

Caractéristiques des visiteurs dans quatre parcs naturels suisses et leur valeur ajoutée touristique



© Landschaftspark Binntal/L. Fischer

Études des parcs Jura vaudois, Ela, Gantrisch et Binntal.

Florian Knaus
Septembre 2018

Citation :

Knaus F. 2018. Caractéristiques des visiteurs dans quatre parcs naturels suisses et leur valeur ajoutée touristique. Études des parcs Jura vaudois, Ela, Gantrisch et Binntal. Rapport de projet du Réseau des parcs suisses, Bern et de l'ETH Zürich, Zürich.

Avant-propos

Cette étude a été réalisée dans le cadre d'un projet Innotour financé par le Secrétariat d'Etat à l'économie de Suisse, le SECO. Le projet a été initié par le Réseau des parcs suisse et mis en œuvre en étroite collaboration entre l'ETH Zurich, le Réseau des parcs suisses et les quatre parcs pilotes, à savoir le Landschaftspark Binntal, le Parc Ela, le Naturpark Gantrisch et le Parc Jura vaudois. Dans le cadre de ce projet, d'importantes bases pour de futurs sondages auprès des visiteurs dans les parcs ont pu être créées : En plus d'un questionnaire concentré sur l'essentiel, de nombreuses questions méthodologiques importantes concernant la conception et l'évaluation des enquêtes ont pu être clarifiées afin de faciliter la réalisation des futures études et analyses de la valeur ajoutée.

Le rapport est délibérément concis et les résultats sont présentés pour la plupart sous forme de comparaison entre les parcs. Les résultats détaillés pour les différents parcs peuvent être tirés des tableaux et des présentations. Cette approche vise à mettre à disposition et garantir une information adéquate pour toute personne intéressée ainsi que pour le public cible des parcs respectifs.

Je vous souhaite une lecture productive !



Florian Knaus,
ETH Zürich

Résumé

Pour la première fois en Suisse, l'étude présentée ici a récolté et comparé des informations détaillées sur les visiteurs de différents parcs naturels. Dans ce but, questionnaires imprimés et/ou des cartes postales avec un QR-code renvoyant à la version en ligne ont été distribués sur 24 journées réparties sur une année dans les parcs Binntal, Ela, Gantrisch et Jura vaudois aux endroits stratégiques et les visiteurs ont été comptés. Les questionnaires renvoyés et saisis (total : 4'577, taux de réponse de 25% pour les questionnaires en ligne et de 50% pour les questionnaires imprimés) ont ensuite été analysés en détail.

Les résultats montrent qu'il existe de nombreuses similitudes entre les visiteurs des quatre parcs que ce soit pour leurs motivations, caractéristiques ou activités, mais qu'il y a aussi des spécificités pour chaque parc dans certains domaines. En résumé, environ 80-90% des visiteurs viennent de Suisse et le reste des pays voisins ou proches. Une part importante des visiteurs suisses vient des centres urbains. Le visiteur type a environ 50 ans et voyage dans le parc en voiture à deux ou en famille pour faire de la randonnée été comme hiver. La plupart du temps, il/elle s'est déjà rendu/e plusieurs fois dans le Parc et se considère même comme un/e habitué/e. Dans les parcs Gantrisch et Jura vaudois, il/elle se rend dans le Parc pour la journée, tandis qu'il/elle passe plutôt plusieurs jours dans les parcs Binntal et Ela (dans un hôtel ou dans un appartement de vacances). Tous les visiteurs se basent sur ce que leur ont dit des amis pour aller dans les parcs et utilisent – dans une moindre mesure – internet comme source d'inspiration pour leur voyage. Les raisons principales qui motivent les visiteurs à se rendre dans un parc sont : trouver un endroit pour randonner proche de son lieu d'habitation, avec de beaux paysages et une nature préservée et offrant du calme, loin de son quotidien. Seul 10 à 20% des visiteurs viennent à cause du Parc (avec ses offres, informations et activités). Les visiteurs sont très satisfaits de leur séjour, bien qu'ils le soient un peu moins avec l'offre de transports publics et l'accès aux informations.

Pendant leur séjour, les visiteurs dépensent entre CHF 20.- et CHF 100.- par jour. Sur un total de visiteurs de 56'000 (Binntal), 182'000 (Ela), 596'000 (Gantrisch) et 133'000 (Jura vaudois) et une fréquentation¹ de 384'000 visiteurs (Binntal), 1'546'000 visiteurs (Ela), 1'021'000 visiteurs (Gantrisch) et 266'000 visiteurs (Jura vaudois), la valeur ajoutée touristique totale s'élève à CHF 22.3 Mio (Binntal), 105.8 Mio (Ela), 29.3 Mio (Gantrisch) et 11.2 Mio (Jura vaudois). Sur le total de cette valeur ajoutée touristique, 3.7 Mio peuvent être attribués aux activités du Parc naturel de la vallée de Binn, 8.8 Mio au Parc Ela, 7.3 Mio au Parc naturel Gantrisch et 1.7 Mio au Parc Jura vaudois. Exprimé en place de travail, cela se traduit en 40 places de travail à plein temps dans le Binntal, 82 à Ela, 87 au Gantrisch et 18 au Jura vaudois. Par rapport aux fonds publics investis par la Confédération, le canton et les communes, la valeur ajoutée touristique induite par les parcs est de 1,5 à 6 fois supérieure - un investissement rentable.

Ces résultats nous permettent de conclure qu'il existe un potentiel important pour la création d'offres qui intègrent des activités payantes et des nuitées. Si ces offres plaisent aux visiteurs, cela générera plus de demande dans le parc grâce au bouche à oreille, source d'information la plus importante pour les visiteurs. Ces offres doivent aussi être visible sur internet et bien présentées. Un autre potentiel réside dans l'expansion des transports publics ce qui permettra aussi de réduire la part d'arrivées en voitures.

Dans cette étude, des difficultés habituelles quant au relevé de la fréquentation touristique ont été rencontrées : l'estimation faite sur la base de la moyenne des visiteurs comptabilisés était très basse par rapport à celle faite sur la base des nuitées hôtelières de l'OFS. Cela montre qu'il n'est pas possible, avec des comptages, de recueillir des chiffres fiables sur le nombre de visiteurs à un coût/investissement raisonnable pour les parcs. Les estimations basées sur les nuitées posent elles-aussi des difficultés, en particulier dans des zones où il y a peu d'activités hôtelières. Les dépenses journalières, ainsi que la part de visiteurs qui se rendent dans le parc à cause de celui-ci, ont pu toutefois être bien calculées. Cependant, comme la valeur ajoutée touristique induite par le parc est un produit de ces trois facteurs, la valeur ajoutée calculée reste également sujette à une grande incertitude. Nous pouvons espérer qu'à l'avenir, des mesures automatisées permettront de déterminer de manière plus fiable le nombre de visiteurs – ce qui n'est pas facile pour des grands parcs naturels comptant de nombreux points d'entrée.

¹ La fréquentation désigne la somme totale de visiteurs présents par jour sur une période donnée. Les visiteurs passant x jours dans la région sont ainsi comptabilisés x fois.

Remerciements

Le Réseau des parcs suisse et l'ETH Zurich remercient le Seco et Innotour pour leur contribution au financement du projet. Irene Clausen et Dominique Weissen (Landschaftspark Binntal), Dieter Müller (Parc Ela), Ramona Gloor (Naturpark Gantrisch) et Marie Laperrière (Parc Jura vaudois) ainsi que le personnel des parcs concernés, méritent nos sincères remerciements pour leur confiance dans ce projet ainsi que pour avoir servi comme zones pilotes et pour leur contributions pratiques qui ont soutenu la mise au point du questionnaire, des méthodes de sondage et des résultats. Un grand merci aux collaborateurs du Réseau des parcs suisses qui se sont chargés de la coordination et réalisation de l'enquête, de la collecte et la saisie des données, de la représentation cartographique ainsi que de nombreuses autres tâches qui se sont succédées : Rianne Roshier, Claudio Föhn, Ruslan Sialm, Erica Baumann, Tina Müller - sans vous cette étude n'aurait pas été possible.

