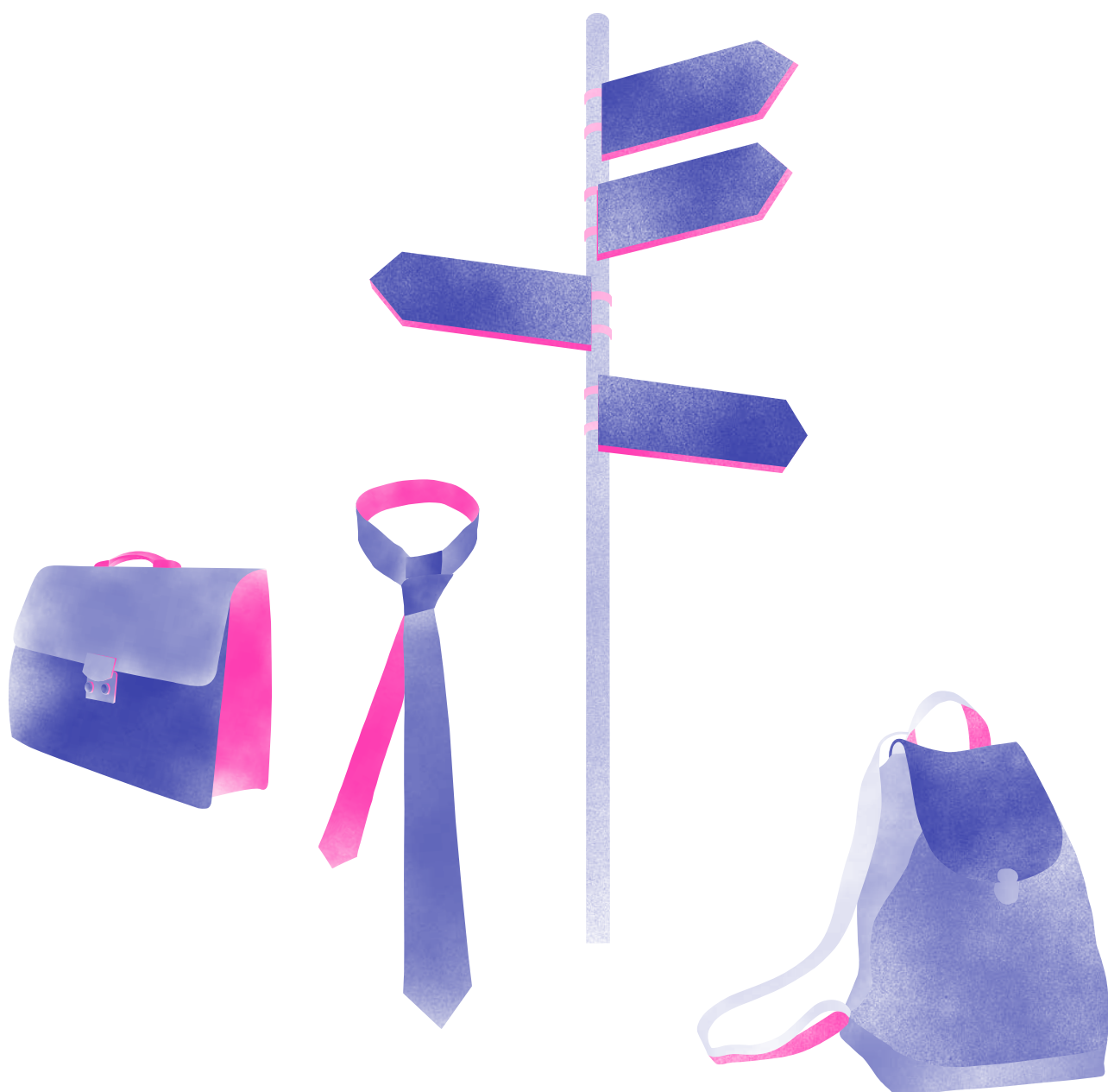


PERSPECTIVES DE L'ÉCONOMIE NEUCHÂTELOISE: PANORAMA TOURISTIQUE



SOMMAIRE

p. 1	1.0	INTRODUCTION
p. 2	2.0	CONJONCTURE ET IMPORTANCE DES DIFFÉRENTES BRANCHES DE L'ÉCONOMIE NEUCHÂTELOISE
p. 2	2.1	Conjoncture internationale
p. 2	2.2	Conjoncture suisse
p. 2	2.3	Conjoncture neuchâteloise
p. 4	2.4	Aperçu du développement des principaux secteurs d'activités neuchâtelois
p. 5	3.0	ÉTAT DES LIEUX DU TOURISME À NEUCHÂTEL
p. 5	3.1	Conditions-cadre
p. 6	3.2	Les acteurs du tourisme : la promotion, le développement de l'offre et l'accueil
p. 7	3.3	Établissements hôteliers
p. 7	3.3.1	Offre
p. 8	3.3.2	Qualité de l'offre
p. 9	3.3.3	Demande
p. 11	3.4	Établissements parahôteliers
p. 11	3.4.1	Offre
p. 12	3.4.2	Demande
p. 13	3.5	Offre d'activités culturelles, de sports et de loisirs
p. 14	3.6	Tourisme et voyage d'affaires
p. 14	3.6.1	Offre
p. 16	3.6.2	Demande
p. 17	4.0	ANALYSE DE LA DEMANDE TOURISTIQUE À NEUCHÂTEL
p. 17	4.1	Analyse qualitative
p. 18	4.1.1	Tourisme et excursionnisme de loisir
p. 20	4.1.2	Tourisme et voyage d'affaires
p. 20	4.1.3	Dépenses journalières des touristes et des excursionnistes
p. 20	4.2	Analyse des principaux déterminants économiques de la demande touristique à Neuchâtel
p. 21	5.0	IMPACT ÉCONOMIQUE DU TOURISME SUR L'ÉCONOMIE NEUCHÂTELOISE
p. 23	6.0	ENJEUX ET PERSPECTIVES

1.0 INTRODUCTION

Depuis 2008, les banques cantonales romandes publient, en collaboration avec l'Hebdo et le Forum des 100, des estimations du produit intérieur brut (PIB) romand. Les prévisions sont effectuées par l'institut Créa de macroéconomie appliquée de la Faculté des Hautes études commerciales (HEC) de l'Université de Lausanne. Des données précieuses en termes de conjoncture sont ainsi à disposition des cantons dans la perspective de mise en place de leur politique économique.

En 2013, la Chambre neuchâteloise du commerce et de l'industrie (CNCI), l'État de Neuchâtel par les Services de statistique et de l'économie et la Banque cantonale neuchâteloise (BCN), ont souhaité mettre sur pied une étude sectorielle annuelle. D'une part, pour valoriser les nombreuses statistiques cantonales disponibles en matière conjoncturelle et, d'autre part, pour mettre en lumière un domaine d'activités en particulier. Ainsi, en 2013, la première mouture traitait, outre les prévisions conjoncturelles générales du canton, du secteur du commerce de détail.

En 2014, pour la seconde version, les partenaires à l'origine de ce projet ont choisi de se pencher sur le tourisme, un secteur économique omniprésent et dispersé dans son impact sur de nombreuses branches, telles que l'hôtellerie, la restauration, le commerce de détail, mais également les transports ou les activités culturelles et

sportives. Les partenaires ont en outre réalisé une étude qualitative sur le terrain dans le but de mieux connaître la satisfaction, les habitudes et les dépenses des touristes et excursionnistes qui fréquentent le canton. En 2014, le Grand Conseil neuchâtelois a voté une révision de la loi sur le tourisme dont le règlement est en consultation en automne 2014.

Qui sont les acteurs du tourisme? Quelle est la valeur ajoutée du secteur? Quelles sont les perspectives de développement et comment se situe le Canton de Neuchâtel en matière d'offre par rapport aux autres? Les auteurs tentent ici d'apporter quelques éclairages à ces questions. L'étude a été réalisée grâce à l'aide précieuse de l'institut Créa, du Service de Statistique de l'État de Neuchâtel et des différents acteurs du tourisme à Neuchâtel.

Le tourisme c'est...

- 25'000'000 touristes internationaux dans le monde en 1950... 1'087'000'000 en 2013... 1'800'000'000 en 2030
- 5% du PIB des pays membres de l'OCDE
- 1 emploi sur 17 dans les pays membres de l'OCDE
- 3% du PIB suisse
- 1 emploi sur 25 en Suisse
- Près de 9 millions de touristes en Suisse en 2013, soit l'équivalent de 111% de la population indigène

Source: OECD Tourism Trends and Policies 2014

2.0 CONJONCTURE ET IMPORTANCE DES DIFFÉRENTES BRANCHES DE L'ÉCONOMIE NEUCHÂTELOISE

2.1 CONJONCTURE INTERNATIONALE

Les moteurs de la croissance occidentale sont anglo-saxons

En 2014 et en 2015, ce pourraient bien être les Etats-Unis et le Royaume-Uni qui dopent la croissance mondiale, ou du moins la faible reprise de la conjoncture européenne. Avec une croissance du PIB de 2.6% au deuxième trimestre 2014 par rapport à la même période de 2013, quand la Suisse affiche une croissance de 1.4%¹, le Pays de l'Oncle Sam est en plein boom, profitant notamment de prix de l'énergie bas et de la politique monétaire de la FED favorisant l'économie d'exportation. Dans le même temps, la Zone Euro stagne, avec des taux de croissance relativement faibles, péjorés par un ralentissement allemand quand les autres grandes économies européennes sont toujours plombées par les crises budgétaires et n'arrivent pas à tirer leur épingle du jeu. Côté asiatique, le ralentissement est également de circonstance, avec des taux de croissance en baisse, mais toujours largement au-dessus des croissances européennes. En Amérique latine, le Brésil est en récession, à l'instar d'une santé économique délicate dans tout le continent.

1 Source: SECO

2 Source: SECO

2.2 CONJONCTURE SUISSE

Tassement de la demande intérieure

En 2014, l'économie suisse a encore bien résisté au climat économique mondial morose. Une croissance du PIB de 1.8%² annuelle est attendue. La tendance est toutefois baissière (+0.2% au deuxième trimestre contre +0.4% au premier trimestre) due à un tassement de la demande intérieure, qui était depuis plusieurs mois l'un des moteurs de la croissance helvétique. La diminution de l'immigration qui pourrait résulter de la mise en application de l'initiative contre l'immigration de masse acceptée en février 2014 par le peuple suisse pourrait encore contracter la demande intérieure. Du côté des exportations, la mauvaise santé économique européenne et, dans une moindre mesure, le déclin sud-américain, devraient peser sur les perspectives de commerce extérieur, mais les Etats-Unis et la Chine pourraient rapidement les tirer à nouveau à la hausse. La contraction conjoncturelle suisse ne devrait être que passagère, les conditions-cadre de son marché restant dans l'ensemble bonnes en comparaison internationale.

2.3 CONJONCTURE NEUCHÂTELOISE

De (relativement) bonnes perspectives

En 2013, le PIB neuchâtelois, calculé par l'Institut Créa, a atteint 13.4 milliards de francs. Pour 2014, l'institut Créa prévoit une hausse de 2.8%, principalement tirée par le secteur secondaire (+5%), compensant une baisse du secteur primaire (-2.8%). Le tertiaire s'en sortirait avec une légère hausse de +0.9%. Les chiffres devraient être relativement semblables en 2015, avec une croissance de l'économie neuchâteloise de 2.5%, soit des perspectives meilleures que la moyenne suisse, tant pour 2014 que pour 2015.

A
Évolution du PIB réel suisse et neuchâtelois (aux prix de 2010)

Selon l'enquête conjoncturelle annuelle de la CNCI³, 44% des entreprises connaissent actuellement une marche des affaires bonne à excellente, contre 12% qui en concèdent une mauvaise ou médiocre, soit un différentiel de 32%. Pour les six mois suivant l'enquête, le différentiel reste positif à 19% pour descendre à 3% pour les prévisions sur les deuxième et troisième trimestres 2015, corroborant ainsi les bons résultats de 2014 prévus par l'institut Créa, mais témoignant d'un manque important de visibilité et de confiance à moyen terme. Malgré ce constat, l'investissement a connu des niveaux élevés, les répondants à l'enquête de la CNCI ayant investi 216 millions dans le canton en 2014, soit le niveau le plus haut enregistré depuis 2008.

