

# L'accueil des hôtes des Etats arabes du Golfe



## Impressum

### Editeur

HotellerieSuisse, Berne et  
Suisse Tourisme, Zurich

### Mise en page

[www.bloomidentity.ch](http://www.bloomidentity.ch)

### Photos

Suisse Tourisme:  
Nikkol Rot, Cover; Ivo Scholz p. 16;  
Mattias Nutt p. 13  
unsplash.com: p. 2, 4, 7, 10, 19, 23  
iStockphoto.com: p. 15

### Langues

Français, allemand, anglais

Berne, juin 2019

- 2 Avant-propos**
- 4 Informations générales sur les pays du Golfe**  
Aperçu historique, économie, éducation
- 8 Culture et religion**  
L'islam, ablutions rituelles, heures de prière, fêtes et jours fériés, code vestimentaire, famille, langue, informations utiles sur l'islam
- 12 Questions à Rania Younes**  
Animatrice de radio pour Star FM, Abou Dhabi
- 14 Etiquette des affaires**  
Marchands arabes, hiérarchie, relations interpersonnelles, culture de communication, partenaires d'affaires arabes, give-aways
- 16 Habitudes de voyage**  
Forte croissance des séjours à l'étranger, profil des hôtes arabes, touristes dépensiers, bon à savoir
- 18 Questions à Matthias Albrecht**  
Suisse Tourisme, directeur CCG
- 21 Hospitalité suisse envers les hôtes arabes**  
Des visiteurs aux attentes élevées
- 21 Activités de loisirs**  
Excursions, activités sportives
- 22 Habitudes alimentaires**  
Bon à savoir
- 25 Adresses de contact**



# Avant-propos

## Choisis ton compagnon de route avant de choisir ton chemin.

Proverbe arabe

Pour tout hôtelier, l'hospitalité envers les visiteurs d'ici et d'ailleurs est une chose bien naturelle. Lorsque les hôtes viennent de contrées lointaines, il est toujours bon de connaître leurs us et coutumes afin d'éviter les malentendus et de leur orchestrer un séjour agréable

en tous points. C'est là précisément le propos de la présente brochure. En Suisse, entre 2012 et 2018, le nombre de nuitées de la clientèle en provenance des pays du Golfe a enregistré un bond de 82% et tout porte à croire que cet essor se poursuivra dans les deux décennies à venir. La population aisée de la région profite des mois d'extrême chaleur

pour voyager dans des contrées qui promettent un peu de fraîcheur. Avec son climat agréable, le charme de ses paysages et son niveau de vie, la Suisse ne manque assurément pas d'attraits. A cela s'ajoute une réputation de propreté, de sécurité et d'ouverture à toutes les cultures qui vient soutenir une demande en nette progression.

1 Avec sa dépense journalière moyenne, le visiteur des Etats du Golfe laisse loin derrière lui les touristes des autres parties du monde. Les produits de luxe, les techniques les plus récentes et le service d'excellence constituent pour lui une évidence. Il attend donc beaucoup de la Suisse en termes d'hospitalité. Cette nouvelle brochure éditée conjointement par HotellerieSuisse et Suisse Tourisme vous indiquera comment accueillir au mieux les touristes arabes. Outre quelques renseignements utiles sur la culture, la religion et les habitudes de vos hôtes, vous y trouverez une série de conseils pratiques pour votre activité d'hôtelier.

2 Nous vous souhaitons bonne lecture et de belles rencontres avec vos clients du monde entier.



C. Meier

Claude Meier  
Directeur d'HotellerieSuisse

M. Nydegger

Martin Nydegger  
Directeur de Suisse Tourisme

1 Claude Meier  
2 Martin Nydegger





# Informations générales sur les pays du Golfe

## Aperçu historique

Par Etats du Golfe, on entend les six pays arabes qui bordent le golfe Persique, à savoir le Bahreïn, le Qatar, le Koweït, Oman, le royaume d'Arabie Saoudite (RAS) et les Emirats arabes unis (EAU). Hormis l'Arabie Saoudite, tous ces pays ont été des colonies ou protectorats britanniques. Le dernier d'entre eux (Emirats arabes unis) a accédé à l'indépendance en 1971. En 1981, les six Etats considérés ont fondé le Conseil de coopération du Golfe (CCG) afin de dresser un rempart contre les retombées de la révolution islamique en Iran (1979) et de l'éclatement de la première guerre du Golfe (1980). Le Conseil vise à instaurer une collaboration sur le plan des relations extérieures et de la politique de sécurité, mais aussi à promouvoir les relations économiques et sociales. Les six pays membres du Conseil se caractérisent par un niveau de prospérité relativement élevé.

### Fondation

Conseil de coopération du Golfe (CCG), 25 mai 1981

### Siège

Riyad (Arabie Saoudite)

### Langue officielle

Arabe

### Etats du Golfe

Bahreïn, Qatar, Koweït, Oman, Arabie Saoudite et Emirats arabes unis

### Bahreïn

Capitale: Manama  
Régime politique: monarchie constitutionnelle  
Superficie: 750 km<sup>2</sup>  
Population: 1,6 million

### Qatar

Capitale: Doha  
Régime politique: émirat  
Superficie: 11 606 km<sup>2</sup>  
Population: 2,7 millions

### Koweït

Capitale: Koweït  
Régime politique: monarchie héréditaire constitutionnelle  
Superficie: 17 818 km<sup>2</sup>  
Population: 4,2 millions

### Oman

Capitale: Mascate  
Régime politique: monarchie absolue (sultanat)  
Superficie: 309 500 km<sup>2</sup>  
Population: 4,8 millions

### Arabie Saoudite (RAS)

Capitale: Riyad  
Régime politique: monarchie absolue  
Superficie: 2 149 690 km<sup>2</sup>  
Population: 33,6 millions

### Emirats arabes unis (EAU)

Capitale: Abou Dhabi  
Régime politique: monarchie constitutionnelle  
Superficie: 83 600 km<sup>2</sup>  
Population: 9,5 millions

## Economie

Le CCG est le principal partenaire commercial de l'Union européenne dans le monde arabe. Il concentre à lui seul la moitié environ des échanges commerciaux avec les pays arabes et représente environ 5% de l'ensemble des exportations de l'Union européenne vers des pays tiers. Pour la Suisse, la zone CCG constitue un marché d'exportation majeur avec un potentiel de croissance considérable qui est appelé à croître encore avec l'accord de libre-échange. Mesurés à leur volume commercial, les pays du CCG forment, après l'Union européenne et le Japon, le troisième partenaire de libre-échange de la Suisse. Notre pays y exporte principalement des machines, des montres, des produits pharmaceutiques ainsi que des articles de joaillerie et de bijouterie. Avec ses immenses réserves en pétrole et sa population de 33 millions d'habitants, l'Arabie Saoudite est le poids lourd du CCG, les autres pays étant, mesurés à leur volume de marché et à leur étendue territoriale, nettement plus petits. Néanmoins, du fait de leurs gisements de pétrole et de gaz et d'un secteur touristique à vocation internationale, leur rôle économique est incontestable.

La population des pays du CCG est jeune et majoritairement constituée de travailleurs immigrés.



## Education

Dans les pays du Golfe, le taux d'alphabétisation atteint chez les jeunes entre 99 et 100%. Ces pays ont pris conscience que la formation constituait la matière première de leur prospérité future et investissent aujourd'hui dans une multitude de programmes de formation et dans la recherche. Ce faisant, ils importent aussi des savoirs de l'étranger. En Arabie Saoudite (Université du Roi Abdulaziz à Djeddah), au Qatar (Fondation Qatar) et aux Emirats arabes unis des fonds importants ont été engagés dans la formation tertiaire.

## Données économiques clés et démographie 2018

	RAS	EAU	Oman	Koweït	Qatar	Bahreïn
PIB (en milliards USD)	769,9	432,6	81,7	144,5	188,3	39,3
PIB par habitant (USD)	23200	41500	19200	31900	67800	26500
Population (en millions d'habitants)	33,6	9,5	4,8	4,2	2,7	1,6
dont <14 ans (en %)	25,7	14,4	30,1	24,8	12,7	18,9
dont >65 ans (en %)	3,3	1,5	3,6	2,6	1,1	3,1
dont étrangers (en %)	10,0	88,4	44,1	69,6	88,4	54,0
Croissance démographique (en %)	1,6	1,4	2,0	1,4	2,0	2,2
Espérance de vie (arrondi)	75,7	78,7	75,9	78,3	79	79,1

Source: Fonds monétaire international, World Economic Outlook Database (octobre 2018), [www.cia.gov](http://www.cia.gov), [www.worldpopulationreview.com](http://www.worldpopulationreview.com)



# Culture et religion

## Prière-moment de la journée

Fajr – aube

Dhour – midi

Asr – après-midi

Maghrib – coucher du soleil

Isha – tombée de la nuit

Les règles ne sont pas identiques pour les voyageurs. Ainsi, fajr, dhour et asr peuvent être réunis en une seule prière, tout comme maghrib et isha. Il y a donc deux prières obligatoires par jour.

## Fêtes islamiques

### 2019 / 2020

**Ramadan** (mois de jeûne):

6. 5. 2019 – 4. 6. 2019

24. 4. 2020 – 23. 5. 2020

**Aïd el-Fitr** (Fête de rupture du jeûne):

5. 6. 2019 / 24. 5. 2020

**Aïd el-Adha** (Fête du sacrifice ou du mouton):

12. 8. 2019 / 31. 7. 2020

**Nouvel an islamique:**

31. 8. 2019 / 30. 8. 2020

**Fête de l'Achoura:**

10. 9. 2019 / 30. 8. 2020

**Mawlid / Mawlid**

**al-Nabi** (naissance du prophète Mahomet):  
10. 11. 2019 / 29. 10. 2020

Veuillez noter que les dates indiquées peuvent varier d'un jour en raison de bases de calcul distinctes.

## L'islam

L'islam est le ciment des sociétés de l'ensemble de la région du Golfe. Être au contact de la clientèle de ces pays suppose un minimum de connaissances de leur religion afin de mieux saisir leurs traditions et coutumes. A vrai dire, l'islam est bien plus qu'une religion. Dans les pays du CCG en effet, il n'existe pas de séparation nette entre société, politique et religion comme c'est le cas en Occident. La manière dont l'islam pénètre l'ordre social et politique varie cependant d'un Etat à l'autre dans cette région. De grandes différences s'observent notamment entre l'Arabie Saoudite où tout est dicté par la religion et les autres Etats.

Les heures de prière, le rituel des ablutions et les habitudes alimentaires sont des composantes essentielles de la vie des musulmans pratiquants, y compris pendant leurs voyages.

## Ablutions rituelles

Avant de faire sa prière rituelle (salat), le musulman doit obligatoirement faire ses ablutions (wudu). Pour se purifier, il se lave les mains, le visage, la nuque, les bras jusqu'aux coudes et les pieds jusqu'aux chevilles.

## Heures de prière

L'islam prescrit des heures de prières en fonction de la position du soleil, ce qui explique pourquoi ces heures varient d'un jour à l'autre. Les prières occupent le musulman quelques minutes par jour. Il les accomplit en direction de la Mecque, sur une surface propre ou sur un tapis de prière. La règle veut qu'il fasse sa prière entre les deux heures déterminées.

## Fêtes et jours fériés

Les fêtes de l'islam sont définies par le calendrier lunaire. La fête du sacrifice ou fête du mouton, au moment du pèlerinage à la Mecque, est considérée comme un grand événement, de même que l'Aïd el-Fitr qui marque la fin du mois du jeûne. Les fêtes, qui suivent le calendrier islamique lunaire, sont donc mobiles avec une amplitude de dix à onze jours par an. Elles avancent chaque année et traversent donc toutes les saisons. Le début du mois commence avec l'apparition de la nouvelle lune, ce qui signifie que les dates mentionnées peuvent s'écarter d'un jour.

## Code vestimentaire

Le mode de vie traditionnelle arabo-islamique transparait extérieurement dans l'habillement presque uniforme des hommes et des femmes.

La longue robe blanche des hommes (dishdasha ou thobe) à manches longues se porte généralement en été et fait place en hiver à des couleurs plus soutenues crème, marron ou gris. Sur le thobe, on enfille le manteau appelé abaya ou bisht, plus épais en hiver qu'en été. Sur la tête, les hommes portent la traditionnelle ghutra ou shemagh. Ce carré de tissu peut être blanc (Emirats arabes unis, Qatar surtout), blanc et rouge ou blanc et noir (Arabie Saoudite surtout) ou blanc et or (Oman). Ce foulard est maintenu par un cordon noir nommé agal. Les Arabes du Golfe s'habillent aussi à l'occidentale lorsqu'ils voyagent à l'étranger. Hormis en Arabie Saoudite, il n'y a pas de règles vestimentaires pour les femmes. Les femmes musulmanes se signalent tout de suite par leur foulard (hijab) ou par leur voile avec lequel elles se couvrent une partie du visage (niqab). Les femmes des pays du Golfe portent souvent l'abaya, long manteau noir, avec ou sans niqab. Le voile peut être un signe de profond attachement à l'islam, mais beaucoup de femmes des Etats du Golfe se voilent par convention sociale. On peut l'observer lorsqu'elles ne dissimulent qu'une partie de leur tête. Quelques femmes sortent aussi tête nue.

Les Arabes sont fiers de leur littérature et manifestent une grande émotion à l'écoute de citations ou récitations.

Le nom et l'origine déterminent grandement la position occupée dans la hiérarchie sociale.

## Famille

La famille occupe une grande place dans la vie de tous les Arabes. L'homme est le chef de famille. La société arabe réserve un respect particulier aux aînés et accorde une grande considération aux enfants. L'origine sociale et familiale domine la structure sociétale arabe.

## Langue

L'arabe est au nombre des six langues officielles des Nations unies (plus de 422 millions d'arabophones dans 22 pays arabes et de nombreux autres pays d'Asie et d'Afrique). Cinquième langue mondiale et langue de l'islam, l'arabe est une langue internationale. On retiendra qu'elle s'écrit de droite à gauche.

Bienvenue	ahlan wa sahan
Bonjour	salam aleikum
Bonjour (le matin)	saba-h ala kheir
Bonsoir	masaa oul kheir
Bonne nuit	tisbe-h ala kheir
Merci beaucoup	choukran
Pardon / excusez-moi	afouan
Au revoir	ma'a assalama
Permettez, excusez	laou sama-ht
Bon séjour	iqama saida
Oui, d'accord, entendu	hader!
Une seconde!	daqiqqa!

**Adressez-vous dans une conversation à l'homme et à la femme. Bien souvent, les femmes voilées ne laissent pas leur accompagnant masculin répondre à leur place.**



## Informations utiles sur l'islam

### Le Coran

Le Coran est le livre sacré de l'islam et composé des révélations transmises par Allah au prophète Mahomet. Au-delà de sa dimension spirituelle, il précise les règles de vie, les devoirs et obligations du musulman.

Le vendredi est le jour de culte chez des musulmans. Tout le monde ou presque a congé et les agences de voyages sont fermées. La réunion des fidèles pour la prière du midi est une obligation.

Évitez tout commentaire critique ou intolérant sur l'islam, sur le prophète Mahomet ou sur le Coran.

### Les cinq piliers de l'islam ou devoirs du musulman

- la profession de foi (Chahada): «Il n'y a pas d'autre dieu qu'Allah et Mahomet est son messager.»
- la prière rituelle (salat): à l'aube, à midi, l'après-midi, au coucher du soleil et à la tombée de la nuit.
- le soutien aux pauvres (zakat): l'aumône aux pauvres et aux nécessiteux.
- le jeûne du mois de ramadan (sawm): les musulmans s'abstiennent de manger et de boire de l'aube au coucher du soleil. La fin du ramadan est célébrée par la grande fête de l'Aïd el-Fitr.
- le pèlerinage (hajj) à la Mecque (Arabie Saoudite) qui abrite les lieux saints de l'islam. Tout musulman doit le faire au moins une fois dans sa vie.

Toutes les obligations valent pour les hommes comme pour les femmes. Des exceptions sont prévues pour les personnes âgées, pour les malades, pour les voyageurs, etc.

### La charia

La charia désigne la loi islamique. Elle codifie les aspects publics et privés de la vie des musulmans (droits patrimoniaux, droit de la famille, successions, droit pénal, etc.). Elle se fonde sur le Coran et sur des traditions transmises par le prophète dès le milieu du VII<sup>e</sup> siècle.

# «En Suisse, les gens sont uniques et très fiers de leur pays.»



Rania Younes,  
animatrice de radio  
pour Star FM, Abou  
Dhabi  
[www.adradio.ae](http://www.adradio.ae)

**Quelles sont les valeurs qui distinguent particulièrement la culture arabe?**

**RY:** L'hospitalité, la sollicitude et la sphère privée.

**Qu'est-ce que recherchent les hôtes arabes lorsqu'ils voyagent en Suisse?**

**RY:** La nature, le beau temps, les montagnes, les lacs, les villes et quartiers historiques, des hôtels dans un décor magnifique et calme. Certains aiment aussi le shopping, surtout si les offres sont tentantes (dans les outlets p. ex.).

**Avez-vous déjà passé des vacances en Suisse?**

**RY:** Oui, plus d'une fois. Et j'aime ce pays.

**Y a-t-il un élément dont vous gardez un souvenir particulier?**

**RY:** Je voyage tous les ans en Suisse et à chaque fois, je rentre chez moi avec de merveilleux souvenirs. Mais si je réfléchis bien à votre question, la chose qui vient immédiatement à l'esprit est le «Grand Tour of Switzerland». On y voyage d'un endroit à l'autre et on peut y vivre les quatre saisons en une seule journée. La nature est exceptionnelle, les hôtes sont magnifiques, les gens uniques et très fiers de leur pays. Ils se préoccupent de chaque détail et savent tout vous expliquer de la région où ils vivent. La nature grandiose de la Suisse a un grand pouvoir d'attraction. Les déplacements en train ou en voiture sont très bien organisés.

**Comment avez-vous vécu l'hospitalité suisse?**

**RY:** J'ai fait de très bonnes expériences. J'ai séjourné dans plusieurs hôtels et je ne me souviens pas d'une seule fois où nous n'avons pas apprécié le séjour. Il y a des hôteliers qui sont aux petits soins pour leurs clients et avec qui vous établissez une relation personnelle, et d'autres qui sont surtout soucieux de préserver votre sphère privée. Les deux variantes ont leurs avantages. Personnellement, j'aime entrer en contact avec les gens, car c'est ainsi que je me connecte émotionnellement avec le lieu et j'aime retrouver le même environnement lors de ma visite suivante.

**Avez-vous des conseils à donner aux hôteliers suisses concernant des améliorations à apporter au niveau de l'accueil des hôtes des pays du Golfe?**

**RY:** Une vue d'ensemble des hôtels d'une région permettrait de mettre en évidence les particularités de chaque établissement: situation, paysage, environnement, restaurants et offres spéciales, etc. Le tourisme suisse fait de son mieux pour répondre à cette attente.

**«Je voyage tous les ans  
en Suisse et à chaque fois,  
je rentre chez moi avec de  
merveilleux souvenirs.»**

Rania Younes



# Etiquette des affaires

## Marchands arabes

Les Arabes sont des marchands nés qui maîtrisent parfaitement l'art de lire les visages. A leur contact, on veillera donc à ne pas dévoiler ses faiblesses, à ne pas manifester d'impatience ou d'autres émotions. En affaires, les Arabes comptent négocier avec des interlocuteurs bien préparés. Ils ont le goût du risque, encore que celui-ci se limite à la sphère des affaires.

## Hiérarchie

La société arabe présente une structure hiérarchique et les différences dans l'ordre social sont bien acceptées. Le statut social d'une personne dépend de sa famille, de sa relation à l'Etat ou à l'organisation, mais aussi de ses connaissances et de sa situation financière. Le monde des affaires est majoritairement masculin. Un principe fondamental consiste à « toujours sauver la face », que ce soit dans les affaires ou dans le domaine privé. Dès lors, on aura soin de ne pas formuler de critiques en public.

## Relations interpersonnelles

Les Arabes sont moins individualistes que les Européens et se sentent bien en groupe. Cependant, dans les négociations commerciales, les personnes jouent souvent un rôle plus important que l'entreprise. Ainsi, une bonne relation d'affaires passe-t-elle nécessairement par une bonne relation personnelle. Dans les pays arabes, le temps a moins d'importance que pour les Européens, ce qui représente une réelle difficulté pour ces derniers. La patience est ici la clé du succès.

## Culture de communication

Les Arabes privilégient les nuances et la forme indirecte. Leur mode de communication repose sur la rhétorique, l'exagération et les répétitions. La tactique de nombre d'entre eux consiste à se cacher derrière des personnes plus haut placées pour éviter de donner une réponse claire et définitive. Ainsi invoquent-ils volontiers un supérieur, la famille ou l'Etat, ou encore Dieu lorsqu'ils utilisent la formule « Inch'Allah » (si Dieu le veut). Dans les discussions, il leur arrive aussi de ne pas réagir dans certaines situations, mais il ne faut y voir ni un signe positif ni un signe négatif.

## Partenaires d'affaires arabes

Les personnes qui commercent avec des Arabes ont tout intérêt à vérifier si leur interlocuteur est vraiment habilité à conduire l'affaire en question. Il est même conseillé de déterminer qui prend véritablement les décisions, car cela ne sera pas nécessairement l'interlocuteur principal ou la personne qui mène les pourparlers. Dans le

Ne vous laissez pas décontenancer lorsque d'autres personnes viennent interrompre votre conversation.

monde arabe, les intermédiaires ont une fonction centrale. Ce sont des personnages-clés souvent très influents qui agissent pour le compte d'autres personnes. Ils peuvent ouvrir des portes et aplanir les difficultés.

Les boissons alcoolisées, les tableaux ou sculptures suggestives ou les objets susceptibles de porter atteinte à la fierté nationale sont à bannir.

### **Give-aways**

Les cadeaux sont hautement appréciés dans le monde arabe et l'échange de présents entre partenaires commerciaux est chose courante. Les présents doivent être de valeur et véhiculer une image positive. Tant que les objets sont conformes aux préceptes de l'islam, toutes les formes et couleurs sont permises. Le miel et les souvenirs typiquement helvétiques sont hautement bienvenus.



# Habitudes de voyage



Du fait de leur environnement naturel hostile et de leurs préceptes religieux, les Arabes sont des gens d'une grande hospitalité. Ils attendent la pareille lorsqu'ils voyagent à l'étranger.

## **Forte croissance des séjours à l'étranger**

Entre 2012 et 2018, le nombre de nuitées des hôtes en provenance des Etats du Golfe a augmenté de 82%. Les très hautes températures qui règnent dans ces pays incitent leurs habitants à se rendre dans des régions plus fraîches pendant quelques mois. La période d'été (mai à septembre) est donc la plus prisée pour voyager. Le visiteur des Etats du Golfe est généralement très aisé. Il est habitué à être entouré de prévenances et à s'acheter quelques libertés moyennant des compensations financières considérables. Le luxe, la technique dernier cri et l'excellence du service sont des évidences à ses yeux. Il compte sur des hôtels bien équipés, mais attend surtout que l'on respecte sa religion et ses coutumes. La réputation d'ordre et de propreté de la Suisse, et avant tout son renom de pays sûr et hospitalier sont conformes à ces attentes.

Les visiteurs des pays du Golfe apprécient les sourires bienveillants, l'amabilité de l'accueil, la tolérance à l'égard des enfants et la patience.

Les touristes du Golfe sont plutôt jeunes: 57% de ceux qui séjournent en Suisse ont entre 16 et 35 ans.

**Dépenses moyennes par jour et par personne pour les touristes hébergés en Suisse**

Pays	CHF
Etats du Golfe	420
Chine	380
Inde	310
Japon	300
Etats-Unis	280
Russie	250
Corée	210
Suisse	140
Allemagne	130

Source: Monitoring du Tourisme Suisse, 2017

**Profil des hôtes arabes**

La plupart des hôtes arabes partent en vacances en compagnie des membres de leur famille élargie. Selon le statut de celle-ci, le groupe peut compter, à l'extrême, jusqu'à 60 personnes, les gouvernantes, secrétaires, cuisiniers et chauffeurs étant souvent du voyage. Outre pour le repos, la découverte ou les affaires, certains visiteurs viennent en Suisse pour suivre des traitements médicaux. En règle générale, ils combinent ces soins également avec les vacances familiales. Depuis quelques années, les voyages de noces en Suisse ont le vent en poupe. En outre, on voit arriver en Suisse aujourd'hui des familles de la classe moyenne qui disposent d'un pouvoir d'achat moindre que les hôtes arabes habituels, mais prétendent à la même hospitalité. Les touristes solitaires et les voyageurs d'affaires – presque exclusivement masculins – restent encore minoritaires, encore que cette seconde catégorie soit en constante progression. Quelque 86% des visiteurs du Golfe privilégient les circuits touristiques en Suisse. Au nombre des activités les plus prisées figurent les visites de sites naturels, le shopping, les excursions en téléphérique ou autres remontées mécaniques, les courses en bateau, mais aussi la fréquentation de bars, clubs, discothèques et casinos. Ceci indique que malgré leur habillement traditionnel, une partie des touristes du Golfe ne boude pas le mode de vie occidental; il leur arrive aussi de boire de l'alcool, mais rarement en public.

**Touristes dépensiers**

Les visiteurs des Etats du Golfe devancent nettement tous les autres touristes en termes de dépenses journalières. C'est que le shopping est aussi important que les excursions pendant leur séjour. Comme cadeaux pour la famille et les amis, ils affectionnent particulièrement l'artisanat suisse traditionnel, le chocolat et les souvenirs et raffolent d'articles de luxe et de produits de prestige, de mode haute couture, de sacs et chaussures de marque, de bijoux et de montres. Les articles et accessoires pour enfants ne sont pas en reste, sans oublier les jouets et les gadgets électroniques.

Source: Office fédéral de la statistique (HESTA 2018)

**Nuitées des touristes des Etats du Golfe en Suisse (2012–2018)**

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Arrivées</b>	175 204	216 341	266 066	331 024	340 129	336 575	356 958
<b>Nuitées</b>	518 842	623 205	770 725	929 799	959 467	919 968	946 259

# «Le bouche-à-oreille est le meilleur marketing.»



Matthias Albrecht,  
Suisse Tourisme,  
directeur CCG

## En quoi la Suisse est-elle selon vous particulièrement intéressante pour les hôtes des pays du Golfe?

**Matthias Albrecht:** Collines verdoyantes, vastes forêts, prairies et parcs, lacs bleus et rivières sauvages, de l'eau qui coule ... et tout cela dans un climat agréable: en somme la nature est à l'évidence la raison première qui incite les touristes du Golfe à visiter la Suisse. De plus, notre pays offre des possibilités d'hébergement de haute qualité adaptées à leurs exigences et est considéré comme une destination de vacances très sûre et agréable.

## Est-ce que la Suisse reste un pays attractif pour les touristes en provenance des pays du Golfe?

**MA:** Oui, absolument. L'image de la Suisse est excellente. Nous prévoyons une croissance soutenue de ces visiteurs. La population des Etats du Golfe augmente et elle est de surcroît très jeune. Tout se joue sur le prix du pétrole: plus il est élevé, et plus les pays disposent de revenus et augmentent les salaires de leurs fonctionnaires. Ces derniers aiment le consacrer aux vacances.

## Sur quoi le marketing des hôteliers suisses doit-il mettre l'accent pour attirer des visiteurs des pays du Golfe?

**MA:** Le bouche-à-oreille est toujours le meilleur marketing, y compris chez les Arabes du Golfe. De plus, cette population est très branchée numérique, tout le monde possède deux ou trois téléphones portables. Il s'agit donc de leur donner la possibilité de transmettre à leurs amis des photos de leur hôtel ou de leurs vacances via un hashtag #YourHotel. La présence sur les réseaux sociaux est un avantage. En outre, le site de l'hôtel doit surtout être accessible depuis un téléphone portable, car chez les Arabes 90% du trafic Internet passe par ces appareils et, en toute petite partie seulement via les ordinateurs de bureau. Un site web en langue arabe est sans doute utile, mais ce n'est pas une nécessité absolue. Un compte WhatsApp est également précieux pour les réservations. Ce sont des éléments très appréciés qui génèrent des ventes supplémentaires.

## Y a-t-il des aspects auxquels les hôteliers suisses devraient prêter une attention particulière lorsqu'ils accueillent des voyageurs en provenance des pays du Golfe?

**MA:** Il faut éviter de remettre directement les enfants à l'ordre, mieux vaut parler avec les parents, de préférence avec le père de famille. Dans les familles arabes conservatrices, il est conseillé de s'adresser d'abord à l'homme, surtout si l'on est un homme. Cependant, beaucoup de femmes maîtrisent mieux l'anglais que leur mari et prendront alors peut-être la main dans la discussion. En



«Saluer ses hôtes par un «salam aleikum» donne un bon point de départ.»

Matthias Albrecht

outré, si vous tendez la main à une femme pour la saluer, elle pourra mettre un moment avant d'en faire autant. Ne forcez pas si elle s'abstient.