Table des matières

Résumé.....	iv
Remerciements	v
1. Introduction.....	1
2. Méthodologie.....	3
2.1 Lieux et jours de distribution	3
2.2 Méthode de sondage	5
2.3 Contenu de l'enquête	5
2.4 Évaluation des données	6
2.4.1 Fréquentation touristique.....	6
2.4.2 Valeur ajoutée induite par le tourisme.....	7
2.4.3 Valeur ajoutée induite par les parcs	8
2.4.4 Évaluation de la valeur ajoutée induite par le parc	8
3. Résultats.....	9
3.1 Échantillon, taux de réponse, support pour les sondages et langue	9
3.2 Caractéristiques des visiteurs.....	10
3.2.1 Provenance	10
3.2.2 Socio-démographie	12
3.2.3 Habitudes de voyage.....	13
3.2.4 Inspiration pour le voyage et sources d'informations	16
3.2.5 Raisons de visiter les parcs.....	18
3.2.6 Activités durant le séjour	20
3.2.7 Satisfaction quant au séjour dans le parc	22
3.2.8 Dépenses pendant le séjour.....	24
3.3 Fréquentation touristique.....	26
3.3.1 Estimation sur la base des comptages aux lieux de distribution	26
3.4 Chiffre d'affaires touristique et valeur ajoutée.....	29
3.4.1 Chiffre d'affaire touristique total.....	29
3.4.2 Valeur ajoutée.....	31
3.4.3 Évaluation de la valeur ajoutée induite par le parc	32
3.5 Comparaison de l'échantillon «imprimé» vs «online».....	32
4. Discussion.....	34
4.1 Critique de la méthodologie.....	34
5. Conclusion	36
6. Références.....	37
Annexes.....	39
A1: Sondage	39
A2: Lieux de distribution	41
A3: Consignes pour la mise en œuvre du sondage dans les parcs.....	43
A4: Répartition des dépenses quotidiennes des visiteurs entre les différents types d'hébergement	45
A5 : Informations détaillées sur le calcul de la fréquentation touristique	46
A5.1 Modèle de régression pour l'attribution de la qualité météorologique.....	46
A5.2 Nombre, fréquentation et durée du séjour des visiteurs par type d'hébergement.....	46
A5.3 Conversion du nombre de visiteurs en fréquentation	46
A6: Calcul du chiffre d'affaires brut avec valeurs différenciées et approximatives.....	48

1. Introduction

Avec l'apparition du concept de développement durable dans les années 1990, les espaces protégés ont également élargi leur rayon d'action : outre les efforts traditionnels de protection de la nature et du paysage, d'autres domaines d'action ont été introduits dans le cadre de l'économie et de la société pour la gestion des aires protégées. Cette expansion se reflète dans les exigences des aires protégées modernes dans lesquelles les fonctions de protection, de développement, d'éducation et de recherche sont traitées de manière égale (Borrini-Feyerabend et al. 2013). Dans de nombreux cas, l'accent est mis sur les effets économiques régionaux. En Suisse, par exemple, l'article 23g de la loi sur la protection de la nature et du paysage impose aux parcs naturels régionaux de préserver la qualité et le paysage, de renforcer l'économie durable et de promouvoir la commercialisation des biens et services.

L'approche la plus utilisée et la mieux étudiée à ce jour pour remplir la fonction de développement économique dans un parc est la promotion du tourisme (Mayer et Job 2014). Avec le développement de nouveaux produits touristiques, leur commercialisation et le renforcement de l'image et de la notoriété de la région du parc, il est possible d'attirer de nouveaux visiteurs dans la région. Grâce à leur consommation de biens et de services, ceux-ci génèrent, dans la région du parc, un chiffre d'affaires qui peut être directement attribué au parc. Les effets économiques de cette augmentation de la demande stimulée par le tourisme dans les parcs ont déjà été étudiés dans plusieurs parcs suisses (Knaus & Backhaus 2014). Les effets économiques sont quantifiés par ce qu'on appelle la valeur ajoutée. La valeur ajoutée fait référence à l'augmentation de la valeur des biens réalisés dans la région du parc dans un processus de production utilisant du personnel, des machines et des matériaux auxiliaires. Étant donné que seule la plus-value elle-même est prise en compte dans la valeur ajoutée, tant la TVA que les matières premières, les consommables et les amortissements doivent être déduits du chiffre d'affaires généré. Les entreprises de la région du parc utilisent la valeur ajoutée qu'elles génèrent pour payer les salaires de leurs employés, faire des investissements et réaliser des profits.

La valeur ajoutée peut en principe être déterminée sur la base de l'offre ou de la demande (Knaus & Backhaus 2014). Dans l'approche axée sur l'offre, on demande aux entreprises quel est leur chiffre d'affaires et quelle est la part qui peut être retracée jusqu'au parc. Cette approche est difficile car de nombreuses entreprises ne veulent pas divulguer leurs chiffres et sont souvent incapables d'estimer avec précision la part de leur chiffre d'affaires générée par les activités du parc. Dans l'approche orientée sur la demande (plus fréquemment utilisée), les clients, c'est-à-dire l'ensemble des visiteurs touristiques de la région du parc, sont interrogés sur leurs dépenses. Afin de déterminer quelle part de la valeur ajoutée induite par le tourisme peut être attribuée au parc, le sondage doit porter sur le rôle du parc dans la décision qui a conduit le visiteur à se déplacer dans la région. Les résultats obtenus jusqu'à présent montrent que la proportion de visiteurs ayant une affinité pour le parc et la valeur ajoutée générée par le parc varient considérablement (Knaus & Backhaus 2014) : dans la Biosfera Val Müstair, 12% de tous les visiteurs viennent dans la région à cause du parc et ont généré une valeur ajoutée de CHF 3,8 millions en 2012. Dans l'UNESCO biosphère Entlebuch en 2011, 16% des visiteurs étaient visiteurs du parc et ont généré une valeur ajoutée de CHF 5,2 millions. Enfin, en 2012, 35% des visiteurs se rendaient dans la région du Parc National pour le Parc National et ont généré une valeur ajoutée de CHF 19,7 millions.

Dans ce projet, la valeur ajoutée induite par le tourisme est déterminée pour quatre parcs naturels suisses, à savoir : *Parc Ela*, *Landschaftspark Binntal*, *Naturpark Gantrisch* et *Parc Jura vaudois* (figure 1.1). La méthode basée sur la demande et introduite par Küpfer (2000) et développée ensuite par Knaus (2012), Backhaus (2013) et Knaus & Backhaus (2014) est utilisée. Le projet a deux objectifs. Le premier objectif est axé sur le contenu : pour les quatre parcs étudiés, (1) le facteur parc, c'est-à-dire la proportion de visiteurs se rendant dans la région en raison du parc naturel, (2) les fluctuations de cette proportion entre l'été et l'hiver et (3) la valeur ajoutée touristique annuelle y sont déterminées. Un deuxième objectif est d'ordre méthodologique : la méthode du sondage existante doit être affinée et encore mieux adaptée au contexte des parcs naturels. L'accent sera mis sur la détermination plus précise du facteur parc, la comparaison des différentes variantes d'extrapolation du nombre total d'invités et la détermination de l'affinité et de la typologie des visiteurs par rapport aux enquêtes en ligne. Le développement de ces domaines permet de poser des bases pour des études sur la valeur ajoutée futures rentables et valides dans les parcs naturels suisses.