³ Enquête conjoncturelle réalisée auprès des membres de la CNCI entre le 18 août et le 26 septembre 2014: 298 entreprises répondantes, représentant plus de 14'000 emplois.

A

PIB RÉEL (CHF MIA)	2012	2013	2014*	2015*
Neuchâtel	13.3	13.4	13.8	14.1
Suisse	625.2	636.6	646.5	661.0
CROISSANCE DU PIB RÉEL				
Neuchâtel	1.3%	0.8%	2.8%	2.5%
Suisse	1.0%	1.7%	1.8%	2.4%
PIB RÉEL PAR HABITANT (CHF)				
Neuchâtel	76'434	76'260		
Suisse	78'105	78'539		

Source: Institut Créa, SECO, OFS

*prévisions



2.4 APERÇU DU DÉVELOPPEMENT DES PRINCIPAUX SECTEURS D'ACTIVITÉS NEUCHÂTELOIS

Valeur ajoutée

La valeur ajoutée est une mesure de la valeur créée par les agents économiques. Elle correspond à la différence entre la valeur finale de la production et la consommation intermédiaire (biens consommés durant le processus de production). En d'autres termes, la valeur ajoutée correspond au chiffre d'affaires diminué des coûts intermédiaires.

Produit Intérieur Brut (PIB)

Le PIB selon l'approche par la production — par opposition à l'approche par la dépense ou par les revenus — correspond à la somme des valeurs ajoutées des différentes branches de l'économie et des impôts payés, diminuée des subventions accordées.

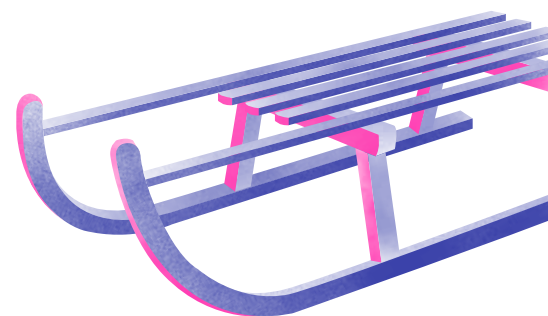
PIB nominal et réel

Le PIB nominal (ou en valeur) ne tient pas compte des variations de prix et donne un indicateur à prix courants. Une hausse du PIB nominal peut ainsi résulter d'une hausse de la production ou de l'inflation. Le PIB réel (ou en volume) tient compte des effets de prix et les corrige pour donner un indicateur à prix constants qui reflète uniquement la hausse de la production.

L'institut Créa utilise l'approche par la production pour calculer le PIB neuchâtelois. En décomposant cet agrégat, nous pouvons analyser l'importance, en termes de valeur ajoutée, de chaque branche de l'économie neuchâteloise, i.e. l'apport de chaque secteur d'activités au PIB neuchâtelois.

En 2013, pour la première fois depuis 2010, l'administration publique (communale, cantonale ou fédérale), a de nouveau été le premier secteur économique du canton, devant de peu l'horlogerie qui a connu la plus forte baisse des 10 plus importantes branches économiques (-3.4%). Cette baisse ne semblerait que passagère avec des perspectives de croissance en 2014 de +5.6% et en 2015 de +4.5%, selon l'Institut Créa. La forte hausse du secteur public en 2013 devrait se tasser en 2014 et 2015, alors que d'autres secteurs tels que les instruments médicaux, optique et électronique, le raffinage, la finance, l'industrie alimentaire/tabac et surtout la chimie, devraient croître fortement ces deux prochaines années.

B
Valeur ajoutée et croissance réelle des 10 plus importantes branches économiques neuchâtelaises (en millions de CHF, aux prix de 2010)

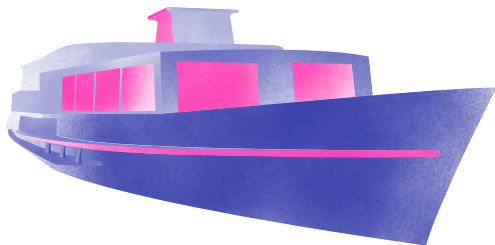


B

SECTEUR D'ACTIVITÉS	2013	CROISSANCE EN 2013	CROISSANCE EN 2014*	CROISSANCE EN 2015*
PIB APRÈS AJUSTEMENTS	13402	+0.8%	+2.8%	+2.5%
Administration publique	2447	+2.7%	+0.4%	+0.7%
Horlogerie	2413	-3.4%	+5.6%	+4.5%
Commerce	1368	+3.9%	+1.0%	+1.0%
R&D, Immobilier et services aux entreprises	1011	+1.2%	+0.3%	+0.7%
Instruments médicaux, optique et électronique	865	-2.7%	+6.0%	+4.7%
Chimie	676	+7.4%	+8.3%	+11.6%
Finance	604	+9.7%	+4.1%	+2.6%
Raffinage	565	-0.3%	+5.0%	+1.3%
Construction	516	+0.3%	+3.5%	+1.6%
Industrie alimentaire et tabac	510	+0.3%	+2.5%	+3.8%

*prévisions

Source : estimation Créa



3.0 ÉTAT DES LIEUX DU TOURISME À NEUCHÂTEL

Le Canton de Neuchâtel est un des principaux cantons exportateurs suisses. Avec 65'559 francs par habitant, il est le troisième canton le plus exportateur en valeur après Bâle-Ville et Zoug⁴. Dans ce contexte, il a paru intéressant de se pencher sur le tourisme, branche d'exportation par excellence et qui, par son caractère transversal (influence directe sur plusieurs domaines d'activités économiques tels que l'hôtellerie, la restauration ou encore le commerce de détail) implique un effet de débordement intéressant sur toute l'économie locale. Le tourisme est également un outil fondamental pour la promotion économique d'une région puisqu'il permet de la faire connaître et de véhiculer une image positive hors des frontières.

De par sa transversalité, la branche économique du tourisme n'est pas définie dans les nomenclatures de produits généralement utilisées telles que la nomenclature générale des activités économiques (NOGA), d'où la difficulté à saisir avec exactitude son impact sur l'économie d'une région ou d'un pays. Contrairement à la plupart des domaines d'activités économiques, le tourisme est défini par la demande (somme des dépenses des touristes et des excursionnistes) et non par l'offre. C'est la raison pour laquelle les statistiques relatives à cette branche de l'économie ne sont pas complètes et la reproduction d'une réalité fidèle de ce secteur d'activités s'avère être un travail extrêmement laborieux.

⁴ Source: OFS, commerce extérieur par canton, 2012

⁵ Loi fédérale concernant l'Office national suisse du tourisme, Loi fédérale encourageant l'innovation, la coopération et la professionnalisation dans le domaine du tourisme, Loi fédérale sur l'encouragement du secteur de l'hébergement, Loi fédérale sur la politique régionale, Loi fédérale sur les jeux de hasard et les maisons de jeu, Loi fédérale régissant la taxe sur la valeur ajoutée, Ordonnance concernant l'exécution des relevés statistiques fédéraux, Loi fédérale sur la protection de la nature et du paysage, Loi fédérale sur les installations à câbles transportant des personnes.

Touriste versus excursionniste

Un touriste est une personne passant au minimum une nuit hors de son environnement habituel pour divers motifs (loisirs, affaires ou autres) à la différence de l'excursionniste qui n'y passe pas la nuit. Lors d'un séjour, l'hébergement représente une part considérable du budget d'un touriste. Ainsi, la création de richesse est nettement supérieure lorsque la nuitée est comprise. C'est la raison pour laquelle, dans une optique purement monétaire, une région touristique a ainsi avantage à promouvoir un tourisme générant des nuitées plutôt que de l'excursionnisme.

3.1

CONDITIONS-CADRE

Historiquement, le tourisme de loisirs s'est développé dans le Canton de Neuchâtel grâce aux multiples activités offertes: balades fluviales ou terrestres, sports d'été et d'hiver, visites culturelles. Politiquement, le tourisme est considéré comme un secteur d'activités prioritaire. Le volet «Renforcer l'attractivité touristique» du Plan Directeur du Canton de Neuchâtel établit la stratégie de développement à long terme et rend compte de la vision cantonale en matière touristique. Le canton envisage ainsi deux axes de développement: le tourisme urbain et l'écotourisme. La mobilité revêt dans ce contexte un caractère important (transports publics, mobilité douce, liaisons aériennes).

En sus des différentes dispositions fédérales relatives au développement du tourisme en Suisse⁵, le Canton de Neuchâtel dispose d'un cadre légal propre: la nouvelle Loi sur l'appui au développement touristique (LTour) a été votée par le Grand Conseil en février 2014 et entrera en vigueur le 1^{er} janvier 2015. Contrairement à l'ancienne législation, la loi révisée définit clairement les missions et la répartition de celles-ci entre l'État, Tourisme neuchâtelois et Jura & Trois-Lacs (J3L). De plus, elle

propose un modèle de financement clarifié en spécifiant les sources de contribution et leur bénéficiaire. Le Canton de Neuchâtel est le premier canton impliqué dans J3L à s'être doté d'une loi définissant les contours des missions attribuées à celle-ci.

Selon la L^{Tour} révisée, l'État a pour mission de soutenir l'activité économique touristique en mettant en place un cadre favorable à son développement, Tourisme neuchâtelois coordonne l'accueil et se charge du développement de l'offre alors que Jura & Trois-Lacs doit promouvoir la destination en Suisse et à l'étranger. Afin de mener à bien ces missions, le secteur économique du tourisme bénéficie de plusieurs sources de financement.

3.2 LES ACTEURS DU TOURISME: LA PROMOTION, LE DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE ET L'ACCUEIL

En 2009, une réflexion a été menée par différents représentants du tourisme des régions de Neuchâtel, du Jura, de Berne, de Fribourg, de Vaud et de Soleure autour de la nécessité de mettre sur pied un projet permettant à chacun de maximiser son rayonnement au niveau national et international. Ainsi, pour profiter des avantages des grands territoires notamment en termes d'économies d'échelles, ces régions ont uni leurs forces et ont défini un territoire touristique unique, la région Jura & Trois-Lacs, qui sera promu de façon plus efficace et professionnelle notamment grâce aux moyens financiers qui lui seront alloués. Le 15 mai 2012, la société marketing Jura & Trois-Lacs (J3L) a été créée. Elle a pour principale mission de promouvoir touristiquement ses régions membres⁶ en Suisse et à l'extérieur des frontières nationales. La promotion ne se fait pas par région mais s'articule autour de cinq domaines d'activités stratégiques: la

Nature, l'Horlogerie, MICE⁷, la Mobilité et la Culture. Les entités de la région J3L sont représentées dans chaque domaine selon l'offre qu'elles proposent.

En 2011, la région Jura & Trois-Lacs a été reconnue par Suisse Tourisme comme destination touristique, ce qui s'avère être un réel atout pour la promotion et l'image de la région. En plus du volet promotion, la société marketing compile des données statistiques et réalise de nombreuses études à travers son service «observatoire du tourisme». La société accompagne également les offices cantonaux du tourisme dans le développement de nouveaux produits touristiques. Finalement, le secteur MICE de J3L s'intéresse au tourisme d'affaires en faisant la promotion, envers la clientèle cible, des services adaptés⁸.

Tourisme neuchâtelois, quant à lui, a pour mission de développer l'offre touristique du Canton de Neuchâtel selon les cinq domaines d'activités stratégiques établis par J3L. Au vu de la prédominance de l'industrie horlogère du canton, l'horlogerie est un domaine prioritaire aux yeux de Tourisme neuchâtelois. Le développement de l'offre s'articule aussi autour de la mise en exergue de plusieurs sites naturels et culturels du canton (Vallée de la Brévine, Creux du Van, Ville de Neuchâtel, etc.).

L'accueil et le confort de l'hôte sont également des tâches qui incombent à Tourisme neuchâtelois. Les différents offices de tourisme, points d'informations et sites-relais répartis dans le canton ont pour mission de veiller au bien-être du touriste. Une enquête⁹, datant de mai 2014, place l'office du tourisme de la Ville de Neuchâtel au premier rang des offices de tourisme suisse. En effet, en matière d'informations, de propositions et de prise en compte des enfants, l'office du tourisme de la Ville de Neuchâtel obtient de meilleurs résultats que tous les offices de tourisme de Suisse considérés dans l'enquête.