**L'hôtelier peut-il offrir un service ou une petite attention pour que les hôtes des pays du Golfe gardent un très bon souvenir de leur séjour en Suisse?**

**MA:** Saluer ses hôtes par un «salam aleikum» donne un bon point de départ. Le miel et les fruits dans la chambre sont des attentions très appréciées. Lors du check-in, l'hôtelier pourra aussi demander à ses clients arabes s'ils désirent un tapis de prière, une boussole ou un Coran dans la chambre. Il a aussi tout à gagner à disposer un vaste choix de jus de fruits, et notamment du «lemon-mint», cette boisson étant très prisée par les natifs des pays du Golfe. Ce qui compte aussi, c'est de bien indiquer les produits à base de viande de porc sur la carte des mets et au buffet du petit-déjeuner. Les Arabes apprécient particulièrement les mets arabes au petit-déjeuner, en particulier le houmous ou le fowl moudammas (ragoût de fèves).

## Bon à savoir – Voyages et bonnes manières

L'hôte des pays du Golfe réserve généralement en été pour ses grandes vacances et passe encore principalement par les canaux traditionnels, surtout pour pouvoir réserver plusieurs chambres attenantes ou situées sur le même étage. Pour les séjours de courte durée, les réservations s'effectuent plutôt en ligne, via les téléphones mobiles.

Les recommandations personnelles formulées via les vastes réseaux ramifiés d'une famille arabe sont primordiales.

Les femmes jouent un rôle essentiel dans le choix des destinations de vacances, du lieu d'hébergement et des activités.

### **Évitez de regarder une personne du sexe opposé dans les yeux.**

Les hôtes des pays du Golfe voyagent avec leurs domestiques. Prêtez la plus grande attention aux rapports hiérarchiques lors de la réservation.

La plupart des hôtes arabes parlent assez bien l'anglais. Ils parlent généralement fort et avec beaucoup de gestes.

Les vacanciers arabes sont rarement pressés quand ils voyagent, si bien qu'il leur arrive de changer librement leurs projets; même la date de leur départ reste souvent indéfinie. En règle générale, ils envisagent des séjours de plus longue durée.

En saluant vos hôtes, attendez que les personnes du sexe opposé vous tendent la main avant de tendre la vôtre.

Ne faites jamais de remontrances directes à un enfant. Tentez de parler à son père ou à un membre de la famille plus âgé et attirez diplomatiquement son attention sur le règlement interne et le comportement des enfants.

Il est rare que les hôtes arabes réservent des programmes ou excursions à l'avance. Ils apprécient donc les offres proposées en complément par les hôtels et les offices du tourisme.

# Hospitalité suisse envers les hôtes arabes

Avec le charme de ses paysages, son climat agréable et ses multiples manufactures d'articles de luxe et de marque, la Suisse est une destination de vacances intéressante.

Demandez régulièrement à vos hôtes s'ils sont satisfaits.

## Des visiteurs aux attentes élevées

Les visiteurs des pays du Golfe attendent du pays hôte des prestations de toute première classe. Ils ont l'habitude de formuler leurs demandes sur un ton péremptoire et autoritaire. Dire non à un souhait de l'hôte est perçu comme un grand manque de politesse. L'hôtelier aura donc soin de ne jamais refuser directement une demande. Les Arabes n'aiment pas attendre. Annoncez-leur qu'ils seront servis sous peu. Les hôtes apprécient les marques de respect envers leur culture et leur religion. Bien des petits gestes peuvent y contribuer: chaînes TV arabes pour les enfants, tapis de prière avec boussole, serviettes de toilette supplémentaires pour les ablutions, adresses de mosquées ou de lieux de prières, de commerces et restaurants halal. En présence d'un grand groupe de visiteurs pratiquants, il est recommandé de mettre à disposition une salle de prière et d'inscrire des mets halal sur la carte.

## Activités de loisirs

### Excursions

Les clients des pays du Golfe sont friands de visites touristiques, lesquelles constituent l'un des principaux motifs de leurs voyages. Ils aiment beaucoup se rendre dans les parcs de loisirs avec leurs enfants. Ils s'intéressent aussi aux villes authentiques et entreprennent volontiers des excursions dans la nature. La diversité des activités de plein air, les paysages lacustres et alpins, l'air frais des sommets suisses, mais aussi les nombreux parcs et le vaste réseau de sentiers de randonnées les enchantent. Certains visiteurs ne boudent pas non plus les casinos et les boîtes de nuit.

**«Les touristes arabes raffolent d'activités à sensations fortes, mais pas trop fatigantes, telles que le parapente, les parcs d'aventure ou la luge d'été.»**

Matthias Albrecht, Suisse Tourisme, directeur CCG

Veillez à ce que le personnel qui s'occupe des clientes qui fréquentent le spa ou l'espace piscine soit exclusivement féminin.

### Activités sportives

Les manifestations sportives sont très appréciées dans les pays arabes, en particulier les concours hippiques, le football et le sport automobile. La culture sportive occidentale n'est pas toujours comprise des hôtes musulmans. Mais les jeunes gens, dont également des femmes, s'essayent de plus en plus aux disciplines de «soft adventure» (parapente, sports nautiques). Dans la culture arabe, hommes et femmes pratiquent certains sports séparément, en particulier la natation. Il est recommandé de bien organiser les horaires de piscine, et de prévoir notamment des heures réservées aux femmes. De nombreuses clientes arabes pénètrent dans la zone des bassins en leggings et t-shirt, et portent le plus souvent un foulard ou le voile.

## Habitudes alimentaires

En guise de bienvenue, servez du thé ou des jus de fruits frais aux hôtes en provenance des pays du Golfe.

«Lemon and Mint»  
(citron-menthe)

- ¾ de tasse de jus de citron ou le jus de 8 citrons
- ¾ de tasse de sucre
- 1½ c. c. d'eau de fleur d'oranger
- ¼ de tasse de menthe fraîche hachée fin
- 8 tasses d'eau froide, glace pilée à volonté

Durant le ramadan, les hôtels attentifs à leur clientèle arabe peuvent offrir un service spécial de restauration halal après la rupture du jeûne au coucher du soleil.

Restaurer les touristes arabes n'est pas toujours sans difficulté pour l'hôtelier. Certains visiteurs acheminent leur nourriture par avion et font préparer leurs plats en chambre. Dans certaines familles très traditionnelles, hommes et femmes ont coutume de manger séparément. La viande de porc est un tabou absolu pour la plupart des hôtes arabes. Les musulmans mangent généralement halal, ce qui signifie que la viande doit provenir d'animaux tués selon le rite musulman, et que les aliments et boissons ne doivent contenir ni sang, ni viande de porc ou saindoux, ni alcool. Lorsqu'ils ne peuvent obtenir de viande halal, les musulmans mangent du poisson ou des mets végétariens. Il n'est pas rare que les hôtes s'enquière des fournisseurs, lesquels devraient être en possession d'un certificat halal. Enfin, sachez que les hôtes arabes ne sont pas fermés aux spécialités locales du moment qu'elles sont halal.

La plupart du temps, ces visiteurs du Moyen-Orient mangent en silence. Ils affectionnent particulièrement les buffets qui leur permettent de choisir parmi de nombreux plats. Leur préférence va aux plats à base de légumes et de viande avec du riz. La viande d'agneau, la volaille et le poisson sont toujours bien accueillis. La cuisine du Golfe comporte bien des parfums méditerranéens. En Europe, les Arabes mangent rarement avec la main. Le dessert, le café et le thé se servent aussitôt le repas principal terminé. Une fois la dernière gorgée avalée, l'hôte arabe se lève et quitte la table.

**«Le «Lemon and Mint» est une boisson arabe typique qui se boit partout aux pays du Golfe.»**

Matthias Albrecht, Suisse Tourisme, directeur CCG



## Bon à savoir – Nourriture et boissons

Nombreux sont les hôtes arabes qui mangent de la viande non halal en Suisse – sauf s'il s'agit de viande de porc bien sûr – avec une préférence pour le poulet, mais aussi pour le veau et le bœuf. Proposez-leur néanmoins des plats halal, des fruits de mer ou des mets végétariens.

Enrichissez votre buffet du petit-déjeuner avec des fruits et des jus et indiquez les variétés de charcuterie qui contiennent du porc.

Les boissons se commandent généralement pendant ou après le repas. Il est donc recommandé de mettre spontanément une carafe d'eau à disposition.

L'eau se sert dans des verres normaux et non dans des verres à pied. Généralement, les hôtes du Golfe boivent de l'eau non gazéifiée. Proposez-leur un choix bien pensé de boissons sans alcool et de jus de fruits.

Le thé est la boisson favorite des hôtes arabes. Il est conseillé comme boisson de bienvenue, de même que les jus de fruits fraîchement pressés. Le thé se boit généralement très sucré. Le thé noir peut être servi avec des feuilles de menthe fraîches.

Dans les pays du Golfe, le café se prépare habituellement avec de la cardamome, c'est pourquoi les hôtes l'emportent souvent avec eux. Le café arabe se boit très sucré. S'agissant du café européen, les hôtes arabes ont une préférence pour le cappuccino et l'expresso.

Veillez à toujours disposer des dattes sur la table. Les hôtes arabes en apportent souvent de chez eux, car bien des variétés de ce fruit sont inconnues en Suisse. Les hôtes arabes ont un faible pour les desserts consistants et très sucrés, notamment pour les produits à base de noisettes, de noix, d'amandes, de pistaches et de miel. Le chocolat (sans alcool) est aussi apprécié, de même que les glaces en été.

### **Les Arabes mangent beaucoup de pain, avec une préférence pour le pain galette ou pita.**

Le petit-déjeuner se prend entre 10 et 12 h, le repas du soir entre 21 et 23 h. A midi, le repas se résume généralement à une petite collation. L'hôtelier aura soin de prévoir du personnel en suffisance, car les Arabes aiment à être servis rapidement. Les enfants doivent être servis en premier. Bien souvent, les hôtes du Golfe emportent les restes de leur repas, il est donc conseillé de leur demander s'ils souhaitent le faire.

En Suisse, de nombreux Arabes s'accordent de temps à autre une bière ou un verre de vin. Ils apprécient la liberté et la possibilité de boire à l'occasion un peu d'alcool.

# Adresses de contact

Pour de plus amples informations, pour des conseils ou des formations concernant l'accueil des visiteurs des pays du Golfe ou les marchés arabes, prière de vous adresser à l'une des organisations suivantes:

## **HotellerieSuisse**

Communication  
Monbijoustrasse 130  
3001 Berne  
T +41 31 370 41 40  
kommunikation@hotelleriesuisse.ch  
www.hotelleriesuisse.ch

## **Suisse Tourisme**

Tödistrasse 7  
8008 Zurich  
T +41 44 288 11 11  
info@myswitzerland.com  
www.myswitzerland.com

## **Suisse Tourisme – Dubaï**

P.O. Box 309059, Dubaï,  
United Arab Emirates  
Jumeirah lake towers,  
Swiss Tower – office 3602  
T +971 4 4334 355  
gcc@switzerland.com

## **Liens utiles**

[www.myswitzerland.com/ar](http://www.myswitzerland.com/ar)

[www.islam.ch](http://www.islam.ch)  
informations sur l'islam et sur les musulmans en Suisse

[www.halal.ch](http://www.halal.ch)  
service d'information de l'Institut islamique des consommateurs

[www.islamicfinder.org](http://www.islamicfinder.org)  
heures de prière

[www.swissmoschee.ch](http://www.swissmoschee.ch)  
mosquées en Suisse

[www.global-blue.com](http://www.global-blue.com)  
informations sur le remboursement de la TVA

[www.swissinfo.ch/ara](http://www.swissinfo.ch/ara)  
plateforme d'information Suisse, en arabe



# L'accueil des hôtes juifs en Suisse



## Impressum

### Editeur

HotellerieSuisse, Berne, et  
Suisse Tourisme, Zurich

### Edition

1<sup>re</sup> édition 2019

### Conception

xamt franziska liechti, Wabern  
www.bloomidentity.ch, Berne

### Impression

Stämpfli SA, Berne

### Crédits photographiques

Benyamin Reich: p. 1, 4

Alain Picard: p. 25

Patricia Schon, Michael Melcer:

p. 27 (photo du milieu)

FSCI: couverture, p. 15, 16, 27, 28, 30, 32

Suisse Tourisme: Ivo Scholz, p. 17

iStockphoto.com: p. 6, 11, 21, 24

Shutterstock.com: p. 9, 12, 18, 21

### Langues

Français, allemand, anglais

Berne, juin 2019

En collaboration avec



- 4 Avant-propos**
- 6 Informations générales sur le judaïsme**  
Aperçu historique
- 9 Caractéristiques de la culture et de la religion**  
Le judaïsme, courants religieux, répartition, heures de prière, langues, fêtes juives
- 12 La culture juive**
- 14 Les hôtes juifs en voyage**  
La Suisse – une destination recherchée, hauts lieux du tourisme juif, hautes saisons, logements de vacances
- 16 Entretien avec Rafael Mosbacher**  
L'intermédiaire de Davos
- 18 Le chabbat, jour de repos juif**  
Commandements et interdits, solutions de rechange
- 20 L'alimentation casher**  
Boissons casher, viande casher, stricte séparation de la viande et du lait, cuisine casher et cashérisation, manger et boire au restaurant, achats de produits casher
- 25 Entretien avec Noam Hertig**  
Rabbin de l'Israelitische Cultusgemeinde Zürich ICZ

## **26 Activités de loisirs**

Excursions et randonnées pédestres, wellness, cartes ou passeports touristes

## **28 Entretien avec Motti Ibenboim**

Voyagiste israélien

## **29 L'hospitalité suisse envers les hôtes juifs**

Communication respectueuse, règles générales, compréhension mutuelle

## **31 Likrat Public – se rencontrer pour mieux se comprendre**

Des intermédiaires sur le terrain

## **32 La Fédération suisse des communautés israélites (FSCI)**

## **33 Adresses de contact**



# Avant-propos

## Le tourisme juif a une longue tradition en Suisse, les hôtes juifs apprécient grandement notre offre touristique.

Pour tout hôtelier, l'hospitalité envers les visiteurs d'ici et d'ailleurs est une évidence. Lorsque les hôtes viennent de contrées lointaines, il est toujours bon d'avoir quelque connaissance de leur culture afin d'éviter les malentendus et quiproquos et d'orchestrer un séjour

entièrement à leur goût. C'est là précisément le propos de la présente brochure «L'accueil des hôtes juifs en Suisse».

La culture juive se caractérise fortement par la grande diversité de ses courants religieux, de ses langues et pays d'origine. Le tourisme juif a une longue tradition en Suisse. Les hôtes juifs affectionnent notre pays pour ses paysages alpins et lacustres exception-

nels, pour sa vaste offre d'activités de plein air et la qualité de ses infrastructures. Ils ont des besoins variés et parfois complexes, notamment en matière d'alimentation et d'hébergement, ce qui peut parfois décontenancer les hôteliers qui les accueillent. La nouvelle brochure, éditée par HotellerieSuisse et Suisse Tourisme en collaboration avec la Fédération suisse des communautés israélites (FSCI), devrait faciliter la tâche de ces derniers.

Outre quelques informations utiles sur la culture, la religion et la mentalité des hôtes juifs, vous y trouverez une série de conseils pratiques pour faciliter le vivre ensemble et faire du séjour une expérience inoubliable pour tous.

Nous vous en souhaitons bonne lecture et espérons pour vous d'intéressantes rencontres avec votre clientèle des quatre coins du monde.



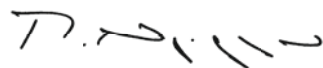
1



2

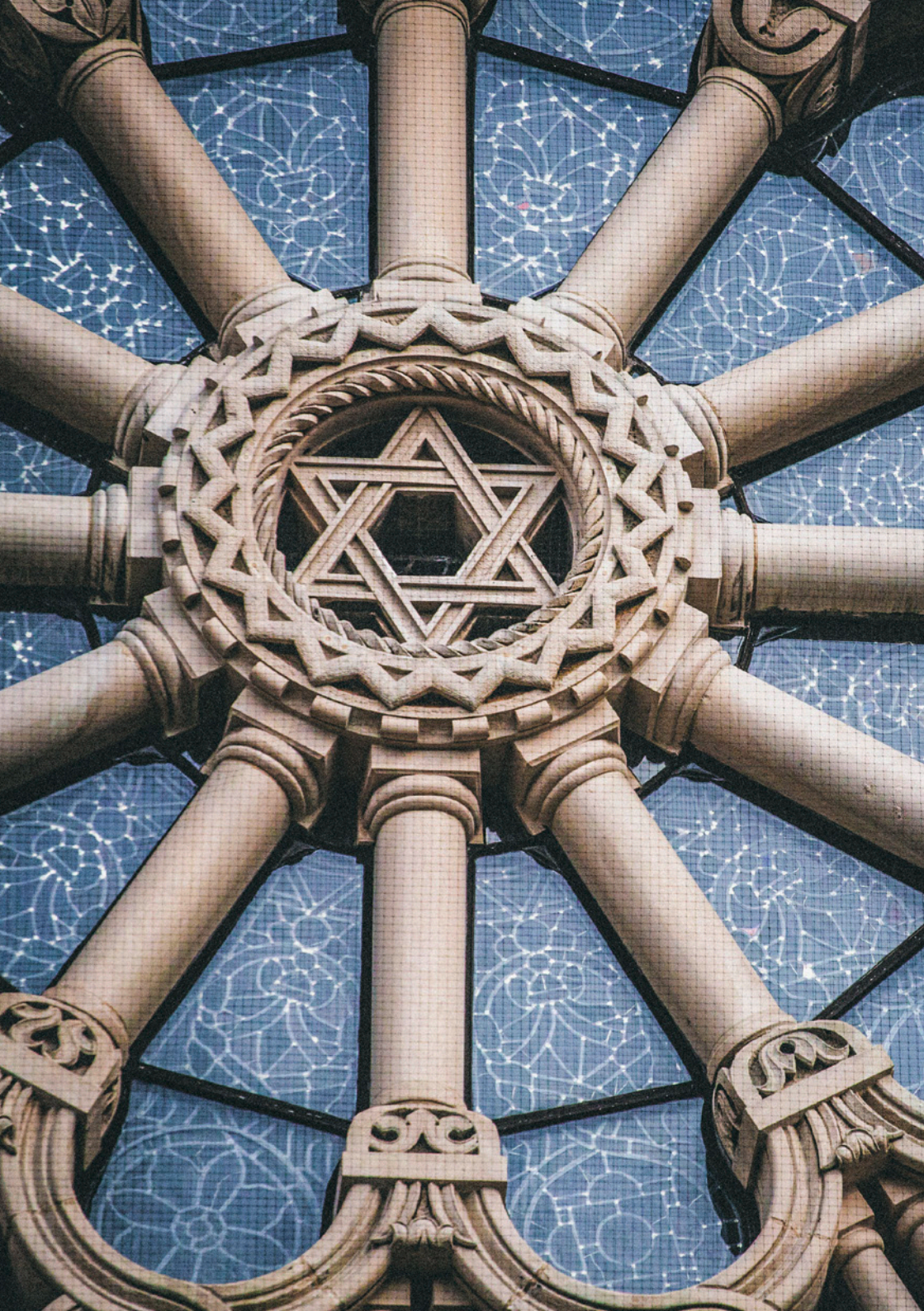


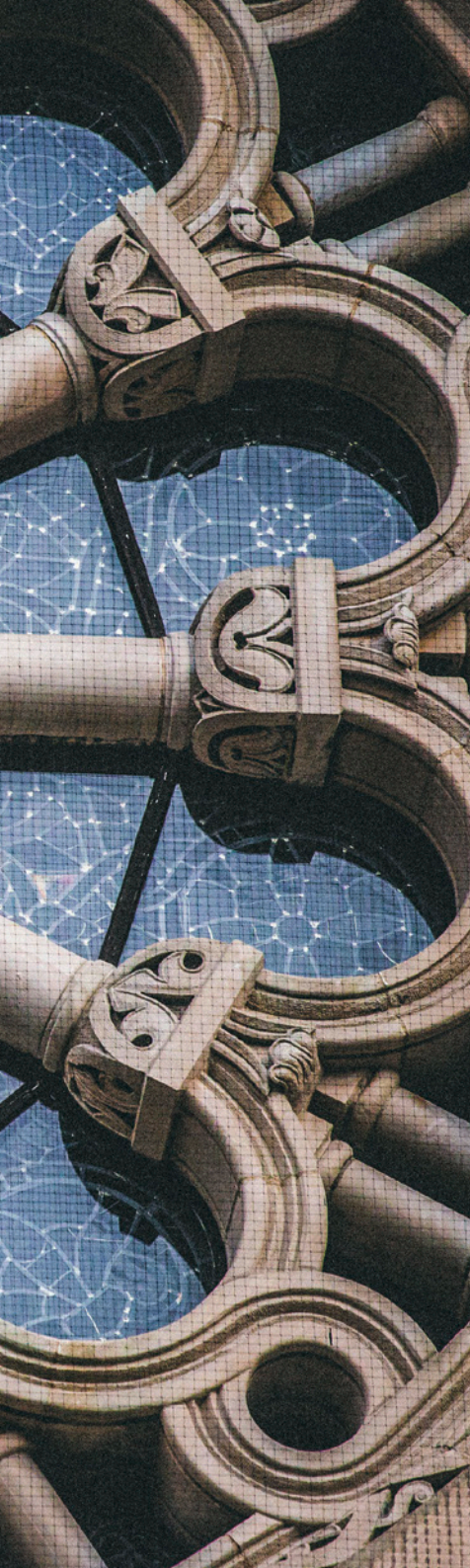
Claude Meier  
Directeur d'HotellerieSuisse



Martin Nydegger  
Directeur de Suisse Tourisme

1 Claude Meier  
2 Martin Nydegger





# Informations générales sur le judaïsme

## Aperçu historique

Depuis l'an 1000 av. J.-C. environ, des Juifs vivaient sur le territoire actuel d'Israël. La dispersion du peuple juif a débuté il y a 2000 ans. Les Juifs émigrent progressivement vers toutes les parties de l'Europe. On identifie ici trois grands flux migratoires qui ont formé les trois grands groupes que l'on connaît aujourd'hui encore: les «Sépharades» ont migré via l'Afrique du Nord vers la péninsule Ibérique et s'y sont installés.

Le chemin des «Ashkénazes» a passé par l'Italie et la vallée du Rhône jusqu'en Rhénanie principalement. Les «Mizrahim» s'installèrent au Moyen-Orient et en Afrique du Nord et sont également désignés sous le nom de «Juifs orientaux». Des émeutes antijuives ont secoué la Rhénanie au temps des Croisades au XXII<sup>e</sup> siècle et poussé ainsi les premiers Juifs ashkénazes à s'installer en Europe de l'Est.

## Les Juifs de Suisse

Les artisans et commerçants juifs sont probablement arrivés en Suisse dès l'époque romaine. Au Moyen Âge, plusieurs villes abritaient des communautés juives. Leur situation s'est cependant détériorée de plus en plus, en particulier pendant la peste noire. Les Juifs ont alors été discriminés, persécutés et exécutés, ou expulsés.

A partir du XVII<sup>e</sup> siècle, Endingen et Lengnau étaient les seuls villages où les Juifs étaient autorisés à s'établir. Ils n'y jouissaient cependant pas des mêmes droits que les autres citoyens et ne pouvaient pratiquer l'artisanat ou posséder des terres. Il a fallu attendre une modification de la Constitution fédérale en 1866 pour qu'ils

soient mis sur pied d'égalité avec les autres Suisses. Une vie juive diversifiée s'est ensuite développée en Suisse avec l'éclosion de nombreuses nouvelles communautés.

Aujourd'hui, on dénombre en Suisse quelque 18 000 personnes de religion juive. La majorité d'entre elles vivent dans les villes de Zurich, Genève, Bâle, Lausanne et Berne. Les communautés disposent de synagogues, de magasins d'alimentation, de boulangeries et de boucheries casher. Bâle abrite en outre le Musée juif de Suisse.

1492, sous l'inquisition, tous les Juifs d'Espagne durent quitter l'Espagne ou se convertir au christianisme. Les Sépharades qui y vivaient s'installèrent donc en France, en Italie centrale et dans la région qui forme aujourd'hui les Pays-Bas. Après la guerre de Trente Ans, de nombreux Juifs ont pu s'établir à nouveau en Europe centrale et occidentale.

Pendant la Révolution française de 1789 et surtout au cours du XIX<sup>e</sup> siècle, la situation juridique des Juifs s'est régulièrement améliorée en de nombreux endroits et ils ont acquis dans certains pays l'égalité des droits.

La grande catastrophe pour les Juifs européens a commencé avec l'élection en Allemagne d'Adolf Hitler comme chancelier du Reich, élection qui a abouti à l'exclusion sociale et juridique des Juifs, à leur persécution, emprisonnement et assassinat. Avec l'éclatement de la Seconde Guerre mondiale et l'expansion de la domination allemande, les persécutions se sont étendues aux autres pays européens. Le génocide nazi a fait six millions de victimes en Europe. Une grande partie des survivants de l'Holocauste a émigré en Amérique du Nord, en Australie ou dans le territoire sous mandat britannique qu'est la Palestine, où l'Etat d'Israël a été fondé en 1948. Après la Seconde Guerre mondiale, la culture juive a connu une renaissance en de nombreux endroits, y compris en Europe. Dans de nombreux pays, les Juifs sont intégrés à la société et participent à la vie publique, économique et sociale.

### Données-clés

#### Dans le monde

14,5 millions de Juifs, env. 0,2% de la population mondiale.

#### Groupes

Ashkénazes: Juifs d'Europe du Nord et de l'Est et leurs descendants.

Sépharades: descendants des Juifs originaires de la péninsule Ibérique.

Mizrahims: Juifs originaires d'Asie et d'Afrique et surtout du Proche-Orient.

Il existe encore d'autres groupes dont le nom renvoie à leurs origines géographiques, tels que les Falashas, les Juifs yéménites et les Juifs de Cochin.

#### Répartition

La plupart des Juifs vivent en Israël. Les autres sont répartis dans la diaspora mondiale.

De grands groupes diasporiques vivent aux Etats-Unis, au Canada, en France et en Grande-Bretagne.

#### Israël

6,5 millions de Juifs. 75% de la population et 45% de la population juive mondiale. Langues: hébreu, arabe, russe, yiddish, français et anglais.

#### Etats-Unis

5,7 millions de Juifs. 1,8% de la population et 39,3% de la population juive mondiale. Langues: anglais, yiddish, hébreu.

#### Canada

390 000 Juifs. 1,1% de la population et 2,7% de la population juive mondiale. Langues: anglais, français, yiddish, hébreu.

#### France

456 000 Juifs. 0,7% de la population et 3,1% de la population juive mondiale. Langues: français, anglais, yiddish, hébreu.

#### Grande-Bretagne

289 500 Juifs. 0,4% de la population et 2,0% de la population juive mondiale. Langues: anglais, yiddish, hébreu.

#### Suisse (rang 18)

18 700 Juifs. 0,2% de la population et 0,1% de la population juive mondiale. Langues: allemand, français, italien, anglais, yiddish, hébreu.

Source:

Della Pergola, Sergio  
2018: World Jewish  
Population 2017, selon:  
Dashefsky, Arnold,  
Sheskin, Ira M. (éd.)  
2018: American Jewish  
Year Book 2017,  
p. 297-377.

# Caractéristiques de la culture et de la religion

## Le judaïsme

Sur un plan statistique sont Juifs ceux qui se désignent eux-mêmes comme tels. Selon le judaïsme orthodoxe, seule la mère peut transmettre la religion, alors que le judaïsme libéral reconnaît aussi la transmission par le père. Dans tous les courants, peu importe que la personne vive et pratique ou non la religion juive, une personne née juive est considérée comme juive.

Le judaïsme est une religion monothéiste. Les traditions du peuple comprennent d'une part une doctrine transmise par écrit dans la Torah et une doctrine transmise oralement dans les discussions rassemblées dans le Talmud. La loi juive, appelée «Halakha», se fonde sur les enseignements écrits et oraux du judaïsme ainsi que sur les lois rabbiniques rédigées au fil du temps. La Halakha est compilée dans le Choulhan Aroukh, qui est le code légal du judaïsme. Il renferme l'ensemble des normes et règles aujourd'hui en vigueur et auxquelles les Juifs pratiquants sont tenus de se conformer dans leur vie quotidienne.



## Courants religieux

Il existe plusieurs courants au sein du judaïsme, qui se divisent principalement entre courants orthodoxes et courants non orthodoxes.

### Calendrier des fêtes juives 2019/2020

#### Roch Hachana

(Nouvel An juif):

30.9–1.10.2019

19.9–20.9.2020

#### Yom Kippour

(Jour du Grand Pardon, jour d'expiation,

de jeûne, de prière

et de pénitence):

9.10.2019/28.9.2020

#### Souccot

(Fête des Cabanes):

14.10–20.10.2019

3.10–9.10.2020

#### Hanoucca

(Fête des Lumières):

22.12–30.12.2019

10.12–18.12.2020

#### Pourim

20.3–21.3.2019

9.3–10.3.2020

#### Pessa'h

20.4–27.4.2019

9.4–16.4.2020

#### Chavouot

(Fête des Semaines

ou des Prémices):

9.6–10.6.2019

29.5–30.5.2020

#### Ticha Be'Av

(Jour de jeûne et

de deuil):

10.8–11.8.2019

29.7–30.7.2020

Vous pouvez également trouver les

dates juives

actualisées sur

internet.

## Courant strictement orthodoxe

Les Juifs strictement orthodoxes interprètent les lois juives de manière très stricte. Nombre d'entre eux portent des papillotes et les vêtements que revêtaient leurs ancêtres dans les pays d'Europe de l'Est afin de perpétuer leurs traditions. Cependant, certains Juifs strictement orthodoxes, notamment ceux originaires d'Europe de l'Ouest, ne sont pas toujours reconnaissables.