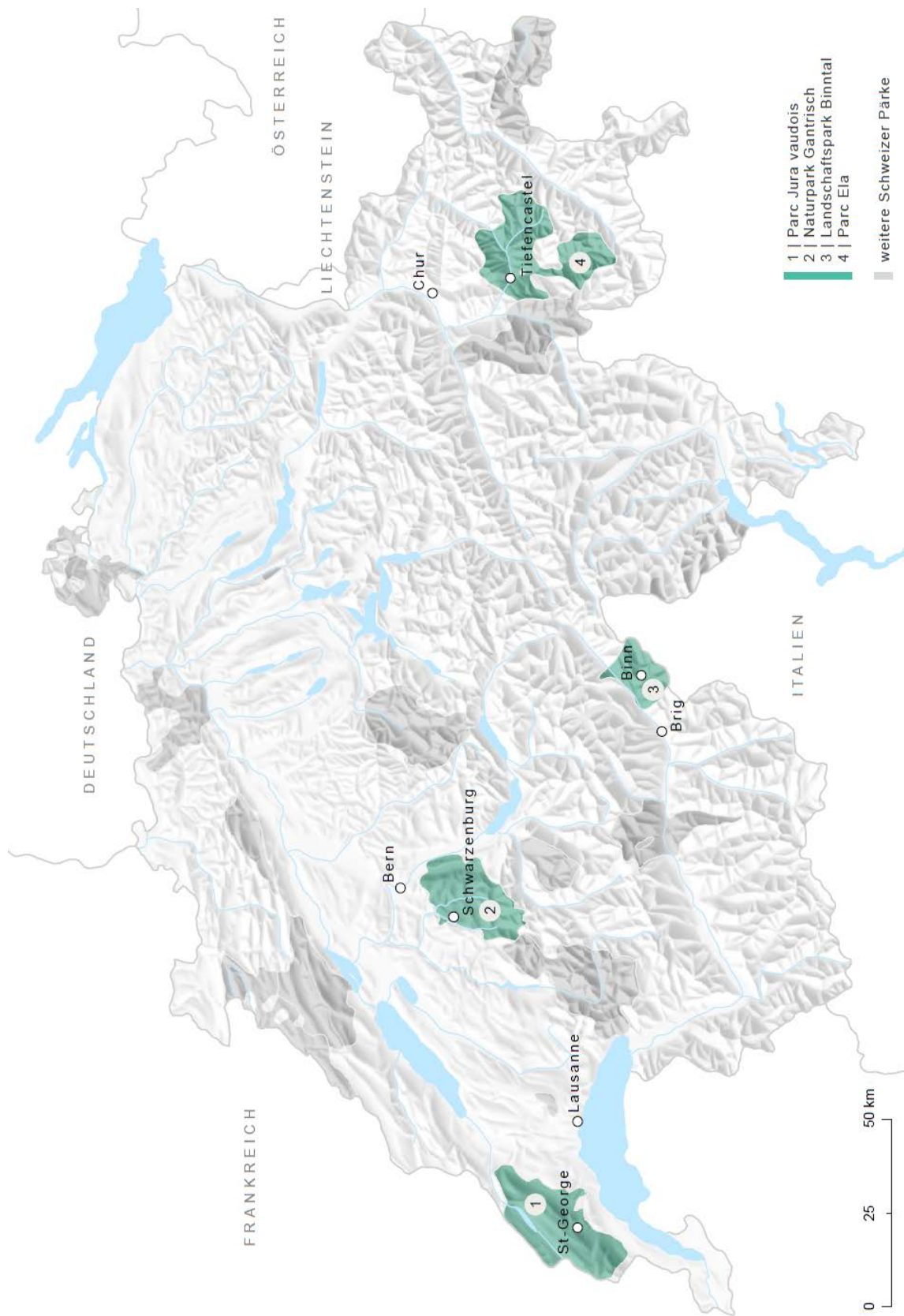


Figure 1.1: Position des quatre parcs naturels étudiés en Suisse. © Netzwerk Schweizer Parke 08/18; Daten: Netzwerk Schweizer Parke und Bundesamt für Umwelt, swisstopo.

2. Méthodologie

2.1 Lieux et jours de distribution

Des sondages ont été menées dans les quatre parcs naturels pour déterminer les paramètres de calcul de la valeur ajoutée. En collaboration avec les responsables des parcs et les professionnels du tourisme des régions des parcs, la première étape visait à définir les emplacements stratégiques les plus importants pour la distribution du questionnaire. Avec ces lieux, le but est de couvrir une grande quantité (environ 90 %) des visiteurs présents dans le parc lors d'une seule journée de distribution. Tous les types de visiteurs doivent également être atteints à l'aide de ces emplacements stratégiques. Avec ces deux points de départ, on devrait obtenir pour l'échantillon une image représentative du visiteur des parcs bien que l'on ne connaisse pas le nombre total de visiteurs. Entre 5 et 15 lieux de distribution ont été définis par parc (tableau 2.1, détails sur les lieux de distribution dans l'annexe A2). Selon les parcs, les lieux de distribution peuvent varier entre l'hiver, l'été et la basse saison, car la pertinence stratégique des points de distribution peut varier selon la saison. Aux lieux de distribution, des questionnaires ont été distribués durant une demi-journée sur au moins 24 jours tout au long de l'année. Tous les visiteurs ont reçu des questionnaires, soit à l'arrivée, le matin entre 7h et 12h, soit lors du départ, l'après-midi entre 15h et 21h. Aux points de distribution, le nombre de questionnaires et de cartes postales distribués et refusés ont été enregistrés, ce qui a permis d'estimer le nombre de visiteurs par endroit (voir également les instructions aux distributeurs dans l'annexe A3). Les données de distribution sont classées selon plusieurs critères : les jours de semaine et les week-ends (au moins 12 jours chacun), la période (haute saison été : au moins 10 jours / haute saison hiver : 6 jours; basse saison printemps : 4 / basse saison automne : 4) et la météo (au moins 12 jours chacun pour pluie et beau temps). En plus des jours de distribution prédéfinis (tableau 2.1), la météo a également été incluse dans une sous-catégorie qui ne pouvait être planifiée à l'avance. Avec un déséquilibre entre les jours de pluie et les jours ensoleillés, les jours de distribution ont été spontanément différés. Néanmoins, toutes les exigences prédéfinies pour les différentes catégories n'ont pas pu être satisfaites (tableau 2.1).

Tableau 2.1: Journées de distribution du questionnaire dans les 4 parcs naturels. Haute saison (orange), basse saison (beige) pendant la période du projet de mai 2017 à juin 2018.

Journée de distribution	Binntal	Parc Ela	Gantrisch	Jura vaudois
1	16.05.2017	16.05.2017	16.05.2017	01.07.2017
2	27.05.2017	27.05.2017	27.05.2017	16.07.2017
3	13.06.2017	10.06.2017	18.06.2017	27.07.2017
4	18.06.2017	18.06.2017	28.06.2017	08.08.2017
5	28.06.2017	28.06.2017	02.07.2017	20.08.2017
6	02.07.2017	01.07.2017	15.07.2017	30.08.2017
7	15.07.2017	15.07.2017	27.07.2017	04.09.2017
8	27.07.2017	27.07.2017	08.08.2017	16.09.2017
9	08.08.2017	08.08.2017	20.08.2017	24.09.2017
10	20.08.2017	20.08.2017	04.09.2017	05.10.2017
11	04.09.2017	04.09.2017	16.09.2017	21.10.2017
12	16.09.2017	16.09.2017	05.10.2017	28.10.2017
13	05.10.2017	05.10.2017	21.10.2017	02.11.2017
14	21.10.2017	21.10.2017	02.11.2017	15.12.2017
15	28.10.2017	28.10.2017	17.11.2017	29.12.2017
16	02.11.2017	02.11.2017	29.12.2017	21.01.2018
17	15.12.2017	15.12.2017	21.01.2018	10.02.2018
18	29.12.2017	29.12.2017	10.02.2018	28.02.2018
19	21.01.2018	21.01.2018	28.02.2018	04.03.2018
20	10.02.2018	10.02.2018	04.03.2018	13.03.2018
21	28.02.2018	28.02.2018	13.03.2018	12.04.2018
22	04.03.2018	04.03.2018	12.04.2018	14.05.2018
23	13.03.2018	13.03.2018	22.04.2018	26.05.2018
24	12.04.2018	12.04.2018		09.06.2018