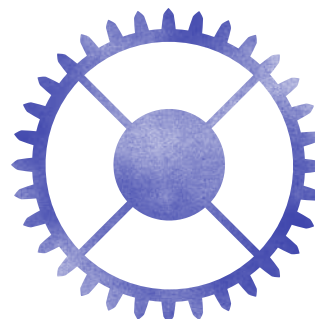
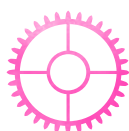
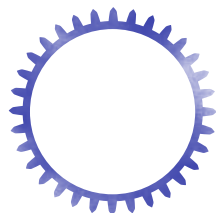


6 Le Pays de Neuchâtel, Le Canton du Jura, Le Jura bernois, Bienne Seeland, Soleure et régions, Région lac de Morat, Estavayer-le-lac, et Yverdon-les-Bains

7 Meetings, Incentives, Congress & Events

8 Source: Jura & Trois-Lacs, Rapport de gestion 2013

9 Bon à savoir, mai 2014, Offices du tourisme: l'écoute du client n'est pas une qualité innée, p.16



L'Etat, par le Service de l'économie, fournit un appui aux acteurs du tourisme (J3L, Tourisme neuchâtelois, hôteliers, restaurateurs...), coordonne les efforts et facilite les actions menées par chacun d'entre eux. Il favorise la mise en place des conditions-cadre permettant le développement du tourisme et répond à des demandes de subventions relatives à des événements ayant une grande portée à l'extérieur du canton. Il peut également appuyer des actions en encourageant des tiers à les soutenir financièrement.

3.3

ÉTABLISSEMENTS HÔTELIERS

3.3.1 Offre

Structure hôtelière

La capacité hôtelière du Canton de Neuchâtel est de 2'367 lits en 2013¹⁰, à savoir une moyenne de 34 lits par établissement. La comparaison du rapport lits/hôtel de Neuchâtel avec celui des cantons voisins atteste que l'hôtellerie neuchâteloise se caractérise généralement par des petites structures. Seul le Canton du Jura obtient un rapport inférieur équivalant à 24 lits par hôtel.

¹⁰ Source: OFS

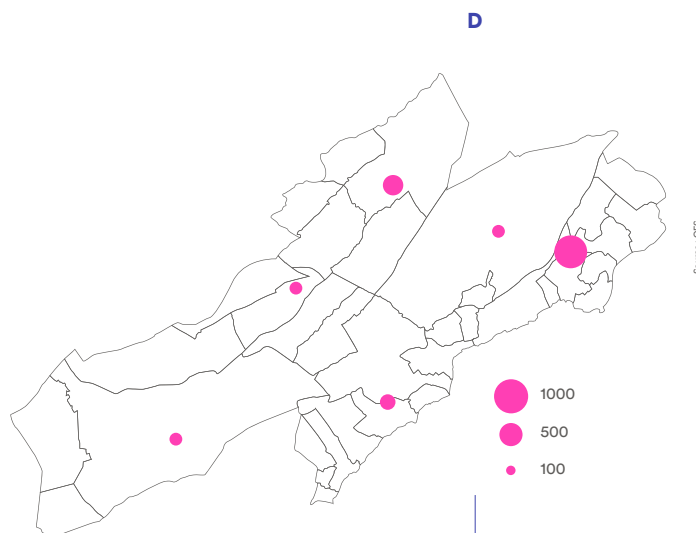
C

SYSTÈME DE FINANCEMENT	MONTANT ANNUEL	BÉNÉFICIAIRE	BUT
Subvention cantonale	CHF 705'000.—	J3L	Promotion touristique et organisation d'événements promotionnels pour la Région de Neuchâtel
Taxe prélevée auprès des communes (CHF 3.— par habitant avec supplément si la commune bénéficie d'un bureau d'accueil ou d'un point d'information (CHF 4.—/hab. et 2.—/hab.))	CHF 860'000.—	Tourisme neuchâtelois	Financement de l'accueil
Taxe sur les établissements publics	CHF 1'000'000.—	Tourisme neuchâtelois	Développement de l'offre touristique
Taxe de séjour	CHF 100'000.—	Tourisme neuchâtelois	Encouragement des initiatives liées au confort de l'hôte

D
 Nombre de lits disponibles, par district, Canton de Neuchâtel, 2013

En termes de croissance, le nombre d'établissements hôteliers a certes évolué négativement depuis 2005 (le Canton comptabilisait 77 hôtels en 2005 contre 70 en 2013) mais la capacité hôtelière, quant à elle, n'a pas connu de changement entre 2005 et 2013. Autrement dit, le nombre de lits par établissement a augmenté.

En ce qui concerne la localisation des établissements hôteliers dans le canton, un tiers des hôtels se situe dans le district de Neuchâtel. Les districts de Boudry, du Val-de-Travers et de La Chaux-de-Fonds comptabilisent chacun entre 11 et 12 hôtels, soit 15% de la totalité des établissements pour chaque district. Finalement, les districts du Locle et de Val-de-Ruz comptent 7 et 8 hôtels.



Source: OFS

3.3.2 Qualité de l'offre

E
 Hôtels étoilés Canton de Neuchâtel, 2013

L'association Tourisme neuchâtelois recense 23 hôtels étoilés¹¹ dans le Canton de Neuchâtel: 14 établissements sont situés sur le Littoral, la région La Chaux-de-Fonds-Le Locle en compte 6 alors que le Val-de-Ruz et le Val-de-Travers proposent respectivement 2 et 1 hôtels étoilés.

En comparaison avec ses voisins, Neuchâtel dispose d'une offre de relativement haut standing puisque ni le Jura, ni le Jura Bernois, ni Fribourg ne possèdent d'hôtels 5 étoiles¹². De plus, il est à noter que l'offre neuchâteloise est, dans l'ensemble, bien diversifiée. Sur la base du nombre de lits offerts dans les hôtels étoilés, l'hôtellerie neuchâteloise se positionne donc plutôt sur un marché de clients appartenant à la classe moyenne supérieure.

	LITTORAL	LA CHAUX-DE-FONDS ET LE LOCLE	VAL-DE-RUZ	VAL-DE-TRAVERS	%
*	-	-	1	-	4%
**	4	-	1	-	22%
***	7	4	-	1	52%
****	1	2	-	-	13%
*****	2	-	-	-	9%
TOTAL	14	6	2	1	100%

Source: Tourisme neuchâtelois

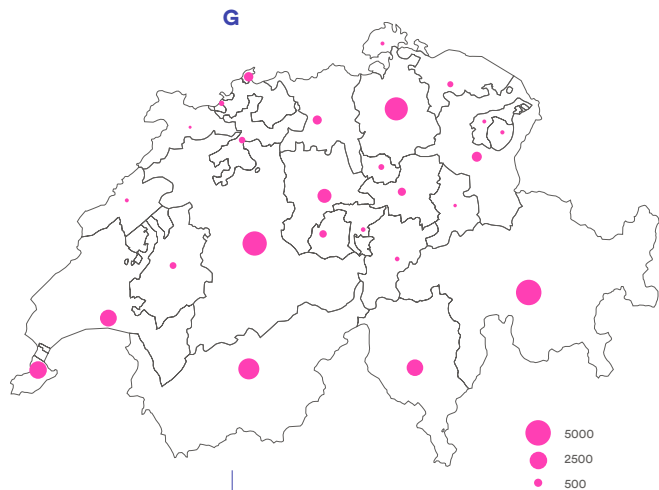
F
 Nombre de lits dans les hôtels étoilés Canton de Neuchâtel, 2013

11 Un hôtel doit répondre à un certain nombre de critères et de normes pour acquérir des étoiles. Les normes et les critères sont établis par HOTELSTAR UNION, organisation européenne, afin de garantir une harmonisation au niveau européen. Un hôtel doit également être membre d'hotelleriesuisse, pour obtenir une classification en termes d'étoiles.

12 Information obtenue auprès des offices du tourisme du Canton du Jura, de Berne et de Fribourg

	CANTON DE NEUCHÂTEL	%
*	37	3%
**	225	16%
***	581	40%
****	354	24%
*****	250	17%
TOTAL	1447	100%

Source: Tourisme neuchâtelois



H

PAYS D'ORIGINE	NE	FR	GE	JU	SO	VD	BE	CH
Suisse	53%	62%	19%	82%	51%	41%	46%	45%
France	15%	9%	9%	5%	2%	11%	3%	4%
Allemagne	7%	9%	4%	3%	19%	5%	11%	13%

3.3.3 Demande

Les nuitées hôtelières

En 2013, les nuitées neuchâteloises représentent 0.7%¹³ du total des nuitées en Suisse. Les Cantons des Grisons, de Berne, de Zurich et du Valais caracolent en tête du classement en comptabilisant respectivement 14.5%, 14%, 13.2% et 11% des nuitées suisses. En prenant en compte uniquement les cantons voisins de Neuchâtel, seul le Jura enregistre moins de nuitées que Neuchâtel.

Le Canton de Neuchâtel accueille principalement des touristes d'origine suisse (53% des nuitées)¹⁴. Ensuite, les visiteurs les plus représentés sont les Français, les Allemands et les Italiens qui constituent respectivement 15%, 7% et 5% des nuitées hôtelières neuchâteloises. Sur l'ensemble du pays, la proportion de touristes suisses est de 45%. En ce qui concerne les autres nationalités, au niveau suisse, le «top 3» varie quelque peu. En effet, les Allemands sont les touristes qui consomment le plus de nuitées en Suisse suivis des Anglais et des Américains. La proportion élevée de touristes français à Neuchâtel est notamment liée à la présence d'importantes entreprises françaises dans le domaine du luxe et à la proximité linguistique, puisque la prédominance française se retrouve, certes dans de moindres proportions, dans les autres cantons romands.

G
Nombre de nuitées dans l'hôtellerie en Suisse, par canton (en milliers), 2013

H
Pourcentage de nuitées totales selon pays d'origine, 2013

¹³ Source: OFS, Arrivées et nuitées dans l'hôtellerie, par canton, 2013

¹⁴ Source: OFS, Nuitées hôtelières, selon le pays d'origine des hôtes, Canton de Neuchâtel



I
Nuitées hôtelière mensuelles dans le Canton de Neuchâtel, moyenne 2008-2013.

J
Evolution du nombre de nuitées hôtelières dans le Canton de Neuchâtel, 1997-2013¹⁶

K
Evolution du nombre de nuitées hôtelières en Suisse, 1997-2013¹⁷

L
Comparaison inter-cantonale de la durée moyenne du séjour en hôtel, 2013

Les activités liées au tourisme étant étroitement liées aux saisons, le nombre de nuitées hôtelières varie selon les différents mois de l'année. C'est en été que le canton accueille le plus de touristes puisque les mois de juin, juillet, août et septembre enregistrent 43% des nuitées totales¹⁵. Les mois de janvier, février et décembre sont quant à eux moins prolifiques en termes de nuitées. Le tourisme d'affaires permet tout de même de lisser quelque peu l'effet de saisonnalité et de maintenir plus de 11'000 nuitées par mois en basse saison.

L'évolution du nombre de nuitées hôtelières dans le Canton de Neuchâtel est relativement stable et suit une tendance positive depuis 2003. De plus, il est intéressant de constater que, depuis 2008, le nombre de nuitées en Suisse a globalement diminué alors qu'il est resté stable à Neuchâtel. Néanmoins, aussi bien en Suisse qu'à Neuchâtel, une croissance des nuitées semble se confirmer pour les années 2013 et 2014.

À Neuchâtel, L'Exposition nationale suisse (Expo 02) est responsable du pic constaté en 2002 alors qu'en Suisse, une baisse des nuitées a été enregistrée à cette période. L'Expo 02 a engendré une forte augmentation du tourisme à Neuchâtel et a profité au canton en termes de retombées économiques et de notoriété.