## Courant orthodoxe moderne

Les Juifs orthodoxes modernes obéissent également aux lois juives, mais sont moins souvent et plus difficilement reconnaissables comme tels. Certains portent une kippa (calotte en tissu ou en cuir). Ils attachent beaucoup d'importance au respect des lois alimentaires et des jours de repos juifs.

## Courant séculier

La majorité des Juifs sont des Juifs séculiers. Certains d'entre eux suivent néanmoins certaines règles et traditions religieuses: ils font circoncire leurs garçons, célèbrent les fêtes juives et s'abstiennent souvent de manger du porc. D'autres Juifs séculiers ont abandonné la croyance religieuse, sans pour autant rejeter la culture et les traditions juives.

## Répartition

Environ 14,5 millions de Juifs vivent dans le monde aujourd'hui, dont plus de 80 % en Israël et aux Etats-Unis. Dix-neuf pays comptent des communautés de plus de 18 000 personnes. Outre le Canada et l'Argentine, d'autres pays abritent de grandes communautés juives en Europe, comme la France, la Grande-Bretagne et l'Allemagne. La Suisse se classe au 18<sup>e</sup> rang des plus grandes communautés et compte environ 18 000 Juifs. La majorité des Juifs sont séculiers traditionnels, ce qui signifie qu'ils ne sont pas reconnaissables extérieurement comme Juifs, qu'ils mènent une vie séculière, mais observent néanmoins certaines lois religieuses. Les communautés juives des différents pays européens diffèrent selon leur histoire ou leur densité. Le nombre de Juifs strictement orthodoxes est estimé à 10 % de tous les Juifs du monde. Les centres du judaïsme strictement orthodoxe sont situés à New York, Londres, Manchester, Anvers, Strasbourg, Vienne et Zurich.



**Aujourd'hui, quelque 14,5 millions de Juifs vivent dans le monde, dont plus de 80 % en Israël et aux Etats-Unis.**

### **Heures de prière**

Dans la religion juive, la prière se récite trois fois par jour, matin, midi et soir. Elle est obligatoire pour les hommes, alors que les femmes en sont dispensées. La prière peut être individuelle, mais beaucoup préfèrent la dire en communauté. Il faut dix hommes pour former un quorum qu'on appelle un «minyan», lequel se réunit dans un local de prière ou spontanément dans un lieu public. Ce quorum est indispensable pour faire lecture de la Torah ou célébrer d'autres parties de l'office. Le jour du chabbat, la famille a l'habitude de revêtir ses beaux habits pour se rendre ensemble à la synagogue.

### **Langues**

La plupart des Juifs parlent en principe les langues de leur pays d'origine. En plus, ils maîtrisent souvent l'anglais et l'hébreu. Chez les Juifs strictement orthodoxes, le yiddish est couramment pratiqué.



# La culture juive

La culture juive se caractérise par son immense diversité, du point de vue des courants religieux comme des lieux d'origine ou de la langue. Les communautés juives sont disséminées dans le monde entier. Elles vivent depuis des siècles dans de nombreux endroits dont elles ont adopté les traits culturels et dont elles parlent comme de leur patrie. Mais elles sont aussi imprégnées de la culture juive de leurs ancêtres, transmise depuis des millénaires, et entretiennent cet héritage culturel dans leurs lieux de vie actuels, au milieu des sociétés environnantes. Le résultat de cette évolution est la présence, de par le monde, d'une population juive bigarrée, aux

## La culture juive se caractérise par ses courants religieux, ses régions d'origine et ses langues.

traditions et aux mentalités très différentes. Ce qui unit les Juifs est leur judaïté et leur fidélité à ses traditions. Selon l'orientation religieuse, l'intensité de la pratique et du culte des traditions ou des principes diffère. Quelques caractéristiques générales les distinguent néanmoins dans cet ensemble très disparate. La majorité

des Juifs du monde ne mangent pas de porc. Les Juifs reconnaissables à des signes extérieurs ou portant au moins un couvre-chef (kippa ou chapeau de fourrure) adhèrent plus strictement aux commandements religieux, en particulier aux lois sur la nourriture et les jours de repos. Mais tous les Juifs portant un chapeau ne vivent pas strictement leur religion. Il y a ceux qui mangent végétarien au buffet du petit déjeuner ou ceux qui ne boivent qu'un verre d'eau. Certains donnent la main au sexe opposé, d'autres non. Il y a aussi ceux qui veulent faire du logement qu'ils louent un lieu casher pour eux-mêmes et ceux qui ne le jugent pas nécessaire. Bref, chaque Juif décide librement de la manière dont il veut vivre sa religion.

# Les hôtes juifs en voyage

**Régions et destinations de vacances prisées des touristes juifs (une sélection)**

## **Suisse alémanique**

### **Grisons**

Albula, Bivio, Savognin, Arosa, Lenzerheide, Davos, Klosters, Pontresina, Sedrun, Scuol, St. Moritz, Obersaxen Mundaun

### **Valais**

Bettmeralp, Riederalp, Saas-Almagell, Saas-Grund, Saas-Fee, Zermatt

### **Oberland bernois**

Adelboden, Lenk, Grindelwald, Gstaad, Wengen

## **Suisse romande**

### **Valais**

Thyon-Les Collons, Verbier, Crans-Montana, Haute-Nendaz, Villars-sur-Ollon

La Suisse a attiré dès le XIX<sup>e</sup> siècle de nombreux vacanciers juifs, à tel point que l'on parlait même d'«alpinisme juif». Les Juifs des grandes villes européennes comme Zurich, Vienne ou Berlin, de même que ceux de Grande-Bretagne ont pris une part active à la conquête des Alpes par la bourgeoisie. Comme beaucoup d'autres Européens, ils étaient séduits par les massifs montagneux et les possibilités de détente et de repos loin du tumulte des villes. Les vertus de l'air d'altitude les ont également attirés en grand nombre en Suisse. Ainsi le sanatorium Etania, qui a ouvert ses portes en 1919, a-t-il traité des milliers de patients juifs souffrant d'affections pulmonaires.

## **La Suisse – une destination recherchée**

Aujourd'hui encore, la Suisse reste une destination prisée des touristes juifs, lesquels proviennent de Suisse, de Belgique, de Grande-Bretagne, des Etats-Unis et de plus en plus aussi d'Israël. Dans plusieurs régions alpines, on trouve désormais des hôtels casher spécialisés dans ce segment de clientèle, tant pour la saison d'été que pour la saison d'hiver. Cependant, les touristes juifs séjournent aussi dans d'autres hôtels ou louent des appartements de vacances.

## **Hauts lieux du tourisme juif**

En général, les touristes juifs sont présents dans toute la Suisse et tous les mois de l'année. Ils ont une prédilection pour les régions de montagne et certaines destinations, comme Engelberg, l'Engadine, Davos et Arosa, mais aussi la vallée de Saas ou Crans-Montana. Davos attire de nombreux Juifs de Suisse depuis des décennies, si bien que le village est aujourd'hui doté d'une infrastructure spécifique qui comprend un bain rituel, essentiel pour les Juifs de stricte observance religieuse, mais aussi des commerces et installations casher. La formation de ces pôles touristiques tient aussi au fait qu'une prière de groupe, le minyan, requiert la présence de dix hommes au minimum.

Proposez des jours d'arrivée et de départ le vendredi et le dimanche.

### Hautes saisons

Comme c'est le cas pour bien des touristes, les périodes de vacances des hôtes juifs sont souvent dictées par le calendrier des congés scolaires des pays de provenance. Les périodes de haute fréquentation coïncident surtout avec les semaines qui suivent la fête juive du Ticha Be'Av. Cette journée de jeûne et de deuil marque la fin des trois semaines de commémoration de la destruction du temple de Jérusalem. Elle tombe d'une année à l'autre sur des dates différentes en juillet ou en août. C'est après sa célébration que les familles juives, surtout celles qui sont très pratiquantes, se rendent en Suisse. Ce sont pour une grande part des familles israéliennes qui cherchent à se reposer en fuyant les grandes chaleurs. Elles voyagent bien souvent avec une ribambelle d'enfants. Par ailleurs, les Juifs de stricte obédience aiment aussi venir en Suisse pour une semaine de ski ou au printemps pendant la semaine de la Pâque juive (Pessa'h).

### Logements de vacances

La plupart du temps, les familles nombreuses préfèrent louer des appartements de vacances plutôt que de séjourner à l'hôtel. Cette solution leur offre entre autres l'avantage de pouvoir organiser leur séjour à leur guise, au sens où ils peuvent s'aménager un environnement casher et propice au chabbat. Une observance religieuse plus stricte exige en effet une cuisine casher (voir chapitre manger et boire casher) et une série de dispositions pour respecter le chabbat (voir ch. Chabbat). Les locataires juifs passent souvent par des agences spécialisées pour trouver un appartement ou encore par des sites de réservation en ligne.



## «J’ai réussi à dissiper bien des malentendus – de part et d’autre»



Rafael Mosbacher,  
l’intermédiaire de  
Davos

A Davos, quiconque s’attable en été sur une terrasse de café avec Rafael Mosbacher ne manquera pas de s’étonner: les gens, pour la plupart des touristes juifs, l’accostent, le saluent et le harcèlent de questions, en quête de conseils pour des randonnées ou de renseignements sur les transports. «On m’appelle «Roch haKehila»», dit-il, «le chef de la communauté juive de Davos.»

Les gens du coin le connaissent bien: les villageois, le personnel de l’office du tourisme ou les propriétaires d’appartements, tous le saluent avec cordialité.

L’homme est né en 1950 à Zurich et dirige une entreprise de catering. Il connaît Davos comme lieu de villégiature depuis sa jeunesse.

Aujourd’hui, il s’y rend tous les étés depuis Zurich avec femme et enfants pour se détendre pendant les week-ends. Le village est en quelque sorte son deuxième chez-soi si bien qu’il s’investit grandement dans la commune.

Rafael Mosbacher a été séduit par la station et sa longue tradition d’accueil des visiteurs juifs. Le village abritait dès 1916 le centre de cure Etania pour les Juifs souffrant d’affections pulmonaires. Sa fermeture il y a près d’une vingtaine d’années a grandement compromis une série de piliers essentiels de la religion juive à Davos, dans la mesure où le centre abritait une synagogue, un bain rituel juif et un restaurant casher. Estimant que le village était très cher aux hôtes juifs, Rafael Mosbacher tenait à les préserver.

Avec l’appui de la commune, il a trouvé un nouvel emplacement pour une synagogue, dans un premier temps au centre de ski de fond, puis dans un ancien hôpital souterrain. Parallèlement, il a mis l’épicerie du village en contact avec des fournisseurs juifs afin de créer un rayon de produits casher. La mise en place de cette infrastructure n’est pas passée inaperçue et le bouche-à-oreille a vite fait son chemin. Ancré de longue date dans la région, le tourisme juif y a pris alors un nouvel essor.

Avec l’arrivée de visiteurs juifs en grand nombre, le rôle de Rafael Mosbacher a changé: il s’est fait peu à peu intermédiaire entre les cultures. Les habitants n’étaient pas tous en mesure de comprendre le comportement ou les besoins de leurs hôtes et inversement, si bien qu’il s’est consacré de plus en plus à l’information et à la médiation. Il s’entretient régulièrement avec des responsables touristiques ou des propriétaires d’appartements de vacances pour leur faire découvrir la culture juive. Il parle aussi de manière très directe aux touristes juifs, que ce soit à la synagogue ou directement dans la rue. «J’ai réussi à dissiper bien des malentendus – de part et d’autre» se réjouit-il. Il lui tient à cœur que d’autres puissent connaître le village de Davos comme lui-même le vit et l’aime et pour ce faire, il est prêt à assumer un rôle d’intermédiaire tout au long de l’année.

# «Davos est un village très cher aux hôtes juifs.»

Rafael Mosbacher



# Le chabbat, jour de repos juif

Le chabbat commémore le repos de Dieu après l'achèvement de l'œuvre de la Création et son observance fait partie des dix commandements que Moïse a reçus de Dieu. Le chabbat commence le vendredi soir, au moins une demi-heure avant le coucher du soleil, et se termine le samedi soir à la tombée du jour. En prélude, les femmes allument solennellement des bougies, lesquelles doivent brûler jusqu'à s'éteindre d'elles-mêmes. Les pratiquants revêtent leurs habits de fête, invitent famille et amis et préparent un repas festif.

## Commandements et interdits

Pendant le chabbat, les Juifs pratiquants doivent se conformer à une série de règles et d'interdits. Si ceux-ci valent pour tous les courants religieux juifs, ils sont respectés à des degrés variables. Dans une interprétation large, certaines activités et l'usage de certains objets ne sont pas autorisés. De manière générale, il est interdit de travailler, mais aussi de se déplacer en automobile, en bus, en train ou à vélo. Dans une interprétation stricte, il est en outre défendu de faire fonctionner des appareils électriques tels



que téléphone, radio, TV, machine à laver, interrupteurs, sonnettes, ascenseurs, cuisinière ou four. De même doit-on s'abstenir d'acheter, de vendre ou d'écrire, et en dehors de chez soi, il n'est pas permis de se déplacer avec des objets tels que clés, parapluies, sacs à dos ou sacs à main pendant le chabbat. En conséquence, les Juifs strictement religieux ne voyagent donc pas le samedi pour se rendre sur leur lieu de vacances, sauf l'hiver lorsque le chabbat se termine déjà à 17h30, il arrive alors qu'ils sollicitent un check-in tardif.

### **Solutions de rechange**

Le strict respect des règles du chabbat impose une série de restrictions. Il est toutefois possible de s'y préparer et d'opter pour des solutions de rechange. Ainsi peut-on recourir à des plaques chauffantes spéciales pour garder les aliments au chaud pendant la journée ou encore à des minuteurs pour piloter l'éclairage. Une autre solution consiste à désactiver les dispositifs d'éclairage automatique, dans le frigo p.ex., pendant la durée du chabbat. Signalons enfin que des appareils plus récents disposent d'un mode chabbat.

## **Bon à savoir: le chabbat**

Une table spécialement dressée pour les bougies de chabbat contribue à augmenter la sécurité incendie.

Signalez à vos hôtes les détecteurs de mouvement qui actionnent l'éclairage ou les portes coulissantes automatiques.

**Proposez aussi des périodes de location du dimanche au dimanche.**

Mettez à disposition de vos hôtes une plaque chauffante (plaque de chabbat) que l'on peut se procurer à Zurich dans un supermarché casher (Koschercity ou Schmerling p.ex.). Dans certaines destinations de vacances, comme Davos, il est possible de louer de telles plaques sur place.

L'installation de minuteurs dans les lieux d'hébergement facilite le respect des règles du chabbat.

Engagez le dialogue pour trouver des solutions pragmatiques qui conviennent à tous.

# L'alimentation casher

Le judaïsme connaît une tradition millénaire de lois alimentaires, désignées sous le nom hébreu de «cacherout». Elles régissent la préparation et la consommation des aliments et des boissons. Fondamentalement, la nourriture est divisée en deux catégories, les aliments «casher» autorisés et des aliments non casher et donc interdits. L'observance de la cacherout varie considérablement selon les courants religieux. Les Juifs de stricte obédience le respectent à la lettre, tandis que les séculiers y renoncent entièrement ou en partie.

## **Boissons casher**

Le vin, le jus de raisin et certains spiritueux ne sont réputés casher que si la bouteille est munie d'un certificat correspondant. Selon certaines interprétations, le lait n'est considéré casher que s'il a été traité et mis en bouteille sous la surveillance de Juifs. L'eau est casher, de même qu'une série de boissons gazeuses qui ont passé le test casher, comme le Coca-Cola ou le Red Bull.

## **Viande casher**

Des règles spéciales s'appliquent à la viande. Seule peut être consommée la viande provenant de ruminants à sabots fendus, bœuf ou agneau p. ex., ou de volailles. La viande de porc ou de cheval n'est donc pas autorisée. L'abattage des mammifères et des volailles et la préparation de la viande doivent obéir à un rituel spécial (abattage rituel). Les poissons sont casher tant qu'ils ont des nageoires et des écailles. Les fruits de mer, notamment les crevettes, les calmars ou les moules n'ont ni nageoires ni écailles et ne peuvent donc être consommés.

## **Stricte séparation de la viande et du lait**

Une autre particularité des lois alimentaires est la séparation stricte de la viande et des produits laitiers. En cuisine, on utilise donc de la vaisselle et des ustensiles séparés pour le lait et la viande, depuis les couverts et les assiettes jusqu'aux casseroles et aux éponges. La viande et les produits laitiers doivent être cuits et mangés séparément. Après avoir mangé des produits carnés, il faut observer une pause de plusieurs heures avant de consommer des produits laitiers.



## Bon à savoir: la cuisine casher

Les restaurants peuvent englober dans leur offre des snacks ou glaces conformes à la cacherout, et sous emballage.

Les restaurants peuvent acheter un petit choix de collations casher dans les supermarchés spécialisés.

**On peut signaler les listes casher des communautés juives suisses aux hôtes juifs de l'étranger.**

La grande majorité des Juifs ne mange pas de porc.

Pour les achats et la consommation casher, un aperçu des supermarchés, hôtels ou restaurants casher est disponible sur [www.swissjews.ch](http://www.swissjews.ch).

Un panier de fruits et une bouteille d'eau minérale sont des gestes de bienvenue toujours bien accueillis.

Les touristes juifs demandent souvent de la vaisselle en verre qui est considérée comme neutre.

Les Juifs strictement religieux mangent exclusivement de la nourriture casher et peuvent refuser la nourriture que vous leur présentez. Dans pareille situation, demandez à vos hôtes ce que vous pouvez leur offrir.

### **Cuisine casher et cashérisation**

Les Juifs religieux qui se tiennent plus strictement aux lois alimentaires doivent disposer de leur propre cuisine casher ou se restaurer exclusivement dans des établissements explicitement casher. C'est pourquoi de nombreux vacanciers juifs choisissent de séjourner dans un appartement de vacances plutôt qu'à l'hôtel.

Dans un logement de vacances, la première chose consiste à «cashériser» la cuisine. L'opération consiste notamment à chauffer les plaques de cuisson les unes après les autres pour en éliminer tous les restes de nourriture, puis à les recouvrir d'une feuille d'aluminium spéciale. La chose est plus délicate avec les appareils plus récents comme les cuisinières à induction, si bien que de nombreux hôtes louent aujourd'hui une plaque de cuisson spéciale pendant leur séjour. Pour plus de commodité, les hôtes apportent parfois leur propre batterie de cuisine. La vaisselle en verre est considérée comme neutre et peut donc s'utiliser.

### **Manger et boire au restaurant**

Les Juifs suivent avec plus ou moins de rigueur les règles alimentaires, ce qui explique des habitudes de sortie très variables sur les lieux de vacances. Certains touristes ne vont jamais au restaurant, d'autres optent exclusivement pour des restaurants ou des hôtels casher. D'autres privilégient les plats végétariens ou renoncent à la viande pour manger du poisson, à condition qu'il soit pourvu de nageoires ou d'écailles. Dans les stations touristiques, il arrive souvent que des familles juives nombreuses s'attablent dans des restaurants simplement pour prendre une boisson. Les restaurants ou hôtels qui souhaitent compléter leur propre offre par des menus casher doivent respecter les règles de la cacherout et obtenir un certificat casher, ce qui exige un investissement important. Généralement, seuls les restaurants spécialisés proposent une cuisine casher.

### **Achats de produits casher**

Pour veiller à ce que tous les aliments achetés soient véritablement casher, les touristes juifs en vérifient soigneusement les étiquettes. Les listes dites casher que tiennent les communautés juives en Suisse sont très utiles cet égard. Elles indiquent quels produits offerts à la vente dans les supermarchés suisses sont casher. Les fruits, les légumes, les œufs et les céréales sont considérés comme casher. Tous les autres produits alimentaires font l'objet d'un contrôle de composition et de qualité. Une infime quantité d'ingrédients non casher suffit à rendre un produit non casher. Dans certaines villes et localités, on trouve aussi des boucheries et des supermarchés casher ou avec un rayon casher.



## «Nous devons manger avec conscience»



Noam Hertig,  
rabbin de l'Israëlitische  
Cultusgemeinde  
Zürich ICZ

### Recette de la

#### chakchouka

huile d'olive  
tomates en boîte  
poivrons  
oignon  
œufs  
sel, poivre, cumin,  
piment, persil

Faire chauffer l'huile, y faire revenir l'oignon et les poivrons et laisser suer. Assaisonner avec du cumin, du paprika et du chili, saisir le tout puis ajouter les tomates et laisser mijoter. Casser les œufs sur la sauce tomate et cuire à petit feu jusqu'à ce que les œufs soient pochés. Assaisonner avec sel et poivre et parsemer de persil haché.

Si Noam Hertig aime faire la cuisine, il n'en a hélas pas toujours le temps. Son épouse est bonne cuisinière et c'est elle qui officie aux fourneaux dans le foyer. Cette répartition des rôles tient aussi à ce que bien souvent, Noam Hertig est hors de la maison jusque tard dans la soirée: il est rabbin de l'Israëlitische Cultusgemeinde Zürich ICZ depuis 2017.

Les jours de congé ou en fin de semaine, il se met volontiers à la cuisine. Son plat préféré est la chakchouka, un plat israélien à base d'œufs pochés dans une sauce à base de tomates, poivrons et oignons. «Mes enfants en raffolent», dit-il en souriant. Chez les Hertig, l'alimentation est très variée: pâtes italiennes, poisson, plats indiens ou thaï – une cuisine internationale, mais toujours casher. Vivre casher n'est pas chose simple: la famille se fournit d'abord chez les grands distributeurs et se fie à la liste des produits casher de sa propre communauté. Ce qu'elle ne trouve pas chez les grands distributeurs, la famille l'achète dans des supermarchés spécialisés. A la maison, il faut encore veiller à séparer les produits laitiers et la viande. C'est pourquoi les Hertig ont un double jeu d'ustensiles de cuisine, de couverts et de vaisselle. La famille mange rarement dehors, parce les restaurants casher sont peu nombreux. A la question de savoir pourquoi les Juifs mangent casher, le rabbin Hertig apporte une réponse simple: «C'est explicitement écrit dans la Torah.» Et puisqu'il n'y a pas de fondement plus précis, les explications varient d'un rabbin à l'autre. Pour le rabbin Hertig, la discipline et l'éducation constituent à cet égard une approche essentielle. Nous devons savoir ce que nous mangeons, d'où vient la nourriture et comment elle a été préparée. «La nourriture ne va pas de soi, nous devons manger avec conscience.» Au fond, manger casher ou non relève pour beaucoup de Juifs d'un choix très personnel.

**«Nous devons savoir ce que nous mangeons, d'où vient la nourriture et comment elle a été préparée.»**

Rabbin Noam Hertig

# Activités de loisirs

En principe, les touristes juifs séjournent dans toute la Suisse et sont présents sur tous les sites touristiques. Lorsqu'ils voyagent en grands groupes familiaux, ils sont naturellement plus enclins à choisir des lieux de vacances ou des offres qui leur proposent des activités à entreprendre en famille. Il leur importe surtout que les enfants puissent s'amuser et se défouler, d'où leur engouement pour les offres adaptées aux petits, facilement accessibles en poussette ou en transports publics.

## **Excursions et randonnées pédestres**

Les régions de montagne ont particulièrement la cote auprès des Juifs établis dans des pays qui ne peuvent offrir un paysage comparable, comme Israël. Les étés sont très chauds en Israël, d'où l'attrait exercé par l'air frais des Alpes. A cela viennent s'ajouter d'autres atouts, notamment les magnifiques paysages de lacs et de montagnes, la grande diversité d'activités de plein air, les sentiers de randonnée bien balisés et une infrastructure bien développée. En été, il n'est pas rare de croiser des familles et de grands groupes de touristes juifs sur les chemins de randonnée. Les gens du pays s'étonneront peut-être de voir ces personnes très religieuses marcher dans leurs vêtements traditionnels. Il faut savoir que cet habillement est l'expression d'un profond respect pour leur religion et leurs traditions et qu'il ne peut être troqué contre des tenues fonctionnelles de plein air, quand bien même celles-ci seraient peut-être plus pratiques. Les visiteurs venus de contrées qui ne connaissent pas la marche en montagne ne prennent pas toujours la mesure de la difficulté. Ils risquent ainsi de mal apprécier le degré de difficulté d'une randonnée, en particulier pour les enfants, ou de sous-estimer les aléas de la météo. Il est donc utile qu'ils puissent s'informer auprès des autochtones et bénéficier des conseils actifs des hôteliers.

Etablissez et communiquez des règles claires pour l'utilisation de la piscine. Dans le doute, privilégiez le dialogue.

Une autre solution consiste à instaurer des horaires séparés pour les hommes et les femmes dans les piscines.

## Wellness

Les offres de détente et de wellness jouissent de plus en plus des faveurs des touristes et les visiteurs juifs n'y font pas exception. Ici encore, on observera de fortes disparités selon l'origine ou l'orientation religieuse. Un grand nombre de Juifs de stricte obédience ne visiteront pas les établissements de bains mixtes, tandis que d'autres se rendent régulièrement à la piscine. Dans certains pays, les femmes portent des maillots de bain spéciaux couvrant bras et jambes. Si le bain habillé est autorisé dans certains pays, il faut savoir qu'il est interdit en Suisse. Il est donc conseillé de communiquer clairement les normes en usage en Suisse en s'adressant à l'ensemble des baigneurs.

## Cartes ou passeports touristes

Les cartes ou laissez-passer touristiques qui assurent un accès gratuit ou à prix réduit aux transports publics, remontées mécaniques ou installations de loisirs sont généralement très appréciées des touristes. Les hôtes juifs en font eux aussi largement usage. Quelques problèmes peuvent surgir avec la barrière des langues, au sens où les visiteurs ne comprennent pas le contenu ou les conditions de ces cartes. Le prestataire et l'hôte auront alors tout intérêt à solliciter l'aide d'une personne pouvant servir d'interprète.



# «Il est essentiel d'aborder les différences de mentalité et de culture»



Motti Ibenboim,  
voyagiste israélien

Sortie en traîneau à chiens en Norvège, safari en Afrique, croisière en Méditerranée ou encore séjour de randonnée pédestre dans les montagnes suisses: autant de destinations de vacances prisées des touristes juifs pour qui la préparation d'un tel voyage ne diffère guère de celle des autres groupes de touristes. Pour les Juifs pratiquants en revanche, c'est-à-dire ceux qui observent le chabbat et la cacherout, c'est-à-dire le code alimentaire du judaïsme, la préparation exige un soin plus attentif. Des agences spécialisées peuvent les soutenir dans cette entreprise.

Motti Ibenboim et sa famille dirigent l'agence de voyage «Maaglei Nofesh» en Israël. Elle a pour clientèle cible les Juifs religieux qui mangent casher et respectent le chabbat. Ils viennent d'Israël bien sûr, mais aussi des Etats-Unis et de divers pays européens. Depuis 23 ans, l'agence a intégré la Suisse dans son programme de voyages. «Les touristes juifs affectionnent la Suisse», explique Motti Ibenboim, si bien que le pays figure parmi les destinations phares de sa gamme de produits. «La beauté, l'esthétique, la propreté et l'ordre sont des choses que nos clients apprécient grandement.» Le modèle économique de l'agence consiste à réserver un hôtel complet pour une période déterminée. En organisant sa propre brigade de cuisine et une infrastructure adaptée au chabbat, l'agence est à même de répondre aux besoins de ses clients.

Motti Ibenboim sait par expérience combien il est important de parler des différences de mentalité et de culture entre ses hôtes et les gens du pays. Bien souvent, ceux-ci ne savent pas qu'un touriste

juif qui respecte la cacherout ne peut presque rien consommer en dehors de son hôtel casher, sauf peut-être des fruits, de l'eau ou un coca. Et d'expliquer en riant que les familles très nombreuses constitueraient une autre source d'étonnement: «C'est qu'une famille juive orthodoxe ne se contente pas d'un ou de deux enfants.» De manière générale, on peut dire que la connaissance mutuelle facilite les contacts et c'est

fort de cette conviction qu'il recherche toujours le dialogue avec ses partenaires en Suisse. La collaboration, dit-il, est «fantastique», raison pour laquelle la Suisse tient une place particulière dans son cœur.

## «Les touristes juifs affectionnent la Suisse.»

Motti Ibenboim

# L'hospitalité suisse envers les hôtes juifs

Les modes de vie des Juifs de même que leurs pratiques religieuses sont aussi multiples et variés que leurs appartenances nationales et culturelles. Voilà qui requiert quelque souplesse et ouverture d'esprit de la part de l'hôtelier, qui est appelé à adapter son offre au cas par cas.

## **Communication respectueuse**

La règle d'or veut qu'une communication ouverte et bienveillante apporte rapidement des réponses à bien des questions. De la même façon qu'un hôtelier ne sait pas toujours comment s'y prendre pour satisfaire au mieux les attentes de ses hôtes, ceux-ci se trouvent aussi un peu démunis s'ils séjournent pour la première fois dans notre pays: ils ne savent guère à quoi il faut prêter attention ni où se renseigner par exemple. Toutefois, ce qui compte le plus à leurs yeux, c'est qu'on fasse preuve de respect et de tolérance à leur égard. Ils n'attendent pas de leurs hébergeurs qu'ils soient de parfaits connaisseurs du judaïsme, aussi apprécient-ils d'autant plus quand on sait aller au-devant de leurs besoins spécifiques.

