



La branche suisse du voyage



Schweizerischer Reisebüro-Verband
Fédération Suisse des Agences de Voyages
Federazione Svizzera delle Agenzie di Viaggi
Swiss Federation of Travel Agencies

TABLE DES MATIERES

- **La Fédération**

- **L'histoire des voyages**

- **La structure de la branche**
 - **Tourisme incoming**
 - MICE (Meetings, Incentives, Conventions, Events)
 - Offices du tourisme locaux

 - **Tourisme outgoing**
 - Tour-opérateurs
 - Retailers
 - Forme juridique
 - Modèles de coopération
 - Offices du tourisme étrangers
 - Leisure travel / Voyages de vacances
 - Business travel / Voyages d'affaires
 - Prestataires de services

- **Presse spécialisée: publications destinées à la branche du voyage**

- **Compagnies aériennes & alliances**

- **Facts & Figures**

LA FEDERATION

Fondée en 1928, la Fédération Suisse des Agences de Voyages (FSAV) est l'association faîtière des détaillants et des tour-opérateurs de Suisse et du Liechtenstein. La FSAV compte près de 830 membres actifs et 120 membres passifs, qui génèrent environ **80%** du chiffre d'affaires total de la branche du voyage.

Les membres de la Fédération garantissent les fonds de la clientèle par leur affiliation au Fonds de garantie de la branche suisse du voyage ou à une autre assurance conforme à la loi.

La FSAV informe non seulement le public sur les qualités professionnelles de ses membres, mais contribue aussi activement à une formation sérieuse et homogène de la relève, tout en s'engageant au niveau du perfectionnement.

La FSAV dispose de divers centres de compétences, Formation et perfectionnement, Trafic aérien, Régions, etc. qui étudient les thèmes actuels et s'investissent avec savoir-faire.

La Fédération défend les intérêts de ses membres sur le plan national et international, s'implique activement dans la conception des conditions cadres économiques et pratique un lobbying au niveau politique, économique et public. La FSAV fait membre de l'ECTAA à Bruxelles, l'association faîtière européenne des agences et voyages et organisateurs de voyages (The European Travel Agents' and Tour Operators' Associations).

L'HISTOIRE DES VOYAGES

C'est en 770 av. J.-C. déjà que la première édition des Jeux Olympiques incita les gens à se déplacer. Le Grec Hérodote (480 à 421 av. J.-C.) fut l'un des premiers à entreprendre un voyage de formation pour découvrir de nouveaux us et coutumes. Il entreprit des déplacements à des fins thérapeutiques ainsi que des pèlerinages dans les lieux saints, un motif de voyage qui se généralisa au Moyen-Age.

L'aménagement du réseau routier à des fins militaires favorisa dans la Rome antique l'envie de voyager ainsi que l'attrait des sources thermales et des bains lointains (tourisme balnéaire). Le voyage s'implanta ainsi comme un plaisir. A l'époque des croisades et des pèlerinages, les voyages devinrent toutefois plus dangereux et plus épuisants. Le «voyage» fut désormais essentiellement motivé par les expéditions criminelles et les guerres, mais aussi par le commerce, les découvertes et les affaires.

L'épopée des tours du monde à la voile prit naissance au 15^e et au 16^e siècle. Les marins et les hommes de lettres éveillèrent les aspirations et la soif d'aventure des gens. Ce n'est qu'au 18^e siècle que le voyage sans objectif, libre de considérations religieuses ou guerrières, tel que nous le connaissons aujourd'hui, connut un nouvel essor.

En 1841, l'Anglais Thomas Cook proposa un voyage organisé en train de Leicester à Loughborough. Ce **premier voyage à forfait** de l'histoire comprenait non seulement le déplacement en train, mais aussi la restauration et la musique.

Les voyages de jadis se distinguent des voyages actuels sur un point capital, à savoir sur le cercle de personnes concernées. Jusque tard dans le 20^e siècle, le fait de voyager constituait en effet un loisir réservé aux riches: hommes d'affaires, nobles, ecclésiastiques, grands bourgeois et fonctionnaires par la suite.

Une plus grande aisance matérielle et l'augmentation du temps libre sont d'autres facteurs de croissance. A l'heure actuelle, les voyages vont de soi et le terme de «tourisme de masse» s'applique aux voyages entièrement organisés.