Durée du séjour et taux d'occupation

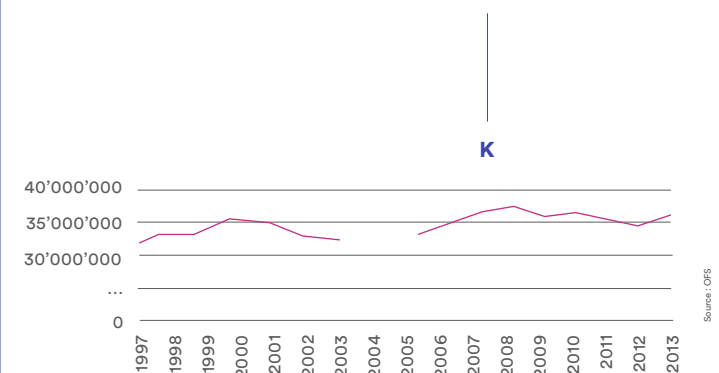
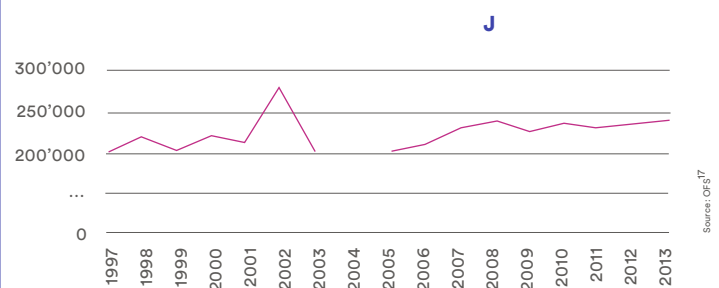
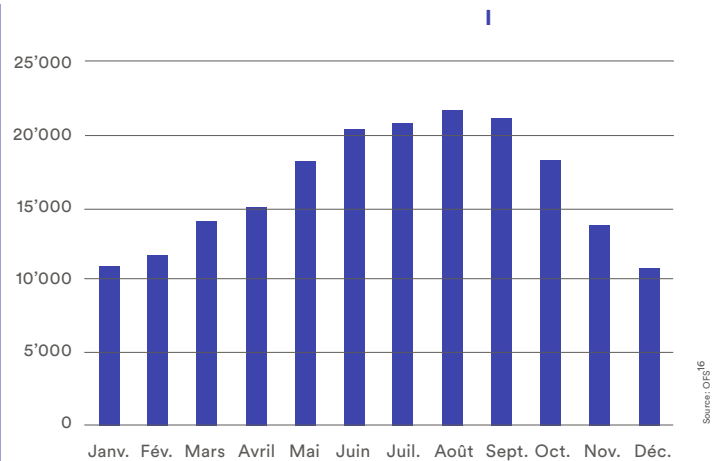
La durée moyenne du séjour se mesure en divisant les nuitées par le nombre d'hôtes accueillis (arrivées). Sur la base de ce calcul, en 2013, les touristes passent, en moyenne, 1,7 nuits¹⁸ dans le Canton de Neuchâtel. Alors que la Suisse enregistre une moyenne de 2.1 nuits par visiteur. Ainsi, le Canton de Neuchâtel se situe en dessous de la moyenne nationale et a fortiori en queue de classement en occupant la 4ème place des cantons suisses dans lesquels les touristes passent le moins de nuits consécutives.

¹⁵ Source: OFS, Arrivées mensuelles dans l'hôtellerie, selon l'origine des hôtes, Canton de Neuchâtel

¹⁶ Aucune donnée statistique pour l'année 2004

¹⁷ Aucune donnée statistique pour l'année 2004

¹⁸ Source: OFS, Arrivées et nuitées dans l'hôtellerie, par canton, 2013



L

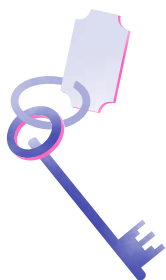
CANTON	NE	FR	GE	JU	SO	VD	BE	CH
Durée moyenne du séjour (en nombre de nuitées)	1.7	1.6	2.0	1.6	1.9	2.1	2.1	2.1

M

CANTON	NE	FR	GE	JU	SO	VD	BE	CH
Taux d'occupation	29%	31%	52%	18%	38%	43%	44%	42%

N

	CANTON DE NEUCHÂTEL	LITTORAL	LA CHAUX-DE-FONDS ET LE LOCLE	VAL-DE-TRAVERS	VAL-DE-RUZ
Appartements de vacances	113	64	31	10	8
Chambres d'hôtes + B&B	66	30	20	9	7
Hébergements collectifs	44	10	14	14	6
Campings ²⁰	11	6	3	2	0
Logements agritourismes	4	0	2	1	1
TOTAL	238	110	70	36	22



Depuis 2005, la durée moyenne du séjour dans le Canton de Neuchâtel a diminué de 0.2 point. Ce constat ne semble pas être propre à Neuchâtel puisque de manière générale la durée du séjour en Suisse a baissé.

Le Canton de Neuchâtel peine à remplir régulièrement ses hôtels. En 2013, le taux d'occupation des lits est de 29%¹⁹. En d'autres termes, sept lits sur dix sont inoccupés en moyenne. Ce taux est très inférieur à la moyenne nationale qui s'établit à 42%. En comparaison intercantonale, les cantons avoisinant Neuchâtel enregistrent, excepté le Jura (18%), des taux d'occupation nettement supérieurs puisque le Canton de Berne atteint les 44%, Vaud 43% et Fribourg 31%.

3.4 ÉTABLISSEMENTS PARAHÔTELIERS

3.4.1 Offre

Structure parahôtelière

Le Canton de Neuchâtel dispose d'une offre relativement bien diversifiée en termes d'établissements parahôtelières. Celle-ci se compose de campings, d'appartements de vacances, de chambres d'hôtes et d'hébergements collectifs. De plus, le paysage neuchâtelois permet au canton de proposer des logements compatibles avec l'agritourisme. Le seul bémol du catalogue de l'offre parahôtelière neuchâteloise concerne les auberges de jeunesse. En effet, Neuchâtel, depuis 2004 et la fermeture de l'auberge de jeunesse des Chanets, est un des seuls cantons à ne pas disposer de ces logements bon marché. Bien que des initiatives aient été lancées pour proposer ce type d'établissements, telle que la réalisation d'une auberge de

¹⁹ Source : OFS

²⁰ Campings avec et sans places de passage

M
Comparaison inter-cantonale du taux d'occupation moyen des hôtels, 2013

N
Structure parahôtelière du Canton de Neuchâtel, 2014

jeunesse à la rue de l'Écluse à Neuchâtel, aucune d'entre-elle n'a abouti. D'après les dernières statistiques de l'OFS, en 2013, les nuitées dans les auberges de jeunesse en Suisse ont connu une importante augmentation (+3,3%)²¹. Malheureusement le tourisme à Neuchâtel n'est pas en mesure de profiter de cette croissance.

En 2013, 9 campings avec places de passage sont recensés dans le Canton de Neuchâtel²². En comparaison nationale, les campings du Canton de Neuchâtel disposent de la plus grande capacité puisque l'on dénombre, en moyenne, 224 emplacements par camping alors qu'en Suisse on en dénombre 136.

3.4.2 Demande

Les nuitées dans les campings

Entre 1994 et 2013, l'évolution du nombre de nuitées dans les campings neuchâtelois varie considérablement. Aucune tendance ne peut en être dégagée. En 2002, année de l'Expo 02, le Canton de Neuchâtel a enregistré le pic du nombre de nuitées de la période analysée. Cependant, la différence entre 2002 et les autres années n'est pas autant marquée que dans le cas des nuitées hôtelières (en 2002, +7% pour les nuitées dans les campings et +32% pour les nuitées hôtelières). En 1996, 1997, 2007 et 2010, les campings neuchâtelois ont souffert. Un nombre de nuitées nettement inférieur à la moyenne des nuitées de la période analysée est constaté pour ces quatre années. Un taux de précipitation plus élevé que la moyenne a été constaté pour les années 1997 et 2007, ce qui pourrait expliquer la baisse du nombre de nuitées dans les campings neuchâtelois pour ces années.

En 2013, le nombre de nuitées dans les campings neuchâtelois est plus important que le nombre de nuitées dans les

hôtels, soit 348'600 nuitées en camping et 239'265 nuitées hôtelières. Ceci s'explique par deux facteurs :

- Le Canton de Neuchâtel ne dispose pas d'auberge de jeunesse et le camping est une alternative pour un hébergement à bas prix. Ainsi, les campings récupèrent une partie des touristes adeptes des auberges de jeunesse.
- Le nombre de nuitées dans les campings prend en compte les résidents à l'année. Dans ce cas, le camping n'est pas considéré comme un logement de vacances mais comme une résidence secondaire (voire principale).

Locations d'emplacements par type de durée

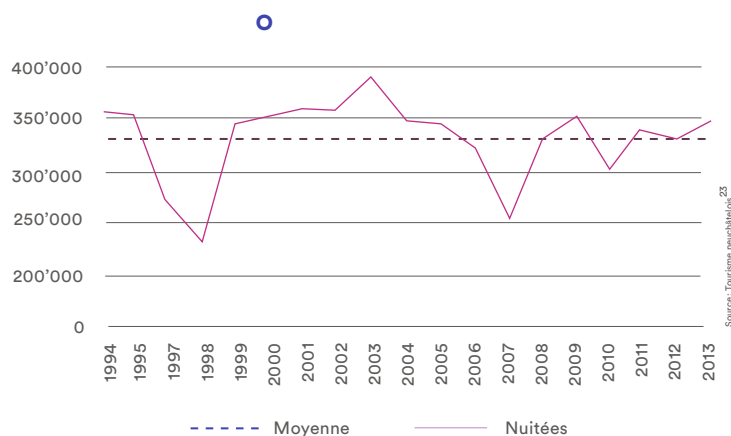
En 2013, 16'290 emplacements ont été loués à la nuit, 177 emplacements au mois et 1'329 à l'année. Depuis 2007, les locations à la nuit suivent une tendance à la baisse, contrairement au nombre de locations mensuelles et annuelles qui varient selon les années mais qui ne semblent pas suivre une tendance particulière. L'effet « Expo 02 » se ressent sur les locations à la nuit puisque un pic est constaté pour cette même année, mais cet événement ne semble pas avoir eu d'impact sur le nombre de locations au mois et à l'année.

Les données de la parahôtellerie

Depuis 2004, les statistiques relatives aux nuitées parahôtelières, et à leur évolution ne sont plus délivrées par l'OFS, excepté pour les campings et les auberges de jeunesse. Pour pallier à ce manque, la Fédération Suisse du Tourisme (FST) a mis en place une nouvelle mesure de la parahôtellerie (« PASTA LIGHT »). Les données découlant de cette mesure ne sont pas désagrégées et de ce fait indisponibles à l'échelle cantonale. À Neuchâtel, seules des données

21 Communiqué de presse de l'OFS, Augmentation des nuitées dans les auberges de jeunesse, baisse pour les terrains de camping, 24.04.2014

22 Pour les comparaisons intercantionales, seuls les campings avec places de passage sont pris en compte. Source: OFS, Hôtels et campings, par canton, 2013



Sources: Tourisme neuchâtelois²³

relatives aux nuitées dans les campings sont disponibles. Néanmoins, l'association Tourisme neuchâtelois dispose d'un recensement des établissements parahôtelières non-exhaustif imposant la prise de certaines précautions dans l'analyse. Les statistiques ne sont pas complètes puisque, pour figurer dans le recensement de Tourisme neuchâtelois, les responsables des établissements parahôtelières doivent s'affranchir d'une cotisation.

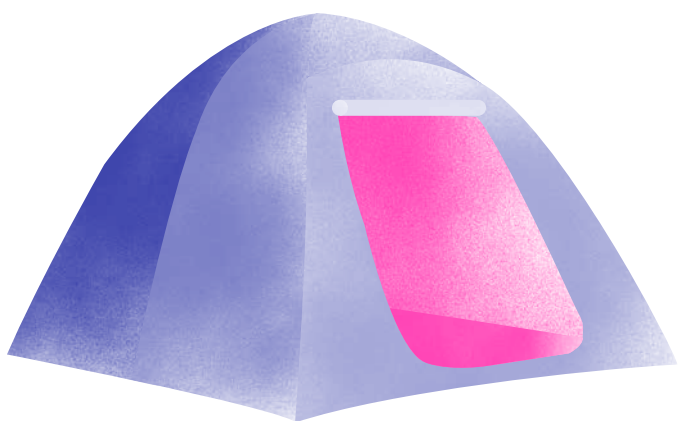
3.5 OFFRE D'ACTIVITÉS CULTURELLES, DE SPORTS ET DE LOISIRS

L'offre d'activités culturelles, de sports et de loisirs n'est pas seulement destinée aux touristes. Elle représente une condition-cadre importante pour les habitants d'une région et influence le choix d'une destination pour un séjour. De fait, la diversité de l'offre est une priorité pour les professionnels du tourisme et doit permettre à une région touristique de se différencier et de se positionner face à la concurrence nationale et internationale.