## **Règles générales**

Les hôteliers peuvent considérer que les touristes juifs qui portent des vêtements et un couvre-chef traditionnels sont attachés à une stricte observance religieuse. Ceux qui ne se couvrent pas la tête ou ne s'habillent pas de manière typique peuvent néanmoins exprimer des besoins ou souhaits spécifiques en lien avec leur pratique religieuse. D'autres enfin n'ont pas du tout envie d'être abordés sur la question de leur judéité.

Les règles les plus importantes concernent les prescriptions et interdits alimentaires et le chabbat. Si les touristes juifs ont l'habitude de se fournir en produits casher, y compris dans un environnement qui n'est pas le leur, ils apprécient grandement d'être renseignés sur les magasins ou les restaurants casher des environs ou de se voir proposer des solutions pour cuisiner casher dans leur logement de vacances.

Pendant le chabbat, les Juifs très pratiquants ne sont pas autorisés à utiliser des dispositifs électroniques tels que portes automatiques, interrupteurs électriques ou serrures électroniques. On peut opter alors pour une entrée latérale, des minuteurs ou des serrures non électroniques.



### Compréhension mutuelle

Qu'il existe des différences dans les styles de vie et les relations sociales est une évidence et les touristes ont parfaitement conscience que la Suisse présente des traits et des traditions culturelles spécifiques. Pour autant, ils ne les connaissent ou ne les comprennent pas toujours et cela vaut d'ailleurs dans les deux sens. En Suisse, par exemple, il est habituel que des personnes qui ne se connaissent pas s'adressent un salut dans la rue ou sur les sentiers de randonnée, or c'est loin d'être le cas partout dans le monde. Ainsi, si un touriste ne vous renvoie pas votre bonjour, il ne faut pas y voir un manque de respect, mais plutôt une simple réaction de surprise due à la méconnaissance de notre culture du «Grüezi». A l'inverse, qu'un visiteur de stricte obédience ne tende pas la main à une femme ne doit pas être considéré comme une marque d'impolitesse, c'est simplement une question de tradition. La compréhension mutuelle aide chacun, hôtelier et client, à prévenir confusions et malentendus. L'hôtel est par excellence un lieu où des personnes de culture et de religion très diverses sont appelées à se côtoyer. Et c'est précisément cela qui fait la magie et l'intérêt de ce lieu et qui, parfois, fait des vacances un moment précieux et inoubliable pour tous.

Les Juifs de stricte obédience ne tendent pas toujours la main aux personnes du sexe opposé. Ils ne savent pas qu'il s'agit d'un usage courant en Suisse.

# Likrat Public – se rencontrer pour mieux se comprendre

En décembre 2017, l’Hôtel FIFA Ascot à Zurich a organisé une rencontre avec Likrat Public. L’établissement est très apprécié des touristes juifs et son personnel a l’habitude de servir cette clientèle. Une quinzaine de collaboratrices et de collaborateurs ont assisté à cette rencontre d’une heure environ et ont participé activement et avec intérêt aux échanges.

«Aujourd’hui, j’ai obtenu des réponses à toutes les questions que je n’aurais pas osé poser à nos hôtes juifs», déclare Caroline, responsable du front-office, «cette rencontre a vraiment été des plus éclairantes.»

Plus:  
[www.likrat.ch/fr/public/ascot](http://www.likrat.ch/fr/public/ascot)

Pour en savoir plus  
[www.likrat.ch/fr/public](http://www.likrat.ch/fr/public)

Questions et réservations  
[likrat@swissjews.ch](mailto:likrat@swissjews.ch)  
ou par téléphone  
+41 43 305 07 65

**«Servez-vous un petit-déjeuner casher? Puis-je utiliser une clé non électronique le samedi? Pouvez-vous laisser la lumière dans ma chambre?»**

Telles sont peut-être les questions auxquelles il vous arrive d’être confrontés dans l’accueil des hôtes juifs. Likrat Public vous aide à y faire face et à répondre au mieux aux attentes de cette clientèle. Les différences culturelles, on le sait, sont souvent source de malentendus, plus particulièrement dans le tourisme. Or, c’est précisément le but du projet Likrat Public que de prévenir les quiproquos en aidant les organisations non juives à mieux cerner les attentes de leur clientèle juive. Les rencontres organisées avec Likrat Public fournissent aux collaborateurs des établissements ou organisations des clés pour clarifier les ambiguïtés de comportement et de communication, les souhaits et les questions de leurs clients ou hôtes juifs ainsi que leurs relations avec eux. Les rencontres sont animées par des jeunes adultes juifs spécialement formés. Les rencontres avec Likrat Public peuvent s’intégrer dans un programme de formation continue ou une démarche de construction d’équipe ou encore s’organiser en tant que manifestations ponctuelles. Likrat Public a déjà plusieurs rencontres à son actif, dans plusieurs destinations de vacances comme Arosa, Davos et Saas-Grund. Une série d’hôtels, notamment le St. Josef à Zurich, l’Alexander, l’Ascot de la FIFA et l’Hôtel Four Points, tous situés à Zurich, ont également fait appel à ses services. Dans le domaine sanitaire, Likrat Public est intervenu au centre de physiothérapie de Wollishofen et dans le secteur wellness, on a pu le trouver au parc aquatique Alpamare.

## Des intermédiaires sur le terrain

Durant les saisons d’été de 2019 et 2020, Likrat Public déploiera des intermédiaires juifs dans une série de destinations touristiques sélectionnées. Ceux-ci se tiendront à la disposition des touristes juifs et de l’industrie touristique locale pour répondre aux questions et promouvoir les échanges.

Likrat Public est une offre de la FSCL, l’organisation faîtière des communautés juives en Suisse, et s’inscrit dans le prolongement du projet de dialogue Likrat qui s’adresse aux élèves des écoles.

# La Fédération suisse des communautés israélites (FSCI)

La Fédération suisse des communautés israélites (FSCI) est l'association faitière politique des Juifs de Suisse. La FSCI a été fondée en 1904 pour sauvegarder et promouvoir les intérêts communs des Juifs en Suisse. L'organisation faitière compte aujourd'hui 16 communautés affiliées.

Au niveau national, la FSCI représente les intérêts des Juifs auprès des autorités fédérales ainsi que de l'ensemble des institutions et médias suisses. Elle entretient le dialogue avec les autres communautés religieuses, encourage la connaissance du judaïsme en Suisse et représente les intérêts suisses au sein des organisations juives internationales. La FSCI accorde une grande importance à la prévention de toutes formes d'antisémitisme et de racisme. Par ailleurs, la FSCI coordonne et complète les activités culturelles, l'animation jeunesse et le travail social des communautés affiliées.

Si vous avez des questions, n'hésitez pas à nous contacter:

**Fédération suisse des communautés israélites (FSCI)**

Gotthardstrasse 65

Case postale 2105

8027 Zurich

T +41 43 305 07 77

info@swissjews.ch

www.swissjews.ch



# Adresses de contact

Pour de plus amples informations, des conseils ou des formations sur l'accueil des hôtes juifs ou la prospection de ce marché spécifique, veuillez contacter l'une des adresses suivantes:

## **HotellerieSuisse**

Communication

Monbijoustrasse 130

3001 Berne

T +41 31 370 42 82

[kommunikation@hotelleriesuisse.ch](mailto:kommunikation@hotelleriesuisse.ch)

[www.hotelleriesuisse.ch](http://www.hotelleriesuisse.ch)

## **Suisse Tourisme**

Tödistrasse 7

8008 Zurich

T +41 44 288 11 11

[info@myswitzerland.com](mailto:info@myswitzerland.com)

[www.myswitzerland.com](http://www.myswitzerland.com)



# L'accueil des hôtes russes en Suisse



## Impressum

### Editeur

HotellerieSuisse, Berne, et  
Suisse Tourisme, Zurich

### Conception

xamt franziska liechti, Wabern  
www.bloomidentity.ch, Berne

### Impression

Stämpfli SA, Berne

### Photos

Suisse Tourisme:  
Stephan Schacher, Cover;  
Racerfish p. 16; p. 21  
Grand Resort Bad Ragaz: p. 15  
unsplash.com: p. 2, 23  
iStockphoto.com: p. 6, 8, 12, 23  
Shutterstock.com: p. 11

### Langues

Français, allemand, anglais

Berne, novembre 2019

- 2 Avant-propos**
- 4 Informations générales sur la Russie**  
Un peu d'histoire, Economie, Niveau de vie, Politique, Religion
- 8 Caractéristiques de la culture**  
L'âme russe, Bon à savoir, Esprit collectif, Famille, Fêtes et jours fériés, Langue
- 12 Etiquette des affaires**  
Les Russes en affaires, Bon à savoir
- 14 Questions à Alex Milovsky**  
Journaliste russe
- 16 Habitudes de voyage**  
Progression des voyages à l'étranger, Profil des hôtes russes, Voyageurs très dépensiers
- 18 L'hospitalité suisse envers les hôtes russes**  
Des visiteurs aux attentes élevées, Bon à savoir
- 18 Activités de loisirs**  
Sorties
- 20 Questions à Natalia Sizova**  
Suisse Tourisme, Marketing Manager/MICE Russie
- 22 Habitudes alimentaires**  
Cuisine bourgeoise à toute heure, Boissons, Bon à savoir
- 25 Adresses utiles**



# Avant-propos

## Tout vient à point à qui sait attendre.

Léon Nikolajewitsch Tolstoï



Pour tout hôtelier, l'hospitalité envers les visiteurs d'ici et d'ailleurs est une évidence. Lorsque les hôtes viennent de contrées lointaines, il est toujours bon d'avoir quelques connaissances de leur culture afin d'éviter malentendus et quiproquos et d'orchestrer un séjour entièrement à leur goût et agréable pour tous. C'est là précisément le propos de la présente brochure «L'accueil des hôtes russes en Suisse».

Après avoir enregistré une chute des nuitées des visiteurs russes après 2013, la Suisse a retrouvé les faveurs de ces hôtes depuis 2016. Reparti à la hausse, le nombre de nuitées a progressé de 1,5 % depuis

2018. La Suisse reste une destination de rêve pour les Russes, en particulier pour les clients fortunés, dont les dépenses quotidiennes de 250 francs en moyenne sont les plus élevées de tous les hôtes européens. On escompte une augmentation de 10 % au bas mot du nombre de nuitées d'ici 2021.

Les Russes apprécient la Suisse pour son climat agréable, ses sites naturels remarquables, ses bonnes conditions d'enneigement, mais aussi pour son standard de vie et son confort élevé par rapport aux prix.

Les hôtes russes viennent en Suisse pour des motifs multiples et variés: séjours de bien-être ou sports d'hiver, traitements médicaux, circuits touristiques ou shopping. En matière d'achats, ils se montrent très attachés aux marques, avec une préférence pour les enseignes internationales. Le luxe, le professionnalisme et l'excellence du service sont pour eux une évidence, aussi arrivent-ils dans notre pays avec de hautes attentes en matière d'hospitalité.

Éditée conjointement par HotellerieSuisse et Suisse Tourisme, la nouvelle brochure «L'accueil des hôtes russes en Suisse» se propose de vous livrer quelques éléments pour réserver à cette clientèle un séjour d'excellence. Outre quelques informations utiles sur la culture et la mentalité de vos clients, vous y trouverez une série de conseils pratiques pour échanger avec les touristes russes au quotidien. Nous vous souhaitons une bonne lecture et d'intéressantes rencontres avec des clients du monde entier.

Claude Meier  
Directeur d'HotellerieSuisse

Martin Nydegger  
Directeur de Suisse Tourisme

1 Claude Meier  
2 Martin Nydegger





# Informations générales sur la Russie

## Un peu d'histoire

La Russie a connu une histoire riche et mouvementée du Tsarat de Russie (1547–1721) jusqu'à la naissance de l'actuelle Fédération de Russie en 1991, en passant par l'Empire russe (1721–1917), la République socialiste fédérative soviétique de Russie et l'Union soviétique (1918–1991). L'Etat russe pluriethnique réunit sur son territoire 80 régions et républiques constitutives regroupant plus de 150 ethnies. La fin du régime soviétique a ouvert la voie à des réformes démocratiques et libérales.

Dans un premier temps, la population a perçu ces réformes un peu comme la dissolution d'un ordre étatique, social et économique sûr et prévisible. Le passage d'une économie planifiée à une économie de marché dans les années 1990 a été émaillé par plusieurs mouvements d'indépendance. La situation politique ne s'est stabilisée qu'à partir des années 2000 dans la Fédération de Russie, à la faveur notamment d'une concentration croissante du pouvoir d'Etat en la personne du Président.

## Données clés

### Régime politique

République fédérale.

### Désignation

Fédération de Russie ou Russie.

### Population et superficie

Avec plus de 145 millions d'habitants, la Russie est le pays le plus peuplé d'Europe. D'une superficie de 17 075 millions de km<sup>2</sup>, soit 414 fois la taille de la Suisse, elle est aussi le pays le plus vaste du monde. La Russie possède neuf fuseaux horaires.

## Villes

Moscou, la capitale, est de loin la plus grande ville du pays et compte 12,4 millions d'habitants, suivie de Saint-Pétersbourg avec près de 5 millions d'habitants et de Novossibirsk avec plus de 1,5 million d'habitants. Parmi les villes de plus d'un million d'habitants figurent encore Iekaterinbourg, Nijni Novgorod, Tcheliabinsk, Oufa et Kazan.

## Population et langues

Le russe est la langue officielle de la Russie et la langue maternelle de 80 % de sa population. On recense par ailleurs plus de 100 langues parlées par plusieurs minorités.

La crise ukrainienne dès 2014 et les sanctions imposées par les pays occidentaux dans ce contexte ont particulièrement affaibli l'économie russe et compliqué les relations entre les Etats.

Malgré les retombées économiques assurément douloureuses du conflit Est-Ouest sous forme de sanctions et de contre-sanctions, il convient de noter que celles-ci ne sont plus un thème dominant dans le monde des affaires. Elles sont désormais perçues comme un cadre défini dans lequel les entreprises suisses qui opèrent en et avec la Russie doivent évoluer. En d'autres termes, celles-ci s'en sont accommodées.

## Economie

En plus d'une croissance molle d'origine structurelle qui sévit depuis 2012, l'économie russe est particulièrement exposée depuis 2014 à deux autres facteurs qui expliquent la récession des dernières années: d'une part, le faible niveau des prix du pétrole et ses graves conséquences sur le développement du rouble russe et, d'autre part, l'incertitude résultant de la crise ukrainienne et les sanctions imposées par vagues à la Russie. En 2017 et 2018, l'économie russe a renoué avec une légère croissance.



## Données économiques clés

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
PIB (en milliards US\$)	2203	2289	2057	1364	1283	1578	1631
PIB/habitant (US\$)	15 358	15 942	14 306	9 478	8 910	10 962	11 327
Croissance (en % du PIB)	3,7	1,8	0,7	-2,5	0,3	1,7	2,3
Taux d'inflation (en %)	5,1	6,8	7,8	15,5	7,1	3,7	2,9

Source: Fonds monétaire international, World Economic Outlook Database, avril 2019

### Niveau de vie

Le niveau de vie varie sensiblement d'une région à l'autre. Si plusieurs quartiers de Moscou et de Saint-Petersbourg ont retrouvé leur splendeur d'antan, d'autres régions restent très pauvres. Dans l'ensemble, la part des personnes les moins favorisées a beaucoup baissé, mais de grands pans de la population russe vivent toujours au-dessous du seuil de pauvreté officiel. On observe aussi de fortes disparités de revenus à l'intérieur des différentes régions.

### Politique

La Constitution de la Fédération de Russie a été approuvée en 1993 par référendum. Elle instaure un régime parlementaire à dominance présidentielle pour la Russie. Le président, directement élu par le peuple, est le chef de l'Etat. Il définit la politique intérieure et extérieure et peut régler toute situation par la voie du décret qui a force juridique immédiate.

### Religion

La majorité des Russes sont orthodoxes; la deuxième religion du pays est l'islam. Le pays compte aussi des membres des Eglises catholique et protestante. Un tiers de la population est sans confession.

# Caractéristiques de la culture

## L'âme russe

On réunit volontiers les traits de la mentalité russe sous le terme d'«âme russe», auquel on associe notamment un tempérament très entier, une attitude du tout ou rien et un certain goût pour les extrêmes, mais aussi une propension à de soudaines volte-face sans concession. On retiendra aussi le fatalisme exacerbé, l'inclinaison à la superstition, la résistance aux épreuves et l'attachement à la mère patrie. Les Russes expriment leurs sentiments librement et sans détour, qu'ils soient positifs ou négatifs. Dans certaines situations, ils sont nombreux à se laisser plus volontiers guider par leurs sentiments que par la raison.



# Bon à savoir – gestes et symboles

Les Russes affectionnent particulièrement les fleurs. Les hommes en offrent bien plus souvent aux femmes qu'en Europe occidentale, même sans motif apparent.

Bien des Russes sont mal à l'aise lorsque quelqu'un siffle à l'intérieur d'un bâtiment. Une vieille superstition veut que celui qui siffle dans une pièce fermée perdra toute sa fortune.

En Russie, les hommes ont coutume de tenir la porte à une femme, de l'aider à mettre ou à ôter son manteau; ils règlent aussi presque systématiquement la note de restaurant ou de bar et se chargent de porter les sacs lourds. Si la galanterie est en perte de vitesse en Europe, les femmes russes continuent de l'apprécier, y voyant une marque de respect et d'attention.

Les Russes sont très démonstratifs! Ne vous en formalisez pas!

## Esprit collectif

La société russe a un sens aigu de la solidarité et de la communauté. L'appartenance à un groupe y tient une place très importante. Ces valeurs ne sont pas nées sous le communisme, mais plongent leurs racines bien plus loin dans le mode de vie des villages et des communautés rurales. Pendant longtemps, le sol et la terre constituaient des biens communs de sorte que, dans la conscience des Russes, l'intérêt du groupe prime l'intérêt individuel. Au cours des vingt dernières années, en particulier dans les couches éduquées de la population urbaine, la conscience collective s'est considérablement émoussée sous l'effet des bouleversements économiques.

## Famille

Les Russes ont un sens de la famille très développé. A la campagne, il n'est pas rare de trouver plusieurs générations sous le même toit. La famille traditionnelle se soutient financièrement et s'entraide pour la garde des enfants et les soins aux aînés. Les anciens jouissent d'un grand respect, y compris en dehors de la famille. Ainsi est-il par exemple très impoli en Russie de ne pas céder sa place à une femme âgée.

### Jours fériés légaux

Fête du Nouvel An

1<sup>er</sup>, 2, 3, 4, 5 janvier

Noël orthodoxe russe

7 janvier

Fête du défenseur de la patrie

23 février

Journée internationale des femmes

8 mars

Fête du printemps et

Fête du travail

1<sup>er</sup> mai

Fête de la victoire

9 mai

Jour de la Russie

12 juin

Journée de l'unité nationale

4 novembre

### Fêtes et jours fériés

La fête nationale est le Jour de la Russie qui est célébré le 12 juin et commémore la proclamation de la souveraineté de la Fédération de Russie en 1990. La seconde fête nationale est la Journée de l'unité nationale qui se célèbre le 4 novembre et marque la libération de Moscou de l'occupation polonaise en 1612. Il existe en outre plusieurs jours fériés légaux, mais on célèbre surtout la Fête de la victoire le 9 mai ainsi que le Nouvel An. Les chrétiens russes orthodoxes fêtent Noël le 7 janvier, selon le calendrier julien.

### Langue

Le russe est la langue officielle dans tout le pays. Dans les différentes républiques constitutives, on parle aussi la langue vernaculaire respective qui a valeur de seconde langue officielle. Pour le Gouvernement central comme pour les gouvernements des républiques, l'encouragement des langues du peuple est indispensable à la préservation de la diversité culturelle du pays. L'alphabet cyrillique est l'alphabet officiel. Selon une directive, toutes les langues vernaculaires s'écrivent en cyrillique. L'alphabet latin n'est cependant pas inconnu.

### Expressions simples et mots de bienvenue

#### Français

(Cordiale) bienvenue!

Bonjour!

Bonjour (le matin)!

Bonne nuit!

Au revoir

Merci!

S'il vous plaît!

Oui

Non

Bon voyage!

Bon séjour!

#### Russe

Добро пожаловать!

Добрый день!

Доброе утро!

Добрый вечер!

До свидания!

Спасибо!

Пожалуйста!

Да

Нет

Хорошей дороги!

Приятного отдыха!

#### Prononciation

Dobro pajalovat!

Dobrii dien!

Dobrii outra!

Spakoïnaï notchi

Da svidanyia

Spassiba

Pajalousta

Da

Niet

Kharoschej darogi!

Priyatnava pribiivania



# Etiquette des affaires

## Les Russes en affaires

Traiter avec des Russes requiert une bonne capacité d'adaptation et une grande rapidité de décision, car, bien souvent, les choses tournent tout autrement que ce que l'on avait prévu!

En Russie, un retard de dix à quinze minutes est tout à fait courant. Les indications d'horaires y sont souvent vagues. Dans les négociations, les hommes d'affaires russes ont l'art de jouer avec le facteur temps. Il peut ainsi arriver qu'alors que l'on s'apprête à signer un contrat, le partenaire russe fasse tout d'un coup pression pour y apporter des changements importants. Dans pareilles circonstances, mieux vaut rester ouvert à la discussion sans se laisser forcer la main.



## Bon à savoir – négociations

Les petits échanges informels au début et à la fin d'une réunion d'affaires sont coutumiers chez les Russes, lesquels n'hésitent pas à glisser quelques propos personnels dans la conversation.

Dans les repas qui suivent les négociations, les Russes abordent volontiers aussi des sujets personnels. Les compliments sont de bon ton; ils s'échangent aussi entre femmes et peuvent être adressés par une femme à un homme.

La poignée de main pour saluer une personne ou en prendre congé est réservée aux hommes. C'est généralement l'homme plus âgé qui en prend l'initiative. Ne jamais tendre la main gauche, car ce geste peut être ressenti comme une insulte. Les femmes se contentent d'un signe de tête amical, mais peuvent aussi s'attendre à un baisemain.

Dans les repas d'affaires, les hommes ou femmes d'affaires sont bien inspirés de se renseigner sur l'art de porter un toast.

### **Les Russes aiment regarder leur interlocuteur dans les yeux.**

Les Russes ont l'habitude de se rapprocher de leur interlocuteur. Ne vous laissez pas désarçonner par la faible distance corporelle (entre 20 et 40 cm) qu'ils ont coutume d'observer. Un pas en arrière risque d'être ressenti comme un manque de courtoisie ou une attitude de rejet de la discussion.

**Les Russes aiment à parler affaires par téléphone et n'hésitent pas à appeler à des heures tardives!**

# «Les hôtes russes ont de hautes attentes et aspirent à découvrir beaucoup de choses.»



Alex Milovsky,  
journaliste russe

**Quelles sont les valeurs qui caractérisent en particulier la culture russe?**

**Alex Milovsky:** «Les valeurs spirituelles et matérielles de la culture du pays sont le reflet de la religion et de l'idéologie d'Etat. La Russie a accepté l'Eglise orthodoxe à la fin du X<sup>e</sup> siècle. Depuis sa naissance, l'Etat russe s'est toujours considéré comme une forteresse assiégée entourée d'ennemis. La sphère privée n'y a jamais existé, tout ayant été subordonné aux intérêts de la communauté et de l'Etat. C'est pourquoi le dessein principal du christianisme – le développement spirituel de l'individu – a cédé la place à une conception au service de la communauté. L'ancien Etat russe a été fondé plus tard que les grands centres culturels du monde. La Russie a repris, en bonne élève, les acquis culturels des pays européens, mais en les mariant à chaque fois aux traditions et aux savoir-faire locaux. Les chefs-d'œuvre architecturaux offrent un bon exemple de l'énorme talent des artistes russes.

La culture russe a été également façonnée au fil du temps par la situation géographique du pays, véritable trait d'union entre l'Europe et l'Asie, situé aux confins du monde occidental et asiatique. Notons que la culture russe n'est pas uniforme, les cultures populaires sont archaïques et traditionnelles, tandis que la culture des couches cultivées est plus marquée par l'Europe et le concept de liberté, comme en témoigne la grande littérature russe du XIX<sup>e</sup> siècle.»

**Que recherchent les hôtes russes quand ils voyagent en Suisse?**

**AM:** «Les hôtes russes aspirent à vivre et découvrir beaucoup de choses en Suisse et ont de hautes attentes à son égard. Ceux qui se rendent en Suisse auront sans doute déjà parcouru de nombreux autres pays, séjourné dans de bons hôtels et sont habitués à un niveau de service élevé. La clientèle russe escompte trouver encore mieux en Suisse. Elle a la certitude que les hôtels, le service, les moyens de transport, la nourriture et la nature y sont meilleurs, les montagnes plus hautes et la neige encore plus floconneuse.»

**Avez-vous déjà passé des vacances en Suisse?**

**AM:** «Je m'y suis rendu 15 fois depuis 1996, en tant que journaliste de tourisme et photographe, et chaque visite a été une véritable détente. Comme Paris pour Hemingway, la Suisse est pour moi une «fête». Cela commence déjà avec les activités de Suisse Tourisme à Moscou, le premier contact avec la Suisse comme destination touristique, qui s'attache à promouvoir le pays de manière merveilleuse et artistique, et avec beaucoup de style.»

**Y a-t-il quelque chose que vous gardez particulièrement en mémoire?**

**AM:** «Oui, parmi les nombreuses curiosités et manifestations mémorables, certaines sont restées gravées dans ma mémoire. J'ai écrit 15 livres illustrés sur les arts et la culture traditionnels et j'ai pris plaisir à toutes les fêtes et célébrations folkloriques: partage du fromage (Chästeilet) dans le Justistal, combats de reines en Valais, Fête des vendanges de Neuchâtel et tout particulièrement le Festival des ballons à Château-d'Œx. Je garde aussi de précieux souvenirs du Montreux Jazz Festival et de ma visite chez Claude Nobs, dans son chalet. Sans oublier les terrasses viticoles de Lavaux et les bateaux à vapeur sur le lac Léman et le lac des Quatre-Cantons.»

**Comment avez-vous ressenti l'hospitalité suisse?**

**AM:** «L'hospitalité suisse jouit d'une excellente réputation en Russie, au même titre que le fromage et le chocolat suisses – ces trois éléments étant chez nous les symboles par excellence de votre pays.»

**Avez-vous des suggestions à faire aux hôteliers suisses pour perfectionner l'accueil des hôtes russes?**

**AM:** «Les Russes amateurs de voyages sont accoutumés à un service de haute qualité, car ils voyagent dans le monde entier et descendent dans les meilleurs hôtels. En Suisse, connaissant l'excellente réputation du pays en Russie, ils attendent le meilleur du meilleur pour tous les services.»



# Habitudes de voyage



## Progression des voyages à l'étranger

Avec 43 millions de voyages, la Russie enregistrait une hausse de 5% des voyages à l'étranger par rapport à 2017.

En Suisse, les nuitées d'hôtel des visiteurs russes sont légèrement reparties à la hausse après les fortes chutes dues aux crises qui ont secoué la Russie jusque'en 2016. En 2018, les hôtes russes ont totalisé 357 000 nuitées, soit un peu plus que l'année précédente (+ 1,3%).

Source: Office fédéral  
de la statistique  
(HESTA 2018)

## Nuitées des hôtes russes en Suisse (2012–2018)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Arrivées	201488	215603	194890	133043	119322	135518	137883
Nuitées	561490	578656	532775	369264	323614	352172	356917

## Profil des hôtes russes

Près des deux tiers des visiteurs russes viennent de la région de Moscou et du reste de la Russie occidentale.

La majorité d'entre eux sont très fortunés et évoluent surtout dans le segment de luxe. En voyage, les Russes aiment à afficher leur statut social et veulent ce qu'il y a de mieux. Les femmes sont très soucieuses de leur apparence, elles suivent la mode et affirment leur féminité. Les Russes, hommes et femmes confondus, sont nettement plus friands de marques que les autres Européens. Ils privilégient les hôtels 4 et 5 étoiles et les grandes chaînes renommées, car celles-ci sont très attachées au prestige d'une destination.

L'argent a une valeur fondamentale pour les Russes. Ils sont très à cheval sur la qualité du service et sont prêts à payer le prix qu'il faut pour des prestations de premier ordre. A cet égard, la Suisse jouit d'une excellente renommée et les Russes y viennent avec des attentes élevées.

Ils font preuve de beaucoup de souplesse en voyage et changent souvent leurs plans.

L'hôte russe voyage de préférence avec son partenaire ou en famille, parfois aussi en petits groupes (jusqu'à cinq personnes). Ils se comportent socialement comme les touristes d'Europe centrale, c'est-à-dire qu'ils recherchent le contact, sont communicatifs et généralement très cultivés. Sous un abord un peu froid, ils sont chaleureux et hospitaliers envers les amis et les étrangers et accordent une très grande importance aux relations humaines. Les Russes se rendent principalement en Suisse durant les mois de décembre et janvier (Nouvel An puis Noël russe) ainsi qu'en été, en juillet et août.

Ne vous étonnez pas si votre hôte russe plie subitement bagage ou, à l'inverse, s'il décide en dernière minute de prolonger son séjour

Dépenses moyennes par jour et par personne pour les touristes hébergés en Suisse (hors frais de voyage)

Pays	CHF
Pays du Golfe	420
Chine	380
Inde	310
Japon	300
USA	280
Russie	250
Corée	210
Suisse	140
Allemagne	130

Source: Monitoring du tourisme suisse 2017

## Voyageurs très dépensiers

Les hôtes russes aiment dépenser. Les achats, surtout dans le haut de gamme, tiennent une grande place dans leur programme de vacances. Les hôtels qui accueillent une nombreuse clientèle russe ont donc peut-être avantage à prolonger ou à assouplir les heures d'ouverture de leurs boutiques. La clientèle russe se caractérise par une durée de séjour assez longue par rapport aux autres marchés sources, si bien que le total de leurs dépenses est souvent relativement élevé.