Source: Allgemeine Tourismuslehre / Einführung

LA STRUCTURE DE LA BRANCHE

Tourisme incoming et outgoing

La branche du voyage se divise en incoming et outgoing. Pour que ces notions soient compréhensibles, elles sont brièvement expliquées ici.

Tourisme incoming

Le terme d'incoming concerne les voyages organisés dans le propre pays par un agent incoming pour des hôtes étrangers. Le mandat est généralement attribué par le pays d'origine du client.

Lorsque la branche du tourisme fait l'objet de comptes-rendus et de débats en Suisse, il s'agit le plus souvent du secteur incoming. La Fédération suisse du tourisme (FST), association faîtière en matière de politique touristique, vise à promouvoir l'économie suisse du tourisme et se montre très influente sur le plan politique.

Suisse Tourisme est l'organisation nationale de marketing et de vente pour la Suisse en tant que destination de voyages, de vacances et de congrès. Les réservations passent directement par Switzerland Travel Center, le fournisseur de voyages de Suisse Tourisme. Bien entendu, d'autres sociétés sont également actives dans ce domaine, par ex. Kuoni Incoming, LTI TOURS Ltd., MCI Group et Spectrum Events AG.

www.swisstourfed.ch

MICE (Meetings, Incentives, Conventions, Events)

Il s'agit des entreprises spécialisées dans l'organisation de congrès et de manifestations.

Offices du tourisme locaux

Ils représentent des régions, villes et localités suisses et peuvent être contactés pour obtenir du matériel d'information ainsi que des publications.

Tourisme outgoing

Un retailer et/ou un tour-opérateur actif dans ce domaine assiste les clients qui planifient un voyage à l'étranger et se charge de procéder à la réservation. Dans la plupart des cas, le tour-opérateur dispose sur place d'une représentation locale; l'agent et/ou le guide incoming.

Tour-opérateurs

Le tour-opérateur a pour tâche principale d'organiser des voyages et de les publier dans un catalogue, dans un flyer et/ou dans l'internet. Le tour-opérateur propose les voyages à forfait directement ou par un intermédiaire, par ex. une agence de sa propre chaîne ou un retailer.

Retailers

Le retailer fournit au client, sur la base d'un contrat d'agence et pour le compte d'un tour-opérateur, des prestations individuelles et/ou des voyages à forfait. D'un point de vue juridique, il est ainsi l'administrateur du tour-opérateur. Le retailer touche une commission pour ce service. Depuis début 2005, la majorité des compagnies aériennes ne versent plus de commission pour le travail fourni et le retailer facture par conséquent un service fee au client.

Les prestations d'une «agence de voyages classique» comprennent non seulement la vente de transports (avion, train, bus, etc.), mais aussi la mise à disposition de voyages à forfait, la réservation d'hébergements et de voitures de location, le devoir d'information ainsi que la demande de visas, la vente de billets d'entrée et d'assurances de voyage.

Comme dans la plupart des secteurs de services, les retailers répercutent sur le client les frais effectifs ou tout au moins une partie d'entre eux. Les frais de réservation et de conseil (R & B) varient d'un retailer à l'autre et sont plus ou moins acceptés sur le marché.

Forme juridique

La société anonyme constitue la forme juridique la plus fréquente, tant chez les retailers indépendants que chez les distributeurs d'un tour-opérateur. De manière générale, l'on peut dire que la majeure partie des retailers sont le point de vente d'un groupe et que les autres sont indépendants.

Modèles de coopération

Créé en 1980, TTS Travel Trade Service Ltd regroupe des retailers indépendants et autonomes ainsi que des tour-opérateurs. Ses membres se distinguent par des connaissances professionnelles approfondies et une vaste expérience de la branche. En février 2001 a été recréé twd AG – Travel with a Difference – qui est issu de l'association twd. Les tour-opérateurs ainsi que les retailers ont la possibilité de s'y affilier.

Le modèle de franchise est peu prisé. L'impopularité de ce modèle est vraisemblablement imputable au fait que, pour la plupart des retailers, il est hors de question de renoncer à leur indépendance.

Contrairement à la concentration observée chez les tour-opérateurs, de nombreuses agences indépendantes subsistent parmi les retailers.