Ces dernières années, la promotion touristique du Canton de Neuchâtel s'est davantage consacrée à la mise en exergue de la particularité industrielle du canton: l'horlogerie. Ainsi, les touristes ont la possibilité de s'imprégner de l'environnement et de la culture horlogère.

Bien que le Canton de Neuchâtel soit marqué par cette culture horlogère omniprésente, son offre propose une large palette d'autres activités (musées, théâtres, cinémas et festivals à renommée nationale et internationale) témoignant de la diversité du lieu et de la richesse historique du canton.

²³ Les données relatives au nombre de nuitées dans les campings du Canton de Neuchâtel proviennent d'une estimation réalisée par Tourisme neuchâtelois. Cette estimation est calculée sur la base des coefficients suivants: 2.5 nuitées par location à la nuit, 50 nuitées par location au mois et 225 nuitées par location à l'année.



Finalement, les atouts naturels du canton permettent la pratique de diverses activités sportives telles que les sports nautiques sur le Littoral, les sports d'hiver et les randonnées pédestres ou cyclistes dans les Montagnes.

3.6 TOURISME ET VOYAGE D'AFFAIRES

Les données statistiques relatives au tourisme et au voyage d'affaires, à l'instar du tourisme dans sa globalité, sont incomplètes ou manquantes. A Neuchâtel, l'analyse de ce segment touristique se base donc sur des hypothèses et des impressions, étayées de faits mais sans chiffres officiels à l'appui.

L'hypothèse selon laquelle le Canton de Neuchâtel attire une grande quantité de touristes d'affaires peut s'expliquer par plusieurs facteurs :

- une économie tournée vers l'extérieur (3ème canton le plus exportateur en CHF par habitant) impliquant des relations économiques fréquentes avec des partenaires étrangers ;
- la présence de sociétés affiliées à de grands groupes et d'entreprises actives dans différents domaines tels que l'horlogerie et les produits de luxe, la pharmaceutique, la micro-électronique, les machines-outils ou encore les énergies renouvelables générant des trajets d'employés, clients et fournisseurs du monde entier ;
- la présence de Microcity, de l'Université, de l'EPFL, du CSEM et de La Haute École Arc attirant des scientifiques internationaux, notamment dans le cadre de séminaires.

Touriste d'affaires versus voyageur d'affaires

Le touriste d'affaires et le voyageur d'affaires se déplacent tous deux pour des raisons professionnelles. La principale distinction entre ces deux types de voyageurs provient de la répartition de leur temps durant le séjour. Pour le premier, une partie du voyage sera destinée à la découverte de la région au travers d'activités touristiques, tandis que le deuxième se limitera à effectuer des tâches dans le cadre de son activité professionnelle. Cette distinction suppose que l'effet de débordement et de levier sur l'économie de la région concernée est plus important dans le cas du tourisme d'affaires que du voyage d'affaires.

3.6.1 Offre

Le secteur MICE de J3L ainsi que l'organisme Neuchâtel Congrès²⁴ ont pour mission de promouvoir et de développer l'offre touristique destinée aux touristes d'affaires. Le segment voyages d'affaires, quant à lui, ne bénéficie pas d'une offre et d'une communication spécifiques. Ceci s'explique par le fait que les voyageurs d'affaires sont contraints, de par l'activité économique de la région, d'effectuer leur séjour à Neuchâtel ce qui n'est pas nécessairement le cas pour les touristes d'affaires.

Neuchâtel Congrès met à disposition des organisateurs de séminaires une liste composée d'une cinquantaine d'établissements équipés d'infrastructures permettant la tenue de conférences, de cocktails dînatoires et de banquets. Une vingtaine d'entre eux sont des établissements de type hôtelier et proposent une offre complète comprenant la salle de séminaire, la restauration et l'hébergement. Selon les professionnels de la branche²⁵, la capacité hôtelière atteint sa limite à certaines



²⁴ Organisme sous l'égide de Tourisme neuchâtelois offrant des services dans le domaine du tourisme d'affaires.

²⁵ En août 2014, des entretiens qualitatifs ont été menés auprès d'hôteliers actifs dans le tourisme d'affaires.

périodes de l'année ce qui reflète une insuffisance d'établissements destinés à la clientèle d'affaires dans le Canton de Neuchâtel. Le canton a ainsi peu de marge de manœuvre pour se profiler pleinement dans l'organisation de congrès/séminaire générant des nuitées.

En considérant l'offre de Neuchâtel Congrès de manière désagrégée, la capacité maximale des salles du Canton de Neuchâtel est de 1'000 personnes pour les séminaires/congrès, de 800 personnes pour les cocktails dînatoires et de 350 personnes pour les banquets. En termes de capacité, l'offre est relativement bien diversifiée et comparable à celles des régions avoisinantes. C'est au niveau de l'offre complète pour l'organisation de grands congrès que Neuchâtel peine à concurrencer ses voisins. Le canton ne dispose d'aucun établissement pouvant à la fois accueillir de grands séminaires, proposer la restauration et assurer l'hébergement des congressistes dans l'établissement ou aux proches alentours. Cet état de fait dessert le développement du tourisme d'affaires à Neuchâtel et fait potentiellement perdre au canton un certain nombre d'appels d'offres liés à l'organisation de congrès au profit d'autres régions J3L comme Bienne, Soleure ou encore Yverdon. En tenant compte des infrastructures présentes sur le Canton de Neuchâtel, le tourisme d'affaires n'est pas en mesure de se développer de façon considérable.

La promotion du tourisme d'affaires via J3L ne s'articule qu'autour de 3 établissements pour le Canton de Neuchâtel, tous situés en Ville de Neuchâtel. Au-delà du fait que le canton soit quelque peu sous-représenté, le manque de diversité dans l'offre de J3L pourrait nuire au développement du tourisme d'affaires de la région neuchâteloise. Pour bénéficier d'une promotion

J3L, les établissements doivent s'acquitter d'une cotisation. Cette contrainte financière pourrait expliquer l'offre restreinte du Pays de Neuchâtel proposée par J3L. Certains hôteliers actifs dans le tourisme et le voyage d'affaires dénoncent le coût élevé de cette cotisation et regrettent que celle-ci ne soit pas adaptée à la taille de l'établissement, donnant ainsi peu de possibilités aux petites structures d'apparaître sur les brochures de J3L.

L'accès est également un critère de choix pour l'organisation d'un séminaire ou d'un congrès dans une région. Malheureusement, Neuchâtel n'est pas très bien profilé sur ce terrain. Le canton ne dispose plus de liaison directe à grande vitesse avec les capitales européennes les plus proches. En fin d'année 2013, la ligne TGV «Neuchâtel-Paris» a été supprimée. Selon une enquête de satisfaction réalisée en juin 2014 au sujet de l'offre de substitution du TGV reliant Neuchâtel à Paris²⁶, 43% des sondés originaires de France voyagent dans le cadre de leur activité professionnelle et les secteurs les plus représentés sont les services, la formation, le Med-Tech et l'horlogerie. Cette décision porte un coup au développement du tourisme et du voyage d'affaires à Neuchâtel.

Les liaisons à l'intérieur du canton sont également problématiques. Neuchâtel dispose d'infrastructures ferroviaires ne favorisant pas la mobilité en transports publics. Les trajets entre les différentes activités touristiques prennent du temps, ce qui est un réel désavantage pour un touriste d'affaires qui doit partager son temps entre travail et activités récréatives. De plus, contrairement à de nombreuses villes et régions suisses, les touristes générant des nuitées dans le canton ne bénéficient pas de la gratuité des transports publics ou de billets uniques leur permettant de circuler

26 Enquête de satisfaction des passagers du regioexpress de Neuchâtel, Travers, Pontarlier, Frasne à destination de Paris réalisée par la Fédération du Transjuralpin (FTJA) en collaboration avec les CFF, Lyria et le service des transports du Canton de Neuchâtel. Diffusion en octobre 2014.



dans tout le canton. La problématique du réseau des transports concerne également le tourisme de loisir.

3.6.2 Demande

L'absence de données relatives à la demande en tourisme et voyage d'affaires limitant l'analyse, des entretiens ont été menés auprès d'hôteliers enregistrant une majorité de nuitées liées au tourisme ou au voyage d'affaires (entre 80% et 90% de la clientèle). Les hôteliers interviewés génèrent près de 50% des nuitées hôtelières neuchâteloises et bénéficient d'un taux d'occupation supérieur à la moyenne cantonale (entre 40% et 90% contre 29% au niveau cantonal). Ces entretiens permettent de définir une partie de la demande et de dégager certaines tendances :

- Les touristes ou voyageurs d'affaires séjournent plus longtemps dans le canton que les touristes de loisir. La durée de leur séjour est très variable, mais, en moyenne, ils restent 3 nuits contre 1 à 2 nuits pour les visiteurs de loisir.
- Le taux d'occupation des salles de séminaire est généralement élevé, mais, elles ne sont pas majoritairement utilisées par des touristes d'affaires mais plutôt par des entreprises du canton ou de la région. La demande en salles de séminaire est plutôt journalière et génère, de ce fait, peu de nuitées.
- Le tourisme d'affaires n'est pas très développé dans le Canton de Neuchâtel, les nuitées sont majoritairement générées par les voyageurs d'affaires. On peut considérer que c'est le tissu économique de la région qui explique la majorité des voyages et non son attractivité en termes d'organisation de séminaires et de conférences.
- Les clients (touristes et voyageurs d'affaires ou touristes de loisir) n'effectuent pas, ou peu, leur réservation

par le biais de J3L. La plateforme actuelle n'a pas, ou très peu, d'impact sur le nombre de réservation des hôteliers interviewés. Ceci s'explique par le fait que la plateforme n'est pas encore connue ou que le service ne représente pas un besoin pour les clients qui préfèrent une relation directe avec l'hôtelier, voire par le biais d'autres sites Internet.



4.0 ANALYSE DE LA DEMANDE TOURISTIQUE À NEUCHÂTEL

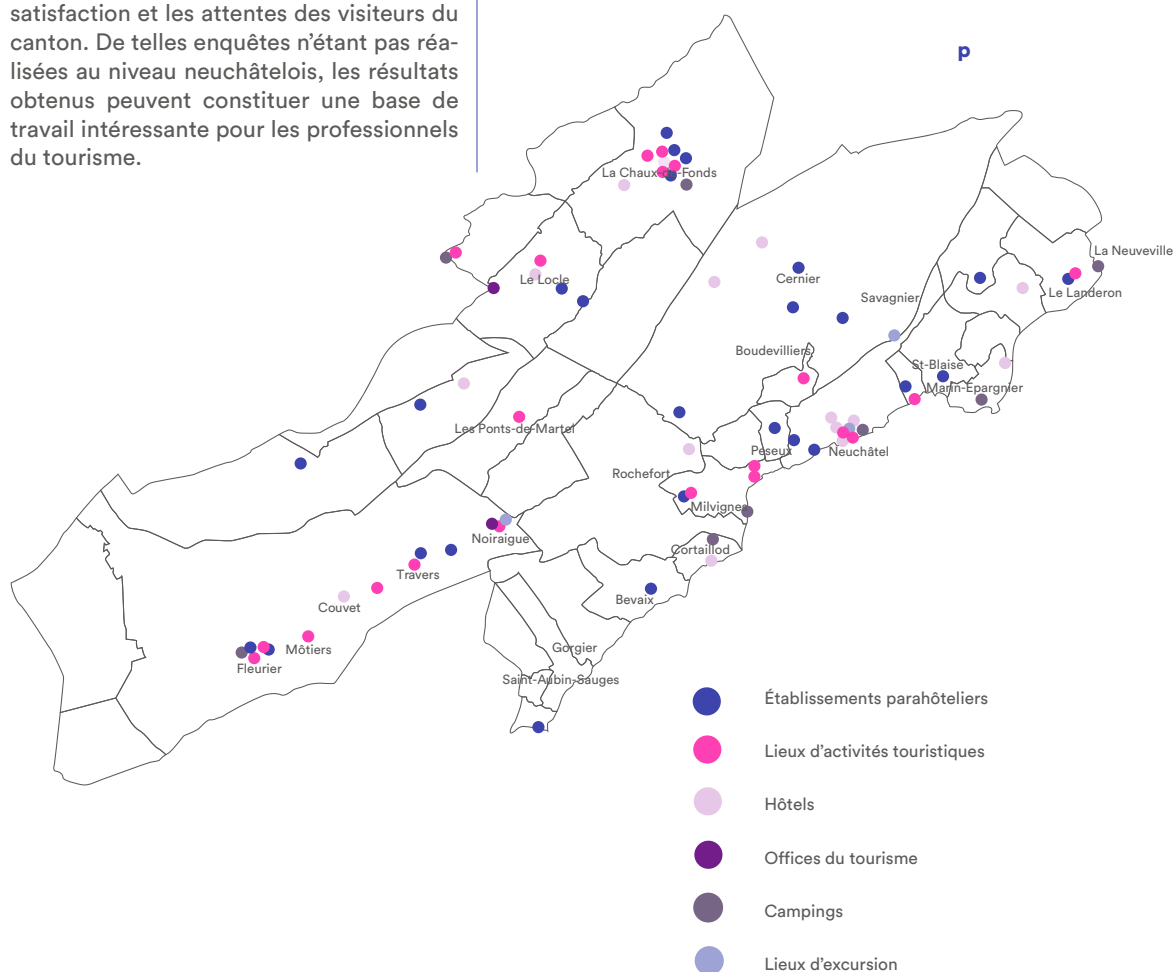
4.1 ANALYSE QUALITATIVE

Pour pallier au manque d'informations et de données relatives au secteur du tourisme, notamment en ce qui concerne les excursionnistes, les partenaires ont mandaté un étudiant pour réaliser une enquête sur le secteur du tourisme dans le Canton de Neuchâtel. Un volet qualitatif a également été traité afin de mieux percevoir la satisfaction et les attentes des visiteurs du canton. De telles enquêtes n'étant pas réalisées au niveau neuchâtelois, les résultats obtenus peuvent constituer une base de travail intéressante pour les professionnels du tourisme.