# L'hospitalité suisse envers les hôtes russes

La clientèle russe attache grande importance à la qualité du service et à l'amabilité du personnel.

## **Des visiteurs aux attentes élevées**

Le visiteur russe a de hautes exigences en matière de service. Il souhaite se détendre et se divertir pendant les vacances et s'il ne lésine pas sur les moyens pour bénéficier de prestations de premier ordre, il n'est pas moins sensible à la qualité de l'accueil hôtelier.

Lors du check-in, faites preuve de patience et de compréhension envers ces touristes qui ont souvent un long voyage derrière eux. Ils sauront apprécier un geste aimable ou un sourire sincère.

Les jeunes Russes parlent généralement bien l'anglais et savent se faire comprendre. Cependant, seuls 15 % de la population parlent une langue étrangère. Les hôtes se sentent flattés lorsqu'ils sont servis par du personnel qui parle leur langue ou qu'ils trouvent des brochures et du matériel d'information en langue russe.

En Russie, de nombreux commerces sont ouverts 24 h sur 24. Les Russes ont beaucoup de mal à comprendre les horaires plus restrictifs pratiqués en Suisse. Il est conseillé de les informer sur les horaires pratiqués afin de leur éviter de se trouver devant des portes closes.

## **Activités de loisirs**

Les touristes russes voyagent pour des motifs les plus divers: traitements médicaux ou séjours de remise en forme, circuits de découverte ou encore tournées de shopping. En hiver, leurs goûts les portent volontiers vers le ski, les balades et le shopping. Certains hôtes manifestent aussi de l'intérêt pour les visites culturelles et les monuments historiques. Cette clientèle utilise aussi abondamment, souvent jusque tard dans la soirée, les infrastructures hôtelières telles que le sauna, le hammam ou la piscine intérieure.

Les hôtes russes recherchent en Suisse de bonnes conditions d'enneigement et des curiosités naturelles. Notre climat, généralement moins rude que dans leur pays, est très apprécié.

Fournissez à vos invités une liste de conseils de sorties et d'événements dans votre destination.

## **Sorties**

De nature sociable, les Russes aiment s'adonner aux plaisirs de la table et faire la fête jusqu'au petit matin en joyeuse compagnie. Ils apprécient donc d'autant restaurants et bars aux horaires flexibles.

## Bon à savoir – voyages et séjour

Les Russes vont volontiers chercher des informations en ligne pour préparer leur voyage en Suisse et réservent généralement aussi par internet, le plus souvent trois à quatre mois avant leur arrivée. Les séjours de sports d'hiver sont réservés plus longtemps à l'avance.

Les Russes font grand cas des conseils et recommandations de leurs amis et de leur entourage.

La durée de séjour moyenne est de trois nuitées environ. Les clients russes apprécient la flexibilité par rapport à leur jour d'arrivée et à la durée de leur séjour.

En matière de réservations, les voyageurs russes font parfois des choix très spontanés. Les hôtels sont donc bien avisés de garantir leurs réservations via un numéro de carte de crédit ou par le versement d'arrhes.

Annoncez à l'avance les prestations non remboursables (p. ex. annulation de leçons de ski en cas de mauvais temps). Mentionnez aussi la possibilité de conclure une assurance, option dont les hôtes russes n'ont souvent pas connaissance.

Les hôtes de Moscou ou Saint-Pétersbourg utilisent volontiers des cartes de crédit. Ils règlent cependant aussi en espèces, même pour des montants importants.

L'argent n'est pas un thème tabou pour les Russes. Ne vous étonnez pas si on vous demande combien a coûté votre belle voiture ou votre montre raffinée.

La clientèle russe n'a pas l'habitude de s'entretenir avec le personnel hôtelier ou de se confondre en remerciements pour un service.

Beaucoup de Russes aiment les fleurs. Veillez à disposer des bouquets décoratifs, avec un nombre impair de fleurs, car les fleurs en nombre pair s'utilisent exclusivement pour les enterrements. Évitez les fleurs jaunes qui symbolisent la rupture et la trahison.

**Ils ont une préférence pour les hôtels de la catégorie 4 et 5 étoiles et optent très souvent pour la demi-pension.**

# «Donnez à vos hôtes russes le temps de s'enchanter de votre hôtel!»



Natalia Sizova,  
Suisse Tourisme,  
Marketing Manager/  
MICE Russie

**Qu'est-ce qui selon vous rend la Suisse particulièrement intéressante pour les hôtes russes?**

**Natalia Sizova:** «La Suisse est une destination de rêve, un pays qui offre un haut niveau de bien-être et de magnifiques paysages, des voyages en train à vous couper le souffle, des pistes de ski parfaites et surtout le meilleur service hôtelier.»

**La Suisse reste-t-elle un pays attractif pour les voyageurs en provenance de Russie?**

**NS:** «La Suisse est et reste une destination attrayante pour les clients qui apprécient la qualité et les voyages individuels. C'est un pays de rebranchement volontaire et de détente. Pour les hôtes russes, la Suisse gagne aussi en attrait pendant la saison d'été.»

**A quoi les hôteliers suisses doivent-ils être attentifs dans leurs efforts de marketing à l'attention des visiteurs russes?**

**NS:** «Quand on parle de communication marketing, le bouche-à-oreille reste l'un des principaux moteurs de la demande. Un bouche-à-oreille qui, aujourd'hui, passe de plus en plus par les réseaux sociaux. Les hôtes partagent leurs avis sur Facebook et Instagram et influencent ainsi leur cercle d'amis et de connaissances. La collaboration avec les influenceurs est également très importante de nos jours. Actuellement, beaucoup de réservations pour des établissements 5 étoiles se font encore par l'intermédiaire d'agences de voyages, si bien qu'un bon réseau d'agents commerciaux est indispensable pour les hôtels de cette catégorie. Dans les catégories 3 et 4 étoiles, il est très important d'être présent sur toutes les plateformes de réservation en ligne.»

**Les hôtes suisses devraient-ils accorder une attention particulière à certains aspects de l'accueil des voyageurs en provenance de Russie?**

**NS:** «Les hôtes russes apprécient particulièrement d'être accueillis à la réception par des collaborateurs qui parlent russe. En outre, ils aiment disposer d'informations en russe sur l'hôtel et sur la destination et avoir les chaînes TV russes dans la chambre. Les petits bavardages à l'arrivée ne sont pas toujours nécessaires. Donnez à vos invités le temps de s'enchanter de votre l'hôtel.

**«Pour les hôtes russes, la Suisse gagne aussi en attrait pendant la saison d'été.»**

Les clients russes aiment la flexibilité du service. Ils sont très reconnaissants lorsque vous pouvez combler leurs petits désirs, par exemple un dîner sur la terrasse. Les hôtes russes satisfaits sont très généreux.»

**Y a-t-il un faux pas à éviter absolument?**

**NS:** «Il y a le Noël russe (7 janvier), mais pas de Nouvel An russe. Nous célébrons la nouvelle année comme le reste du monde le 1<sup>er</sup> janvier. Et si vous offrez moins de dix fleurs, veillez à ce que cela soit un nombre impair. Un nombre pair n'est apporté qu'aux enterrements.»

**Y a-t-il un service ou un petit présent que l'hôtelier peut offrir à ses hôtes russes pour qu'ils gardent un souvenir impérissable de leur séjour en Suisse?**

**NS:** «Les hôtes russes aiment le champagne. Vous ne vous trompez jamais en prévoyant une petite bouteille de champagne ou une assiette de fruits comme cadeau de bienvenue à disposer dans la chambre. Sans oublier les petits compliments qui sont très appréciés.»



# Habitudes alimentaires

Les Russes aiment être servis rapidement. Le mot bistrot vient du russe et signifie «vite».

Nouvelle tendance: les Russes apprécient désormais aussi un bon whisky ou du gin. Les dames ont un faible pour le champagne ou le prosecco.

## Cuisine bourgeoise à toute heure

Les Russes aiment boire et manger. Comparativement aux autres Européens, ils se lèvent assez tard et passent aussi plus tard à table. En Russie, de nombreux restaurants sont ouverts 24 h sur 24, si bien que les voyageurs de ce pays trouvent fort désagréable de ne pas pouvoir se faire servir une cuisine chaude dans l'après-midi. Par ailleurs, ils raffolent d'aliments carnés et en consomment allègrement matin, midi et soir. Lorsqu'ils commandent des menus à plusieurs plats, ils souhaitent se voir servir le plat suivant dès qu'ils ont fini leur assiette, peu importe si leurs compagnons de table ont terminé ou non la leur.

## Boissons

En Russie, l'alcool fait partie du rituel de table. Les Russes privilégient les boissons à haute teneur alcoolique, vodka ou eaux-de-vie par exemple, qu'ils consomment (souvent en bouteille) en accompagnement de leurs mets. Le vin, désormais signe de statut social, gagne peu à peu leurs faveurs. Le cognac et les cocktails se boivent aussi à table. D'ordinaire, les Russes tiennent très bien l'alcool.

## Recette du bœuf Stroganoff

### Ingrédients pour

#### 4-6 personnes

- 1 kilo de filet de bœuf, sans graisse
- 600 g d'oignons, en fines rondelles
- 500 g de champignons de Paris, en fines lamelles
- 1 cuillère à soupe de poudre de moutarde
- 1 cuillère à soupe de sucre
- 2 cuillères à café de sel
- 6 cuillères à soupe d'huile végétale
- 1 cuillère à café de poivre noir du moulin
- ½ l de crème acidulée

### Préparation

Mélanger la poudre de moutarde, 1½ cc de sucre et 1 cc de sel à de l'eau chaude pour obtenir une pâte épaisse et laisser tirer au moins 15 minutes.

Couper la viande en tranches de 5 mm, dans le sens contraire des fibres, puis couper les tranches en lanières de 5 mm de large.

Chauffer 2 cs d'huile dans la poêle juste au-dessous du point de fumée, ajouter la moitié de la viande et la saisir en remuant constamment pendant 2 minutes environ, jusqu'à ce qu'elle soit légèrement dorée. Répéter l'opération avec la deuxième portion de viande. Réserver la viande au chaud dans une cocotte.

Chauffer 2 cs d'huile dans la poêle, faire suer les oignons jusqu'à ce qu'ils deviennent transparents. Placer de temps à autre le couvercle sur la poêle. Les oignons doivent être tendres, mais non pâteux. Ajoutez les oignons à la viande.

Répéter l'opération avec les champignons.

Ajouter la pâte de moutarde, le sel restant, le sucre et le poivre dans la cocotte et mélanger. Puis incorporer peu à peu la crème dans le plat, baisser la température et laisser mijoter 2-3 minutes à couvert pour chauffer la sauce.



## Bon à savoir – alimentation et boissons

L'hôte russe est habitué à des portions généreuses. Veillez aussi à disposer suffisamment de pain sur les tables.

Les Russes aiment prendre leur temps à table et peuvent prolonger leur repas au-delà de plusieurs heures. Même si les assiettes sont vides, le personnel de service demandera toujours aux convives s'il peut débarrasser.

L'hôte russe aime être bien conseillé dans le choix des vins.

Il aime les petits déjeuners copieux à l'américaine. Le matin, il se présente souvent à la table en survêtement.

En Russie, la vodka se boit dans de grands verres à eau. Une portion de 8 cl par verre est tout à fait convenable. N'oubliez pas qu'une vodka russe doit avoir sa place dans tous les bars, même si les Russes ne rechignent pas à goûter des produits de chez nous.

**L'hôte russe est tout à fait ouvert à goûter les spécialités typiques de la région où il passe ses vacances.**

# Adresses utiles

Pour de plus amples informations, pour des conseils ou des formations concernant l'accueil des visiteurs russes ou le marché russe, prière de vous adresser à l'une des organisations suivantes:

## **HotellerieSuisse**

Communication  
Monbijoustrasse 130  
3001 Berne  
T +41 31 370 41 40  
kommunikation@hotelleriesuisse.ch  
www.hotelleriesuisse.ch

## **Suisse Tourisme**

Morgartenstrasse 5a  
8004 Zurich  
T +41 44 288 12 76  
info@myswitzerland.com  
www.myswitzerland.com

## **Suisse Tourisme – Russie**

Per. Ogorodnaya Sloboda, 2/5  
Entr. 1, side Gussyatnikov per.  
c/o Embassy of Switzerland  
101000 Moscou, Fédération de Russie  
T +7 (495) 937 77 98  
info.ru@switzerland.com

## **Sites web utiles**

[www.myswitzerland.com/ru](http://www.myswitzerland.com/ru) (Suisse Tourisme, en russe)

[www.luxurytravelmart.ru](http://www.luxurytravelmart.ru) (LTM – Luxury Travel Mart, plus grande exposition de l'hôtellerie en Russie, site internet en anglais)

[www.messeninfo.de/Mitt-M5732/Moskau.html](http://www.messeninfo.de/Mitt-M5732/Moskau.html) (un des plus grands salons spécialisés pour les voyages et le tourisme en Russie, site internet en allemand)



# L'accueil des hôtes indiens en Suisse



## Impressum

### Editeur

HotellerieSuisse, Berne, et  
Suisse Tourisme, Zurich

### Conception

xamt franziska liechti, Wabern  
[www.bloomidentity.ch](http://www.bloomidentity.ch), Berne

### Impression

Stämpfli SA, Berne

### Photos

Suisse Tourisme: Cover; p. 17;  
Jungfrau Region Tourismus p. 18;  
Mike Kaufmann p. 23  
unsplash.com: p. 2, 4, 6, 11  
iStockphoto.com: p. 11, 12, 27

### Langues

Français, allemand, anglais

Berne, novembre 2019

- 2 Avant-propos**
- 4 Informations générales sur l'Inde**  
Un peu d'histoire, Economie, Caractéristiques socio-économiques, Politique, Religion
- 8 Caractéristiques de la culture indienne**  
Philosophie, Société hiérarchisée, Bollywood, Famille
- 12 Relations interpersonnelles**  
Instaurer la confiance, Bon à savoir
- 14 Etiquette des affaires**  
Une assurance nouvelle, Bon à savoir
- 15 Questions à Ritu Sharma**  
Directrice adjointe de Suisse Tourisme Inde
- 18 Les Indiens en voyage**  
Expansion des voyages à l'étranger, Profil des hôtes indiens en Suisse, Touristes en voyages organisés, Touristes individuels, Temps et heure, Hôtes à fort pouvoir d'achat, Bon à savoir
- 22 L'hospitalité suisse envers les hôtes indiens**  
Respecter et conseiller, Souhaits particuliers
- 22 Activités de loisirs**  
Shopping, Sport, Causeries
- 24 Questions à Ity Tiwari**  
Guide urbaine et enseignante de cuisine indienne, Zurich
- 26 Habitudes alimentaires**  
Le bonheur dans l'assiette, Bon à savoir
- 29 Adresse utiles**



# Avant-propos

**«Il y a plus important dans la vie que d'augmenter continuellement sa vitesse.»**

Mahatma Gandhi

Pour tout hôtelier et hôtelière, l'hospitalité envers les visiteurs d'ici et d'ailleurs est chose naturelle. Lorsque les hôtes viennent de contrées lointaines, il est toujours bon de connaître un peu leur

culture afin d'éviter quiproquos et malentendus et d'orchestrer un séjour parfait. C'est là précisément le propos de la présente brochure «L'accueil des hôtes indiens en Suisse». Entre 2013 et 2018, le nombre de nuitées de la clientèle indienne en Suisse a augmenté

de plus de 73% et tout porte à croire que cette croissance restera soutenue dans les deux décennies à venir. L'Inde est un des marchés qui affiche la croissance la plus rapide dans le monde pour ce qui est des voyages à l'étranger. De plus, 65% de la population a moins de 35 ans. Le pays présente de ce fait un grand potentiel pour le tourisme suisse. La procédure d'obtention du visa est désormais facilitée, il n'y a plus besoin d'autorisation pour acheter des devises étrangères. La classe supérieure aisée et une classe moyenne privilégiée – celle, précisément, qui peut s'offrir un voyage en Suisse – grandissent de jour en jour. La Suisse reste l'une des destinations favorites des touristes indiens en Europe. Ceux-ci connaissent notre pays au travers des films de Bollywood qui s'attachent à le représenter comme une contrée féérique et romantique, sertie dans un décor naturel phénoménal. C'est un privilège pour eux que de pouvoir s'y rendre, d'où leurs attentes élevées à leur arrivée en Suisse. Au fond, ils aspirent à être accueillis en visiteurs privilégiés. Editée conjointement par HotellerieSuisse et Suisse Tourisme, la présente brochure remaniée (1<sup>re</sup> édition 2007) se propose de vous livrer des informations utiles pour réserver à vos hôtes indiens un séjour d'excellence. Outre quelques renseignements utiles sur la culture et les habitudes de vos hôtes, vous y trouverez une série de conseils pratiques pour l'accueil au quotidien. Nous vous souhaitons une bonne lecture et de belles rencontres avec vos clients du monde entier.



1



2

C. Meier

Claude Meier  
Directeur HotellerieSuisse

M. Nydegger

Martin Nydegger  
Directeur Suisse Tourisme

1 Claude Meier  
2 Martin Nydegger



**Evoquez le pays et ses 5000 ans  
d'histoire, vos hôtes indiens vous  
en sauront gré.**



# Informations générales sur l'Inde

## Un peu d'histoire

Au cours de ses cinq mille ans d'histoire, l'Inde a été maintes et maintes fois conquise, occupée et colonisée. Sa situation stratégique, les richesses de son sous-sol, mais aussi le développement précoce de centres urbains, ont attiré des peuples du monde entier. Il en est résulté une mosaïque culturelle qui fait la fierté des Indiens, au même titre que leur histoire millénaire et les découvertes scientifiques de leur civilisation, parmi lesquelles le chiffre zéro ou le calcul de pi.

Dès le XV<sup>e</sup> siècle, l'Inde a été colonisée successivement par le Royaume-Uni, la France, les Pays-Bas et le Portugal. Le pays devait servir de pivot et de tête de pont aux puissances économiques européennes. Le mouvement d'indépendance est né au milieu du XIX<sup>e</sup> siècle et c'est en 1947, sous la conduite de Mahatma Gandhi, que l'Inde a acquis son indépendance par la non-violence.

## Données clés

### Nom et capitale

L'Inde est une république, sa capitale est New Delhi.

### Population et superficie

L'Inde compte 1,3 milliard d'habitants et s'étend sur 3 287 365 km<sup>2</sup> (dont un territoire de près de 80 000 km<sup>2</sup> disputé entre l'Inde et le Pakistan). Par sa surface, l'Inde est presque 80 fois plus grande que la Suisse (41 290 km<sup>2</sup>).

### Villes

Les plus grandes villes sont Mumbai (anc. Bombay) (près de 18,5 millions d'habitants), New Delhi (plus de 16 millions), Kolkata (Calcutta) (plus de 14 millions), Chennai (Madras) (plus de 8,5 millions) et Bangalore (près de 8,5 millions).

### Langues

On parle plus de 100 langues en Inde, regroupées en quatre familles linguistiques. À côté des langues officielles, l'hindi et l'anglais, la Constitution indienne reconnaît 21 autres langues.

## Economie

Une fois indépendante, l'Inde s'est isolée du reste du monde, sur le plan économique et en partie aussi sur le plan politique. A la fin des années 80, le pays a plongé dans une crise économique profonde. Dans les années 90, l'Inde a lancé de nombreuses réformes économiques pour ouvrir le pays. Le pays s'est fortement industrialisé depuis et compte toujours plus de personnes attachées à un mode de vie moderne. Avec une population de 1,3 milliard d'habitants, une classe moyenne jeune et en forte progression, un PIB de 2,7 billions de dollars US au bas mot, l'Inde se range aujourd'hui parmi les plus grands marchés mondiaux.

## Données économiques clés

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
PIB (en milliards USD)	1828	1857	2039	2104	2290	2652	2719
PIB/habitant (USD)	1482	1486	1610	1640	1762	2014	2038
Croissance (en % du PIB)	5,5	6,4	7,4	8	8,2	7,2	7,1
Taux d'inflation (en %)	10	9,4	5,8	4,9	4,5	3,6	3,4

Source: International Monetary Fund, World Economic Outlook Database (avril 2019)





### **Caractéristiques socio-économiques**

Les Indiens qui peuvent se permettre de voyager en Suisse font partie des 2% des classes sociales supérieures. Dans les villes se développe une classe moyenne aisée au fort pouvoir d'achat qui aspire à consommer et à voyager.

### **Politique**

L'Inde est la plus grande démocratie du monde; elle est constituée de 29 Etats et de sept territoires de l'Union administrés depuis la capitale. Le paysage politique se caractérise par une multitude de partis et la participation électorale est élevée. Le Parlement comprend une Chambre haute et une Chambre basse. Le Premier ministre dirige les affaires du pays. Le Chef d'Etat est élu par une assemblée de députés de l'Union et des Etats fédérés.

### **Religion**

Les religions forment l'un des principaux ciments de ce grand Etat fédéral. L'Inde est le berceau de l'hindouisme, mais aussi du bouddhisme, du jaïnisme et du sikhisme. Les musulmans, les parsis et les chrétiens immigrés qui ont aussi façonné la culture du pays. Les Hindous forment le plus grand groupe de la population et dominent la culture indienne.

# Caractéristiques de la culture indienne

## Philosophie – les quatre étapes vers l'éveil ou l'illumination

Depuis l'Antiquité, la vie terrestre se conçoit en Inde comme un cheminement en quatre étapes, avec des missions et des objectifs distincts.

La première partie de la vie est dévolue à l'apprentissage, l'individu étant alors un être inexpérimenté sur le plan affectif, intellectuel, spirituel et physique. Il est contraint d'apprendre, à force d'exercice et de discipline, au contact de personnes plus expérimentées (parents, enseignants, prêtres). Ceux qui l'accompagnent dans la vie lui enseignent qu'il ne peut prendre seul des décisions. Il apprend

ainsi à prendre ses repères auprès de personnes qui se trouvent dans la deuxième, troisième ou quatrième étape de leur vie.

La deuxième étape est celle de l'union conjugale. Tout y est centré sur la célébration du mariage et, par conséquent, sur les richesses et les aspects matériels. C'est l'étape où l'on

conçoit et met au monde des enfants, où on les prépare à affronter l'existence. Pendant cette période, l'individu apprend à prendre des responsabilités et à diriger. Dans la troisième étape, l'individu a rempli ses devoirs dans le monde matériel. Ses enfants sont adultes, il a maintenant le temps de se dédier davantage aux dimensions spirituelles et métaphysiques de la vie. Il consacre moins de temps aux choses matérielles, mais sait les savourer avec d'autant plus de plaisir.

Dans la quatrième étape, il comprend que sa vie terrestre est éphémère mais que son âme est immortelle. Il se retire peu à peu du monde fébrile, vit à un rythme ralenti et s'adonne de plus en plus souvent à des activités spirituelles. En compagnie de jeunes personnes, il adopte la posture de l'homme sage et expérimenté.

**«Le monde est assez grand pour satisfaire les besoins de tous, mais il sera toujours trop petit pour satisfaire l'avidité de quelques-uns.»**

Accueillez vos hôtes par quelques mots en hindi. Ils auront le sentiment d'être grandement bien-venus.

Bienvenue

Aapka swagat hai

Bonjour, bonsoir

Namaste

A bientôt

Phir milenge

Merci

Dhanyavad

Bon voyage

Shub yatra

## **Société hiérarchisée**

Les écrits védiques de l'Antiquité ont marqué jusqu'à nos jours de leur empreinte le système des valeurs et l'ordre social de l'Inde. Fondement de la religion hindoue, ces écrits déclarent que les dieux attribuent à chaque être humain une place dans la société, selon le cheminement spirituel de son âme. C'est ainsi qu'est né en Inde un système de classes connu en Occident sous le nom de castes. Si quelques milieux conservateurs tiennent aujourd'hui encore à cet héritage, beaucoup s'en détournent désormais, du fait surtout d'un meilleur niveau de formation et d'une plus grande indépendance économique. De nombreux Indiens et Indiennes estiment que leur pays doit à présent se doter d'un nouveau modèle de société et considèrent les castes comme un frein au progrès social et économique.

Évitez de parler et surtout de critiquer le système des castes.

Cependant, les Indiens ne tolèrent pas que des étrangers critiquent leur système de castes. À leurs yeux, les conquérants ou colonisateurs n'ont pu influencer fondamentalement l'ordre social et les valeurs culturelles.

Depuis leur indépendance conquise en 1947, les Indiens affirment avec énergie leur identité indienne. Sous l'effet de l'ouverture économique des années 90, l'image d'un pays de mendiants et de gourous, de vaches sacrées et de palais cède peu à peu la place à la représentation d'un mode de vie fier et extraverti, grandement inspiré du système de valeurs occidental.

La hiérarchie qui tire son origine dans le système des castes reste cependant un pilier central en Inde. Cela explique aussi beaucoup de malentendus entre les hôteliers suisses et les hôtes indiens. Les Indiens sont habitués à traiter les employés et les fournisseurs de services plus rudement que ce n'est habituellement le cas en Europe. Cela touche aussi le personnel de service et de la réception.

## **Bollywood, expression de l'«Indian way of life»**

La fierté retrouvée du pays s'exprime aujourd'hui au travers d'une multitude d'éléments, entre autres par le programme nucléaire, la participation à des organes internationaux ou l'industrie cinématographique de Bollywood. Les films de Bollywood occupent une grande place dans le quotidien moderne des Indiens. Ils permettent de vivre une expérience en famille, de se divertir, de s'évader du quotidien et ils contribuent à une certaine satisfaction. Les films sont toujours très émouvants, l'expérience cinématographique et visuelle l'est également.

Le cinéma de Bollywood et ses chansons d'amour et ses clips vidéos ont contribué à implanter dans les esprits les beautés naturelles de la Suisse.

L'importance des films de Bollywood est considérable pour la Suisse. De nombreux Indiens voyagent en Suisse pour être là où les films de Bollywood ont été tournés. Les montagnes suisses, les lacs, les châteaux et les vieilles villes sont particulièrement appréciés par l'industrie cinématographique indienne. Depuis la fin des années 70, plus de 170 films indiens ont été tournés en Suisse. Des stars mondiales de Bollywood comme Aishwarya Rai ou Shah Rukh Khan ont séjourné en Suisse.

Depuis 2017, Ranveer Singh, jeune star et influenceur, est un ambassadeur des marques suisses en Inde. Grâce à son engagement, la tradition d'une Suisse qui sert de décor aux films indiens se poursuit.

### Famille

La famille est le cœur de la société indienne. Toutes les décisions importantes sont dictées par l'intérêt et le bien-être de la famille d'origine et de la famille actuelle. Le « nous » l'emporte généralement sur le « je ». La famille indienne assure une grande proximité affective. Les parents et les enfants se sentent unis par des liens de loyauté et s'attendent à ce qu'en toute circonstance, chacun soit là pour les autres et place le bien-être de la communauté au-dessus de son intérêt personnel. Si les Indiens considèrent l'individualisme occidental comme une marque d'égoïsme, le modèle de la famille nucléaire avec deux parents qui travaillent tend à s'imposer toujours plus dans les grandes villes.

### Fêtes nationales et fêtes religieuses

Les Indiens ont toujours un motif pour faire la fête, que ce soit une naissance, un mariage ou encore la réussite d'un examen, ou même une victoire au cricket.

Les Indiens connaissent trois fêtes nationales: le jour de la République (26.1.), le jour de l'Indépendance (15.8.) et l'anniversaire du Mahatma Gandhi (2.10.).

Les principales fêtes hindoues sont la fête des Lumières Diwali, la fête du

Printemps Holi, le Ganesh Chaturthi en l'honneur de la divinité Ganesh ainsi que le Raksha Bandhan, la fête du lien de fraternité.

Les musulmans indiens célèbrent la fête du sacrifice Idal-Adha pour le pèlerinage à La Mecque et l'Aïd el-Fitr pour marquer la fin du ramadan. Les sikhs et les jaïns célèbrent l'anniversaire des fondateurs de leurs religions (26.11 pour les sikhs et fin mars ou début avril pour les jaïns).

Les bouddhistes fêtent Vesakh (1<sup>er</sup> jour de pleine lune de mai), le jour de l'éveil de Bouddha.

Les chrétiens fêtent Pâques et Noël.

Notez que les fêtes religieuses mais aussi les jours fériés varient aussi énormément d'une région à l'autre. Il convient donc de planifier soigneusement les dates des campagnes de vente et de marketing en Inde.

**«Nous vivons dans un monde merveilleux qui est plein de beauté, de charme et d'aventure. Il n'y a pas de fin aux aventures que nous pouvons vivre si nous les recherchons avec les yeux ouverts.»**

Jawaharlal Nehru, premier Premier ministre de l'Inde



# Relations interpersonnelles

Prenez du temps pour vos hôtes indiens – vous serez payé en retour.