Offices du tourisme étrangers

A l'inverse des offices du tourisme locaux, les offices du tourisme étrangers sont les représentants d'un pays. Les personnes intéressées ont la possibilité d'y commander du matériel d'information.

La FSAV a pour but de représenter l'ensemble de la branche du voyage, incoming et outgoing.

Leisure travel / Voyages de vacances

Tour-opérateurs

Un bref aperçu et quelques détails sur les trois plus grands et plus importants tour-opérateurs actifs en Suisse. Au niveau des tour-opérateurs, le marché suisse est dominé par Kuoni Reisen SA, Hotelplan Holding SA et TUI (Suisse) Ltd. Des tour-opérateurs indépendants restent cependant actifs sur le marché en se spécialisant dans certains créneaux (produits et/ou régions).

Kuoni Voyages SA

Kuoni Voyages SA, dont le siège central se trouve à Zurich, a été fondé en 1906 par Alfred Kuoni. En Europe, le leader de la branche figure parmi les «Top Five». Kuoni est principalement actif dans le secteur des voyages de vacances (en tant que voyageur spécialisé haut de gamme) et le Destination Management. Le secteur vacances génère 75% du chiffre d'affaires. En comparaison avec d'autres tour-opérateurs européens, Kuoni a renforcé sa position sur le marché mondial en s'implantant notamment en Asie, en Afrique, en Australie et aux Etats-Unis. Non seulement en Suisse, mais aussi à l'étranger, Kuoni a racheté des sociétés au cours de ces dernières années et possède aujourd'hui des succursales dans 45 pays. Kuoni emploie près de 8'800 collaboratrices et collaborateurs dans le monde. Environ 20% du chiffre d'affaires est généré en Suisse.

En Suisse, les entreprises et marques suivantes font partie de Kuoni Holding SA:

- ACS Reisen
- Cotravel
- direkt und ehrlich reisen
- Dorado Latin Tours
- Diving Centers Werner Lau
- Frantour
- Helvetic Tours
- intens travel
- Kontiki-Saga Reisen
- Kuoni Reisen
- lastminute.ch
- Manta Reisen
- Pink Cloud Travel Service
- Private Safaris
- raitour suisse
- reisen TCS
- Unique Travel

Source: www.kuoni.ch / 14.4.2011

Hotelplan Suisse

Hotelplan Suisse est né en 2008 de la fusion d'Hotelplan Schweiz AG et Travelhouse SA. Hotelplan a été créé en 1935 comme filiale à 100% de la Fédération des Coopératives Migros. Hotelplan Suisse est subdivisé en trois secteurs: «Longhaul/Europe/Cruises» (long-courrier/Europe/croisières), «Beach Holiday Shorthaul» (vacances balnéaires/court-courrier) et «Specialist/Premium» (voyages individuels). Avec ses six marques à positionnement stratégique différencié que sont Denner Voyages, Vacances Migros, Hotelplan, Tourisme Pour Tous, Travelhouse et Globus Voyages, Hotelplan Suisse touche tous les segments de la clientèle de voyage. Hotelplan Suisse fait partie du groupe Hotelplan, qui dispose également de sociétés à l'étranger et occupe environ 2'460 collaborateurs dans le monde.

En Suisse, Hotelplan Suisse est représenté par les marques suivantes:

- bta first travel ag
- Denner Voyages
- Globus Voyages
- Hotelplan
- Tourisme Pour Tous
- Travelhouse
- Vacances Migros

Travelhouse est présent sur le marché avec les 10 sous-marques suivantes: Africatrails, Caribtours, Falcontravel, Inditours, Oceanstar, Salinatours, Sierramar, Skytours, Soleytours, Wettstein

En Suisse, les entreprises et marques suivantes font partie du groupe Hotelplan:

- Interhome
- Travelwindow
- Hotelplan Suisse

Source: www.hotelplan-suisse.ch.ch / 14.04.2011

TUI (Suisse) Ltd.