Encadré méthodologique

Nicolas Borzykowski, étudiant en Master à l'Université de Neuchâtel et stagiaire à la CNCI entre mars et septembre 2014, a réalisé une enquête afin de connaître la satisfaction des touristes et excursionnistes de loisir et d'affaires en visite dans le canton. Environ 4'000 questionnaires, à l'attention des visiteurs, ont été déposés dans plus de 80 lieux à caractère touristique du canton (établissements hôteliers et parahôteliers, offices du tourisme, lieux d'activités touristiques) et 974 d'entre eux ont été retournés et jugés valides. La récolte de données s'est déroulée du 1er avril 2014 au 17 août 2014 ce qui implique que le tourisme automnal et hivernal n'est pas considéré dans cette enquête.

p
Lieux de distribution du questionnaire



Q
Lieu d'origine des répondants à l'enquête (touristes et excursionnistes de loisir)

R
Âge des répondants à l'enquête (touristes et excursionnistes de loisir)

S
Nombre et lieu des nuitées des répondants à l'enquête (touristes de loisir)

4.1.1 Tourisme et excursionnisme de loisir

Près de trois-quarts des répondants résident en Suisse. La part des Suisses est considérablement plus élevée dans cette enquête que celle des statistiques de provenance des hôtes des nuitées hôtelières neuchâteloises. Ceci s'explique par le fait que l'enquête prend également en compte les excursionnistes. Le deuxième pays le plus représenté de l'échantillon, la France, est suivie par l'Allemagne, les États-Unis et la Belgique. L'âge moyen des répondants est de 45 ans, 72% de l'échantillon a plus de 35 ans et 40% a plus de 50 ans. En d'autres termes, le tourisme à Neuchâtel est plutôt de type familial et semble également être attractif pour les touristes d'âge mûr.

Un quart des visiteurs interrogés sont des excursionnistes, un quart ne passe qu'une nuit et la moitié loge plus d'une nuit dans le Canton de Neuchâtel. Les touristes interviewés sont 35% à avoir choisi un établissement hôtelier comme logement alors qu'ils sont 19% à résider dans un camping et 15% chez des amis ou chez la famille. En moyenne, les touristes passent 2.2 nuitées à l'hôtel, 7.2 nuitées dans un camping, 5.9 nuitées dans les établissements parahôtelières et 7.5 nuitées quand ils logent chez des amis ou chez la famille. Sans faire de différence entre les types d'établissements, le nombre de nuitées moyen est de 5.1.

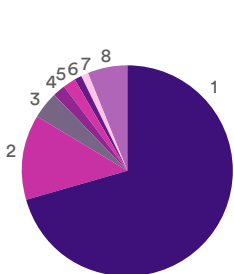
Les loisirs privilégiés par les répondants sont les activités culturelles (54% des personnes interviewées) et les activités sportives en montagne (43% des personnes interviewées). L'horlogerie suscite un intérêt certain de la part des répondants puisque 17% d'entre eux se sont adonnés à des activités en lien avec cette branche économique. La vie nocturne, quant à elle, est l'activité la moins citée. Il est important de noter que les résultats relatifs aux activités plébiscitées par les personnes interviewées sont sujets à certains biais dans la mesure où les questionnaires ont été principalement collectés dans des lieux d'activités culturelles.

Concernant les différentes sources d'information qui incitent le touriste à venir à Neuchâtel, il semblerait qu'Internet et le bouche à oreille soient les moyens de promotion les plus efficaces puisque 52% des répondants ont consulté le Web et 39% ont connu la destination en discutant avec des proches. Au contraire, J3L surprend par son manque de notoriété et d'impact puisque moins de 4% des personnes interviewées ont découvert la destination via la société marketing. Cependant, il n'est pas exclu que les répondants ayant connu la destination via le Web aient navigué sur le site Internet de J3L. Si tel est le cas, la marque souffre d'un réel manque de visibilité et de notoriété. Une étude de notoriété et d'image menée en 2013 par la HE-Arc pour J3L arrivait à des conclusions similaires, quoique moins marquées²⁷.

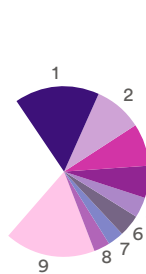
T
Activités effectuées par les répondants de l'enquête lors de leur séjour à Neuchâtel (touristes et excursionnistes de loisir)

U
Sources d'information utilisées par les répondants pour préparer leur voyage (touristes et excursionnistes de loisir)

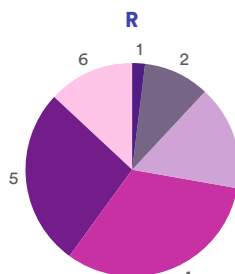
27 Haute école de gestion Arc, Institut du management et des systèmes d'information, Etude de notoriété et d'image de Jura & Trois-Lacs



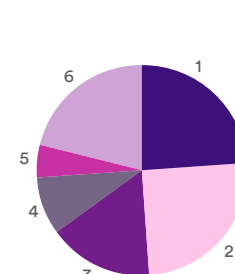
1. Suisse : 70%
2. France : 13%
3. Allemagne : 4%
4. États-Unis : 2%
5. Belgique : 2%
6. Espagne : 1%
7. Italie : 1%
8. Autres : 6%



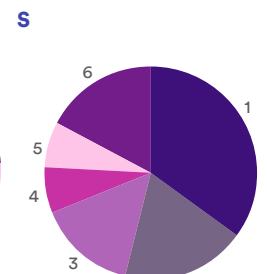
1. BE : 16%
2. ZH : 9%
3. VD : 8%
4. AG : 6%
5. FR : 4%
6. BS/BL : 4%
7. GE : 3%
8. SO : 3%
9. Autres : 17%



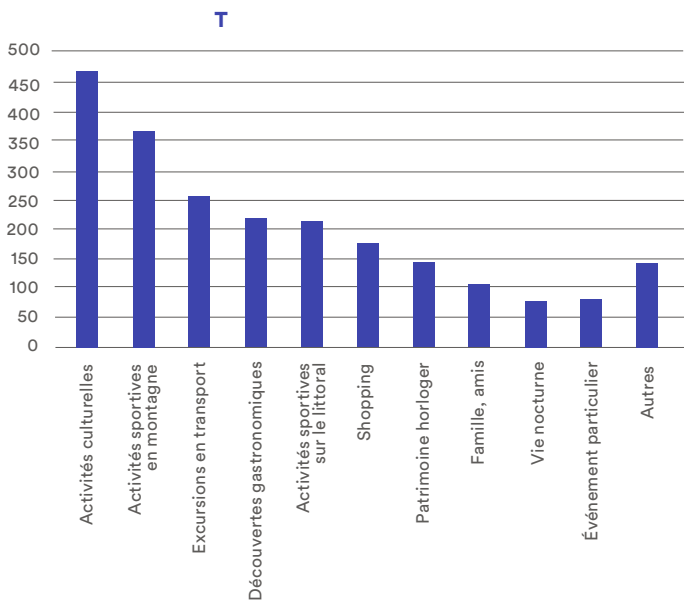
1. moins de 15 ans : 2%
2. 16-25 ans : 10%
3. 26-35 ans : 16%
4. 36-50 ans : 32%
5. 51-65 ans : 27%
6. plus de 65 ans : 13%



1. 0 nuitée : 24%
2. 1 nuitée : 25%
3. 2 nuitées : 16%
4. 3 nuitées : 9%
5. 4 nuitées : 5%
6. plus de 4 nuitées : 21%



1. Hôtel : 35%
2. Camping : 19%
3. Amis, famille : 15%
4. Chambre d'hôte : 7%
5. Appartement de location : 7%
6. Autres : 17%



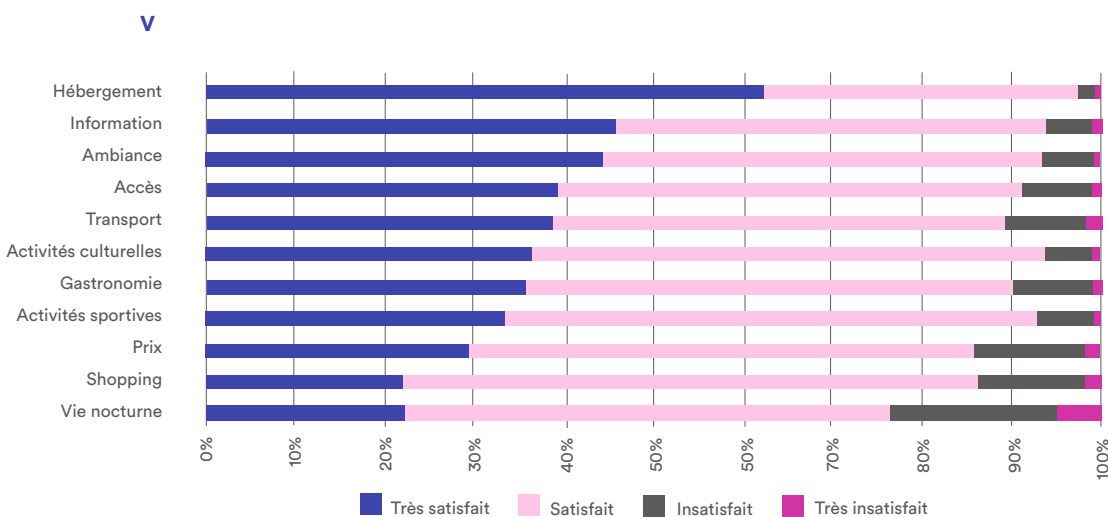
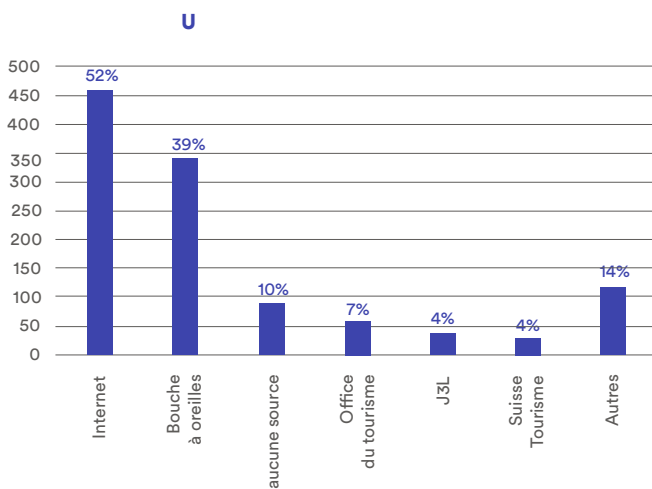
D'une manière générale, le visiteur du Canton de Neuchâtel est très satisfait de son séjour. L'hébergement – pour ceux qui ont choisi un logement sur le territoire cantonal – et l'information fournie aux voyageurs se distinguent notamment par leur bonne performance avec respectivement 98% et 94% de visiteurs satisfaits ou très satisfaits.