## Instaurer la confiance

Les relations interpersonnelles comptent énormément pour les Indiens. Ils s'intéressent à autrui et aiment qu'on leur accorde de l'intérêt. Mais par crainte de s'imposer, ils se montrent parfois un peu timides ou renfermés. Faites le premier pas et entamez la conversation avec vos hôtes indiens. Les sujets ne manquent pas, entretenez-vous de la culture, de l'histoire de leur pays ou de celle du vôtre, parlez du temps, de la gastronomie, de la santé ou partagez des souvenirs de vacances. Vos hôtes y verront une marque d'intérêt sincère.



## Bon à savoir – bonnes manières

**Contact visuel:** Vous pouvez sans problème regarder vos hôtes indiens dans les yeux. Si certains évitent le contact visuel, il faut y voir une marque de respect qui n'a aucune connotation négative.

**Poignée de main:** Certaines femmes indiennes hésitent à tendre la main à un homme pour le saluer. Mieux vaut donc attendre et observer. Si la femme tend la main, la poignée de main est souhaitée. A défaut, contentez-vous d'un mot d'accueil courtois. Entre femmes, la poignée de main ne pose pas de problème.

**Les Indiens rient volontiers et ne manquent pas d'humour. Les plaisanteries au détriment des autres sont toujours malvenues et moralement répréhensibles.**

**Dire non:** Le non incommode certains hôtes indiens, ils le ressentent comme un rejet ou refus de leur personne, mais n'hésitent néanmoins pas à l'utiliser.

**VIP:** Les Indiens aiment avoir le sentiment d'être accueillis en hôtes de marque hautement bienvenus. Le directeur de l'hôtel les recevra de préférence personnellement.

**Ancienneté:** La société indienne hiérarchisée cultive le respect des aînés. La parole des anciens a beaucoup de poids et n'est jamais ouvertement contredite. Il y a lieu de faire montre de prévenance à l'égard des hôtes âgés, sans pour autant être servile. En cas de litige avec un hôte indien, on veillera à ce qu'il soit tranché par le «maître ou la maîtresse des lieux». La décision sera communiquée de manière courtoise, si possible avec le sourire, mais elle ne sera plus discutée.

**Rapports hommes-femmes:** En dehors de la sphère privée, l'homme est le chef de famille. C'est lui qui traite avec le personnel de l'hôtel, mais il prendra rarement une décision sans y associer son épouse. Les couples indiens discutent en privé de leurs choix et affichent unité et harmonie vis-à-vis du dehors.

# Etiquette des affaires

Il vaut la peine de prendre du temps pour tisser des liens personnels.

## Une assurance nouvelle

Si naguère encore l'homme d'affaires indien manquait quelque peu d'assurance, c'est avec des personnes décidées et sûres d'elles que l'on entre aujourd'hui en affaires, des personnes fières de leur prospérité économique qui aiment à souligner que l'Inde fait partie des démocraties à économie libérale qui se développent le plus rapidement. Avec l'ouverture grandissante de ses marchés, l'Inde a multiplié les contacts avec des partenaires étrangers. Les hommes d'affaires sont désormais plus habitués à négocier et sont d'un abord très agréable.

## Bon à savoir – négociations

Les personnes amenées à traiter ou à commercer avec des Indiens seront bien inspirées de suivre les conseils suivants.

Affirmez clairement votre appartenance nationale vis-à-vis de vos partenaires indiens. Les Indiens apprécient les Suisses qui se réclament haut et fort de leur culture et de leurs valeurs. Vous aurez tout à gagner à expliquer la culture et la mentalité suisses à vos partenaires. La suissitude plaît!

En Inde, il n'y a guère de séparation entre la vie privée et la vie professionnelle. Quelque 60 % des sociétés indiennes sont détenues par des familles. Les rapports durables fondés sur la loyauté et la confiance en sont les clés du succès.

Ne perdez pas de vue vos intérêts commerciaux tout en étant soucieux

de maintenir de bonnes relations. Si la courtoisie est de mise en affaires, il faut aussi savoir se montrer clair et déterminé.

Veillez à toujours disposer de cartes de visite en nombre suffisant. La carte devra préciser, en anglais, votre profession, votre fonction, votre rang hiérarchique et éventuellement vos titres universitaires. Prenez le temps de lire la carte de visite que l'on vous tend. Elle sert habituellement de point de départ à une conversation qui permettra de connaître les activités commerciales ou les objectifs de votre vis-à-vis en Suisse.

Quand un Indien dit «Give me», cela équivaut à un «Could you please give me» d'un Anglais. L'Indien a un parler plus direct. Cela n'a rien à voir avec la politesse, c'est simplement lié à l'usage de la langue.

# «La plupart des Indiens ont une chose en commun: ils adorent la neige.»



Ritu Sharma,  
directrice adjointe de  
Suisse Tourisme Inde

**En quoi la Suisse est-elle particulièrement intéressante pour les hôtes indiens selon vous?**

**Ritu Sharma:** «Pour les Indiens, la Suisse a toujours été quelque chose de particulier en raison des films de Bollywood qui y sont tournés depuis les années 70. Les Indiens ont toujours été fascinés par les sommets enneigés, les paysages verdoyants et les lacs glaciaires, qu'ils pouvaient voir dans ces films.

Jusqu'à il y a environ dix ans, les touristes indiens se rendaient à un endroit, faisaient des photos et ils étaient contents. En Suisse, ils ont toujours trouvé exactement ce qu'ils recherchaient. Ils n'étaient pas obligés de se rendre dans un lieu particulier pour voir les beautés de la nature telles qu'ils se les étaient représentées. Si la Suisse n'a rien perdu de son attractivité aux yeux des Indiens durant toutes ces années, c'est parce que la plupart d'entre eux rentrent dans leur pays heureux et satisfaits de leur voyage en Suisse.

Le profil du touriste indien a cependant changé au cours des dernières années. Les Indiens veulent maintenant vivre des expériences concrètes plutôt que de visiter simplement des attractions touristiques. S'ils se contentaient auparavant de faire une photo sur le Titlis, ils veulent maintenant faire une photo ou une vidéo qui les montrent en train de faire du parapente ou du snow tubing.

L'Inde est un pays gigantesque. Il est par conséquent difficile de donner un profil unique du touriste indien. De manière générale, on peut répartir les Indiens en deux catégories: ceux qui visitent la Suisse pour la première fois et ceux qui voyagent beaucoup.

Tous ont des besoins et des souhaits très spécifiques qui varient fortement d'une catégorie à l'autre. Le touriste qui visite la Suisse pour la première fois voyage la plupart du temps en groupe, il a besoin de manger indien, il ne parle pas couramment anglais et est tributaire d'un guide. Les touristes qui voyagent beaucoup sont en général des voyageurs individuels, ils ont envie de goûter les spécialités locales même s'ils sont végétariens et ils aspirent à faire de nouvelles expériences et à découvrir de nouvelles destinations. Mais tous ont un point en commun: ils adorent la neige. Vu que la neige est très rare en Inde, la plupart des Indiennes et des Indiens veulent faire l'expérience de la neige en Suisse.»

**Est-ce que la Suisse reste un pays attrayant pour les voyageurs indiens?**

**RS:** «La Suisse va rester un pays très attrayant, car les Indiens apprécient beaucoup les beautés de la nature et l'offre de produits. Ils apprécient également la sécurité, la propreté, la ponctualité et l'efficacité des transports publics ainsi que le fait que tout fonctionne bien – des avantages qui font souvent défaut en Inde.

La Suisse reste la destination favorite des Indiens qui voyagent en Europe pour la première fois et elle est maintenant aussi une destination très prisée des touristes en quête d'aventure, de sport, de bonne cuisine et de vin.

Nous tablons sur une croissance annuelle de 5 à 8% du marché indien au cours des cinq prochaines années.»

### **Sur quoi le marketing des hôteliers suisses doit-il mettre l'accent pour attirer des visiteurs en provenance d'Inde?**

**RS:** «Il est essentiel de mettre les contenus à disposition en anglais. Le site web, le processus de réservation et les médias sociaux doivent être disponibles en anglais, afin qu'ils puissent être utilisés par les Indiens.

Il est également conseillé aux hôtels de donner des informations sur les services disponibles, en particulier en été, comme la climatisation ou des ventilateurs, sur le transfert depuis l'aéroport en indiquant les prix, sur les correspondances avec les transports publics, les magasins et les restaurants.

Une description de l'accès à l'hôtel et des attractions touristiques à proximité serait également souhaitable.»

### **Y a-t-il des aspects auxquels les hôteliers suisses devraient porter particulièrement attention lorsqu'ils accueillent des voyageurs en provenance d'Inde?**

**RS:** «Un pack de bienvenue avec une liste des restaurants indiens à proximité, des possibilités d'excursions ainsi que les heures d'ouverture des magasins dans les environs serait une attention très appréciée.

Les hôtes indiens boivent aussi volontiers une tasse de thé le matin ou en fin d'après-midi, une bouilloire électrique est donc aussi toujours très utile.

Les Indiens posent volontiers beaucoup de questions, il est donc extrêmement important pour le personnel à la réception de se montrer patient.

Compte tenu de la main-d'œuvre bon marché employée dans leur pays, les Indiennes et les Indiens sont habitués à trouver un niveau de service élevé dans les hôtels. Ils sont par conséquent surpris de ne pas avoir un chasseur qui leur porte leurs bagages dans la chambre ou de ne voir que peu d'employés à la réception ou au restaurant.

Ne voyez pas là des Indiens exigeants ou manquant de politesse, ils sont simplement habitués à un niveau de service élevé.»

### **Y a-t-il un faux pas à éviter absolument?**

**RS:** «Manquer de politesse ou manifester de l'impatience à l'égard d'un hôte indien sont considérés comme les plus grands faux pas. Lorsque vos hôtes indiens ont une conduite inappropriée, expliquez-leur gentiment les règles à respecter.»

**L'hôtelier peut-il offrir un service ou une petite attention à ses hôtes indiens pour qu'ils gardent un très bon souvenir de leur séjour en Suisse?**

**RS:** «Comme indiqué, une bouilloire électrique dans la chambre est indispensable. Si elle ne fait pas habituellement partie de l'équipement en chambre, il serait bien d'en mettre une à la disposition des hôtes indiens.

Les touristes indiens ont souvent aussi besoin d'adaptateurs, vu que les prises en Inde ne sont pas les mêmes qu'en Suisse. Il faudrait donc penser à leur prêter un adaptateur.

Un porte-clé en forme de cloche de vache serait également un petit cadeau bienvenu.»



# Les Indiens en voyage



Les touristes indiens sont conscients de leur privilège de pouvoir voyager en Suisse et ils aimeraient être traités en conséquence par leurs hôtes suisses.

## Expansion des voyages à l'étranger

L'Inde est au nombre des pays dont l'activité de voyage connaît un formidable essor. Une économie de premier plan et, partant, une classe moyenne en expansion qui peut se permettre de séjourner à l'étranger contribuent à faire de l'Inde l'un des marchés des voyages à l'étranger qui affiche la croissance la plus rapide. D'ici à 2025, plus de 19 millions d'Indiennes et d'Indiens devraient passer leurs vacances annuelles à l'étranger, ce qui correspondrait à une croissance annuelle de 12 %.

La Suisse reste une destination de rêve en Europe. Les montagnes enneigées très appréciées des Indiens y sont aussi pour beaucoup. De nombreux Indiens et Indiennes voient la neige pour la première fois lorsqu'ils viennent en Suisse. Faire l'expérience de toucher la neige, «Touch real Swiss snow», est donc un must lors de nombreux voyages en Suisse.

L'Europe attire 16 % de tous les voyages indiens à l'étranger. Et la Suisse est la destination la plus populaire en Europe, suivie de la France et de l'Allemagne.

En 2018, les touristes en provenance d'Inde ont généré en Suisse près de 807 000 nuitées hôtelières, soit 9,6 % de plus que l'année précédente. Entre 2008 et 2018, le nombre de nuitées a bondi de 147 %. Il est à noter toutefois qu'à l'exception de la classe sociale supérieure et d'une classe moyenne aisée, la grande majorité de la population indienne ne peut pas se permettre de voyager à l'étranger.

### Profil des hôtes indiens en Suisse

Les hôtes indiens sont très soucieux du rapport qualité-prix; ils attendent un service de qualité et sont exigeants en matière de cuisine. Les Indiens ont de la Suisse l'image d'un pays propre et ordonné. Ils voyagent principalement durant la période de mai à juin, avec un autre léger pic en octobre (Diwali).

### Touristes en voyages organisés

Environ 45 % des touristes indiens optent généralement pour un voyage organisé, surtout si c'est leur premier voyage. Ils ont ainsi l'assurance de ne pas passer à côté d'attractions touristiques et d'avoir des repas en accord avec leurs habitudes. C'est la formule qui leur promet le plus pour leur argent. Les voyageurs en groupe viennent de toutes les couches sociales, mais principalement des régions rurales.

Les jeunes issus des grandes agglomérations urbaines optent plutôt pour un voyage individuel. La confrontation à la culture occidentale est bien souvent loin d'être simple pour les touristes qui voyagent pour la première fois aussi loin de leur pays. Il importe ici que le guide les rende attentifs aux règles de conduite à respecter. Mais il ne faut pas oublier que le voyage représente pour les Indiens une dépense considérable et qu'ils attendent des prestations à la hau-

teur des sommes consenties. Les visiteurs d'Inde réservent auprès d'un tour-opérateur qui leur vend un circuit à travers plusieurs pays européens et qui les assiste aussi dans leur demande de visa. Si la Suisse est souvent l'un des moments forts du circuit à travers l'Europe, les hôtes ne séjournent que

rarement plus de deux ou trois jours dans notre pays. A Bollywood et dans les productions télévisées, la Suisse est souvent présentée comme un paradis de nature verdoyante, de lacs cristallins et de sommets impressionnants couverts de neige et de glaciers. C'est précisément ce que les touristes souhaitent découvrir *de visu* (Jungfrauoch, Titlis, Lucerne, chutes du Rhin, etc.). Les Indiens sont généralement des gens très curieux qui apprécient qu'on les conseille. Les voyages organisés laissent toutefois peu d'espace à l'exploration individuelle.

**«Touch real Swiss snow»  
est un must pour les  
touristes en groupe.**

## Touristes individuels

Le segment des voyageurs individuels est en expansion depuis ces dernières années – grâce notamment aux moins de 35 ans dotés d'un revenu en progression dont ils peuvent disposer librement. La demande croissante d'appartements de vacances, p. ex. dans l'Oberland bernois témoigne de cette évolution. Aujourd'hui, environ 55 % des nuitées générées par les touristes indiens sont réalisées par des hôtes individuels. Ces derniers ont l'habitude de voyager, ils proviennent des grands centres urbains comme Mumbai, Dehli ou Bangalore. Ils sont familiarisés avec la culture occidentale et parlent bien anglais.

Ces hôtes ont déjà voyagé à l'étranger et souhaitent découvrir la Suisse d'un peu plus près, connaître mieux sa culture, sa mentalité et sa gastronomie. Ils sont ouverts et pleins d'entrain et prennent le temps pour explorer des choses nouvelles. Ils apprécient nos transports publics et explorent la Suisse par eux-mêmes. Ces visiteurs aiment visiter des villes, entreprendre des excursions dans la nature et faire du shopping dans les boutiques de marque. Certains touristes individuels reviendront en Suisse pour y faire de nouvelles découvertes. Les hôtes indiens sont très réceptifs aux conseils et propositions de visites et d'excursions intéressantes.

## Le temps et l'heure

Les Indiens sont connus pour ne pas être très à cheval sur la ponctualité. Combien de touristes indiens n'ont-ils pas manqué le départ d'un bateau à vapeur pour être arrivés trop tard à l'embarcadère? Leur notion du temps semble bien éloignée de la nôtre, comme l'illustre la petite anecdote que voici: Deux hommes d'affaires, un Indien et un Suisse, sont en déplacement professionnel. Ils sont assis côte à côte dans l'avion et entament la conversation «D'où venez-vous?» demande l'Indien. Son voisin lui répond et il s'exclame: «Ah! Vous venez de Suisse! C'est un beau pays!» Et son compagnon de voyage de répondre non sans fierté: «Oui, et nous fabriquons les montres les plus précises au monde.» Puis il demande à son tour: «Et vous, d'où venez-vous? Ah, vous venez d'Inde! Je m'y suis rendu une fois en voyage d'affaires. Mais quelle attente, toujours et partout! Dites-moi, pourquoi tout marche si lentement chez vous?» L'Indien réfléchit un court instant: «Voyez-vous, vous avez peut-être l'heure, mais nous, nous avons le temps!»

## Les touristes indiens sont des hôtes à fort pouvoir d'achat

Les touristes indiens qui visitent la Suisse dépensent en moyenne 310 francs par jour et par personne. Les frais de voyage pour se rendre en Suisse ne sont pas compris dans ce montant.

Dépenses moyennes par jour et par personne pour les touristes hébergés en Suisse (hors frais de voyage)

Pays	CHF
Pays du Golfe	420
Chine	380
Inde	310
Japon	300
USA	280
Russie	250
Corée	210
Suisse	140
Allemagne	130

Source: Monitoring du tourisme Suisse 2017

# Bon à savoir – voyages et séjour

Les vacances en Suisse sont extrêmement prisées en Inde. Pour les Indiens, la Suisse représente l'Europe et elle est associée au slogan «Touch real Swiss snow». Le Titlis, mais aussi le Jungfrauoch sont les destinations qu'ils affectionnent le plus. D'autres régions ou destinations enregistrent une progression de la demande.

Renseignez-vous auprès du tour-opérateur sur le nombre de lits simples à mettre à disposition. Bien souvent, les participants à un voyage organisé ne se connaissent pas avant de partir. Dans le cas de voyages d'affaires, il arrive aussi que les personnes soient amenées à partager une chambre.

Dans de larges milieux, il est courant d'avoir de nombreux employés à son service. De nombreux clients indiens partent de l'idée qu'ils seront servis en Suisse par un personnel en aussi grand nombre.

La plupart des hôtes indiens parlent l'anglais, mais certains accents sont parfois difficiles à comprendre.

Enquêrez-vous du bien-être de vos hôtes, ce geste est fort apprécié dans la culture indienne. Les hôtes vous en sauront gré et ne manqueront pas de recommander votre établissement.

En Inde, la télévision est allumée toute la journée. Assurez-vous d'avoir bien donné en anglais toutes les informations concernant la Pay-TV. Vos hôtes apprécieront grandement l'accès à une chaîne en langue hindi (la majorité des Indiens parle hindi).

Vivant dans un pays qui s'étend sur 3000 km du nord au sud et d'est en ouest, les Indiens ont l'habitude des longs trajets.

## Le contact personnel avec les hôtes indiens joue un rôle essentiel.

Source: Office fédéral de la statistique (HESTA 2018)

### Nuitées des touristes indiens en Suisse (2012–2018)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Arrivées	217 863	212 960	217 082	266 427	265 410	326 454	359 721
Nuitées	474 882	467 967	485 216	591 924	599 062	739 185	809 940

# L'hospitalité suisse envers les hôtes indiens

Remettez des prospectus en complément d'un conseil personnalisé.

## Respecter et conseiller

L'hospitalité a une place de premier plan dans la culture indienne. Il existe une croyance qui veut que l'on accorde à l'invité le même respect qu'à un dieu. Dans cette logique, les touristes indiens escomptent eux aussi un accueil empreint de respect et de considération. Ils privilégient par ailleurs le contact personnel, ce qui ne revient pas à dire que dépliants et prospectus ne servent à rien. Simplement, ils ne remplaceront jamais des conseils personnalisés attentifs.

Évitez d'opposer un refus net et proposez toujours des solutions de rechange.

## Souhaits particuliers

Les hôtes indiens, notamment ceux qui voyagent individuellement, espèrent toujours en avoir pour leur argent. Aussi est-il sans doute judicieux de leur exposer, dès leur arrivée, les atouts de votre établissement et l'ensemble de vos précieuses prestations, même si celles-ci sont déjà comprises dans le prix. Certains visiteurs auront des souhaits particuliers qui impliquent un supplément de prix. Dans ces cas, mieux vaut leur demander ce qui leur importe véritablement. Il est conseillé ici de résumer brièvement leur demande pour s'assurer que tout le monde parle bien de la même chose. Après quoi, l'hôtelier peut expliquer comment il peut répondre au souhait de l'hôte («Oui, nous pouvons faire cela pour vous.»), et exposer les avantages («C'est particulièrement agréable chez nous, puisque vous bénéficiez de...») et les conditions.

## Activités de loisirs

L'humour et la patience sont payants. N'oubliez pas de demander à votre client ce qui ferait plaisir à ses proches qui ne sont pas du voyage.

### Shopping

Les hôtes indiens tiennent à tout prix à rapporter chez eux des souvenirs typiquement helvétiques («Made in Switzerland»). Ils aiment courir les magasins et savent généralement exactement ce qu'ils veulent. Mais ils aiment aussi à découvrir de nouvelles choses! Les montres, le chocolat et les douceurs, les cloches de vache, les couteaux de poche frappés de la croix suisse (sans quoi il s'agit d'une simple arme), les boîtes à musique de même que les objets artisanaux ont leurs faveurs, mais ils s'intéressent aussi aux objets moins typiques, pour peu qu'on prenne le temps de les leur montrer, d'en expliquer les avantages et de leur assurer qu'ils plairont à leurs parents et amis. Le shopping est une véritable activité sociale. Les Indiens entrent souvent à plusieurs dans un magasin. Ils auscultent la marchandise et discutent des prix, souhaitent palper les objets et avoir plus de renseignements. Une bonne technique de vente



## Un nombre grandissant de touristes indiens aspirent à vivre une expérience active.

consiste à présenter un grand nombre de produits différents, puis d'observer la réaction des acheteurs pour repérer leurs préférences ou cerner leurs goûts. En Inde, on a l'habitude de marchander, mais les touristes indiens savent qu'en Suisse les prix sont fixes. Si les visiteurs achètent plusieurs produits, il est conseillé de ne pas refuser la négociation et d'offrir un rabais ou un produit en cadeau. Grâce à ce geste, le client aura l'impression d'être gagnant et vous donne la possibilité d'une vente supplémentaire. Le client recommandera votre commerce et contribuera ainsi à vanter l'accueil chaleureux de notre pays.

### **Sport**

Si la première génération de touristes indiens aimait plutôt prendre ses aises, aujourd'hui la tendance en Inde est aux vacances actives et axées sur l'aventure, en particulier chez les touristes jeunes et urbains. Chez les jeunes voyageurs individuels, la priorité lors d'un séjour est souvent l'expérience active vécue intensément (p. ex. parapente à Interlaken). En ce qui concerne les sports nautiques ou le wellness, les Indiennes font souvent attention à ne pas dénuder leur peau en présence d'hommes. Un nombre grandissant de touristes indiens aspirent à vivre une expérience active.

### **Causeries**

On observe fréquemment des hôtes indiens installés dans le lobby de l'hôtel pour bavarder de choses et d'autres d'un air vaguement ennuyé. Ces causeries ont cependant une fonction sociale importante. Au travers des échanges de points de vue et d'informations en petit comité, on mesure si chacun se sent bien au sein du groupe. Les petites réunions confortent l'ordre social et cimentent la cohésion du groupe.

# «La nourriture joue un rôle essentiel dans la culture indienne.»



Ity Tiwari,  
guide urbaine et  
enseignante de cuisine  
indienne, Zurich  
[www.creativ-ity.com](http://www.creativ-ity.com)

## Quelles sont les valeurs qui distinguent particulièrement la culture indienne?

**ITy Tiwari:** «L'Inde est un pays aux multiples facettes, avec de nombreuses cultures, langues, religions et cuisines différentes. Les gens coexistent cependant dans la paix et l'harmonie. La nourriture joue un rôle essentiel dans la culture indienne. La cuisine indienne est aussi variée que la population en Inde. Tous les types de cuisine du pays ont cependant un point en commun, que partagent toutes les régions: les épices. Les Indiens sont un peuple très spirituel et orienté vers la famille. Ils voyagent en grands groupes avec des personnes de tous âges.»

## Que recherchent les touristes indiens lorsqu'ils viennent en Suisse?

**IT:** «La Suisse est une destination de rêve pour les Indiens. En Inde, la Suisse est appelée «Le paradis sur terre». La Suisse, ses lacs, ses montagnes, les beautés de sa nature, ses trains et son chocolat sont connus en Inde à travers les films de Bollywood. Lorsque les Indiens voyagent en Suisse, c'est un peu comme s'ils devenaient les acteurs des films qu'ils ont vus et qui ont été tournés dans un décor de sommets enneigés.

Les Indiens voyagent beaucoup et le pays détient la plus forte population de jeune gens au monde. L'Inde compte 600 millions de jeunes de moins de 25 ans. Ces derniers ont de grands rêves, des désirs, et ils aimeraient voyager. Et lorsqu'ils voyagent, ils veulent tout découvrir et vivre de belles expériences. Qu'il s'agisse de goûter du fromage suisse accompagné d'un verre de vin, de posséder une montre suisse, d'essayer le saut à l'élastique ou le ski, de nager dans le lac ou tout ce qu'on peut encore imaginer. Je vois un très grand marché ici en Suisse d'un point de vue indien.»

## Avez-vous déjà passé des vacances en Suisse?

**IT:** «J'ai l'honneur et le privilège de vivre dans ce pays alpin depuis vingt ans.»

## Qu'est-ce qui vous plaît personnellement le plus en Suisse?

**IT:** «Comme la plupart des gens, je suis moi aussi impressionnée par la beauté des lacs, des montagnes, des villes moyenâgeuses, bien sûr aussi par les banques, le fromage suisse et les montres. Mais ce que je préfère par-dessus tout ce sont les montagnes, le chocolat et la population suisse.»

### **Comment avez-vous vécu l'hospitalité suisse?**

**IT:** «Les Suisses sont très accueillants et très ouverts vis-à-vis des touristes. J'ai été très impressionnée par la manière dont les touristes étaient accueillis sur le Jungfrauoch et le Pilate. Même les panneaux de bienvenue étaient en hindi. Et la possibilité de manger indien à plus de 3000 mètres d'altitude était tout simplement incroyable! J'ai enseigné une fois les bases de la cuisine indienne à deux cuisiniers lors d'un marathon culinaire de deux jours à Pontresina. De voir ensuite comment ils ont intégré des plats indiens dans leur carte pour les touristes indiens était merveilleux. Les hôteliers et les prestataires touristiques suisses se mettent en quatre pour rendre le séjour des hôtes le plus agréable possible.»

### **Avez-vous un conseil à donner aux hôteliers suisses pour améliorer encore l'accueil des hôtes indiens?**

**IT:** «Les hôteliers suisses se donnent déjà énormément de peine pour rendre le séjour de leurs hôtes indiens le plus agréable possible, surtout en ce qui concerne les repas. Mais ce serait merveilleux si les hôtels étaient plus nombreux à faire le pas et à se familiariser davantage avec les habitudes alimentaires des Indiens, notamment en ce qui concerne la demande de mets végétariens ou une préférence pour un petit déjeuner chaud indien. Si les restaurants pouvaient proposer un choix de spécialités indiennes, ce serait assurément très apprécié. L'Inde est l'un des pays les plus peuplés au monde. Les Indiens sont habitués à vivre dans un chaos et un bruit permanents, ils ont donc plutôt tendance à parler fort. Ce n'est pas nécessaire en Suisse, mais c'est une habitude ancrée en eux. Une amélioration pour les Indiennes et les Indiens: les Indiens ne sont pas habitués à faire de la marche, mais les habitudes changent et on observe déjà une petite proportion de touristes intéressés par des randonnées. Si vous proposez un programme de voyage à des touristes indiens, pensez à y inclure une petite randonnée ou une promenade. Les vieilles villes en Suisse ne sont pas grandes et généralement sans voiture. Lorsque les touristes indiens arrivent dans ces lieux en car, ils ne voient donc pas grand-chose et ils sont déçus. Les Suissesses et les Suisses en revanche sont de grands randonneurs. Je pense que lorsque l'on fait un voyage, il est certes bien de visiter les beaux monuments et de voir de beaux endroits, mais il est important aussi de s'imprégner un peu de la culture du pays et d'emporter les expériences enrichissantes pour les renouveler chez soi. Même si ce ne sont que quelques minutes de marche. Si les touristes indiens peuvent ensuite les intégrer dans leur quotidien, ce serait merveilleux.»

**«Les Suisses sont très accueillants et ouverts vis-à-vis des touristes.»**

# Habitudes alimentaires

Pour les Indiens, la nourriture est un gage d'équilibre et de bonne santé.

## Le bonheur dans l'assiette

Des recherches ont montré que les Indiens sont malheureux s'ils restent plus de deux jours sans consommer de nourriture indienne. Ils sont convaincus que les plaisirs gustatifs sont des gages de bonne santé physique, psychique et mentale. Un mets préparé selon les principes ayurvédiques (médecine traditionnelle indienne) contient tous les nutriments et substances actives essentiels à la santé et à la guérison des maladies. Beaucoup d'Indiens prennent un petit déjeuner copieux composé de mets chauds, car, selon la théorie ayurvédique, la nourriture froide ralentit la digestion. A midi, les Indiens aiment être servis rapidement et ne s'éternisent pas à table. Le soir, en revanche, ils aiment à prendre leur temps. Le repas débute par un apéritif (avec ou sans alcool et des snacks épicés) qui peut durer une heure ou plus que l'on passe en bavardant. Lorsque le repas est servi, on ne se souhaite pas bon appétit et on commence aussitôt à manger. La fin du repas marque généralement la fin de la soirée. Les Indiens s'attardent rarement autour d'un verre de vin, d'alcool fort ou d'un cigare après le repas.

