comme un canal de réservation et un vecteur d'information important pour les touristes russes. »

Julien de Preux, directeur et fondateur des Crans Luxury Lodges à Crans-Montana, chalets de luxe avec service hôtelier

« On est bien loin du cliché des nouveaux riches, aujourd'hui nos clients russes cherchent avant tout la qualité dans la plus large acceptation du terme. Si un établissement hôtelier veut convenir à cette clientèle devenue incontournable, il doit optimiser non seulement la qualité de son produit, mais également chercher à offrir un service irréprochable. C'est à ces deux conditions que le touriste russe, au départ simple client, se transforme en ambassadeur ! Effectivement, une fois comblé, le touriste russe aura tendance à dépenser plus, sans égard pour le prix, il parlera de son expérience à ces amis et la recommandera, il fera également une promotion active sur internet ainsi que sur ses réseaux sociaux. Plus besoin de débloquer des budgets marketing mirobolants, si votre propre client fait ce travail pour vous ! »

David Kestens, directeur marketing, Loèche-les-Bains Tourisme

« Nous traitons le marché russe depuis 2002 avec succès. En effet, les Russes représentent 21% des nuitées hôtelières étrangères dans les hôtels de Loèche-les-Bains, ce qui en fait la première nationalité après les Suisses et devant les Allemands. Nous constatons une forte augmentation dans la parahôtellerie qui gagne en importance alors qu'auparavant les Russes privilégiaient fortement l'hôtellerie. L'été à la montagne attire de plus en plus cette clientèle. Nous sommes maintenant à un rapport 60% - 40% (hiver - été). Le thermalisme attire les Russes, mais c'est tout notre marketing-mix qui est adapté à ce marché. La composante humaine y joue un rôle capital. Il est très important d'entretenir de bonnes relations avec les key accounts russes. Nous les rencontrons durant les événements de Suisse Tourisme et de Matterhorn Region et les discussions dépassent souvent le cadre des affaires. Nous avons fait traduire notre site web en russe et avons également offert des cours de russe à l'aide de ritzy* (perfectionnement pour le personnel hôtelier) dans notre station. Nous faisons de la promotion sur l'internet russe et sponsorisons des mots-clés sur Yandex, le premier moteur de recherche en Russie. L'augmentation des réservations individuelles est un élément important sur ce marché. Nous offrons un système de réservation en ligne et collaborons avec Saas-Fee. Ce système, également disponible en russe, est destiné aux visiteurs et aux tour-opérateurs. Ces derniers subissent de plein fouet la concurrence de Booking.com. Nous leur garantissons dans certains logements les meilleurs prix sur notre système, ce qui permet par ailleurs aux structures peu habituées au marché russe de travailler avec les TO par ce canal. Malgré l'augmentation des réservations individuelles, nous estimons que les TO génèrent encore beaucoup plus de la moitié des nuitées à Loèche-les-Bains. »

Commentaires de professionnels du tourisme

Sébastien Epiney, directeur de Nendaz Tourisme

« Un voyage à Moscou en 2005 nous a convaincu du potentiel de la Russie, qui entre pleinement dans notre stratégie de diversification des marchés. Nendaz ne disposant pas d'une offre hôtelière haut de gamme, nous avons décidé de miser sur les chalets de standing dans un premier temps, puis sur les chalets et appartements à prix attractifs. Ce fut le bon choix : nous avons immédiatement remarqué que ces produits séduisaient cette clientèle. Les Russes (et Ukrainiens) qui nous rendent visite sont essentiellement des cadres moyens-supérieurs, plutôt jeunes. Ils ne ressemblent que peu aux nouveaux riches et multimillionnaires qui ont fait le bonheur de Courchevel par exemple. Nos limites de développement se situent plutôt au niveau des prestataires de l'hébergement, dont seulement une partie propose des contingents suffisants pour les TO, et à la dépendance des vols arrivant à Genève. Comme les membres de Matterhorn Region n'ont pas souhaité une collaboration avec Nendaz, nous travaillons sur ce marché en direct avec Suisse Tourisme, ainsi qu'avec quelques opérateurs privés : les résultats sont satisfaisants pour l'essentiel des nuitées générées en janvier et en mars, soit à des moments très intéressants pour nous ».