V
Satisfaction des répondants à l'enquête (touristes et excursionnistes de loisir)

Les points faibles mentionnés par les sondés sont les possibilités de shopping, la vie nocturne et les prix²⁸. Le canton attirant principalement des touristes n'ayant pas ces activités pour objectifs, ces aspects ne semblent pas avoir une grande influence sur la durée de leur séjour, mais ils revêtent une importance accrue s'il s'agit d'attirer de nouveaux touristes. Il est également intéressant de noter que 75% des visiteurs accordent une grande importance à leur budget et que ceux-ci sont relativement peu satisfaits des prix auxquels ils font face dans le canton.

Ayant souffert d'un été pluvieux et morose, les visiteurs du canton de Neuchâtel s'expriment volontiers sur leurs désirs: en dehors d'un meilleur climat, les touristes réclament régulièrement des bains thermaux et un plus grand nombre d'activités pour enfants.

²⁸ L'enquête ne permet pas d'identifier ce que les répondants entendent par prix, cet indicateur permet uniquement de cerner une impression générale. De plus, il est probable que les visiteurs étrangers ne distinguent pas la cherté d'un canton à un autre et s'expriment sur le niveau général des prix en Suisse, relativement plus élevé qu'en Europe, par exemple.



W
Lieu d'origine des
répondants à l'enquête
(touristes/voyageurs
d'affaires)

X
Nombre et lieu des
nuitées des répondants
à l'enquête (touristes/
voyageurs d'affaires)

Y
Dépenses journalières
moyennes des excursionnistes et touristes
répondant à l'enquête,
N: nombre d'observations

4.1.2

Tourisme et voyage d'affaires

Les visiteurs qui se rendent dans le canton pour des raisons professionnelles ont des caractéristiques différentes des visiteurs de loisir. Une proportion plus importante de visiteurs anglophones peut ainsi être constatée. Les Suisses sont moins représentés (41% de l'échantillon) et les Français et les Allemands le sont davantage (respectivement 37% et 9%).

Les districts ayant la plus forte activité économique (Neuchâtel et La Chaux-de-Fonds) sont les plus représentés dans l'échantillon. Ils attirent le plus souvent des professionnels du secteur horloger, des instruments optiques, médicaux ou électroniques ou du secteur de la santé ou du social.

Un touriste/voyageur d'affaires sur quatre prolonge son séjour pour ses activités privées. Néanmoins, les touristes/voyageurs d'affaires passent en moyenne plus de nuits dans le canton que les visiteurs de loisir (en moyenne 7.8 nuits dans les établissements parahôtelliers et 4.2 nuits dans les hôtels), et pour cause, nombreux sont les professionnels qui y séjournent quelques semaines puis en repartent.

4.1.3

Dépenses journalières des touristes et des excursionnistes

Dans le cadre de cette enquête, les répondants étaient amenés à détailler leurs dépenses journalières lors de leur séjour. La catégorie de visiteurs dépensant le montant le plus faible sont les excursionnistes alors que les touristes et voyageurs d'affaires logeant dans les hôtels rapportent, en moyenne, la somme

la plus élevée au Canton de Neuchâtel. Le panorama des dépenses journalières indique que les nuitées représentent une grande part du budget des visiteurs et confirme que le shopping n'est pas une priorité pour les touristes du canton. Cependant, il est intéressant de constater que le touriste d'affaires résidant dans un hôtel a une propension à consommer en termes de shopping nettement plus élevée que les autres types de visiteurs, soit une moyenne de CHF 81.— par jour contre moins de CHF 20.— pour les autres. Les dépenses liées aux activités de sport et loisirs ne sont généralement pas très élevées, entre CHF 10.— et CHF 21.— par jour. Les touristes/voyageurs d'affaires résidant dans un établissement parahôtelier dépensent dans le canton près de trois fois moins que ceux logeant dans un hôtel (CHF 335.— contre CHF 117.—). Cet écart s'explique par le fait que les touristes en parahôtellerie sont majoritairement des voyageurs d'affaires (viennent à Neuchâtel uniquement pour travailler) alors que les hôtels accueillent également des touristes d'affaires (les activités professionnelles sont accompagnées d'activités de loisirs).

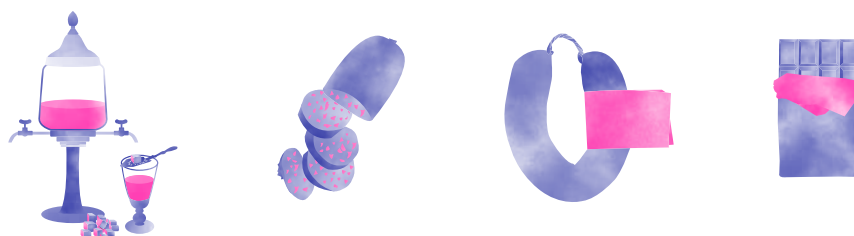
4.2

Analyse des principaux déterminants économiques de la demande touristique à Neuchâtel

Selon une étude²⁹, le tourisme dans le Canton de Neuchâtel, exprimé en termes de nuitées, est plus sensible aux variations de prix et de taux de change que le tourisme en Suisse. Ce résultat s'explique par le fait que Neuchâtel n'est pas une destination bénéficiant d'une grande notoriété comparée à d'autres régions suisses. Ainsi, si les prix en Suisse augmentent

29 Deep dive into the demand for tourism in Neuchâtel: a panel data approach, Nicolas Borzykowski, 2014





5.0 IMPACT ÉCONOMIQUE DU TOURISME SUR L'ÉCONOMIE NEUCHÂTELOISE

et/ou si le taux de change devient moins favorable pour les touristes, ces derniers pourraient devoir effectuer un choix et ainsi réduire leur séjour en Suisse en favorisant les destinations plus connues comme Lucerne, Interlaken ou Genève. Une autre hypothèse peut être émise pour expliquer la sensibilité du tourisme neuchâtelois à la variation du taux de change. Neuchâtel est un canton exportateur et connu pour attirer un grand nombre de touristes d'affaires. Ainsi, son activité économique est sujette à réagir plus fortement à l'évolution du taux de change. Si le taux de change est favorable pour les touristes étrangers, il l'est aussi pour les exportations suisses et neuchâteloises et une augmentation de celles-ci peut engendrer une hausse du nombre de touristes d'affaires.

De plus, un effet de saisonnalité a été vérifié pour le tourisme neuchâtelois alors qu'en Suisse celui-ci n'a pas été constaté. À Neuchâtel, le printemps et l'été ont un impact significatif sur le nombre de nuitées par rapport à l'automne, contrairement aux nuitées suisses qui sont moins influencées par les différentes saisons de l'année. Ce résultat peut s'expliquer par l'importance du tourisme hivernal en Suisse et dans les Alpes en particulier, mais moins présent à Neuchâtel.

Finalement, cette étude relève que le tourisme en Suisse bénéficie d'un effet de persistance: le nombre de nuitées d'une période donnée a un impact positif sur le nombre de nuitées de l'année suivante. Cet effet n'est pas constaté pour le Canton de Neuchâtel et ceci peut s'expliquer par le fait que les visiteurs ne réitèrent pas leur séjour, du moins pas immédiatement, dans le canton et/ou ne promeuvent pas ou peu cette destination à leur retour (peu d'effet de réputation).

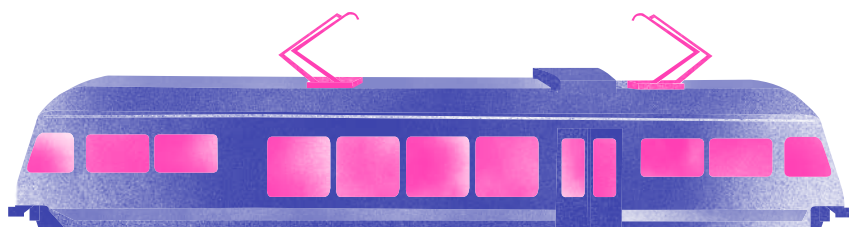
Le tourisme est souvent perçu comme étant un secteur d'activités se limitant à l'hôtellerie et à la restauration. Cependant, selon le compte satellite du tourisme suisse, ce ne sont pas moins de 13 secteurs³⁰ qui sont touchés directement par le tourisme. Ainsi, le commerce de détail, les transports et les activités culturelles, par exemple, tirent un bénéfice particulier du tourisme, créant de ce fait de nombreux emplois. Son caractère diffus rend l'impact économique du tourisme moins visible et mérite que l'on s'y attarde plus en profondeur. De plus, le secteur du tourisme est intensif en main-d'œuvre, dès lors un développement de ce secteur représente un potentiel de réduction du chômage important. Faisant face au manque de données précises, deux méthodes d'estimation de la valeur ajoutée et de l'emploi, qui n'ont pas pour vocation d'être exactes d'un point de vue scientifique, sont présentées.

Celles-ci permettent d'indiquer une fourchette dans laquelle on pourrait chiffrer l'impact économique du tourisme à Neuchâtel. Il est important de noter que, tout comme le compte satellite du tourisme, ces estimations ne rendent compte que de l'impact économique direct.

30 Source: OFS, Le système suisse des comptes satellites du tourisme

Y

	EXCURSIONNISTES N=170	RÉSIDENTS CAMPING N=105	RÉSIDENTS PARAHÔTELERIE LOISIR N=169	RÉSIDENTS HÔTELS LOISIRS N=207	RÉSIDENTS PARAHÔTELERIE BUSINESS N=20	RÉSIDENTS HÔTELS BUSINESS N=45
Hébergement	CHF 0.—	CHF 25.—	CHF 58.—	CHF 86.—	CHF 55.—	CHF 159.—
Restauration	CHF 33.—	CHF 26.—	CHF 34.—	CHF 64.—	CHF 43.—	CHF 72.—
Shopping	CHF 16.—	CHF 8.—	CHF 13.—	CHF 16.—	CHF 3.—	CHF 81.—
Activités sport et loisirs	CHF 16.—	CHF 10.—	CHF 17.—	CHF 21.—	CHF 10.—	CHF 11.—
Transports	CHF 8.—	CHF 5.—	CHF 8.—	CHF 11.—	CHF 6.—	CHF 12.—
DÉPENSES TOTALES	CHF 73.—	CHF 74.—	CHF 130.—	CHF 198.—	CHF 117.—	CHF 335.—



Impact économique direct et indirect du tourisme

Direct

L'impact direct du tourisme sur une économie est défini par l'impact des dépenses effectuées directement par les touristes.

Indirect

L'impact indirect du tourisme survient au moment où les recettes provenant des dépenses des touristes sont réinjectées dans l'économie (chaîne de consommation engendrant un effet multiplicateur ou effet de levier), ou lorsque de l'argent est investi dans le secteur (investissement).

Estimation 1

Partant de l'hypothèse que la part du PIB créé par le tourisme est la même en Suisse et à Neuchâtel, la première estimation reproduit le schéma national et utilise les mêmes quotes-parts touristiques, par branche économique, afin de rendre compte de la situation dans le Canton de Neuchâtel. Ainsi, à l'instar du tourisme en Suisse, le tourisme à Neuchâtel compterait pour 2.87% du PIB³¹, soit 373 millions de francs en 2011 ce qui représente environ 3'549 emplois à plein temps (EPT) (4.31% de l'emploi total). Cette première estimation représente la limite supérieure de notre fourchette. En effet, l'intensité touristique neuchâteloise est probablement plus faible que la moyenne suisse, ce secteur étant relativement moins développé sur le territoire cantonal. De plus, l'effet de persistance relevé au niveau national (cf. p. 21) explique également une renommée plus importante dans d'autres cantons qu'à Neuchâtel, confirmant la surestimation de cette première méthode.

Estimation 2

Le nombre de nuitées hôtelières étant la seule statistique fiable disponible, la deuxième estimation les considère comme déterminantes quant à la création de valeur.