La société Hans Imholz Berufsreisen (voyages professionnels) a été fondée en 1961 par Hans Imholz. En 1997, création d'ITV (Imholz, TUI, Vögele Voyages) et d'Imholz Vertriebs AG par la fusion d'Imholz Groupe de Voyages, TUI Suisse et Vögele Voyages. En 1999, le groupe allemand TUI Group GmbH acquiert ITV/IGV SA de Jelmoli Holding SA, société qui avait elle-même repris Imholz Voyages en 1989, et conclut un contrat de collaboration avec Kuoni Voyages SA, avec option sur 49% des actions. Kuoni exerce son option en 2000 et reprend 49% des actions. Dans le courant de la même année, l'entreprise change de raison sociale pour devenir TUI Suisse Ltd. Début 2004, Kuoni cède son paquet d'actions à TUI AG, Hanovre/D.

Dans le segment du tour-operating, TUI Suisse Ltd a généré en 2008/09 un chiffre d'affaires de CHF 538 millions, dont près de 47% avec des voyages à forfait, 32% avec des voyages modulaires et 21% par le biais de la vente directe. Les 71 agences du groupe ont réalisé un chiffre d'affaires de CHF 218 millions. L'entreprise occupe près de 540 collaborateurs en Suisse, dont 322 sont actifs au sein des agences.

Les marques suivantes font partie de TUI Suisse:

- Club Magic Life
- Flex Travel
- ROBINSON Club
- Spinout SportTours / TUI Sports
- TUI / TUI Agence de voyages
- Vögele Voyages
- 1-2-FLY

Source: www.tui-suisse.com /14.04.2011

Business travel / Voyages d'affaires

Le secteur des voyages d'affaires présente une concentration relativement élevée. Les spécialistes énumérés se partagent plus ou moins ce domaine entre eux. Leur tâche consiste non seulement à réserver les voyages, mais aussi à optimiser les coûts des voyages. Mais l'on constate toujours que la sécurité, la ponctualité et le confort constituent les critères déterminants pour le choix d'un prestataire de services, par ex. une compagnie aérienne.

American Express

Fondée en 1850 à New York, American Express est une société américaine proposant dans 140 pays diverses prestations dans le domaine des voyages et des finances. American Express Business Travel, une division d'American Express International Inc., développe dans le monde entier des solutions visant à optimiser la gestion des voyages d'affaires au sein de l'entreprise. En sa qualité de prestataire de services global, la division Business Travel encadre les petites et moyennes entreprises de toutes les branches, ainsi que les groupes actifs à l'échelon international, sur le plan de la planification, de l'organisation et du contrôle de la gestion des voyages d'affaires. American Express Business Travel offre ainsi à sa clientèle un ensemble de prestations professionnelles en matière d'achats et de mobilité en associant technologies de réservation innovantes, compétences de conseil au niveau de l'élaboration des stratégies d'achat et accompagnement dans le cadre des négociations avec les fournisseurs et les clients.

Source: American Express Zurich / avril 2011

BCD Travel

BCD Travel est une filiale de BCD Holdings N.V. présente en tant que telle dans plus de 90 pays sur les six continents. La propriété exclusive de la société est une tradition qui remonte à plus de 100 ans. Le chiffre d'affaires de l'entreprise généré par les ventes s'élève à 14.6 milliards de dollars US. 10'800 collaborateurs sont actifs pour BCD Travel dans le monde entier. BCD est représenté en Suisse à Zurich et Genève.

Source: BCD Travel Zurich / avril 2011

bta first travel ag

La société bta first travel ag est née en 2010 de la fusion des deux voyagistes d'affaires bta Travel AG et First Business Travel AG. Grâce à une croissance continue et durable, bta Travel AG, qui est présente avec succès sur le marché depuis 1985, est devenue au fil des ans l'un des meilleurs voyagistes d'affaires suisses indépendants avec 12 propres succursales et 2 partenaires franchisés. Bien que sa clientèle soit essentiellement issue du secteur des PME à vocation internationale, les grands groupes actifs sur le plan mondial en font également partie. First Business Travel, qui était jusqu'ici le département des voyages d'affaires de Hotelplan Suisse (MTCH SA), gère 6 points de vente indépendants occupant une quarantaine de collaboratrices et collaborateurs en Suisse alémanique et en Suisse romande.

bta first travel ag dispose aujourd'hui de 16 succursales au total en Suisse et occupe plus de 120 salariés spécialisés dans les voyages d'affaires. L'entreprise est considérée comme le

plus grand prestataire de services helvétique dans le domaine de la gestion des voyages d'affaires et comme l'incontestable numéro 1 pour les PME. Son partenariat avec FCm Travel Solutions (Flight Centre Management), un réseau leader sur le plan mondial composé de spécialistes du travel management, lui permet de proposer à ses clients de nombreux avantages complémentaires parmi lesquels les achats groupés, un encadrement international sur la base de normes de service uniformes, un reporting consolidé et un key account management à l'échelon international. FCm est présent dans plus de 60 pays du monde entier.