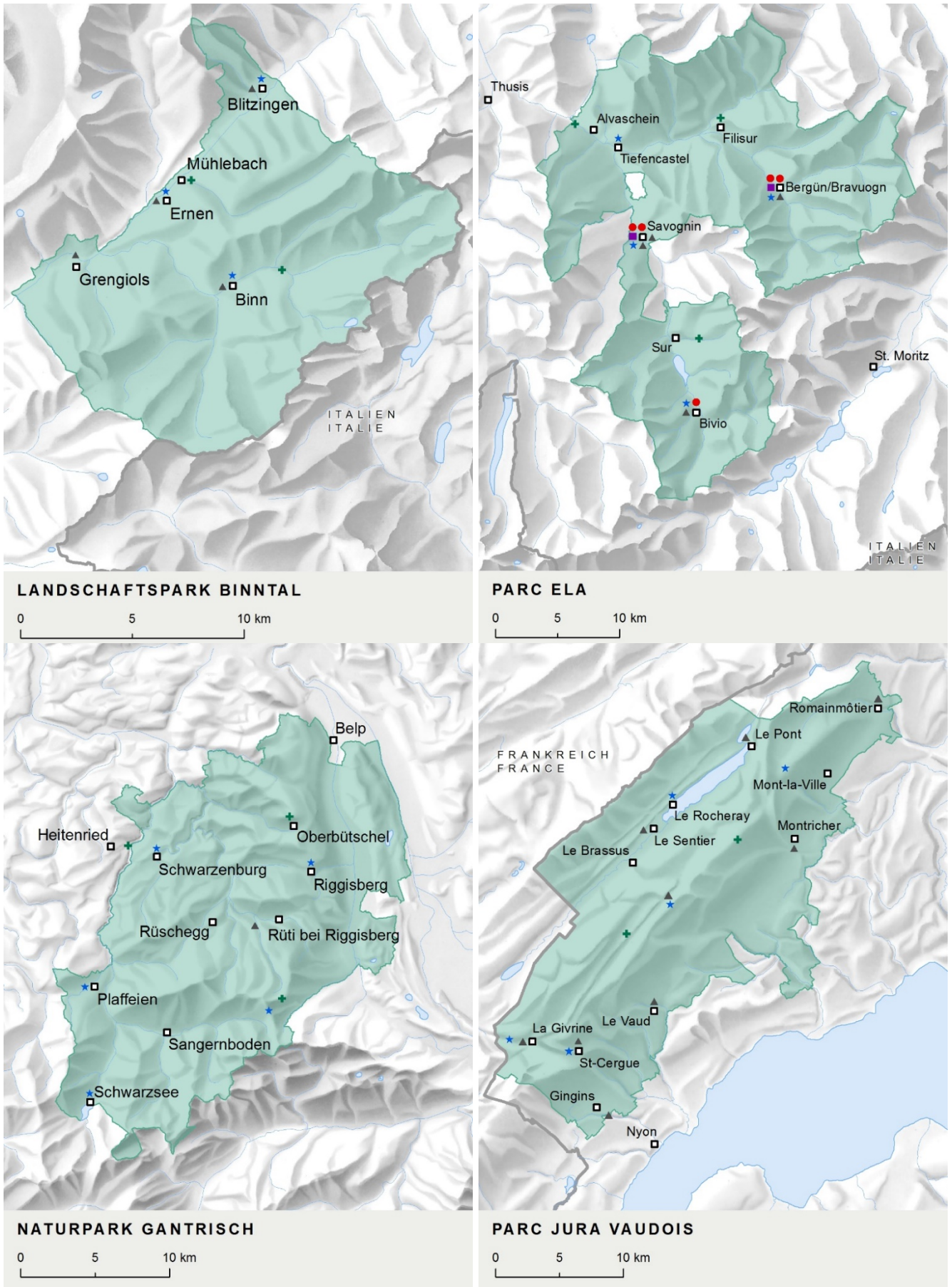


Figure 2.1: Lieux de distribution du questionnaire dans les 4 parcs naturels. Rouge/Cercle : Hôtel, Vert/Croix : Restaurant, Violet/Carré : Train de montagne, Bleu/étoile : Arrêt des transports publics, Gris/Triangle : Autre. Les carrés noirs sont le centre des localités. © Réseau des parcs suisses 08/18 ; Données : Réseau des parcs suisses et Office fédéral de l'environnement, swisstopo.

Tableau 2.2: Répartition des jours de distribution selon les catégories prédéfinies. Vert : jours de distribution planifiés atteints, jaune : jours de distribution planifiés presque atteints, rouge : jours de distribution planifiés non atteints.

Conditions des jours de distribution	Journées de distribution effectifs			
	Binntal	Ela	Gantrisch	Jura vaudois
Hiver				
2x beau temps en semaine	3	3	2	1
1x mauvais temps en semaine	0	0	1	2
2x week-end avec beau temps	2	1	1	1
1x week-end avec mauvais temps	1	2	2	2
Été				
3x beau temps en semaine	4	2	3	4
2x mauvais temps en semaine	1	3	2	1
3x week-end avec beau temps	3	2	4	4
2x week-end avec mauvais temps	2	3	1	2
Basse saison				
2x beau temps en semaine	4	2	4	3
2x mauvais temps en semaine	1	2	0	1
2x week-end avec beau temps	3	4	3	3
2x week-end avec mauvais temps	0	0	0	0

2.2 Méthode de sondage

Une méthode appelée Mixed-Mode Survey a été choisie pour les sondages : aux lieux de distribution, on a demandé aux visiteurs s'ils souhaitaient répondre au sondage en ligne ou par écrit. Dans le premier cas, une carte postale avec un code QR et un lien URL a été remise. Dans le second cas, on a remis aux visiteurs le même questionnaire imprimé avec enveloppe réponse affranchie. On a demandé aux visiteurs de répondre au sondage le soir même. L'enquête en ligne a été réalisée avec le fournisseur www.unipark.de (Cleverbridge AG, Cologne). Pour chaque parc, une enquête distincte a été réalisée en allemand, français, italien et anglais. Les distributeurs portaient des vêtements neutres et ne pouvaient pas être identifiés comme des employés du parc, ceci afin d'exclure toute influence possible sur l'enquête.

La combinaison des deux méthodes a été choisie pour plusieurs raisons : (1) inclure dans le sondage les visiteurs ayant des affinités avec la technologie et ceux en ayant moins et ainsi augmenter le taux de réponse, (2) estimer la proportion des deux groupes de visiteurs, et (3) évaluer les données pour déterminer si des différences dans les caractéristiques des visiteurs peuvent être décelées entre ceux qui ont répondu aux questionnaires imprimés et ceux qui ont répondu en ligne. Il s'agit là d'informations très importantes pour une planification rentable des études futures, car à une enquête en ligne avec des cartes postales est beaucoup moins coûteuse que la variante avec des questionnaires imprimés : seules les cartes postales doivent être imprimées et une enquête en ligne doit être mise en place. Un inconvénient est le taux de réponse relativement faible (de l'ordre de 10 à 15 %). Dans le cas de la version imprimée, l'enveloppe-réponse doit être imprimée en plus du questionnaire, les réponses doivent être lues ou dactylographiées et les frais postaux doivent être couverts. En revanche, le taux de réponse est plus élevé (environ 15-25%). Les experts supposent que la variante en ligne est beaucoup plus prometteuse pour l'avenir (M. Stauffacher, à l'oral).

2.3 Contenu de l'enquête

L'enquête s'inspire fortement de celle de Küpfer (2000) et Knaus (2012) et est complétée par des questions des parcs concernés. Les questions de la durée du séjour, du type d'hébergement, des sources d'information, des dépenses quotidiennes et du rôle joué par les parcs dans la décision des visiteurs de

voyager dans la région sont identiques. Ces éléments permettent de calculer la valeur ajoutée induite par le parc de la même façon que dans les études précédentes (Küpfer 2000, Knaus 2012 et Backhaus et al. 2013). En tant qu'innovation méthodologique, la question ouverte a été introduite sur les autres facteurs qui ont joué un rôle pour les déplacements dans la région, en plus du parc. Cela devrait permettre de mieux différencier l'affinité des visiteurs qui ont indiqué que le parc était l'un des nombreux facteurs qui ont motivé leur décision de se rendre dans la région (catégorie de réponse « parmi d'autres »). Cette différenciation n'a pas été faite par Küpfer (2000), a été faite par Knaus (2012) via les sources d'information utilisées et par Backhaus et al (2013) par un calcul complexe de différentes informations. La différenciation est nécessaire parce que la valeur ajoutée d'un visiteur qui voyage dans la région du parc « entre autres » à cause du parc, ne peut être entièrement attribuée au parc (voir Knaus 2012). La part de la valeur ajoutée qui correspond au poids relatif du facteur « parc » dans l'ensemble des facteurs de décision qui ont incité le visiteur à se rendre dans la région doit être attribuée au parc. La question nouvellement introduite vise à refléter cette totalité. Dans l'approche allemande (p. ex. Job et al. 2005), la formulation de la question oblige les répondants à décider si le parc a joué un rôle majeur ou mineur. Cela ne tient pas compte du fait que, surtout dans les parcs naturels et les réserves de biosphère, les visiteurs se rendent souvent dans la région pour plusieurs raisons et ont donc tendance à sous-estimer le rôle du parc dans la prise de décision.

En plus des questions orientées sur la valeur ajoutée, d'autres questions ont été incluses dans le questionnaire, élaborées lors d'un atelier avec tous les parcs participants. Le questionnaire (voir annexe A1) correspond donc à une synthèse des intérêts des parcs dans le cadre d'une enquête auprès des visiteurs. Le questionnaire est identique pour les quatre régions des parcs.