Particularités culturelles et conseils pratiques

Principales vacances en Russie

Janvier :	semaines 1 et 2 (Noël orthodoxe le 7 janvier)
Mars :	semaine 12 ou 13 (une semaine de vacances scolaires)
Avril :	Pâques orthodoxe (le 20 avril 2014). Certaines années, comme en 2013, la fête orthodoxe de Pâques tombe en mai
Mai :	du 1 ^{er} au 12 mai (journée du travail le 1 ^{er} , journée de la victoire sur l'Allemagne nazie le 9, journée de l'indépendance le 12, plus quelques ponts font que les bureaux sont souvent fermés durant toute cette période)
Juillet & août :	grandes vacances scolaires (reprise des écoles dans toute la Russie le 1 ^{er} septembre)
Novembre :	une semaine de congé au début du mois

Profil des touristes russes et conseils pour mieux les accueillir :

- Les touristes russes pouvant se permettre des vacances en Suisse font partie d'une minorité de la population qui a su tirer son épingle du jeu dans une société très difficile et inégalitaire. Ils sont très fiers d'exhiber leur statut social. Ils veulent ce qu'il y a de mieux, logent essentiellement dans des 4 et 5 étoiles, louent ou achètent du matériel dernier cri et veulent que tout cela se voie de l'extérieur. Ils sont plus soucieux des marques que les autres Européens. Les grands groupes hôteliers reconnus les rassurent car ils accordent beaucoup d'importance au prestige d'une destination.
- Les Russes peuvent être des clients très exigeants. La valeur de l'argent est essentielle. Ils sont souvent prêts à mettre le prix pour d'excellentes prestations, mais en étant pointilleux sur la qualité du service. La Suisse jouit d'une excellente réputation en la matière et les Russes ont donc de grandes attentes en venant chez nous.
- Le rythme des Russes est décalé par rapport au nôtre. Ils vivent plutôt le soir. En Russie, beaucoup de magasins et restaurants sont ouverts 24 heures sur 24, le weekend compris. Ils se lèvent plus tard que nous et mangent plus tard. Il leur est donc très désagréable d'apprendre que certains restaurants ne cuisinent plus vers 15h par exemple. Les heures de fermeture des magasins le soir et le weekend en Suisse sont problématiques pour eux. Informez-les avant qu'ils aient une mauvaise surprise. Les Russes aiment beaucoup se divertir en soirée. Indiquez-leur les meilleurs établissements pour sortir et les événements se déroulant dans votre destination. De plus, en Russie il n'est pas (encore) interdit de fumer à l'intérieur malgré l'interdiction de la cigarette dans les lieux publics depuis 2013. Veillez à les avertir que c'est le cas en Suisse.
- Les Russes aiment manger et boire. A côté des très bons restaurants, ils sont parfois curieux de goûter aux plats typiques de la région où ils séjournent. L'alcool est une composante à part entière du rituel du repas. Bien qu'ils aiment les alcools forts, le vin devient de plus en plus populaire auprès des classes supérieures et conforte le statut social. Ils ne connaissent pas du tout la tradition viticole valaisanne, mais sont susceptibles de s'y intéresser si on les conseille.
- Les Russes ont un grand intérêt pour la culture et l'histoire. Bien que le ski, la marche et le shopping restent leurs activités favorites en hiver, certains seront sensibles aux possibilités de visites historiques et culturelles. Ces activités sont également susceptibles d'attirer en été une clientèle qui aura découvert la région en hiver.
- Seuls 15% de la population russe parlerait une langue étrangère. La barrière linguistique peut donc causer de très grands soucis et dégrader l'ensemble du vécu. Avoir du personnel russophone est bien sûr une énorme plus-value qui sera très appréciée par vos hôtes. S'il n'est pas possible d'engager quelqu'un parlant le russe, veillez à offrir les informations utiles en langue russe et à distribuer les brochures disponibles. En matière de marketing, avoir un site web traduit en russe est un grand avantage. Communiquer en langue russe permet également de s'adresser à des pays avec une forte population russophone comme l'Ukraine, la Biélorussie, le Kazakhstan ou les Pays-Baltes.

