

L'étude 2026 de Swiss Bankers – La sécurité est importante, mais le prix reste le facteur déterminant : Les Suisses adaptent leurs habitudes de voyage aux incertitudes géopolitiques

- **Le prix avant la sécurité** : 67 % des Suisses indiquent que la sécurité est importante pour eux, mais ils choisissent néanmoins souvent l'offre la moins chère ou la plus attractif au moment de réserver.
- **Les États-Unis également évités** : 74 % évitent actuellement certaines régions. Les plus souvent citées sont le Moyen-Orient (51,9 %), l'Ukraine et la Russie (25,2 %), ainsi que les États-Unis (24,9 %).
- **Les changements de réservation deviennent le « new normal »** : seuls 54 % ont pu effectuer leur dernier voyage comme prévu initialement. Les développements géopolitiques influencent de plus en plus les décisions de voyage.
- **Le besoin de protection s'accroît** : l'assurance voyage prend de l'importance.. 74,6 % estiment que c'est plus important aujourd'hui qu'il y a deux à trois ans.

Zurich, le 16 juin 2026 – L'envie de voyager de la population suisse reste intacte. Malgré les tensions géopolitiques, la hausse des coûts et l'augmentation des incertitudes, nombreuses sont les personnes qui continuent de prévoir des budgets vacances conséquents. Dans le même temps, l'étude annuelle réalisée par Swiss Bankers montre que les comportements de voyage évoluent : les destinations sont choisies de manière plus réfléchie, les plans de voyage sont modifiés plus fréquemment et les considérations de sécurité prennent de l'importance – du moins en termes de perception.

Les vacances restent prisées, mais les budgets de luxe se font plus rares

En 2026 également, les Suisses continuent d'investir des sommes importantes dans leurs vacances. Un tiers des personnes interrogées ont effectué trois voyages ou plus au cours des douze derniers mois. 41,9 % dépensent entre 2'000 et 4'000 francs par an pour leurs voyages. 20,8 % supplémentaires prévoient un budget entre 4'001 et 6'000 francs, tandis que 11,9 % se situent même dans le segment haut de gamme avec plus de 6'000 francs.

La sécurité est le critère de voyage le plus important

Lors de la planification d'un voyage, la sécurité à destination arrive clairement en tête. Au total, 78,1 % des répondants considèrent ce facteur comme important ou plutôt important. Le confort arrive en deuxième position (68,7 %), suivi du souhait de vivre des expériences particulières (66,3 %). En revanche, le développement durable reçoit beaucoup moins d'attention. Seuls 13,1 % considèrent les aspects écologiques comme importants et 26,9 % comme plutôt importants.

Le prix l'emporte sur la sécurité lors de la réservation

Malgré l'importance accordée aux aspects de sécurité, les décisions concrètes en matière de réservation révèlent une autre réalité. Pour 55,6 % des personnes interrogées, le prix a été le facteur déterminant lors de leur dernière réservation. La météo et le climat arrivent en deuxième position, tandis que les considérations de sécurité n'occupent que la troisième place, avec environ 25 %.

On observe ici un décalage marqué entre les intentions et le comportement réel : 67 % des personnes interrogées déclarent que la sécurité est certainement importante en principe, mais qu'au moment de la réservation, elles choisissent souvent l'offre la moins chère ou la plus attractive.

Les voyages se rapprochent de la Suisse

Les destinations privilégiées évoluent également. Pour 36,9 % des personnes interrogées, les pays d'Europe du Sud comme l'Italie, l'Espagne ou la Grèce sont aujourd'hui davantage envisagés qu'il y a deux à trois ans. La Suisse elle-même arrive en deuxième position avec 32,4 %, suivie de l'Allemagne et de l'Autriche.

Parallèlement, 74 % des Suisses évitent actuellement certaines régions de manière délibérée. Le Moyen-Orient est cité le plus souvent (51,9 %), suivi de l'Ukraine et de la Russie (25,2 %). Il est également intéressant de constater que 24,9 % évitent volontairement les États-Unis.

Les conflits géopolitiques influencent les décisions de voyage

Les conséquences des crises mondiales se reflètent directement dans le comportement des voyageurs. 80,9 % des personnes interrogées indiquent que le conflit au Moyen-Orient influence leurs décisions de voyage. La hausse des coûts de voyage et l'inflation ont un impact presque aussi important (78,9 %).

La guerre en Ukraine ainsi que le changement climatique et les phénomènes météorologiques extrêmes ont comparativement moins d'influence sur les voyages

concrets, même si plus de sept personnes interrogées sur dix les considèrent comme des facteurs pertinents.

Seuls 54 % des répondants ont pu effectuer leur voyage au cours des douze derniers mois comme prévu initialement. 20,8 % ont réservé plus spontanément que d'habitude, 8,9 % ont changé de destination, 7,1 % ont reporté leur voyage et 6,9 % l'ont annulé complètement.

La stabilité politique procure un sentiment de sécurité

Les personnes qui ont modifié leurs projets de voyage ont fait preuve de flexibilité : 34,6 % sont parties à une date ultérieure, 29,8 % ont opté pour un autre mode de transport et 26,5 % ont passé leurs vacances en Suisse. 22 % ont complètement renoncé à leur voyage prévu.