Source: Hotelplan Suisse / avril 2011

Carlson Wagonlit Travel

Carlson Wagonlit Travel (CWT) est un leader mondial spécialisé dans la gestion des voyages d'affaires. Présent dans 151 pays, CWT a pour mission d'aider les entreprises de toutes tailles, ainsi que les administrations et les organisations non gouvernementales, à optimiser leur programme de voyages et à assurer à leurs voyageurs un service et une assistance de haute qualité. En Suisse, Carlson Wagonlit Travel exploite 33 agences avec 307 postes à plein temps. En s'appuyant sur les talents et le savoir-faire de ses équipes et en fournissant des technologies de pointe, CWT aide ses clients du monde entier à dégager des économies tout en améliorant le service.

Source: CWT Zurich / avril 2011

HRG – Hogg Robinson Group

En janvier 2004, Kuoni Voyages Holding SA a vendu la Division Business Travel Kuoni Geschäftsreisen AG/BTI Kuoni Switzerland (BTI Central Europe) à la société britannique Hogg Robinson Group. Depuis le 3 avril 2006 l'entreprise communique sous la marque HRG Switzerland. Fondée en 1845, la société HRG peut s'enorgueillir d'une expérience de plus de 60 ans dans la gestion des voyages d'affaires. HRG est présent sur les 25 marchés clés ou à forte croissance de la zone Asie-Pacifique, Europe et Amérique du Nord à travers ses propres filiales ou par des participations majoritaires dans des agences de voyages d'affaires. Fort de son réseau de partenaires à travers le monde, HRG est actif dans plus de 100 pays et leader sur de nombreux marchés, dont le marché helvétique.

Source: HRG Zurich / avril 2010

Prestataires de services

Chaînes d'hôtels

Les chaînes regroupent des hôtels sous un même nom ou plusieurs marques. Non seulement le service et l'agencement mais également les dimensions des chambres sont identiques, ce qui garantit le standard de qualité que les clients sont en droit d'attendre de ces établissements. Quelques chaînes célèbres: Accor, Best Western, Mövenpick, etc.

Sociétés de location de voitures

Différentes sociétés de location de voitures possèdent des agences en Suisse. Les réservations peuvent se faire via un tour-opérateur et / ou un retailer ou encore directement auprès de la société concernée, par ex. Avis, Budget, Europcar, Hertz, Holiday Autos, Sixt, etc.

Presse spécialisée: publications destinées à la branche des voyages

TRAVEL INSIDE

TRAVEL INSIDE est reconnu par les professionnels suisses comme le leader de la presse touristique spécialisée. Développements sur la scène touristique, analyses, événements, commentaires et interviews de professionnels de la branche constituent les points forts de son contenu rédactionnel.

Paru pour la première fois en 1986, TRAVEL INSIDE (deutsch) informe chaque semaine la branche du tourisme sur les dernières actualités. TRAVEL INSIDE (français) est le seul magazine romand spécialisé dans le domaine du tourisme. Sa rédaction basée à Genève traite en particulier les thèmes importants pour cette partie du pays. L'édition allemande est tirée à 8'850 exemplaire, la version française à 3'300 exemplaires.

TRAVEL INSIDE est publié par les Editions Primus, dont le portefeuille englobe d'autres revues très cotées telles que travel manager, MIC Meeting Industry Magazine, Event Location Guide Switzerland, traveltip, honeymoontip et cruisetip.