Particularités culturelles et conseils pratiques

- Malgré leur image initiale plutôt froide, voir rude, les Russes sont très chaleureux. Ils accordent énormément d'importance aux relations humaines. Ils font d'ailleurs preuve d'un très grand sens de l'hospitalité lorsqu'ils invitent des amis, particulièrement envers les étrangers. Au-delà du professionnalisme et de la qualité du service, un accueil convivial sera très apprécié.
- Les retards de 10 à 15 minutes sont normaux. Alors que la Suisse a une culture linéaire et organisée, les Russes sont très flexibles et changent facilement leurs plans. Si vos prestations ne sont pas remboursées selon les conditions, comme par exemple un cours de ski en cas de très mauvais temps, mentionnez-le. Expliquez clairement les possibilités de contracter une assurance car ils ne connaîtront certainement pas cette possibilité (par exemple Snowcare garantit les journées de ski perdues ou les frais en cas d'accident sur les pistes, pour 6.- par jour, voire moins selon les stations).
- En principe, les Russes enlèvent systématiquement leurs chaussures à l'entrée de la maison, pour enfiler des "tapochki", (pantoufles). Ils adorent les fleurs et les hommes en offrent beaucoup plus souvent aux femmes qu'en Europe, sans forcément avoir des raisons pour cela. Faites attention à ce que vos bouquets soient composés d'un nombre impair de fleurs, un nombre pair étant réservé aux funérailles. Evitez les fleurs jaunes associées à la rupture ou à la trahison. Il convient également de ne pas siffler à l'intérieur, car cela met beaucoup de Russes mal à l'aise. Une superstition veut que l'on perde tout son argent en sifflant dans un lieu couvert.
- En Russie, les hommes tiennent les portes aux femmes, leur enlèvent le manteau une fois à l'intérieur, paient presque systématiquement au restaurant ou dans les bars et ne laissent pas les femmes porter quelque chose de lourd elles-mêmes. Bien que ces gestes aient perdu de leur importance en Europe, (parfois interprétés comme un manque de respect par des femmes ne voulant pas se sentir assistées), les femmes russes apprécient ces comportements qui montrent qu'on les respecte et prend soin d'elles. Les personnes âgées sont également traitées avec une attention toute particulière. Il est par exemple très impoli de ne pas laisser son siège à une grand-mère dans un bus en Russie. Notons par ailleurs que le sens de la famille est beaucoup plus développé qu'en Europe.
- Se serrer la main demeure un privilège masculin. Lors des salutations ou lorsque l'on se quitte, il convient d'ôter ses gants et de serrer la main droite tout en regardant dans les yeux. Un signe de la tête amical avec les femmes convient parfaitement.

Synthèse

Vaut-il réellement la peine d'investir dans le marché russe ?

- Le marché russe est en forte croissance. Cela contraste avec la crise économique que traversent nos grands marchés en Europe occidentale. La classe moyenne-supérieure se développe et découvre les vacances de ski dans les Alpes. Les perspectives sont également positives dans les segments supérieurs. Au vu des prévisions de croissance favorables pour l'économie russe, cette tendance devrait se poursuivre, à l'exception d'un choc économique mondial d'envergure comme celui de 2009.
- Les visiteurs russes affluent lors de périodes habituellement creuses. Ils permettent de remplir les lits en janvier et dans une moindre mesure en mars. C'est donc une clientèle complémentaire. Un marché de niche se développe également en été.
- La clientèle russe est très dépensière. De plus, elle privilégie des séjours plus longs que la moyenne des autres clientèles. A la fin de son séjour, le total des dépenses d'un visiteur russe est donc souvent très élevé.
- Malgré la croissance soutenue du marché russe, la concurrence est rude. Les nuitées russes en Autriche ont connu une croissance beaucoup plus grande qu'en Suisse ces dernières années.
- Les Russes accordent beaucoup d'importance aux conseils des amis et de la famille. Les grandes stations attirant déjà beaucoup de Russes sont donc mieux placées pour profiter de l'effet du bouche-à-oreille qui joue un rôle clé. Se construire une notoriété sur le marché russe peut donc être difficile pour des stations encore peu connues. Toutefois il est important de se faire un nom car les Russes sont très sensibles aux marques. Le succès de Loèche-les-Bains sur ce marché s'explique par plusieurs facteurs, dont le fait qu'ils démarchent activement la Russie depuis 2002. Il y a un risque que cela devienne difficile de se faire une place pour les stations qui investiront trop tard dans le marché russe.
- Les Russes privilégient l'hôtellerie, notamment les 4 et 5 étoiles. Cela constitue une barrière importante pour des stations ne disposant pas de tels établissements. Des solutions existent, la preuve : le positionnement « chalets » de Nendaz ou l'offre parahôtelière de luxe avec service hôtelier des Crans Luxury Lodges à Crans-Montana. De plus, bien qu'encore insignifiante, la parahôtellerie a déjà gagné en importance auprès des Russes depuis 2005.
- En Valais, il n'existe que peu de documentation et sites internet en russe et la culture russe demeure mystérieuse pour beaucoup d'acteurs touristiques. Les stéréotypes négatifs de l'époque des « nouveaux riches » persistent. C'est pourquoi nous devons nous adapter culturellement afin de profiter pleinement de l'expansion de ce marché. Cela va de l'accueil des visiteurs une fois sur place (personnel et brochures, menus, informations en russe) à la relation avec les tour-opérateurs. La culture suisse et la culture russe sont très éloignées l'une de l'autre. Ainsi les Russes apportent autant de valeur à l'aspect relationnel qu'au professionnalisme.
- Bien que faible pour l'instant, il existe bien un risque que le prix du pétrole baisse encore sous l'effet de l'augmentation actuelle de la production américaine. L'Etat russe verrait ses rentrées fiscales diminuer et risquerait de retarder les investissements, se répercutant sur la croissance économique du pays. Des conséquences pour le tourisme ne seraient pas exclues. Même si un choc d'envergure comme en 2009 est peu probable, l'économie russe reste tout de même exposée à de fortes variations dans de telles circonstances.
- Le marché russe profite encore à un petit nombre de stations en Valais. Zermatt a capté 52% des nuitées hôtelières russes en Valais en 2012. Les cinq destinations de Matterhorn Region pèsent pour 89% des nuitées hôtelières russes.