A la maison, de nombreux Indiens mangent encore avec leurs mains (avec la main droite, car la gauche est considérée comme impure), estimant que cela ajoute encore au plaisir de manger. Les cuisiniers indiens découpent les légumes et la viande en bouchées, si bien qu'on ne place souvent qu'une cuiller à côté de l'assiette. Le couteau et la fourchette ne sont utilisés que dans les restaurants haut de gamme, mais en voyage, les Indiens s'adaptent volontiers aux usages du pays hôte.

## Recette du masur-dal (curry de lentilles corail)

Si vous n'avez pas la possibilité d'intégrer des plats indiens dans votre carte des mets, nous vous conseillons d'avoir en réserve tous les ingrédients nécessaires à la confection de ce plat très apprécié des indiens et facile à préparer.

### Ingrédients pour

#### 4 personnes

- 1 grande tasse de lentilles corail, rincées jusqu'à ce que l'eau devienne claire, et mises à tremper pendant 30 minutes
- 1 gros oignon, coupé en fines rondelles
- 1 tomate de taille moyenne, coupée en petits cubes
- 3 cm de racine de gingembre, épluchée et finement râpée
- 2 gousses d'ail hachées finement ou pressées
- ½ cc de curcuma en poudre

- 1 cc de graines de carvi (cumain romain)
- ½ cc de piment fort en poudre
- 2 cs de margarine
- 1 cc de sel

### Préparation

Egoutter l'eau des lentilles. Faire bouillir 3½ tasses d'eau dans une casserole haute.

Y verser les lentilles, ajouter le sel, le piment, le curcuma, les tomates, le gingembre et l'ail et laisser cuire 5 minutes en remuant de temps en temps.

Puis laisser mijoter à feu moyen à couvert pendant 20 minutes jusqu'à ce que les lentilles soient tendres.

Chauffer le beurre dans une poêle et faire dorer les oignons et les graines de carvi.

Ajouter aux lentilles et servir avec du riz basmati.



## Bon à savoir – alimentation et boissons

Veillez à placer une carafe d'eau plate à température ambiante (non payante) dans la chambre et sur la table de la salle à manger. Les Indiens boivent beaucoup d'eau.

Bien des hôtes indiens ne peuvent s'imaginer que l'eau du robinet soit potable et saine de surcroît. Expliquez-leur que l'eau est buvable et qu'elle renferme de précieux sels minéraux.

Pour beaucoup d'Indiens, la cuisine indienne est la meilleure. Proposez à

vos hôtes, si cela est possible, de la nourriture indienne authentique et bien épicée. Initiez-vous à l'art culinaire indien avec un cuisinier du pays.

**En Inde, le poisson est aussi considéré comme de la viande et ne constitue donc pas un mets végétarien!**

## Bon à savoir – alimentation et boissons

Dans les établissements sans cuisine indienne, certains plats européens conviennent parfaitement. Ils doivent en revanche être clairement déclarés selon les critères ci-dessous.

Les cartes des mets devraient contenir toutes les informations aussi en anglais ...

... et informer clairement du type de viande contenu dans les mets (poulet, agneau, bœuf, porc), si les mets contiennent de la viande, s'ils sont végétariens ou véganes. Attention: de nombreux Indiens végétariens ne mangent pas d'œufs – des spätzli ne sont donc pas une option!

Attention: la salade n'est pas une alternative végétarienne, car elle est froide et n'est donc pas considérée comme un repas complet.

Outre l'hindouisme et le bouddhisme, l'islam est aussi une religion importante en Inde: les hôtes musulmans ne mangeront donc pas de viande de porc!

Selon les croyances religieuses, d'autres restrictions s'ajoutent au renoncement à la viande: p. ex. les «jaïns» sont des végétariens qui ne mangent pas ce qui pousse sous la terre (carottes, pommes de terre, oignons, ail, etc.). Ou les végétariens qui mangent végétarien les mardis et les jeudis, mais qui consomment de la viande le reste de la semaine.

Cuisinez avec des huiles et des graisses végétales ainsi qu'avec des bouillons végétaux et informez-en vos hôtes indiens.

Les expériences culinaires helvético-indiennes (capuns au curry, par exemple) ont de fortes chances d'être au goût de vos clients indiens.

Proposez aussi des plats chauds au petit déjeuner (œufs, omelettes, etc.).

Pour gagner du temps, prenez les commandes du repas du soir au moment de l'apéritif déjà.

Servez des pickles et chutneys aux repas de midi et du soir.

Beaucoup d'Indiens et d'Indiennes souhaitent goûter la fondue au fromage ou la raclette. Servez alors des petites portions, car les Indiens ne sont pas habitués à manger du fromage.

**Les Indiens et les Indiennes mangent tard et se retirent une fois le repas terminé. Ne prévoyez donc pas de repas trop tôt le soir!**

# Adresses utiles

Pour de plus amples informations, pour des conseils ou des formations concernant l'accueil des visiteurs indiens ou le marché indien, veuillez vous adresser à l'une des organisations suivantes:

## **HotellerieSuisse**

Communication  
Monbijoustrasse 130  
3001 Berne  
T +41 31 370 41 40  
kommunikation@hotelleriesuisse.ch  
www.hotelleriesuisse.ch

## **Suisse Tourisme**

Morgartenstrasse 5a  
8004 Zurich  
T +41 44 288 12 76  
info@myswitzerland.com  
www.myswitzerland.com

## **Suisse Tourisme – Bureau de Mumbai**

Switzerland Tourism  
c/o Consulate General of Switzerland  
102 Maker Chamber IV, 10th floor 222  
Nariman Point  
Mumbai – 400 021  
info@switzerland.com  
www.myswitzerland.com

## **Sites web utiles**

[www.myswitzerland.com](http://www.myswitzerland.com) (Suisse Tourisme)

[www.hindustantimes.com](http://www.hindustantimes.com) (Quotidien indien, en anglais)

[www.indiatimes.com](http://www.indiatimes.com) (Quotidien indien, en anglais)

[www.indiatoday.com](http://www.indiatoday.com) (Magazine d'actualité indien, en anglais)

[www.global-blue.com](http://www.global-blue.com) (Informations sur le remboursement de la TVA)

[www.indembassybern.ch](http://www.indembassybern.ch) (Ambassade de l'Inde)

[www.sicc.ch](http://www.sicc.ch) (Chambre de commerce indo-suisse, en anglais)



# L'accueil des hôtes chinois en Suisse



## **Impressum**

### **Editeur**

HotellerieSuisse, Berne, et  
Suisse Tourisme, Zurich

### **Conception**

xamt franziska liechti, Wabern  
[www.bloomidentity.ch](http://www.bloomidentity.ch), Berne

### **Impression**

Stämpfli SA, Berne

### **Photos**

Suisse Tourisme:  
Nicholas Iliano, couverture, p. 19;  
Beat Brechbühl p. 20;  
Andre Meier p. 27  
Shutterstock.com: p. 10  
unsplash.com: p. 4  
iStockphoto.com: p. 1, 6, 9, 12, 16,  
29, 30

### **Langues**

Français, allemand, anglais

Berne, novembre 2019



- 4 Avant-propos**
- 6 Informations générales sur la République populaire de Chine**  
Un peu d'histoire, Economie
- 10 Particularités de la culture chinoise**  
Philosophie, Confucianisme, Taoïsme, Relations sociales, Harmonie
- 12 Une langue qui ne manque pas de caractère**  
Nom de famille, S'adapter à la langue
- 14 Etiquette des affaires**  
Une vision à long terme, L'attitude personnelle, un élément qui compte, La Chine en mutation, En conclusion, Bon à savoir
- 18 Questions à Simon Bosshart**  
Suisse Tourisme, directeur Chine/Asie-Pacifique/Global Accounts
- 20 Les Chinois en voyage**  
Forte progression des voyages à l'étranger, Voyages en groupe vs voyages individuels, La Suisse, destination prisée, Bon à savoir, Profil des touristes chinois en Suisse

## **24 L'hospitalité suisse envers les hôtes chinois**

Un pilier de la culture chinoise, Les attentes des hôtes chinois, Bon à savoir

## **24 Activités de loisirs**

Une notion largement inconnue, Bon à savoir, Shopping et moments de partage: loisirs favoris des Chinois, Des emplettes tout autour du monde, Paiement mobile

## **28 Questions à Susu**

Influenceuse de voyages

## **30 Habitudes alimentaires**

Une tradition ancestrale, Les plaisirs gourmands sont des moments forts des vacances, Boissons favorites, Bon à savoir

## **33 Adresses utiles**



# Avant-propos

## Quelle joie que d'accueillir des amis venus de loin!

Pour tout hôtelier, l'hospitalité envers les visiteurs d'ici et d'ailleurs est une chose qui va de soi. Lorsque les hôtes viennent de contrées lointaines, il est toujours bon de connaître un peu leur culture afin d'éviter les malentendus et d'orchestrer un séjour parfait. C'est là précisément le propos de cette brochure. Entre 2012 et 2018, le nombre de nuitées de la clientèle chinoise<sup>1</sup> en Suisse a augmenté de

83% (sans Hong-Kong) et il faut s'attendre à ce que le nombre de touristes chinois reste élevé à l'avenir. La classe moyenne chinoise, friande de voyages, se développe, les conditions régissant l'obtention d'un passeport et la sortie de devises sont devenues beaucoup plus souples. De plus, depuis 2013, des périodes de vacances de plus en plus flexibles sont introduites pour éviter que le pays tout entier ne prenne ses vacances au même moment. Cette flexibilité en matière de vacances devrait s'étendre à tout le pays d'ici à 2020. De nouvelles impulsions sont ainsi données au tourisme étranger. Les Chinois voyagent certes encore toujours en groupes et passent rapidement d'une destination à l'autre, mais le tourisme individuel gagne du terrain. L'approche plus lente et plus profonde d'un pays complète, voire remplace de plus en plus le voyage éclair à travers l'Europe chez certains groupes cibles et dans quelques régions de provenance. Une nouvelle génération plus ouverte au monde découvre le plaisir des voyages, et ces touristes d'un genre nouveau affichent un intérêt plus marqué pour les particularités locales et la culture du pays visité.

Remaniée conjointement par HotellerieSuisse et Suisse Tourisme, la brochure «L'accueil des hôtes chinois en Suisse» (1<sup>re</sup> édition 2004) vous livre des informations de fond sur l'empire du Milieu et vous prépare à accueillir vos hôtes au plus près de leurs besoins. Outre quelques renseignements utiles sur la culture et les habitudes de vos hôtes, vous y trouverez une série de conseils pratiques pour les recevoir comme il se doit. Nous vous souhaitons une bonne lecture et de belles rencontres avec vos clients du monde entier.



1



2

1 Claude Meier

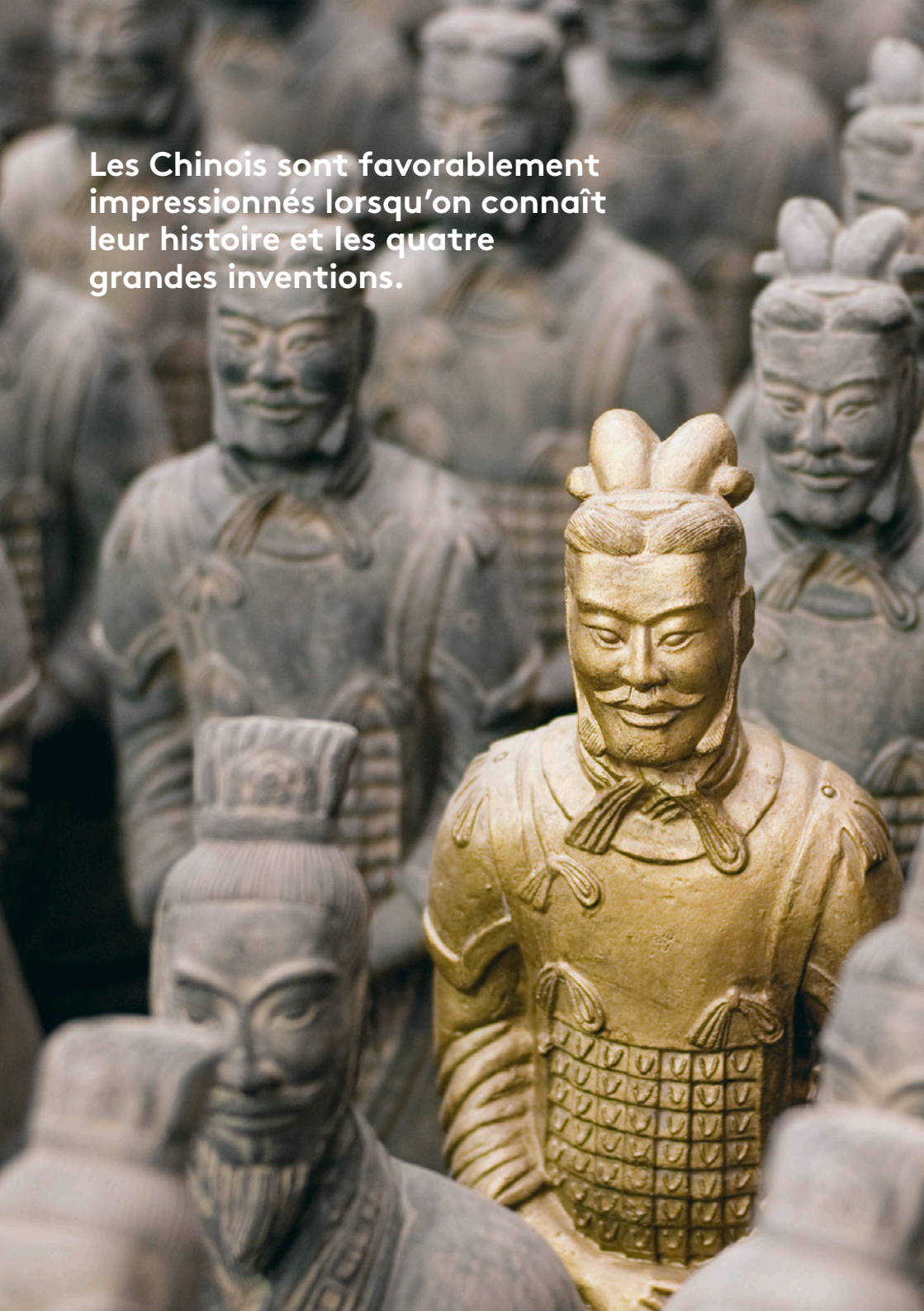
2 Martin Nydegger

<sup>1</sup> Dans la promotion touristique, on parle généralement des marchés «Greater China» ou «Chine continentale avec Hong-Kong et Taiwan».

Claude Meier  
Directeur HotellerieSuisse

Martin Nydegger  
Directeur Suisse Tourisme

Les Chinois sont favorablement impressionnés lorsqu'on connaît leur histoire et les quatre grandes inventions.





# Informations générales sur la République populaire de Chine

## Un peu d'histoire

La Chine possède les plus anciennes cultures ininterrompues de l'histoire de l'humanité et dont les plus vieux témoignages remontent à 2000 ans avant J.-C. Les Chinois sont particulièrement fiers de leur longue histoire et des quatre grandes inventions de la Chine antique: la boussole, le papier, la poudre à canon et l'imprimerie. Après de nombreuses périodes de gloire économique et culturelle de la Chine antique, l'empire du Milieu a connu un immense déclin après la guerre de l'opium au milieu du 19<sup>e</sup> siècle. La République populaire de Chine (RPC) fut fondée le 1<sup>er</sup> octobre 1949 sous l'égide du Parti communiste chinois. Deng Xiaoping a engagé en 1978 de profondes réformes économiques qui ont permis au pays de se hisser parmi les premières économies du monde et qui ont enclenché dans le pays une dynamique sans précédent.

## Données clés

### Population et superficie

Avec près de 1,4 milliard d'habitants, la République populaire de Chine est le pays le plus peuplé au monde. Il s'étend sur plus de 9,5 mio de km<sup>2</sup> et constitue le troisième pays par sa superficie, derrière la Russie et le Canada (Suisse: 41290 km<sup>2</sup>).

### Villes

Parmi les grandes métropoles se trouvent la capitale Pékin qui compte 21,5 millions d'habitants, Chongqing avec 30,5 millions, Shanghai avec 26 millions et Tianjin (Tientsin) avec 14 millions. Près de 140 autres villes comptent plus d'un million d'habitants.

### Langues

Le mandarin est la langue officielle du pays; il existe en outre une multitude de dialectes ainsi que quelque 50 langues d'ethnies minoritaires.

## Economie

Les Chinois sont favorablement impressionnés si on est au fait de leur rapide essor économique et de la place que tient leur pays sur la scène économique mondiale.

En réalisant des réformes structurelles progressives, la Chine a opéré durant la dernière décennie une véritable mue économique. Depuis 30 ans, le pays affiche une croissance économique durablement forte, qui a certes fléchi ces dernières années mais qui reste encore plus élevée que dans les pays occidentaux. La Chine a dépassé le Japon en 2010 pour devenir la deuxième puissance économique mondiale. La République populaire figure au cœur des intérêts économiques mondiaux.





### Données économiques clés

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
PIB (en milliards USD)	8570	9635	10535	11226	11222	12062	13407
PIB/habitant (USD)	6329	7081	7702	8167	8116	8677	9608
Croissance (en % du PIB)	7,8	7,9	7,3	6,9	6,7	6,8	6,6
Taux d'inflation (en %)	2,6	2,6	2	1,4	2	1,6	2,1

Source: International Monetary Fund, World Economic Outlook Database (avril 2019)

# Particularités de la culture chinoise

**Chercher le bonheur, conjurer le malheur**  
Que serait la Chine sans ses multiples pratiques et croyances qui soutiennent les Chinois dans leur quête du bonheur et d'harmonie? Les signes positifs et heureux présages sont multiples et variés:

**Animaux** le dragon, symbole par excellence de la magnificence impériale, mais également le phénix, la tortue, la grue et le poisson.

**Motifs porte-bonheur**  
vœux de nouvel an sur papier et symboles de bonheur et de longévité apposés sur toutes sortes d'objets.

**Couleurs** le rouge est associé au bonheur, le jaune à l'empereur et le blanc et le noir au deuil (encore que ce ne soit plus un tabou que de se marier en blanc).

**Chiffres** le 8, dont le son est proche du mot «prospérité» est très apprécié, contrairement au 4, qui rappelle le mot «mort».

## Philosophie

Le confucianisme et le taoïsme sont les deux grandes doctrines qui ont marqué la culture chinoise de leur empreinte.

## Confucianisme

Remontant au 6<sup>e</sup> siècle avant J.-C., l'enseignement de Confucius sera érigé en idéologie d'Etat. Cette école philosophique majeure, à caractère moral plutôt que religieux, définit cinq types de relations fondamentales au sein de la société: le souverain envers son sujet, l'époux envers son épouse, les parents envers leurs enfants, les frères et sœurs aînés envers leurs cadets et l'ami plus âgé envers le plus jeune. Les aînés doivent prendre soin, avec bienveillance, des plus jeunes, lesquels leur doivent gratitude et respect en retour. Le concept d'égalité des droits est rejeté, les obligations réciproques l'emportent. La forte hiérarchisation de la société chinoise actuelle plonge ses racines dans le confucianisme.



## Taoïsme

Attribuée à Lao Tseu, cette philosophie veut que la plénitude et la sérénité s'atteignent par le détachement, qui doit conjuguer calme

et indifférence. La tradition chinoise distingue deux forces antagonistes qui régissent le rythme de l'univers et sont au cœur du taoïsme: le Yin et le Yang. La vérité, en tant que résultante d'éléments contraires, mais constructifs, ne présente jamais de caractère absolu; elle est relative et dépend des circonstances du cas concret. On retrouve la marque de cette pensée

globale dans bien des domaines de la culture chinoise, en particulier dans l'alimentation, les arts martiaux ou la médecine traditionnelle chinoise.

# 千里之行始于足下 Un voyage de mille lieues commence toujours par un premier pas.

(Citation célèbre)

Les Chinois sont éblouis lorsque l'on cite leurs deux grands philosophes.

## Relations sociales

Au sein de la famille comme avec leur entourage, les Chinois doivent impérativement éviter les conflits et soigner les relations. Dès lors qu'une personne accorde une faveur à une autre, elle peut prétendre aux mêmes égards au nom de la règle de réciprocité. Ces relations interpersonnelles ne peuvent s'établir que dans le respect absolu de la hiérarchie sociale et des comportements qui y sont associés. La déférence due aux parents, mais également au maître, au chef et aux aînés, s'exprime au travers de différents rites.

Eviter absolument les confrontations directes!

## Harmonie

Les Chinois ont à cœur d'éviter les confrontations, c'est pourquoi ils s'expriment avec retenue et modestie. Esclandres et accès de colère sont très mal vus. La manière indirecte est reine dans la culture chinoise, par contraste avec le mode de faire occidental qui va droit au but et qui est souvent mal compris. L'approche prudente est une manière de faire connaissance avec l'autre et de définir progressivement le cadre de discussion. Le Chinois n'opposera jamais de refus net, pas plus qu'il ne pourra reconnaître son ignorance, tant il lui importe de ne pas blesser son prochain et de préserver, en toute circonstance, une sortie honorable. Il en va de même des reproches et des critiques. Ce qui s'apparente pour nous à un mensonge sera perçu en Chine comme une marque de politesse. Nul ne doit perdre la face et personne ne s'attend à être brutalement confronté à la vérité.



## Une langue qui ne manque pas de caractère

Les Chinois aiment apprendre leur langue aux autres.

En cas de doute, demandez de préciser le nom et le prénom.

Le chinois est l'une des plus anciennes langues parlées jusqu'à aujourd'hui. Le mandarin est la langue parlée officielle (haute langue), à quoi s'ajoutent de nombreux dialectes tels que le cantonais. L'écriture chinoise constitue un exemple remarquable d'écriture logographique. Elle comprend plusieurs milliers de caractères.

### Nom de famille

En Chine, le nom de famille précède le prénom. Lorsque pour des raisons techniques le nom de famille apparaît en seconde position, il est recommandé de l'écrire en majuscules pour pouvoir l'identifier aisément par la suite et ne pas le confondre avec le prénom. On s'adresse à une personne par son nom et son titre, le prénom étant réservé au cercle d'amis. Les Chinois en contact fréquent avec l'étranger ou y ayant accompli leur formation portent parfois un prénom allemand, anglais ou français qui figurera généralement sur leur carte de visite.











## S'adapter à la langue

Les personnes en contact avec des Chinois seront bien inspirées de mettre à disposition de leurs hôtes des documents dans leur langue. Pour ce faire, ils doivent s'assurer les services d'un traducteur de haut niveau et devront, en tous les cas, prendre la précaution de soumettre la version finale à une personne de langue maternelle chinoise. De même, il est vivement conseillé de donner un nom chinois à toute personne ou toute entreprise souhaitant entrer en rapport avec la Chine, les Chinois ayant en effet pour habitude de transcrire tous les noms propres en mandarin. Le choix d'un tel nom requiert en tous les cas un avis autorisé. Enfin il est indispensable de prononcer correctement les noms des entreprises ou des personnes pour bien savoir de quoi on parle: Tielishishan (Titlis), Caiermate (Zermatt), Yintelaken (Interlaken), Lusaïen (Luzern), Shaonüfeng (Jungfrauoch), Boerni (Bern), Dawosi (Davos).

La maîtrise de quelques mots ou formules simples en chinois impressionnera votre hôte.

Bonjour	Nǐ hǎo	你好
Bienvenue	Huān yíng	欢迎
Merci	Xiè xiè	谢谢
Bon voyage	Lǚ tú yú kuài	旅途愉快
Au revoir	Zài jiàn	再见

## Compter en chinois avec les mains

1 yī 一	2 èr 二	3 sān 三	4 sì 四	5 wǔ 五
				
6 liù 六	7 qī 七	8 bā 八	9 jiǔ 九	10 shí 十
				

# Etiquette des affaires

Instaurer d'abord la confiance, puis engager les affaires!

## Une vision à long terme

Tandis que pour les Occidentaux, la signature d'un contrat marque la conclusion d'une affaire, elle constitue un point de départ pour les Chinois. A cet égard, on sera attentif aux points suivants:

- Les négociations requièrent beaucoup d'investissement personnel, mais aussi patience et prudence.
- Pour les Chinois, le partenariat de longue haleine prime les objectifs à court terme.
- La compréhension mutuelle passe nécessairement par une ambiance cordiale et sereine.
- Sans confiance, sans bonnes relations et sans compromis, point d'affaires.

Retenue, attention et modestie!

## L'attitude personnelle, un élément qui compte

Pour les Chinois, l'impression que laisse une personne l'emporte sur la réputation d'une entreprise ou le prestige d'une institution, car elle augure en quelque sorte du déroulement des affaires. Les premiers échanges portent rarement sur les affaires proprement dites, ils servent bien plus à faire mutuellement connaissance et à se mettre au diapason les uns des autres. Les questions touchant à la vie privée (famille, relations avec les parents) et aux conditions de vie (niveau des prix, salaires) sont chose courante. L'auditeur est toujours au centre de l'attention et la réserve, l'intérêt et la modestie sont de mise. On se gardera donc de porter des vêtements voyants ou extravagants, une tenue sobre et de couleur sombre ainsi que des chaussures foncées feront parfaitement l'affaire.

## La Chine en mutation

Depuis l'ouverture économique progressive qu'elle a amorcée à la fin des années 80, la Chine est en mutation constante. Son expansion économique à l'étranger joue également un rôle important. Le pays a par exemple aussi étendu son influence en Europe et a investi dans de nombreuses entreprises, dont des sociétés en Suisse. Les codes internationaux s'implantent peu à peu dans le quotidien des Chinois, lesquels s'appliquent pour leur part aussi à acquérir des habitudes occidentales. Accueillez votre vis-à-vis chinois avec bienveillance et ne soyez pas étonné si son attitude est plus occidentale que vous ne l'imaginiez.

# Bon à savoir – négociations

En Chine, les négociations revêtent un caractère plus formel qu'en Occident, d'où la nécessité de se tenir aux règles suivantes:

Observez la disposition des personnes: celles qui occupent le rang le plus élevé se placent face à face au milieu d'une table allongée, à la plus grande distance de la porte d'entrée.

Dans les banquets, la meilleure place se trouve à la droite de celui qui invite, la suivante à sa gauche. Les places d'honneur font face à la porte d'entrée, mais en sont éloignées et sont tournées de préférence vers le sud.

La personne de rang inférieur tourne le dos à la porte.

Respectez l'ordre de parole. Parlez lentement et distinctement et n'interrompez pas votre interlocuteur.

Prévoyez suffisamment de temps, la précipitation est mauvaise conseillère.

Les Chinois s'attendent à ce que les choses importantes soient abordées à la fin de la discussion.

Ne poursuivez pas les pourparlers pendant le repas qui suit. Celui-ci se conçoit comme un moment convivial mais néanmoins essentiel au bon déroulement des affaires.

## La hiérarchie tient une place primordiale.

Recourez à des interprètes d'excellent niveau et experts dans votre domaine. N'oubliez pas de leur fournir des précisions sur la teneur des échanges et assurez-vous également que chaque partie ne perde rien de ce qui est dit dans les traductions.

### **En conclusion**

De manière générale, il est recommandé de bien se préparer au travail interculturel et de recourir au besoin à des spécialistes. Les Chinois se sentent honorés lorsque les Occidentaux font des efforts pour comprendre leur culture et parler leur langue. N'ayez pas peur de faire des erreurs, personne n'attend de vous que vous connaissiez toutes les subtilités de la culture chinoise.



## Bon à savoir – cadeaux

Les cadeaux sont des marques de respect et d'amitié essentielles et incontournables:

Les articles typiquement helvétiques sont très prisés: montres (pas d'horloges, car elles annoncent une mort prochaine), boîtes à musique, stylos, calendriers, articles folkloriques, etc. Rappelez à vos hôtes que les couteaux suisses doivent être placés dans les bagages en soute. N'offrez pas d'aliments, à l'exception de chocolats et de douceurs!

Prudence avec ces cadeaux: les couteaux brisent l'amitié et peuvent être perçus comme un mauvais présage pour les négociations. Le couteau de poche suisse, original, rouge, est par contre permis, tout comme les couteaux d'autres marques mondialement connues. Mais de manière générale, les couteaux ne sont pas le premier cadeau que l'on pensera à offrir.

Les parapluies signifient en Chine que l'on ne veut plus jamais revoir son interlocuteur. Les représentants des entreprises occidentales éviteront donc d'offrir un parapluie pourvu du logo de l'entreprise, cadeau souvent apprécié dans notre pays.

Emballer vos cadeaux, mais éviter le papier blanc ou noir. En règle générale, les cadeaux ne seront pas déballés devant vous.

Remettez vos cadeaux des deux mains, de même que les cartes de visite ou de crédit, les passeports, les notes d'hôtel et autres documents personnels importants.

La valeur du cadeau doit être en relation avec la position hiérarchique. La personne de rang plus élevé reçoit le présent le plus prestigieux. Celui-ci peut être remis sans emballage, afin d'en souligner la valeur ou d'en expliquer le fonctionnement ou l'importance.

## Les cadeaux cimentent les relations avec les Chinois.

# «Les besoins des touristes chinois évoluent avec la progression des voyages individuels.»



Simon Bosshart,  
Suisse Tourisme,  
directeur Chine/Asie-  
Pacifique/Global  
Accounts

**Qu'est-ce qui attire particulièrement les touristes chinois en Suisse selon vous?**

**Simon Bosshart:** «Nos hôtes chinois sont émerveillés par la nature authentique qu'ils découvrent en Suisse et ils sont enchantés de pouvoir vivre cette expérience de la nature aussi confortablement grâce à nos bonnes infrastructures touristiques.»