2.4 Évaluation des données

Les questionnaires complétés sous forme écrite ont été saisis par des stagiaires et des personnes effectuant leur service civil au sein du Réseau des parcs suisses, dans une version séparée du questionnaire en ligne. Ceci a été fait afin de pouvoir distinguer ultérieurement les réponses écrites des réponses en ligne. Les données de tous les questionnaires remplis (en ligne et imprimés) ont finalement pu être obtenues directement auprès du fournisseur Unipark. Dans un premier temps, la validité des données a été vérifiée en triant et en examinant chaque variable individuellement. Les enregistrements de données de questionnaires contenant des données intentionnellement fausses ont été supprimés (par ex. des dépenses de plus de CHF 10'000.-). Les résidents des localités des parcs ont également été retirés (365 jours d'hébergement). Les données erronées ont été soit supprimées, soit converties dans le format approprié. Les entrées relatives aux dépenses en espèces ont été additionnées et comparées au total indiqué. Dans les cas où les montants étaient différents, le montant le plus élevé a été utilisé pour le calcul. Les personnes qui n'ont pas fourni d'informations sur les dépenses ont été omises du calcul car il n'est pas clair si elles ont dépensé quelque chose ou pas.

Les réponses des questions ouvertes ont été codifiées au moyen d'un codage non exhaustif, qui résume de façon itérative des réponses similaires en catégories. Les réponses à toutes les questions ont ensuite été évaluées séparément pour la saison d'hiver (décembre à avril) et la saison d'été (mai à novembre). Dans toutes les évaluations, les questions sans réponse, c'est-à-dire les données manquantes, n'ont pas été incluses dans l'évaluation. Toutes les évaluations ont été effectuées avec SPSS 24.0.0 (IBM SPSS Statistics Inc.).

2.4.1 Fréquentation touristique

La fréquentation touristique correspond au nombre cumulé des visiteurs séjournant dans le parc pendant la période du sondage. Il intègre donc le nombre de visiteurs en fonction de la durée de leur séjour. Si le nombre de visiteurs dans le parc est connu, il peut être multiplié par la durée moyenne du séjour pour obtenir la fréquentation touristique. Les nuitées moyennes peuvent être déterminées à partir des données de l'enquête. Dans cette étude, la fréquentation touristique a été déterminée selon deux méthodes différentes :

1. Dans une première approche, le nombre moyen de visiteurs par jour en été, en hiver et en basse saison a été calculé en comptant le nombre de visiteurs aux points de distribution.

La division entre les saisons est différente par rapport aux évaluations précédentes, afin de pouvoir différencier les extrapolations de manière plus précise. La saison estivale s'étend de la mi-juin à la mi-octobre, la saison hivernale de la mi-décembre à la fin mars. Les périodes intermédiaires sont considérées comme l'entre-saison. Le nombre moyen de visiteurs par saison a été divisé en jours avec des prévisions de beau temps et de mauvais temps (la prévision du jour précédent). Grâce aux données météorologiques de l'ensemble de la période analysée, ces valeurs moyennes ont pu être extrapolées pour donner la fréquentation touristique sur une année entière. Les prévisions sur 24 heures de la durée d'ensoleillement et des précipitations fournies par MétéoSuisse ont été assignées aux deux catégories météorologiques « bon » et « mauvais » par régression binomiale et la qualité du temps pour chaque jour (jour cible des prévisions) a été déterminée sur cette base (voir annexe A5). Un seul et même modèle météorologique a été utilisé pour tous les parcs. Cette méthode de calcul est relativement imprécise car il n'est pas clair quelle est la proportion de visiteurs réellement recensés par rapport à la proportion totale des visiteurs présents dans le parc un jour donné.

2. Dans une deuxième approche, la fréquentation touristique totale pour la période correspondante de l'étude (au total 1 an) a été déterminée sur la base de la part relative des clients des hôtels par rapport au nombre total de visiteurs puis en extrapolant le nombre total de visiteurs par rapport aux nuitées enregistrées par l'Office fédéral de la statistique (OFS). Cette approche est relativement précise par rapport à la précédente, puisque les nuitées sont collectées systématiquement. Les nuitées ont été corrigées pour les communes qui ne se trouvent pas complètement dans le parc et pour lesquelles l'OFS dispose également de données au niveau communal. Pour ce faire, les nuitées ont été multipliées par la part des communes dans le parc. Cela inclut une certaine inexactitude, car les hôtels et les nuitées ne sont pas répartis de manière égale. Cependant, il nous manque des calculs plus précis, ce qui explique pourquoi nous avons utilisé cette option simple.

Les résultats ont ensuite été comparés et le nombre le plus plausible a été déterminé en fonction des écarts et des facteurs déterminants.

2.4.2 Valeur ajoutée induite par le tourisme

Pour calculer la valeur ajoutée, le chiffre d'affaires brut a d'abord été calculé. On obtient ce résultat en multipliant la fréquentation touristique par les dépenses quotidiennes moyennes. Dans cette multiplication, les différents types d'hébergement ont été différenciés afin d'obtenir un résultat plus précis. Un taux forfaitaire de TVA de 8% a ensuite été déduit du chiffre d'affaires brut. Ce n'est pas tout à fait exact, car les aliments ont une TVA de 2,5 % seulement. Toutefois, il n'a pas été possible de procéder à une répartition exacte du taux de TVA pour chaque catégorie de dépenses, ce qui explique pourquoi le taux uniforme le plus élevé a été utilisé. Sur la base de ce chiffre d'affaires net direct, le chiffre d'affaire net indirect et induit ont été calculés en utilisant des multiplicateurs. Ceux-ci couvrent (1) les consommations intermédiaires créées dans la région en raison de la demande des visiteurs, et (2) les effets de revenu. Les effets de revenu sont causés par la demande que les employés de l'industrie touristique génèrent dans la région. Les deux composants ont été calculés pour tous les parcs avec les multiplicateurs analogues à ceux de Küpfer (2000):

$$\text{Consommation intermédiaire régionale} = \text{Chiffre d'affaires net} * 0.43$$

$$\text{Effets de revenu} = (\text{chiffre d'affaires net} + \text{consommation intermédiaire régionale}) * 0.22$$

Pour calculer le chiffre d'affaires net total induit par le tourisme, on additionne les trois composantes (chiffre d'affaires net, consommation intermédiaire régionale et effets de revenu). Pour arriver à la valeur ajoutée régionale générée, nous utilisons la même approche que Knaus (2012) qui se base sur la part de valeur ajoutée brute par rapport au chiffre d'affaires de tous les secteurs. Selon l'OFS (2018), ce pourcentage s'élève actuellement à 49,1 %. Pour des raisons de simplicité, une valeur de 50% est calculée. Cela correspond à une valeur moyenne généralisée dans les différents secteurs.

2.4.3 Valeur ajoutée induite par les parcs

Pour calculer la part de la valeur ajoutée touristique induite par le parc, il faut déterminer le facteur parc. Il correspond à la proportion de visiteurs qui se rendent dans la région à cause du parc. Cela se fait par le biais de la question du rôle du parc dans la décision de se rendre dans la région (question 8, voir annexe A1). Les visiteurs qui n'attribuent pas (réponse : non) ou à peine (réponse : à peine) un rôle au parc ne se sont pas rendus dans la région à cause du parc. Dans le cas des visiteurs qui attribuent « entre autres » un rôle au parc (réponse : oui, entre autres), le rôle relatif du parc dans leur décision est déterminé à l'aide de la question suivante, qui concerne les autres raisons du voyage. Cela comprend le nombre d'autres raisons données et la part relative attribuée au parc. Pour calculer la part relative, le nombre moyen de raisons par parc est additionné plus 1 (le parc est une autre raison) et la part des réponses avec « oui, entre autres » est divisée par ce nombre total de raisons. Il est donc supposé que tous les motifs ont la même importance dans la décision. Cette proportion calculée est ajoutée au facteur parc avec la proportion de visiteurs qui attribuent un rôle important au parc (réponse : oui, un rôle important). Pour calculer la valeur ajoutée induite par le parc, la valeur ajoutée totale induite par le tourisme est multipliée par le facteur parc.