Synthèse

- Afin d'attirer les Russes avec une offre qui les intéresse, certaines destinations devraient consentir à de très grands investissements, aussi bien pour le produit que pour la promotion. Les stations qui manquent de prestige, ne disposent pas de possibilités de shopping ni de bons restaurants, sont mal placées pour attirer cette clientèle. Les Russes, souvent plus festifs que les touristes d'autres nationalités, aiment les stations riches en activités. Ils sont habitués à l'ouverture tardive ou continue des magasins et restaurants, même en fin de semaine. Les petits villages typiques du Valais n'attireront qu'une petite minorité des Russes.
- Un séjour en Suisse coûte plus cher qu'en Autriche. Même si l'expansion de la classe moyenne - supérieure représente une grande opportunité, les régions alpines autrichiennes ou le Sud-Tyrol semblent beaucoup mieux positionnées pour attirer cette clientèle très sensible aux prix.



Informations complémentaires

Méthodologie

Pour réaliser cette étude, nous avons d'une part récolté et analysé des données secondaires et de l'autre rencontré des professionnels du tourisme ayant une expérience reconnue avec le marché russe. Nous tenons à remercier tout particulièrement Roman Tyulyakov, Julien de Preux, Sébastien Epiney, David Kestens et Bruno Huggler pour leur disponibilité. Leurs contributions ont été très appréciées et permettent de mettre en relief les observations quantitatives et statistiques avec une approche qualitative, basée sur l'expérience du terrain.

Limitations

Quantifier de manière précise la fréquentation des destinations touristiques est compliqué. Par souci de fiabilité, nous nous sommes concentrés sur le nombre de nuitées hôtelières et le nombre de nuitées dans les chalets et appartements. Les chiffres présentés omettent donc les visiteurs ayant des résidences secondaires, ceux invités chez des amis ainsi que les excursionnistes passant moins de 24 heures dans une destination sans générer de nuitées.

Informations complémentaires



Adresses utiles

Suisse Tourisme

Natalia Vart
Market Manager Russia
Switzerland Tourism
Tsvetnoy blvd., Bld. 3, 3rd Floor
127051 Moscow

Natalia.vart@switzerland.com
T: +7 495 937 19 66

Valais Wallis Promotion

Bruno Huggler
Responsable des marchés
Valais Wallis Promotion
Maison du Valais
rue Pré-Fleuri 6
Case postale 1469
CH-1951 Sion

bruno.huggler@valais.ch
T: +41 (0) 27 327 35 70

Bibliographie

Généralités

- Atout France. (2013). Analyse du potentiel touristique des classes moyennes russes et ukrainiennes. Paris : Éditions Atout France.
- Office fédéral de la Statistique [OFS]. (2013). Statistique de l'hébergement HESTA.
- Face Marketing. (2012). Russia – a new outbound, lates market.
En ligne <http://www.face-marketing.com/Blogs/March-2012/Russia-%E2%80%93-a-new-outbound,-lates-market.aspx>, consulté le 16 mai 2013.
- Switzerland Tourism. (2013). Market analysis based on Swiss accommodation statistics : Russia.
- Switzerland Tourism. (2011). Tourism Monitor Switzerland 2010.
- The World Bank Group. (2013). Russian Federation : Country at a Glance.
En ligne <http://www.worldbank.org/en/country/russia>, consulté le 16 mai 2013.
- Tyulyakov, R. (2012). Alps. Winter 2011/2012. Top-50 Ski Resorts on the Russian Market. Proalps.
- World Tourism Organization [UNWTO]. (2013). World's Top Tourism Spenders.