**Est-ce que la Suisse reste un pays attrayant pour les touristes venant de Chine?**

**SB:** «Même si la croissance du marché n'est plus aussi soutenue qu'il y a encore quelques années, le nombre de touristes chinois continue de croître. Mais plus important encore est la progression continue des touristes individuels que nous accueillons. On estime qu'ils forment entre 30 et 40 % de tous les touristes venant de l'empire du Milieu. Et ces hôtes ont d'autres besoins, ils séjournent plus longtemps en Suisse, ils s'intéressent aux traditions locales comme l'art moderne et ils explorent aussi notre nature de plus en plus souvent en randonnée ou à skis.»

**Quels sont les points auxquels les hôteliers doivent veiller dans le marketing pour s'adresser aux hôtes chinois?**

**SB:** «Le principal instrument de marketing, notamment dans les petits établissements, reste un service attentionné, nos hôtes en parlent à leurs amis et connaissances. La langue chinoise est un plus. Il suffit de quelques mots aimables en chinois avec lesquels les collaborateurs se sont familiarisés. Si l'établissement emploie du personnel chinois, ce dernier se fera aussi un plaisir de faire de la publicité pour l'établissement sur les réseaux sociaux chinois. De plus, il vaut la peine de se joindre aux campagnes marketing des organisations touristiques locales ou régionales, et de rechercher des coopérations avec d'autres établissements. Mieux vaut toutefois être prudent avant d'investir dans le marketing numérique, ce ne sont que quelques «bits» qui se perdent dans l'océan Internet chinois.»

**Y a-t-il quelque chose à quoi les hôteliers suisses doivent faire particulièrement attention en hébergeant des hôtes chinois?**

**SB:** «Les hôtes chinois sont habitués chez eux à bénéficier d'un niveau de service qui augmente rapidement et ils arrivent chez nous avec des attentes grandissantes également. Une réaction instantanée et de la flexibilité vont de soi en Chine, ce qui est rarement compatible avec notre souci de la précision. S'il arrive qu'un hôte chinois soit très exigeant, un sourire désarmant et lui demander poliment d'avoir un peu de patience aideront – tout comme en Chine – à détendre la situation.»



**Y a-t-il un faux pas à éviter absolument?**

**SB:** «Évitez les discussions politiques sur la Chine; sur ce point, nous avons en Occident très probablement une conception très différente de celle de nos hôtes. Ne dites jamais non plus «non» brusquement et montrez que vous êtes prêt à discuter. Trouver des compromis est quelque chose que nous savons très bien faire en Suisse.»

**Est-ce que l'hôtelier peut offrir un service ou une petite attention à ses hôtes chinois pour qu'ils gardent un bon souvenir de leur séjour en Suisse?**

**SB:** «Même si les hôtes chinois sont manifestement curieux de goûter aux spécialités de notre pays, ils apprécieront aussi de temps à autre une petite attention culinaire qui leur rappelle la Chine: par exemple un potage de nouilles de riz garni de légumes au petit-déjeuner, une sauce chinoise au chili en accompagnement au repas principal ou une bouilloire électrique et un paquet de nouilles instantanées dans la chambre pour boucher un petit creux avant d'aller au lit.»

**«Le principal instrument marketing reste un service prévenant.»**

# Les Chinois en voyage



## **Forte progression des voyages à l'étranger**

Selon la statistique de l'hébergement, les nuitées des touristes chinois ont enregistré en 2018 une hausse de 6 % par rapport à l'année précédente et cette tendance devrait se maintenir dans les vingt prochaines années avec le développement de la classe moyenne chinoise. Le pays lève peu à peu ses restrictions, si bien que ses ressortissants ont moins de difficultés à obtenir un passeport et peuvent sortir plus facilement des devises. Qui plus est, des périodes de vacances flexibles sont introduites depuis 2013 pour éviter que tout le pays ne parte en vacances au même moment. Voilà qui devrait donner une impulsion nouvelle au tourisme hors frontières.

## **Voyages en groupes vs voyages individuels**

Dans les «nouvelles» régions de provenance des touristes chinois, voyager avec un grand groupe (40 personnes) reste prédominant. Dans les régions de provenance traditionnelles (les métropoles par exemple), on observe clairement une tendance aux voyages en plus petits groupes (15 à 25 personnes) et aux voyages individuels. On estime actuellement que la part des voyageurs individuels en

provenance de Chine représente 35 à 40 % de tous les touristes chinois en Suisse. D'ici à 2020, cette part devrait augmenter de 10 %. Les ventes du Swiss Travel Pass (billets TP pour les touristes étrangers) en sont un indicateur. Le chiffre d'affaires du Swiss Travel Pass a augmenté de 14,9 % pour la Chine de 2017 à 2018 pour s'établir à 20,3 millions de francs (chiffre d'affaires total 2018: plus de 130 mio CHF). Dans le secteur du tourisme d'affaires, les voyages incentive (à savoir les voyages de récompense pour des groupes entre 20 et 500 personnes) continuent de progresser. La proportion de femmes dans le tourisme de loisirs s'élève aujourd'hui déjà à environ 50 %. Dans le tourisme individuel, la proportion de femmes devrait encore se développer, car souvent les Chinois ne voyagent pas forcément en famille uniquement, mais aussi de plus en plus entre amis.

### La Suisse, destination prisée

A l'occasion d'une rencontre officielle entre des représentants des Gouvernements suisse et chinois, en novembre 2003, la Suisse s'est vu reconnaître le statut de destination agréée (Approved Destination Status ADS). Un accord régit les modalités de voyage des touristes chinois en Suisse. Il s'applique exclusivement aux groupes comprenant au moins cinq personnes qui voyagent avec un guide du départ jusqu'au retour en Chine. Il limite la sortie de devises et prévoit des mesures pour les cas de séjour illégal de touristes chinois. Les agences de voyages suisses et les tour-opérateurs sont tenus de veiller à ce que les membres d'un voyage organisé quittent tous la Chine en même temps et y retournent aussi tous ensemble. De plus, ils doivent prévoir un numéro d'assistance en ligne pour les cas d'urgence, avec des interlocuteurs parlant chinois, et s'assurer les services de guides et de chauffeurs qualifiés. Le visa d'entrée dans l'espace Schengen et donc en Suisse reste cependant obligatoire. L'accord ADS ne concerne pas les voyageurs individuels qui sont en forte progression. Ceux-ci disposent des moyens financiers requis et satisfont aux conditions d'obtention du visa Schengen pour voyager en Europe ou en Suisse. L'activité des voyages individuels est aussi favorisée notamment par le fait qu'un nombre croissant d'agents de voyages en ligne, chinois et internationaux, disposent d'un portefeuille de produits de plus en plus développé.

Source: Office fédéral de la statistique (HESTA 2018)

### Nuitées des touristes chinois en Suisse (sans Hong-Kong)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Arrivées</b>	575 326	704 945	823 713	1 122 852	879 605	974 756	1 026 160
<b>Nuitées</b>	743 656	894 316	1 034 275	1 378 434	1 130 925	1 279 216	1 359 519

## Bon à savoir – voyages et langues

Les questions politiques sensibles, par exemple celles touchant aux droits de l'homme, aux mouvements indépendantistes ou à Taiwan, doivent être abordées avec une extrême prudence et beaucoup de diplomatie. Les thèmes délicats mettent rapidement vos interlocuteurs dans l'embarras.

Bien que de plus en plus de jeunes Chinois parlent beaucoup mieux anglais que la génération précédente, la plupart des Chinois comprennent très mal l'anglais, l'allemand ou le français. Il est donc indispensable de prévoir des écriteaux, des informations en chinois ou des panneaux d'illustration dans les lieux touristiques et les endroits les plus fréquentés (cartes de menu, aéroports, gares, remontées mécaniques, musées, entrées, sorties, toilettes, etc.).

**Les Chinois sont fiers de leur nationalité et de la prospérité économique et politique de leur pays.**

Tout au long de leur séjour en Suisse, les groupes doivent être accompagnés par un guide qualifié parlant chinois.

Pour les principales curiosités ou sites touristiques suisses, prenez soin de mettre à disposition des voyageurs des informations complètes et précises en chinois. Une brochure ou un prospectus assortis d'un plan local suffisent.

Les Chinois sont des voyageurs «last minute»: ils ne planifient pas leur voyage et n'aiment pas attendre. Réagissez rapidement et avec souplesse à leurs demandes et assurez-leur un service rapide.

Fournissez au tour-opérateur des informations précises sur les capacités d'accueil de votre hôtel ou restaurant.

Hissez le bon drapeau de la République de Chine!

### **Profil des touristes chinois en Suisse**

En règle générale, les touristes chinois réservent des voyages d'une durée de 10 à 15 jours prévoyant la visite de plusieurs pays. Ils cherchent à connaître les sites et monuments les plus célèbres et ils séjournent peu de temps dans un même lieu.

- La Suisse compte parmi les trois destinations européennes favorites des Chinois. 40 % des visiteurs chinois arrivent en hiver, 60 % en été.
- Rares sont les touristes chinois qui ont déjà visité l'Europe ou la Suisse, d'où leurs attentes élevées.
- La majeure partie des voyageurs chinois se rendant en Europe sont de jeunes cadres entre 30 et 40 ans environ, vivant dans les grandes villes de la côte Est et appartenant à la classe moyenne en pleine expansion. On trouve aussi parmi les touristes chinois des particuliers fortunés de tout âge qui ont à leur actif de nombreux voyages en Asie, ainsi que des représentants du gouvernement ou des entrepreneurs chinois se rendant à des conférences internationales.
- S'il était encore usuel il y a quelques années de se rendre dans six à dix pays européens, la tendance est aujourd'hui aux circuits moins «ambitieux». Le produit phare actuel est un voyage à trois destinations: Italie, France et Suisse, mais les destinations uniques commencent aussi à percer. Sur les principaux marchés que sont Pékin, Shanghai, Guangzhou, Shenzhen, Taipei et Hong-Kong, il ne se trouve pratiquement plus de tour-opérateurs qui ne proposent un voyage à destination unique vers la Suisse.
- Les choses changent aussi en ce qui concerne le style de voyages: à côté du classique «sightseeing passif», on voit se dessiner un intérêt croissant pour des vacances plus actives: circuits de golf, expéditions dans l'Arctique ou sports d'extérieur – de la randonnée au ski en passant par l'alpinisme. Tout porte à croire que ces activités trouveront bientôt leur place dans les voyages à destinations lointaines.
- La notion de sécurité en lien avec les attentats terroristes des dernières années en Europe est importante pour les Chinois. Mais pour les hôtes chinois qui souhaitent voyager en Europe, la Suisse reste un pays sûr par rapport aux autres pays européens.

# L'hospitalité suisse envers les hôtes chinois

En Chine, l'hospitalité a une valeur encore plus importante qu'en Suisse.

## Un pilier de la culture chinoise

L'hospitalité est un élément clé de la culture chinoise. L'art chinois de recevoir des hôtes y obéit à deux règles cardinales: il s'agit d'une part de s'occuper du visiteur tout au long de son séjour et d'autre part d'accorder aussi toute son attention à ses goûts et préférences présumés. Celui qui offre l'hospitalité en Chine se mettra en quatre afin que son hôte se sente chez lui. Il cherchera d'un côté à présenter son pays et son environnement sous le meilleur jour et de l'autre côté à assurer harmonie et bonne entente. Le visiteur doit sentir à chaque instant que tout est mis en œuvre pour répondre à ses attentes. Il a droit à tous les honneurs, celui qui l'accueille lui donne la face tout en gardant la sienne. On lui fait sentir par ailleurs qu'on a été aux petits soins pour lui, tout en présentant ses excuses de n'avoir pas pu lui offrir plus. La personne qui accueille n'aura de cesse de mettre en avant le prestige de l'hôte et d'atténuer son propre mérite.

Attentes du visiteur chinois: tout doit être entrepris pour combler ses désirs.

## Les attentes des hôtes chinois

Au vu de ce qui précède, il n'est guère étonnant que les visiteurs chinois nourrissent des attentes élevées envers ceux qui les accueillent en Suisse. Ils partent du principe qu'ils connaissent leurs goûts et leurs habitudes et qu'ils se sont préparés en conséquence. Ils s'attendent donc à ce que chacun s'applique à répondre à leurs demandes.

## Activités de loisirs

### Une notion largement inconnue

Les loisirs ou le temps libre sont des notions nouvelles dans la société chinoise. C'est qu'en Chine, le temps de travail et le temps dédié à la famille, aux amis ou à un passe-temps ne sont pas clairement compartimentés. La vie professionnelle et la vie personnelle s'imbriquent, sans compter que les travailleurs et employeurs chinois ont nettement moins de loisirs que leurs homologues européens.

## Bon à savoir – arrivée et bonnes manières

Les touristes chinois ont de hautes attentes: sachez faire preuve de flexibilité et prenez leurs désirs en considération.

Restez toujours calme, aimable et patient au contact avec les hôtes et partenaires chinois et gardez-vous surtout de manifester vos sentiments négatifs (mauvaise humeur, impatience, irritation). Cela pourrait vous mettre dans des situations délicates, voire vous conduire dans une impasse où chacun sera perdant.

Dans toute la mesure du possible, évitez d'attribuer à un hôte chinois une chambre située au quatrième étage ou dont le numéro contient le chiffre 4 (4, 14, 24, 34, etc.), ce chiffre étant considéré comme un porte-malheur ou carrément associé à la mort. Les chambres portant un 6, un 8 ou un 9, ou situées au sixième, huitième ou neuvième étage sont en revanche considérées comme des chambres porte-bonheur.

Déposez dans chaque chambre un dépliant en chinois ou un concierge électronique (avec le chinois dans le choix de la langue) contenant toutes les informations sur votre établissement et ses prestations.

Signalez clairement en chinois le fonctionnement des chaînes TV payantes en précisant que les taxes ne sont pas incluses dans le prix de la chambre ou le forfait.

Veillez à attribuer des chambres avec des lits individuels, sachant qu'en règle générale, les membres d'un groupe ne se connaissent pas avant de voyager ensemble.

### **Assurez un service de check-in et de check-out rapide. Les Chinois sont volontiers impatients et n'aiment pas attendre.**

Equipez les chambres d'un adaptateur pour les prises électriques chinoises.

Les Chinois boivent du thé chaud ou de l'eau chaude à toute heure du jour ou de la nuit. Tâchez de mettre à leur disposition une bouilloire électrique ou un thermos rempli d'eau chaude ainsi que du thé et du café à volonté. Il est aussi d'usage de proposer gratuitement du thé ou de l'eau chaude aux repas.

Les Chinois voyagent généralement avec peu de bagages, il est bon de mettre à leur disposition les articles de toilette courants (shampooing, brosse à dents et dentifrice) dans la salle de bains.

## Bon à savoir – séjour et loisirs

Les Chinois aiment les loisirs en groupe: veuillez en tenir compte pour organiser les activités pendant le voyage.

Les Chinois mangent de bonne heure (vers 18h30 environ) et se couchent tard: tenez-les au courant de l'offre de divertissement locale (spectacles, cinéma, bars, etc.).

Pour commercer avec des touristes chinois, il vous faut impérativement engager du personnel parlant leur langue.

Affichez clairement les prix de vos produits.

Le shopping tient aussi lieu d'activité sociale. Préparez-vous donc à accueillir des groupes entiers dans vos magasins.

Signalez à vos hôtes la possibilité du remboursement de la TVA pour les articles achetés en Suisse et destinés à être importés en Chine.

**Les Chinois aiment faire leurs achats le soir ou le week-end.**

Les Chinois aiment se réunir pour bavarder haut et fort, y compris en public.

### **Shopping et moments de partage: loisirs favoris des Chinois**

Les Chinois apprécient les endroits dits «renao», ce qui signifie littéralement ambiance chaude («re») et bruyante («nao»). Le «renao» fait partie de leur style de vie, il est aux Chinois ce qu'est la «douce convivialité» aux Suisses, aux Allemands et aux Autrichiens.

Plus que tout, les Chinois aiment parler de tout et de rien au sein du cercle familial. Ils affectionnent aussi les promenades en soirée dans les rues animées du centre-ville, et le shopping figure aussi au nombre de leurs passe-temps favoris. En Chine, les loisirs sportifs sont nettement moins répandus qu'en Europe et en Amérique du Nord.

Faites en sorte que vos hôtes aient toujours la possibilité de faire des achats, y compris à l'hôtel.

**Dépenses moyennes par jour et par personne pour les touristes hébergés en Suisse (hors frais de voyage)**

Pays	CHF
Pays du Golfe	420
Chine	380
Inde	310
Japon	300
USA	280
Russie	250
Corée	210
Suisse	140
Allemagne	130

Source: Monitoring du tourisme Suisse 2017

## Des emplettes tout autour du monde

Les touristes chinois ont une préférence marquée pour les activités de loisirs en groupe et apprécient spécialement les spectacles et les concerts. «Épargner chez soi pour dépenser à l'étranger», une devise chinoise largement répandue. Les Chinois prennent plaisir à faire des achats lorsqu'ils voyagent. Ils aiment acheter des cadeaux et petits souvenirs pour toute la famille et tous leurs amis et choisissent volontiers des produits de marque classiques, des montres ou couteaux suisses ou encore des bijoux et des vêtements.

Avec une dépense moyenne de 380 CHF par jour et par personne, les Chinois se rangent parmi les touristes qui consomment le plus.

## Paiement mobile – Les Chinois voyagent de plus en plus sans argent comptant ni carte de crédit

Le paiement mobile est très répandu dans la vie quotidienne chinoise et il remplace progressivement l'argent comptant, voire les cartes de crédit. Les Chinois s'attendent donc à pouvoir payer par voie électronique à l'étranger également. Cela concerne encore plus les jeunes voyageurs. Les paiements mobiles progressent à une vitesse fulgurante dans le monde et il est indispensable de proposer cette option aux hôtes chinois en Suisse (Alipay et WeChat Pay). Informez votre équipe sur l'importance de ce mode de paiement pour les hôtes chinois et formez vos collaborateurs en conséquence. N'omettez pas non plus de communiquer à vos hôtes que vous acceptez les paiements mobiles.



# «La Suisse est une pionnière du tourisme moderne.»



Susu,  
influenceuse de  
voyages

## A travers quelles valeurs la culture chinoise se distingue-t-elle en particulier?

**Susu:** «La particularité de la culture chinoise peut se résumer par les termes «DAO» et «XIA». «DAO» signifie principe, idée, voie. En suivant la bonne voie, on incite les autres à faire preuve de souplesse et de tolérance. «XIA» signifie fraternité. Dans les relations humaines, les intérêts communs sont parfois plus importants que les avantages communs. La tradition ancestrale ainsi que les multiples origines et cultures des gens ont marqué de leur empreinte l'attitude compréhensive, le fort caractère et la capacité d'adaptation des Chinoises et des Chinois. Le peuple chinois cultive aussi un rapport étroit avec la culture et la nature et il est doté d'un sens inné de la tradition et de l'hospitalité.»

## Que recherchent les touristes chinois lorsqu'ils viennent en Suisse?

**Susu:** «Ils veulent apprécier la beauté des paysages naturels du pays et découvrir le style de vie de ses habitants, ce qui renforce le lien qu'établissent nos hôtes chinois avec la nature et la culture.»

## Avez-vous déjà passé des vacances en Suisse?

**Susu:** «Oui, je suis déjà venue plusieurs fois en Suisse en vacances.»

## Gardez-vous un souvenir particulier de vos voyages en Suisse?

**Susu:** «Je garde beaucoup de très beaux souvenirs, mais ce qui m'a particulièrement impressionnée en Suisse sont le savoir-faire présent, l'approche stratégique et les efforts déployés pour préserver le patrimoine culturel, tout en restant un pays tourné vers l'innovation. Un hôtel, une entreprise, une marque ou un métier artisanal peuvent se transmettre de génération en génération tout en s'adaptant toujours aux tout derniers développements. La passion des Suissesses et des Suisses pour leur pays m'a aussi fortement impressionnée. Ils savent présenter leur pays sous son meilleur jour et proposer de multiples possibilités pour l'explorer.»

## Comment avez-vous vécu l'accueil en Suisse?

**Susu:** «J'étais une fois dans un hôtel à Sils-Maria, un établissement en mains familiales depuis cinq générations. Lorsque nous sommes arrivés à la gare à St-Moritz, il était déjà trop tard pour trouver un taxi. Nous avons donc appelé l'hôtel pour qu'on vienne nous chercher. Lorsque nous sommes arrivés à l'hôtel, le directeur est venu en personne nous saluer et il a dit: «Je suis content que vous soyez bien arrivés, je peux maintenant partir tranquille à la maison.» Il nous a aussi présenté son frère qui était responsable du restaurant. Nous avons vu comment il allait tous les jours à chaque table pour

s'enquérir du bien-être des clients. Tous deux, le directeur et son frère, traitaient chaque hôte en ami ou comme un membre de la famille. La Suisse est un pays de l'hospitalité et une pionnière du tourisme moderne. En plus d'un siècle, la Suisse a accueilli des touristes venant des cultures les plus diverses, elle a su reconnaître leurs besoins et a toujours proposé aux hôtes des prestations de services complètes. C'est pourquoi la branche suisse du tourisme peut être citée en exemple dans le monde entier: peu importe la catégorie d'hôtel sélectionnée, la Suisse dispose, dans tous les segments, d'établissements qui comptent parmi les meilleurs au monde. C'est là un des éléments distinctifs de l'hospitalité.»

### **Avez-vous un conseil à donner aux hôteliers suisses pour améliorer encore la qualité de l'accueil des hôtes chinois?**

**Susu:** «Il importe de garder à l'esprit que les touristes chinois qui voyagent individuellement ont des exigences tout à fait différentes de celles des voyageurs en groupe ou des hommes d'affaires. Ces derniers ne choisissent généralement pas leur hôtel eux-mêmes, les touristes individuels si. La proportion de touristes individuels en provenance de Chine devrait sans aucun doute encore augmenter. Des critères comme le lieu et le prix perdent donc de plus en plus d'intérêt, contrairement aux offres spécifiques et au facteur expérientiel qui vont gagner de plus en plus d'importance. Les touristes individuels en provenance de Chine voyagent en Suisse avec les transports publics. Tout hôtelier qui veut attirer davantage de voyageurs chinois doit pouvoir offrir une bonne solution pour parcourir le «dernier kilomètre», c.-à-d. le trajet qui sépare la gare ou l'arrêt de bus de l'hôtel. Les régions alpines en Suisse comptent beaucoup d'excellents hôtels. Ceux-ci doivent cependant être accessibles facilement, sans quoi ils seront moins attrayants pour les touristes individuels chinois. En revanche, les hôtels qui offrent à leurs hôtes un moyen confortable de parcourir le «dernier kilomètre» sont plus fréquemment choisis, souvent même à plusieurs reprises.»



**«L'attachement des Suissesses et des Suisses à leur pays m'a fortement impressionnée.»**

# Habitudes alimentaires

## Une tradition ancestrale

La nourriture tient une place de choix dans la vie quotidienne des Chinois et chacun ou presque se considère expert en la matière. Du petit employé au voyageur cosmopolite, tout le monde prend plaisir à parler nourriture. C'est que le bien-manger procède là-bas d'une tradition ancestrale. Pendant longtemps, empereurs, poètes et autres personnages éminents étaient censés ne rien ignorer des finesses de l'art culinaire afin d'être à même de discourir longuement sur les mets, leur histoire et leur préparation.

## La nourriture tient une grande place dans la vie des Chinois.

Les repas constituent en Chine un événement social important: on y aime les grandes tablées familiales, les repas entre amis – s'attabler seul est considéré comme une malédiction.



Dans l'empire du Milieu, la carte des mets doit conjuguer plaisirs sensoriels, souci de la santé et équilibre, conformément aux principes de la médecine traditionnelle chinoise.

### **Les plaisirs gourmands sont des moments forts des vacances**

Il n'est donc pas surprenant que le manger tienne une place majeure dans les vacances des Chinois. Plutôt que de recommander à leurs parents ou connaissances de visiter tel lieu ou tel monument, ils leur indiqueront le restaurant Wang où l'on mange les meilleurs rouleaux de printemps ou les endroits où déguster le meilleur canard laqué. Pour la plupart des Chinois, il est inconcevable de ne pas manger chinois lors de leurs séjours à l'étranger.

Parmi les diverses variétés de thé, le thé vert est celui qui a toutes les faveurs des Chinois.

### **Boissons favorites**

Les boissons généralement consommées chez nous – eaux minérales, soft drinks, bière, thé ou eau chaude – conviennent aussi aux visiteurs chinois. Ces dernières années, ceux-ci ont aussi pris goût au café et au vin.

## **Bon à savoir – alimentation et boissons**

Les Chinois apprécient la diversité, il vaut donc mieux leur proposer une série de petits plats qu'un grand plat unique. Prenez aussi soin de servir différents types d'aliments (viande, légumes, œufs, etc.).

Les Chinois ne s'attardent pas à tade, si bien qu'il est judicieux de servir tous les mets en même temps. Si vos hôtes se lèvent de table aussitôt la dernière bouchée avalée, n'y voyez surtout pas un manque de respect.

Usez avec modération des produits laitiers (crème, fromage, beurre) et salez légèrement les plats.

**Composez vos menus en vous inspirant des grands principes de la table chinoise.**

## Bon à savoir – alimentation et boissons

Les Chinois aiment les mets liquides et mous, les aliments croquants et croustillants cuits au four ne sont pas encore très répandus dans leur pays.

Il y a dans la cuisine suisse des plats classiques qui sauront ravir les palais de vos hôtes et qui ont tous leur pendant dans la cuisine chinoise: saucisses, pâtes, rösti ou choucroute. Servie en miniportion, une fondue ou une raclette devrait combler la curiosité et le goût de l'exotisme des touristes chinois.

### N'oubliez pas de prévoir une carte des mets en langue chinoise.

Complétez le petit-déjeuner européen classique avec du porridge et des légumes sautés. Les œufs à la coque sont moyennement appréciés, mieux vaut donc proposer des œufs cuits durs.

De manière générale, les Chinois préfèrent les boissons chaudes (et souvent seulement de l'eau chaude) aux boissons froides. Les Chinois sont aussi habitués à pouvoir se resservir d'eau chaude gratuitement lorsqu'ils commandent un thé.

Les groupes aiment prendre leurs repas ensemble. Réservez-leur une grande table, ronde de préférence.

Les Chinois aiment combiner différents plats et saveurs. Il est donc judicieux de leur servir tous les plats en même temps, à l'exception du potage qui se déguste généralement à la fin du repas.

Pour chaque convive, prévoyez, en plus des couverts européens, des baguettes que vous poserez à la droite du bol ou de l'assiette. Ne plantez jamais les baguettes dans la nourriture, on y verrait un signe porte-malheur ou de mort.

Pour le reste, les Chinois apprécient la vaisselle et la décoration de table usuelles en Europe.

Les Chinois aiment manger tôt: petit-déjeuner entre 7 h et 8 h, repas de midi à 12 h et repas du soir entre 18 h et 19 h.

Les hôtes chinois apprécient le service efficace, car ils mangent vite et quittent la table aussitôt le dernier plat consommé.

# Adresses utiles

Pour de plus amples informations, pour des conseils ou des formations concernant l'accueil des visiteurs chinois ou le marché chinois, veuillez vous adresser à l'une des organisations suivantes:

## **HotellerieSuisse**

Communication  
Monbijoustrasse 130  
3001 Berne  
T +41 31 370 41 40  
kommunikation@hotelleriesuisse.ch  
www.hotelleriesuisse.ch

## **Switzerland Tourism – Shanghai**

Room 1208, West Gate Tower  
1038 Nanjing Xi Lu  
200 041 Shanghai  
PR China  
info.sha@switzerland.com

## **Switzerland Tourism – Hong-Kong**

Suite 1116, 11/F, Ocean Centre  
Harbour City, 5 Canton Rd.  
Tsim Sha Tsui, Kowloon  
Hong Kong  
info.hk@switzerland.com  
T +852 2865 6505

## **Suisse Tourisme**

Morgartenstrasse 5a  
8004 Zurich  
T +41 44 288 12 76  
info@myswitzerland.com  
www.myswitzerland.com

## **Suisse Tourisme – Chine**

T +86 10 6512 0974  
F +86 10 6512 0973  
www.myswitzerland.com.cn  
info.cn@switzerland.com

## **Switzerland Tourism – Pékin**

Prosper Center, Tower 1,  
Office 609  
Guanghua Road 5,  
Chaoyang District  
100020 Beijing  
PR China  
info.cn@switzerland.com

## **Sites web utiles**

[www.myswitzerland.com/zh](http://www.myswitzerland.com/zh) (Suisse Tourisme, en chinois)

[www.sinoptic.ch](http://www.sinoptic.ch) (Informations sur la Chine, en français et en chinois)

[www.chinadaily.com.cn](http://www.chinadaily.com.cn) (Quotidien chinois, en anglais)

[www.sccc.ch](http://www.sccc.ch) (Chambre de commerce Suisse-Chine, en anglais)

[ch.china-embassy.org](http://ch.china-embassy.org) (Ambassade de Chine)

[www.swissinfo.ch/chi](http://www.swissinfo.ch/chi) (Plateforme suisse d'information, en chinois)

[www.globalblue.com](http://www.globalblue.com) (anglais)

[www.globalblue.cn](http://www.globalblue.cn) (chinois, informations sur le remboursement de la TVA)