Lors du choix d'une destination alternative, les considérations financières ont joué le rôle le plus important (36 %). Un sentiment de sécurité accru était toutefois presque aussi déterminant (31,5 %).

Pour les Suisses, la sécurité signifie avant tout la stabilité politique (42,9 %), un faible taux de criminalité (36,8 %), des soins médicaux de qualité sur place (36,1 %) ainsi que des options de voyage sûres pour les trajets aller et retour (35,3 %). En conséquence, les troubles politiques et les conflits (53,4 %), ainsi que la violence et les attentats terroristes à destination (47,5 %), figurent actuellement parmi les principales préoccupations de voyage de la population.

Confiance dans les sources d'information officielles

Les voyageurs suisses s'informent principalement sur les risques éventuels auprès des autorités officielles. 41,6 % utilisent les informations du Département fédéral des affaires étrangères (DFAE), tandis que 38,3 % consultent des portails d'information en ligne.

Les modifications de voyage entraînent des coûts supplémentaires

76,8 % des personnes concernées ont dû assumer des coûts supplémentaires en raison de la modification de leurs plans de voyage. Dans la plupart des cas, ces coûts se situaient entre 200 et 1'000 francs (40,1 %).

Pour les financer, 32 % ont puisé dans leurs économies. 20,7 % ont pu couvrir ces dépenses grâce à leur budget actuel, tandis que 15,8 % ont dû renoncer à d'autres dépenses. 17,7 % remboursent actuellement ces coûts supplémentaires par acomptes. Seuls 13,8 % ont demandé le remboursement des frais engagés auprès d'une compagnie d'assurance voyage.

Les assurances voyage gagnent en importance

38,4 % disposent déjà d'une assurance voyage, tandis que 25,4 % bénéficient d'une couverture de base. 15,5 % sont assurés mais ne savent pas précisément quelle est leur couverture. Seuls 20,7 % déclarent ne pas avoir d'assurance voyage actuellement ou ne pas connaître leur statut d'assurance.

74,6 % des personnes interrogées considèrent les assurances voyage comme plus importantes aujourd'hui qu'il y a deux à trois ans. Parallèlement, 77,8 % estiment être bien informées sur le sujet.

Swiss Bankers réagit aux incertitudes

L'étude montre que les développements et les incertitudes géopolitiques entraînent de plus en plus de modifications de dernière minute des plans de voyage. Dans le même temps, plus des trois quarts des personnes concernées ont supporté des coûts supplémentaires.

Avec [TravelProtect](#), Swiss Bankers propose une assurance voyage numérique et gratuite via [la carte prépayée Travel](#), qui aide les voyageurs à faire face aux conséquences financières de changements de voyage imprévus. La couverture comprend notamment des prestations en cas d'annulation de voyage, d'interruption de voyage ainsi qu'en cas de perte ou de retard de bagages. Swiss Bankers répond ainsi au besoin croissant de nombreux voyageurs de bénéficier d'une plus grande prévisibilité financière et de davantage de flexibilité dans un environnement de voyage toujours plus dynamique.

À propos de l'étude

Les résultats présentés reposent sur une enquête représentative réalisée par l'institut d'études de marché Appinio pour le compte de Swiss Bankers. Entre le 29 mai et le 9 juin 2026, un total de 1'000 personnes en Suisse ont été interrogées. L'échantillon comprend 488 femmes et 512 hommes âgés de 18 à 65 ans et est représentatif de la population résidente suisse en termes de sexe, d'âge et de région linguistique.

Newsroom avec téléchargement d'images : <https://newsroom.grip-agency.ch/preview/fr/newsroom-des-clients/la-securite-est-importante-mais-le-prix-reste-le-facteur-det.html>

À propos de Swiss Bankers Prepaid Services SA

Swiss Bankers est un prestataire de services financiers à vocation internationale, présent dans les cantons de Berne et Zurich ainsi qu'à Vaduz (Liechtenstein). Depuis janvier 2025, la banque fait partie de la Hypothekarbank Lenzburg SA. Swiss Bankers développe, distribue et traite des produits de paiement innovants, basés sur des avoirs, pour des transactions sans espèces sûres à l'échelle mondiale.

Au sein du groupe comprenant la Hypothekarbank Lenzburg et Finstar AG, Swiss Bankers continue d'élargir son offre dans les domaines des paiements et du financement, ainsi que de l'embedded finance et du banking-as-a-service.

Par ailleurs, l'application Swiss Bankers permet des transferts d'argent peer-to-peer basés sur carte, indépendants de tout compte, depuis la Suisse vers de nombreux pays, ainsi que la commande de devises en plus de 60 monnaies livrées directement à domicile.

L'entreprise a été fondée en 1975 et s'est fait connaître grâce aux Travelers Cheques. Aujourd'hui, les produits de cartes Swiss Bankers peuvent être obtenus directement sur www.swissbankers.ch ou auprès de plus de 200 partenaires de distribution.

Pour en savoir plus : www.swissbankers.ch

Contact médias

Jenny A. Albert

Agence GRIP

Tél. : 043 222 60 44

E-mail : swissbankers@grip-agency.ch