Caractéristiques-clés

- Central Intelligence Agency [CIA]. (2013). The World Fact Book. Russia. En ligne <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/rs.html>, consulté le 14 mai 2013.
- Confédération Suisse, Département fédéral des affaires étrangères. (2013). Visas pour les personnes résidant en Fédération de Russie et en République de Bélarus.
En ligne http://www.eda.admin.ch/eda/fr/home/rep/eur/vrus/ref_visinf/visrus.html, consulté le 4 mars 2013.
- Fx Currency Exchange. (2013). Swiss Franc(CHF) To Russian Ruble(RUB) Currency Exchange History.
En ligne <http://chf.fx-exchange.com/rub/exchange-rates-history.html>
- International Monetary Fund [IMF]. (2013). World economic outlook database.
En ligne <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2013/01/weodata/index.aspx>, consulté le 31 mai 2013.
- Peterson Institute for International Economics. (2011). Alexei Kudrin's Departure : End of Reform and Fiscal Probity in Russia.
En ligne <http://www.piie.com/blogs/realtime/?p=2413>, consulté le 23 avril 2013.
- Ria novosti. (2012). Russia May Lose Investment Rating with \$80 Oil – Kudrin.
En ligne <http://en.rian.ru/business/20121205/177936835.html>, consulté le 23 avril 2013.
- The World Bank Group. (2013). Russian Federation : Country at a Glance.
En ligne <http://www.worldbank.org/en/country/russia>, consulté le 16 mai 2013.
- World Trade Organization. (2013). Member information Russian Federation and the WTO.
En ligne http://www.wto.org/english/thewto_e/countries_e/russia_e.htm, consulté le 23 avril 2013.

Perspectives pour le Valais

- World Tourism Organization [UNWTO]. (2013). World's Top Tourism Spenders.

Comparaison avec nos concurrents

- Office fédéral de la Statistique [OFS]. (2013). Statistique de l'hébergement HESTA.
- Österreich Werbung. (2013). Tourism in Austria.
En ligne <http://www.tourmis.info/cgi-bin/tmintro.pl>.
- Tyulyakov, R. (2012). Alps. Winter 2011/2012. Top-50 Ski Resorts on the Russian Market. Proalps.

Bibliographie

Comportement en matière de voyages

- Argophilia Travel News. (2012). Survey : Online travel booking habits in Russia.
En ligne <http://www.argophilia.com/news/online-travel-russia/26223/>
- Atout France. (2013). Analyse du potentiel touristique des classes moyennes russes et ukrainiennes.
Paris : Éditions Atout France.
- Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (2012). Marktinformation Russland.
- Office fédéral de la Statistique [OFS]. (2013). Statistique de l'hébergement HESTA.
- Österreich Werbung. (2013). Laufen den russischen Reiseveranstaltern die Touristen davon?
En ligne <http://blog.austriatourism.com/2013/04/laufen-den-russischen-reiseveranstaltern-die-touristen-davon/>
- Live Internet. (2013). Site statistics.
En ligne <http://www.liveinternet.ru/stat/ru/searches.html?period=month>
- Switzerland Tourism. (2013). Research report Russia. Market analysis & insights.
- Switzerland Tourism. (2011). Tourism Monitor Switzerland 2010.
- VisitBritain. (2013). Market and trade profile Russia.

Potentiel des groupes cibles

- Atout France. (2013). Analyse du potentiel touristique des classes moyennes russes et ukrainiennes.
Paris : Éditions Atout France.
- Knight Frank Research. (2012). The world wealth report 2012.
- VisitBritain. (2013). Market and trade profile Russia.

Statistiques touristiques de référence

- Office fédéral de la Statistique [OFS]. (2013). Statistique de l'hébergement HESTA.
- Tyulyakov, R. (2012). Alps. Winter 2011/2012. Top-50 Ski Resorts on the Russian Market. Proalps.

Particularités culturelles et conseils pratiques

- Jukka Laikari. (2013). How to attract more Russian tourist, Modern tourism marketing in Russia, 10 important things to do when marketing to the Russians.
En ligne http://fr.slideshare.net/slideshow/slideshow_removed?title=How+to+attract+more+russian+customers+-+10+tips+for+marketing+%26+PR+in+Russia+2013&type=presentation, consulté le 20 avril 2013.
- Melissa Davis. (2009). Russia and branding
- Österreichische Hoteliereinigung. (2007). Russia meets Austria, unsere Gäste aus Russland kennen- und verstehen lernen.
- VisitBritain. (2013). Market and trade profile Russia.

Images

- Le Crans Hôtel et Spa à Crans-Montana, Photo : Valais/Wallis Promotion / Christian Perret

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