TRAVEL INSIDE (deutsch)
Hammerstrasse 81, case postale 1331
8032 Zurich
Tél.: +41 44 387 57 57
Fax +41 44 387 57 07
E-mail: info@travelinside.ch

TRAVEL INSIDE (français)
Place Cornavin 14-16, case postale 1582
1211 Genève 1
Tél.: +41 22 908 69 00
Fax +41 22 908 69 09
E-mail: ti-gva@travelinside.ch

travel manager

Le magazine mensuel suisse de l'industrie du voyage paraît depuis 1999 aux Editions Primus à Zurich. Avec un tirage de 2'900 exemplaires, il s'adresse aux professionnels de l'outgoing de tous niveaux, actifs tant dans le secteur «leisure» (voyages de vacances) que dans le domaine «business travel» (voyages d'affaires). travel manager traite l'évolution actuelle du marché et des entreprises au travers d'analyses et d'articles de fond, soulève les questions controversées occupant la branche et esquisse les tendances qui se dessinent. travel manager est par ailleurs la seule publication spécialisée qui aborde tant les aspects du secteur des vacances que les sujets en rapport avec l'univers des voyages d'affaires.

travel manager a reçu en 2005 un Q-Award remis par l'Association Presse Suisse et décerne chaque année une distinction convoitée – le «travel manager Personality Award». Le magazine est en outre partenaire rédactionnel et média de manifestations professionnelles aussi réputées que la Journée Touristique de St-Gall ou le Business Travel Workshop.

travel manager
Hammerstrasse 81, case postale 1331
8032 Zurich
Tél.: +41 44 387 57 87 / Fax +41 44 387 57 07
E-mail: redaktion@travelmanager.ch

ST – Schweizer Touristik

Publication professionnelle réputée, «ST – Schweizer Touristik» est présente sur le marché depuis 28 ans et s'adresse aux décideurs de la branche helvétique du tourisme, mais aussi aux nombreuses collaboratrices et collaborateurs des agences de voyages dans toute la Suisse.

Les articles de fond documentés, commentaires et informations publiés par ST permettent à ses lecteurs d'être en prise directe avec l'actualité. Grâce à la qualité de ses articles, le magazine jouit d'une considération et d'une crédibilité hors du commun. «ST – Schweizer Touristik» paraît toutes les 2 semaines, le vendredi, en allemand. Il est tiré à 7'000 exemplaires. La rédaction de ST est composée de cinq journalistes ainsi que de cinq employées et employés de la maison d'édition. La revue est éditée par LZ Fachverlag AG, qui fait partie du groupe NZZ.

LZ Fachverlag AG
Schweizer Touristik
Forchstrasse 60
Case postale 1474
CH-8032 Zurich
Tél.: +41 44 388 99 66, fax +41 44 388 99 60
E-mail: office@lzfachverlag.ch
www.schweizertouristik.ch

COMPAGNIES AERIENNES & ALLIANCES

Définition de vol charter et de vol de ligne

Les vols sont fondamentalement classés en deux catégories: les vols charter et les vols de ligne. Les vols de ligne se tiennent à un horaire fixe. Les vols charter, affrétés pour diverses destinations en fonction de la saison et de la demande, opèrent dans une relation de mandat client/tour-opérateur.

Alliances

Le but déclaré de toutes les alliances est de disposer d'un réseau de lignes aussi complet que possible afin de rendre les voyages encore plus faciles et plus confortables pour les clients. Aucun participant n'est cependant tenu de livrer sa propre identité individuelle. Voici un bref aperçu des plus grandes alliances.



Cette alliance a été fondée le 1^{er} février 1999. Elle dessert 901 destinations dans 145 pays du monde entier. Ses 2'473 appareils effectuent environ 9'400 vols quotidiens. 335.7 millions de passagers volent chaque année avec Oneworld et près de 312'000 collaborateurs travaillent pour les compagnies aériennes affiliées à l'alliance.

Les compagnies aériennes suivantes font partie de cette alliance:

- | | |
|---------------------|-------------------|
| ✧ American Airlines | ✧ LAN |
| ✧ British Airways | ✧ Malév |
| ✧ Cathay Pacific | ✧ Mexicana |
| ✧ Finnair | ✧ Qantas |
| ✧ Iberia | ✧ Royal Jordanian |
| ✧ Japan Airlines | ✧ S7 Airlines |

Source: www.oneworld.com / Etat 18.4.2011



Skyteam été fondée en 2000. 13'000 vols par jour rallient 898 destinations dans 169 pays. Environ 316'450 collaborateurs sont au service de 384 millions de passagers.