Cette méthodologie suppose donc qu'une nuitée en Suisse apporte la même valeur ajoutée qu'une nuitée à Neuchâtel. Ainsi, plusieurs hypothèses sont nécessaires: les touristes dépensent le même montant en Suisse et à Neuchâtel, les prestataires touristiques sont aussi efficaces en Suisse qu'à Neuchâtel et à une nuitée hôtelière correspond le même nombre d'excursionnistes en Suisse et à Neuchâtel. Par cette méthode, la quote-part touristique est plus faible que dans le cas de la première estimation. En effet, la part touristique neuchâteloise est de 0.91% du PIB, soit 118 millions de francs et 1'087 emplois (EPT) (1.32% de l'emploi total) en 2011. Il est vraisemblable que cette estimation correspond à la borne inférieure de l'intervalle puisque les excursionnistes dépensent plus à Neuchâtel qu'en Suisse³² et sont probablement proportionnellement plus nombreux. C'est la raison pour laquelle cette deuxième méthode sous-estime vraisemblablement l'impact direct du tourisme sur l'économie neuchâteloise. De plus, le Canton de Neuchâtel dispose d'un fort secteur industriel rendant ainsi la part du PIB que se partagent les autres secteurs de l'activité économique relativement plus faible qu'au niveau suisse.

Au vu des configurations, la seconde estimation des chiffres de valeur ajoutée et de l'emploi devrait toutefois être plus proche de la réalité neuchâteloise que la première.

Z Valeur ajoutée et emplois du secteur tourisme dans le Canton de Neuchâtel, 2011

Z

	ESTIMATION 1	ESTIMATION 2
Quote-part de la valeur ajoutée	2.87%	0.91%
Valeur ajoutée (en millions de CHF)	373	118
Quote-part de l'emploi	4.31%	1.32%
Emplois (EPT)	3'549	1'087

³¹ Source: OFS, Quote-part touristique de la valeur ajoutée brute et de l'emploi

³² Selon le tourisme Suisse en chiffres (édition 2007), en 2003, un excursionniste en Suisse dépense en moyenne CHF 33.— par jour. Selon l'enquête réalisée dans le cadre de cette étude, il dépense en moyenne CHF 77.— par jour.

AA

	PROMOTION	DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE	ACCUEIL
Forces	<ul style="list-style-type: none"> — Mutualisation des coûts et économies d'échelles. — Professionnalisation du marketing — Effet de débordement potentiel et acquisition d'un nouveau marché 	<ul style="list-style-type: none"> — Activités diversifiées et atouts touristiques naturels — Bonne dotation en hôtels haut standing 	<ul style="list-style-type: none"> — Bonne qualité, bien noté — Direction centralisée — Economie locale propice à l'accueil de touristes et voyageurs d'affaires
Faiblesses	<ul style="list-style-type: none"> — Financement: manque de lien de causalité et de transparence — Absence de monitoring due au manque de données — Déficit d'image du canton — Méconnaissance de la plateforme J3L 	<ul style="list-style-type: none"> — Financement: manque de lien de causalité et de transparence — Absence d'auberges de jeunesse — Possibilités de shopping peu diversifiées — Manque d'animations nocturnes — Liaisons en transports publics — Offre de congrès désagrégée — Taux d'occupation hôtelier faible 	<ul style="list-style-type: none"> — Financement: manque de lien de causalité et de transparence — Non-gratuité des transports publics pour les touristes — Fragmentation de l'offre
Opportunités	<ul style="list-style-type: none"> — Développement de statistiques comparatives fiables — Coopération avec les sites internet de réservation en ligne et de promotion des activités — Faire connaître la région à un plus large public 	<ul style="list-style-type: none"> — Inciter les voyageurs d'affaires à devenir des touristes d'affaires — Magasins en zone touristique — Centre de congrès multifonctionnel — Meilleure qualité dans le bas et moyens de gamme de l'offre hôtelière 	<ul style="list-style-type: none"> — Regroupement d'offres et structuration — Rapprochement entre les entreprises et les professionnels du tourisme
Menaces	<ul style="list-style-type: none"> — Implosion de la structure promotionnelle J3L — Perte de contrôle de la promotion du canton — Concurrence directe avec les autres acteurs de la région J3L 	<ul style="list-style-type: none"> — Offre hôtelière pour la clientèle d'affaires saturée 	<ul style="list-style-type: none"> — Canton de Neuchâtel maintenu à l'écart du développement touristique suisse

6.0 ENJEUX ET PERSPECTIVES

Cette étude a pour but d'établir un panorama du tourisme dans le Canton de Neuchâtel, un secteur d'activités nébuleux mais pourtant omniprésent. Tant en termes statistiques que financiers, le tourisme demeure difficile à cerner, tant son impact sur l'économie est disparate. Les auteurs ont ainsi, modestement, apporté leur contribution à la recherche lacunaire dans le domaine.

Les résultats obtenus montrent que le tourisme, dans le Canton de Neuchâtel, est un acteur relativement peu important de l'économie en comparaison nationale, comptant pour environ 1% de la production économique cantonale. Il présente toutefois un intérêt et un potentiel non négligeables de développement, tant son essor impacte de nombreux secteurs économiques. Par la création d'emplois, le tourisme pourrait par ailleurs offrir des perspectives professionnelles aux personnes peu ou pas qualifiées, notamment dans la restauration, l'hôtellerie ou les transports. Afin de se développer, le secteur du tourisme dans le Canton de Neuchâtel va au-devant de belles opportunités, mais voit également planer au-dessus de lui un certain nombre de menaces qu'il lui conviendra d'appréhender de manière adéquate.

Un aperçu des forces, faiblesses, opportunités et menaces du secteur est proposé dans la matrice SWOT³³.

La matrice présente les défis du secteur sous l'angle de la promotion, de l'accueil et de l'offre. La loi définissant désormais clairement les rôles, le premier défi sera d'appliquer correctement la loi et de faire en sorte que chaque entité reste dans ses prérogatives respectives.

AA
Matrice SWOT du secteur tourisme du Canton de Neuchâtel

³³ SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

Recommandations:

- L'organe de promotion touristique supracantonal J3L souffre actuellement d'un déficit d'image auprès des professionnels du tourisme et d'un manque de notoriété auprès des touristes eux-mêmes. Si sa récente création explique en partie ce manque de notoriété, il est à relever que le sentiment d'appartenance à l'espace supracantonal n'est pas ou peu partagé par les acteurs de la branche, rendant l'efficacité du modèle compliquée.
- Le financement de la promotion et du développement de l'offre touristique contribuent, de par leur opacité, à entretenir un sentiment de défiance envers les différents organismes malgré une clarification dans la nouvelle loi. Afin d'améliorer la transparence et l'acceptabilité de J3L et de Tourisme neuchâtelois (ce qui implique de respecter la nouvelle loi en vigueur), plusieurs pistes devraient être explorées:
 - La causalité des taxes devrait être privilégiée: dans le système actuel, la multitude des taxes amène le contributeur à penser qu'il cotise à un impôt déguisé, sans contrepartie apparente. Il lui est en outre demandé des émoluments pour d'autres prestations de J3L quand bien même les taxes ne répondent pas de manière satisfaisante au principe de transparence.
 - Les taxes pourraient ainsi être utilisées, par exemple, pour financer, en partie, la gratuité des transports publics pour les hôtes séjournant dans les établissements hôteliers neuchâtelois, pratique usuelle dans d'autres villes et régions de Suisse.
 - Une part importante du revenu de la taxe sur les établissements publics (dont s'acquittent les restaurateurs) est reversée à Tourisme neuchâtelois pour développer l'offre touristique. Or, le tourisme a un impact positif sur de nombreux secteurs d'activités, ainsi que l'attestent les comptes satellites du tourisme (13 secteurs d'activités concernés) et les résultats des dépenses issues de l'enquête qualitative. La contribution de chaque secteur bénéficiant du tourisme devrait être revue pour améliorer le sentiment d'équité.
- Les visiteurs qui dépensent le moins sont les excursionnistes alors que ceux qui dépensent le plus sont les touristes d'affaires. La priorité de développement cantonale devrait donc s'axer sur ces derniers. En l'occurrence, un développement de capacités d'accueil hôtelières de moyen et haut standing serait nécessaire au vu des taux d'occupation élevés dans ce segment, annonçant une saturation. De manière complémentaire, un centre de congrès multifonctionnel revêt un potentiel économique particulièrement important et pourrait permettre simultanément de développer l'offre dans le segment haut de gamme.
- Il n'y a aucune auberge de jeunesse sur le territoire cantonal, retirant le canton des destinations privilégiées des «backpackers».
- Les hôtels bas à moyen de gamme ont un taux d'occupation faible, alors qu'une demande existe auprès des visiteurs du canton, tant de loisirs que d'affaires. La qualité de ces établissements devrait être améliorée, ainsi que leur visibilité.
- Les possibilités de shopping proches des lieux touristiques sont insuffisamment développées pour attirer de nouveaux touristes ou pour satisfaire une partie des visiteurs actuels, en particulier, paradoxalement, dans l'horlogerie qui est pourtant appréciée et pour laquelle l'offre touristique a récemment été bien développée.
- Les professionnels du tourisme devraient se rapprocher des entreprises neuchâteloises pour développer davantage le tourisme d'affaires, notamment en incitant les voyageurs d'affaires à devenir des touristes d'affaires.

SOURCES

Bon à savoir, Offices du tourisme: l'écoute du client n'est pas une qualité innée, mai 2014

Borzykowski Nicolas (2014), Deep Dive into the Demand for Tourism: a Panel Approach, Université de Neuchâtel, août 2014.

CREA (2014), Prévisions pour l'économie suisse en 2014-2016, www.hec.unil.ch/crea/res0514.pdf, dernière consultation: le 19.09.2014.

Fédération suisse du tourisme (2008), Le tourisme suisse en chiffres 2008.

Furger Peter, Zenhäusern Andreas, Perruchoud Marie-Françoise, Délétroz Nicolas (2005), Le Tourisme dans le canton de Neuchâtel

Haute école de gestion Arc (2013), Institut du management et des systèmes d'information (IMSI), Etude de notoriété et d'image Jura & Trois-Lacs

JURA & TROIS-LACS (2013), Rapport de gestion 2013.

JURA & TROIS-LACS (2014a), Hôtels 2014, www.J3L.ch, dernière consultation: le 19.09.2014.

JURA & TROIS-LACS (2014b), Pays de Neuchâtel: Guide touristique 2014, www.J3L.ch, dernière consultation: le 19.09.2014.

JURA & TROIS-LACS (2014c), Logis de vacances 2014, www.J3L.ch, dernière consultation: le 19.09.2014.

JURA & TROIS-LACS (2014d), Meetings, Incentives, Congress, Events, www.J3L.ch, dernière consultation: le 19.09.2014.

Fédération suisse du tourisme (2007), le tourisme suisse en chiffres

OCDE (2014), OECD Tourism Trends and Policies 2014

OFS (2008), Compte satellite du tourisme de la Suisse, 2001 et 2005, Principes, méthode et résultats, Statistiques de la Suisse, Thomas Bauman et Ueli Schiess.

OFS (2010), Indicateurs annuels du compte satellite du tourisme — Rapport méthodologique, Actualité OFS Mars.

OFS (2012), Le système suisse des comptes satellites du tourisme, Résultats pour la période 2008–2010, Actualité OFS, Mars.

OFS (2013), La statistique suisse du tourisme 2012, Statistiques de la Suisse, Yves Strauss, Lisa Bergen, Jeanine Lüthi, Ueli Schiess.

OFS (2014), Statistique de l'hébergement touristique en 2013, www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/news/medienmitteilungen.html?pressID=9408, dernière consultation: le 19.09.2014.

République et Canton de Neuchâtel, Plan Directeur cantonal, 2011.

SECO (2014), Prévisions du 17.06.2014, www.seco.admin.ch/themen/00374/00375/00376/?lang=fr, dernière consultation: le 19.09.2014.

Tourisme bernois, Site Internet, www.bern.com/fr/pla-nification/tourist-information, dernière consultation: le 19.09.2014.

Tourisme fribourgeois, Site Internet, www.fribourgtourisme.ch/fr, dernière consultation: le 19.09.2014.

Tourisme jurassien, Site Internet, www.juratourisme.ch/, dernière consultation: le 19.09.2014.

Tourisme neuchâtelois, Site Internet, www.neuchatel-tourisme.ch, dernière consultation: le 19.09.2014.

IMPRESSUM

**Chambre Neuchâteloise
du commerce et de l'industrie**
Rue de la Serre 4
2001 Neuchâtel

Rédaction:
Patricia Da Costa, Nicolas Borzykowski, Matthieu Aubert, économistes

Avec la participation du:
Service de statistique du Canton de Neuchâtel
Gérard Geiser
Rue du Château 19
2001 Neuchâtel

Avec la précieuse collaboration de:
Institut Créa, Université de Lausanne
Claudio Sfreddo

Conception graphique et illustrations:
supero.ch