2.4.4 Évaluation de la valeur ajoutée induite par le parc

Afin d'estimer l'influence de la demande induite à la fois par le tourisme et par le parc dans la région, la valeur ajoutée calculée est convertie en équivalents de postes de travail. La valeur ajoutée brute par poste de travail dans le secteur tertiaire tel que défini par Regiosuisse (2014) sert de base à la conversion. Les données sont un peu anciennes et ne sont disponibles que pour les grandes régions qui ne correspondent pas au périmètre du parc. Elles ne servent donc que pour donner un ordre de grandeur. En supposant que les parcs se situent principalement dans les zones les moins développées de ces régions, les valeurs les plus basses de l'intervalle donné par Regiosuisse (2014) sont adoptées. Ces estimations sont assez élevées, car elles couvrent non seulement les secteurs touristiques, mais aussi l'ensemble du secteur des services, y compris les banques, les compagnies d'assurance, etc. qui ont une valeur ajoutée brute beaucoup plus élevée que, par exemple, l'hôtellerie et la restauration. Les équivalents temps plein déterminés sont établis par rapport aux équivalents temps plein de la région du parc. Selon l'OFS (2017), il s'agit, pour l'année 2014 (chiffres les plus récents pour) : Binntal 388, Ela 4'213, Gantrisch 12'815 et Jura vaudois 13'894.

Une autre classification de la valeur ajoutée du tourisme induite par le parc est faite en la comparant avec les budgets respectifs du parc et les fonds publics utilisés. Cela montre comment les coûts et les avantages des fonds utilisés sont liés.

3. Résultats

3.1 Échantillon, taux de réponse, support pour les sondages et langue

Dans les quatre parcs, des échantillons de tailles convenables ont pu être atteints : dans le Parc Ela, ce sont au total 1'288 questionnaires valides, parmi lesquels 952 en été et 336 en hiver, dans le Parc naturel Gantrisch 1'422 questionnaires, parmi lesquels 962 en été et 460 en hiver, dans le Parc Jura vaudois 1'130 questionnaires, parmi lesquels 805 en été et 325 en hiver. Avec un total de 737, il y en a eu légèrement moins dans le Landschaftspark Binntal, où l'hiver avec ses 136 questionnaires s'est montré très frugal. En été, il y en a eu 601. Comme mentionné avant, aucune affirmation ne peut être faite au sujet de la représentativité de l'échantillon, puisque l'ensemble de la population à étudier n'est pas connu. La représentativité est, dans ce cas, liée à la quantité de questionnaires valides et à l'activité de distribution de ces derniers dans chaque parc. Si tous les flux touristiques dans le parc ont été couverts de manière homogène et complète, on peut estimer que cette étude est bien représentative.

Aussi bien dans le Parc naturel Gantrisch (861 questionnaires en ligne contre 561 imprimés) que dans le Parc Jura vaudois (589 questionnaires en ligne contre 541 imprimés), la majorité des visiteurs a utilisé les cartes postales avec le QR code pour remplir le questionnaire en ligne (tableau 3.1). Dans le Parc Ela (392 questionnaires en ligne contre 896 imprimés) et encore plus fortement dans le Landschaftspark Binntal (95 questionnaires en ligne contre 642 imprimés), les questionnaires ont plutôt été remplis dans leur forme traditionnelle imprimée. Le fort déséquilibre entre l'imprimé et l'électronique dans le Binntal peut indiquer une stratégie de distribution différente par rapport aux autres parcs. Les taux de réponse sont tous supérieurs à la moyenne et se situent entre 19 et 32% pour la version en ligne et entre 33 et 57% pour la version imprimée (tableau 3.1). Les distributeurs/-trices ont bien réalisé leur travail, et les participants/-es étaient motivés/-es à partager leurs expériences et leurs points de vue via le sondage.

Tableau 3.1: Nombre de questionnaires distribués et reçus en retour dans le cadre du sondage avec le taux de réponse correspondant.

	Distribués		Reçus en retour		Taux de réponse (in%)	
	Cartes postales /online	Questionnaire papier	Cartes postales /online	Questionnaire papier	Cartes postales /online	Questionnaire papier
Binntal	296	1130	95	642	32	57
Ela	1575	1583	392	896	25	57
Gantrisch	4565	1669	861	561	19	33
Jura vaudois	2627	1001	589	541	22	54

Sur le plan linguistique, la majorité des sondés choisit le questionnaire en allemand dans les parcs suisses-allemaniques, tandis que le français et l'anglais se situent dans la fourchette à un chiffre seulement : dans le Landschaftspark Binntal, 96 % ont été remplis en allemand, 3 % en français et 1 % en anglais, à Ela 97 % en allemand, 1 % en français et 2 % en anglais, dans le Parc naturel Gantrisch 92 % en allemand, 7 % en français et 1 % en anglais. Le Parc Jura vaudois s'écarte légèrement de ce schéma. Ici, 81 % ont rempli le questionnaire en français, 14 % en allemand et 5 % en anglais.

3.2 Caractéristiques des visiteurs

3.2.1 Provenance

Les visiteurs des quatre parcs viennent principalement de Suisse. Cela est un peu plus marqué en hiver qu'en été. D'autres groupes importants de visiteurs viennent de France, d'Allemagne, des Pays-Bas et du Luxembourg (tableau 3. 2). Tous les autres pays sont représentés avec moins de 1% et il s'agit principalement d'autres pays européens. C'est dans le Parc Jura vaudois que le plus de pay étrangers sont représentés, plus particulièrement en été, où des pays lointains sont aussi représentés comme le Brésil, le Canada, le Japon, la Russie et les Etats-Unis.

Tableau 3.2: Provenance des visiteurs dans les quatre parcs étudiés (proportion en % de tous les visiteurs)

en %	Suisse	France	Allemagne	Pays-Base	Autres
Binntal été	80	0.2	13	3	4
Binntal hiver	96	0	4	0	0
Ela été	84	1	10	2	3
Ela hiver	89	0.3	9	1	1
Gantrisch été	97	0.1	2	0	1
Gantrisch hiver	99	0	1	0	0.4
Jura vaudois été	82	12	2	0.2	4
Jura vaudois hiver	84	13	1	0	3

Quant aux visiteurs suisses et leur provenance, on constate que, en ce qui concerne les parcs Binntal et Ela, les visiteurs viennent de nombreuses régions de Suisse et les lieux d'origine sont plus largement répartis que dans les parcs Gantrisch et Jura vaudois (Figure 3. 1a/b) : parmi ces derniers, les centres urbains sont clairement les lieux d'origine principaux des visiteurs. En hiver, c'est moins le cas pour tous les parcs, car les lieux d'origine sont plus concentrés. En été comme en hiver, l'importance des zones périurbaines et urbaines en tant que lieux d'origine est flagrante: dans le Parc Ela, le plus grand nombre de visiteurs vient de la ville de Zurich (environ 10%), et en deuxième de Winterthur (environ 5%). Ces chiffres montent à 25% en été et 40% en hiver si on prend le canton de Zürich comme lieu d'origine. Toutes les autres villes et cantons sont loin derrière (par ex. le canton Schwyz avec 4,2% en été et 5,4% en hiver). Environ 5% des visiteurs seulement viennent du canton du Parc (GR). Pour le Parc naturel Gantrisch, la ville de Berne est le principal lieu d'origine des visiteurs (28% de tous les visiteurs en été et 31% en hiver). Un autre endroit important pour ce Parc est Thoune (environ 10% des visiteurs). Cependant, environ 16% (été) et 25% (hiver) des visiteurs viennent des environs proches et respectivement 10% et 16% du canton de Fribourg. Comparé à celui du Parc Ela, le public de ce Parc est plus fortement composé de visiteurs provenant de la région voisine. Dans le Landschaftspark Binntal, la proportion la plus importante des visiteurs vient de Brigue et de ses environs (12% en été, 25% en hiver), et la ville de Berne contribue ici en tant que deuxième centre urbain relativement proche avec environ 10% des visiteurs en été et 20% en hiver. L'agglomération zurichoise est le troisième groupe le plus important, avec 5% en été et 7% en hiver. Dans les cas restants, il y a une répartition plus large de visiteurs originaires de toutes les régions de Suisse. Ce sont les centres de Genève et Nyon (17% en été, 21% en hiver) et de Lausanne (12% en été, 17% en hiver) ainsi que l'agglomération entre ces centres (23% en été, 30 % en hiver) qui fournissent la majorité des visiteurs au Parc Jura vaudois (pour un total de 52% respectivement 68%). Environ 5% des visiteurs vient de la région et de ses environs proches.

Les résultats montrent que, en été, les visiteurs arrivent aussi bien de la Suisse que d'autres pays plus lointains et que les origines sont plus variées. La proportion de visiteurs venus les centres urbains augmente en hiver, car il n'y a que peu de visiteurs venant de zones rurales et habitant loin des parcs.