Les compagnies aériennes suivantes font partie de cette alliance:

- | | |
|---------------------------|--------------------|
| ✧ Aeroflot | ✧ Delta Air Lines |
| ✧ Aeromexico | ✧ Kenya Airways |
| ✧ Air Europa | ✧ KLM |
| ✧ Air France | ✧ Korean Air |
| ✧ Alitalia | ✧ TAROM |
| ✧ China Southern Airlines | ✧ Vietnam Airlines |
| ✧ Czech Airlines | |

Source: www.skyteam.com / Etat 18.4.2011



Créé en 1997, le réseau Star Alliance représente la première véritable alliance d'envergure mondiale entre compagnies aériennes. Il propose plus de 21'000 vols quotidiens sur 1'160 destinations dans 181 pays. La flotte comprend 4'023 appareils qui transportent chaque année 603.8 millions de passagers. Environ 402'200 personnes travaillent pour Star Alliance.

Les compagnies aériennes suivantes font partie de cette alliance:

- ✧ Adria
- ✧ Aegean
- ✧ Air Canada
- ✧ Air China
- ✧ Air New Zealand
- ✧ ANA
- ✧ Asiana Airlines
- ✧ Austrian
- ✧ Blue1
- ✧ bmi
- ✧ brussels airlines
- ✧ Continental Airlines
- ✧ Croatia Airlines
- ✧ Egyptair
- ✧ LOT Polish Airlines
- ✧ Lufthansa
- ✧ SAS Scandinavian Airlines
- ✧ Singapore Airlines
- ✧ South African Airways
- ✧ Spanair
- ✧ SWISS
- ✧ TAM
- ✧ TAP Air Portugal
- ✧ Thai
- ✧ Turkish Airlines
- ✧ United
- ✧ US Airways

Source: www.star-alliance.com / Etat 18.4.2011

FACTS & FIGURES

Importance de la branche

Sur le plan mondial, le tourisme est la plus importante branche de l'économie. En comparaison avec d'autres secteurs, c'est ce domaine qui a enregistré la croissance la plus rapide. La branche du voyage joue un rôle très important dans l'économie nationale suisse. Après les secteurs machines/électronique et chimie/pharmacie, le tourisme est le **troisième plus grand fournisseur de devises** pour la Suisse et réalise environ 7% des recettes d'exportation. Son chiffre d'affaires se situe aux alentours de CHF 10 milliards et la masse salariale annuelle pour toute la Suisse est estimée à plus de CHF 850 millions.

Personnel

D'approximativement 2'000 tour-opérateurs et retailers, environ 830 sont actuellement enregistrés à la FSAV en qualité de membres actifs. Toutes les entreprises employaient 10'000 collaborateurs équivalents à plein temps. On peut également estimer que la part des femmes est à 79% environ.

Densité

La densité des agences de voyages varie beaucoup d'un canton à l'autre. C'est le canton de Zurich, où les grands tour-opérateurs ont également leur siège (par ex. Kuoni, Hotelplan, TUI), qui héberge la plupart des entreprises, suivi des régions de Berne et Genève. L'on peut en conclure que les centres/agglomérations urbains génèrent les plus importants chiffres d'affaires par rapport aux régions rurales.

Source: FSAV sondage de marché

CHIFFRES

L'instauration de mesures d'économie a contraint l'Office fédéral de la statistique à abandonner les enquêtes, raison pour laquelle nous ne disposons plus d'informations actualisées.

Il existe peu de matériel chiffré, accessible au public, sur le secteur des voyages de vacances et d'affaires en Suisse. Cette situation est à mettre au compte du fait que la branche n'est guère encline à livrer des chiffres. Si vous avez besoin d'informations détaillées sur certaines sociétés, nous vous prions de bien vouloir les contacter directement.

Vous pouvez en outre obtenir du matériel statistique relatif au tourisme auprès des adresses suivantes:

- **Institute for Systemic Management and Public Governance IMP-HSG**
Dufourstrasse 40a, 9000 St-Gall
Tél. 071/224 25 25
Fax 071/224 25 36
www.idt.unisg.ch
- **Institut de recherche sur les loisirs et le tourisme (FIF)**
Université de Berne, Schanzeneckstrasse 1, case postale 8573, 3001 Berne
Tél. 031/631 37 11
Fax 031/631 34 15
www.fif.unibe.ch
- **World Tourism Organization**
www.world-tourism.org

Zurich, avril 2011 / aa