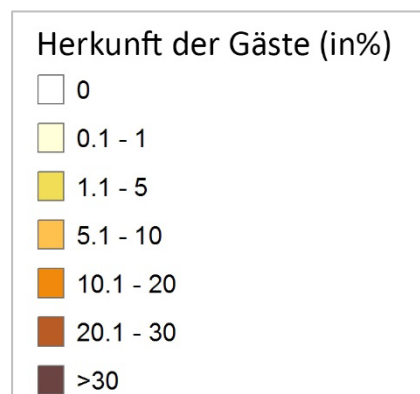


Figure 3.1a: Légende de la figure 3.1b

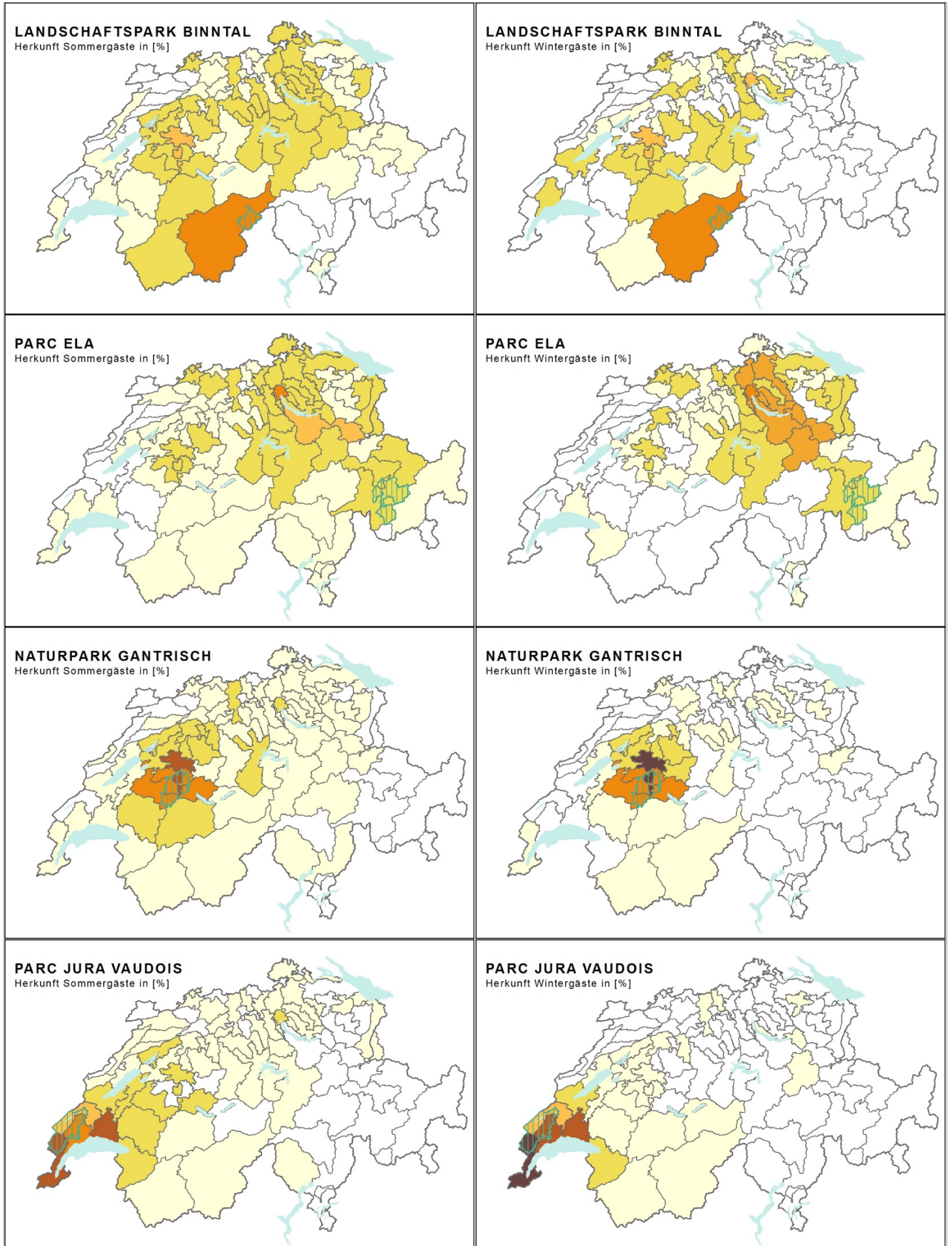


Figure 3.1b: Provenance des visiteurs en été (gauche) et en hiver (droite) en % de tous les visiteurs. Voir légende ci-dessus.
 © Netzwerk Schweizer Pärke 08/18; Données: Netzwerk Schweizer Pärke und Bundesamt für Umwelt, swisstopo.

3.2.2 Socio-démographie

L'âge moyen des visiteurs se situe, pour tous les parcs, entre 48 et 55 ans. En été, la moyenne d'âge pour tous les parcs est plus élevée : dans le Parc Ela, elle est de 54 ans en été et de 53 ans en hiver ; dans les parcs Gantrisch et Jura vaudois, elle est de 52 respectivement 48 ans ; dans le Landschaftspark Binntal, elle est de 55 respectivement 53 ans. En observant la répartition des groupes d'âge (Figure 3. 2), on constate que, dans tous les parcs, la plupart des visiteurs ont entre 51 et 70 ans, cependant la catégorie des 41 – 50 ans est aussi bien représentée en hiver dans les parcs Ela et Gantrisch. Le groupe d'âge plus jeune (30-40 ans) est bien représenté dans tous les parcs sauf dans le Binntal. Le groupe 21-30 ans est le plus représenté dans les parcs Gantrisch et Jura vaudois. Le Landschaftspark Binntal et, dans une moindre mesure, le Parc Ela devraient essayer de fidéliser des visiteurs plus jeunes en créant des offres et en orientant la communication auprès des visiteurs de moins de 40 ans.

La taille des groupes varie tout au long de l'année (figure 3.3). Alors qu'en été, pour tous les parcs, ce sont surtout des groupes de deux personnes qui voyagent ensemble, les voyages de groupes sont plus représentés en hiver dans le Binntal et les voyages en famille sont plus représentés en hiver dans le Parc Ela. Pour Gantrisch et le Jura vaudois, les voyageurs solitaires constituent également un segment important de visiteurs. Dans tous les parcs et dans les deux saisons, les familles ont en moyenne deux enfants (jusqu'à 12 ans), tandis qu'on observe certaines différences en ce qui concerne la présence de jeunes (jusqu'à 18 ans). Dans le Parc Ela, il n'y a pas de jeunes avec les familles en été, mais en hiver entre 1 et 2 jeunes voyagent avec eux. À Gantrisch, été comme hiver, 1 à 2 jeunes voyagent d'habitude avec les familles. Dans le Binntal il y a aussi 1 à 2 jeunes en été et 2 à 3 en hiver qui voyagent avec les familles. Dans le Jura vaudois, 1 jeune voyage en été et 2 à 3 en hiver. Pour les visiteurs qui voyagent avec un groupe, la taille du groupe au Parc Ela est d'environ 20 personnes, les enfants étant plus fortement représentés en hiver. À Gantrisch, il y a en moyenne 12 personnes. Dans le Binntal il y a environ 40 personnes en été, en hiver seulement 14 personnes en moyenne. Dans le Jura vaudois, la taille moyenne des groupes est d'environ 13 personnes en été et 18 personnes en hiver. Dans tous les parcs, plus de la moitié des membres du groupe sont des adultes, à deux exceptions près : En hiver, il y a plus d'enfants que d'adultes et de jeunes réunis dans le Parc Ela ainsi que dans le Binntal.

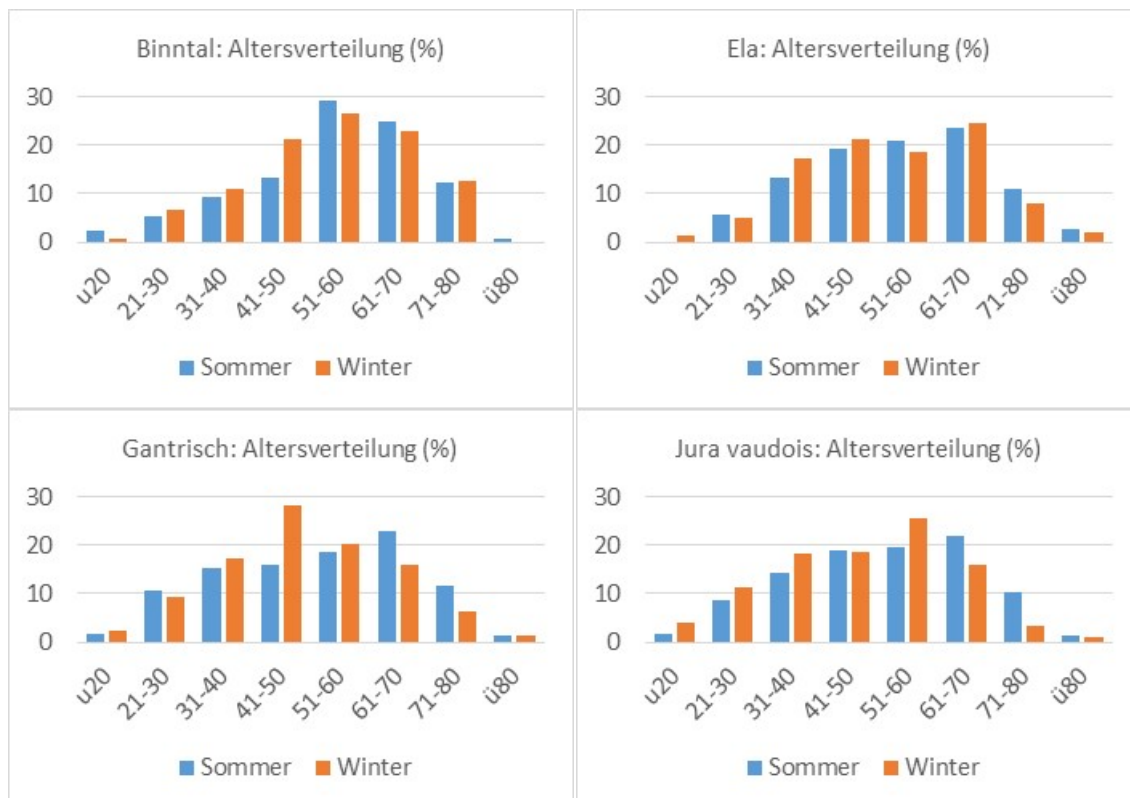


Figure 3.2: Répartition des visiteurs par classe d'âge en été et en hiver (part en % de tous les visiteurs)

Figure 3.3: Part des visiteurs qui voyagent seul, à deux, en famille ou en groupe dans les parcs (en % de tous les visiteurs)

en %	Seul	À deux	En famille	En groupe
Binntal été	9	47	20	24
Binntal hiver	8	32	22	38
Ela été	11	44	29	16
Ela hiver	6	36	42	16
Gantrisch été	19	50	17	14
Gantrisch hiver	17	43	29	11
Jura vaudois été	14	48	21	17
Jura vaudois hiver	19	47	25	9

3.2.3 Habitudes de voyage

Une grande partie des visiteurs se rendent régulièrement dans les régions des parcs ou sont même des visiteurs réguliers, et cela vaut autant pour l'hiver que l'été (tableau 3.4). En été, les parcs Binntal et Ela attirent plus de personnes pour la première fois que les parcs Gantrisch ou Jura vaudois. Dans ces deux parcs, il y a aussi beaucoup de gens qui reviennent une deuxième fois, et qui semblent donc convaincus de l'offre et du service. À Gantrisch et dans le Jura vaudois, par contre, il y a plus de visiteurs qui connaissent déjà bien la région. Pour ces deux parcs, il est essentiel de développer de nouveaux segments de clientèle afin que le nombre de visiteurs puisse être maintenu à long terme. Ceci peut être créé avec des offres qui encouragent les gens à revenir. Il en va de même pour tous les parcs pendant la saison hivernale, où ce sont surtout des habitués qui se rendent dans la région.

Tableau 3.4: Part des visiteurs qui voyagent dans les parcs pour la première ou la deuxième fois, qui sont déjà venus plusieurs fois ou qui sont des habitués (en % de tous les visiteurs)

in %	1ère fois	2ème fois	Plusieurs fois	Habitués
Binntal été	18	13	36	33
Binntal hiver	10	6	39	45
Ela été	18	12	36	34
Ela hiver	10	5	33	52
Gantrisch été	14	8	49	29
Gantrisch hiver	4	2	38	56
Jura vaudois été	13	6	32	49
Jura vaudois hiver	7	3	23	67

Le principal moyen de transport dans tous les parcs naturels est la voiture, qui est utilisée par 57 à 84% des visiteurs. Ce moyen de transport est plus utilisé en hiver qu'en été (Figure 3.3). Les transports publics sont le deuxième moyen de transport le plus utilisé. Ils atteignent un maximum de 40% en été dans le Parc Ela et un minimum de 13% en hiver à Gantrisch. Tous les autres moyens de transport sont utilisés par moins de 5% des visiteurs. Il existe donc encore un grand potentiel de promotion des transports publics dans tous les parcs.

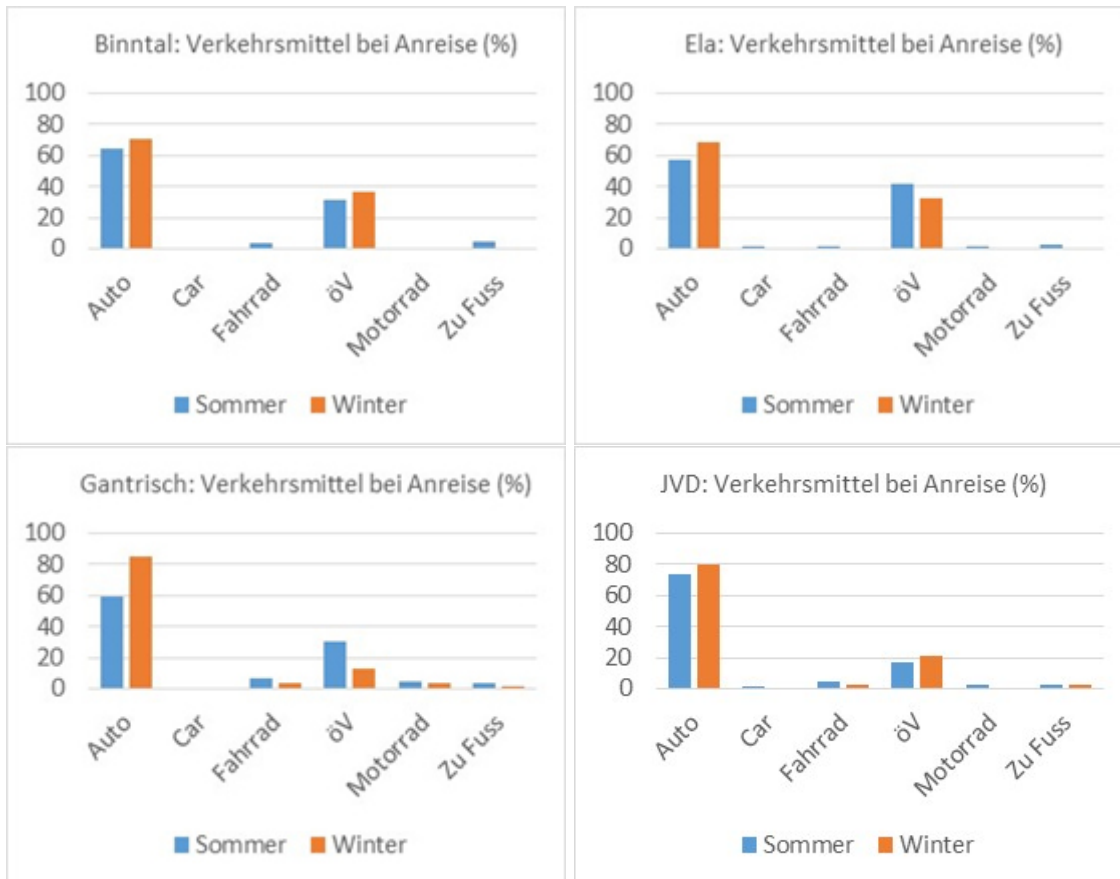


Figure 3.3: Part des moyens de transports choisis par les visiteurs pour se rendre dans les parcs (en % de tous les visiteurs)

Les visiteurs qui ont voyagé dans les différents parcs séjournent pour des durées différentes (tableau 3.5, voir aussi l'annexe A5.2). Sur tous les visiteurs du Landschaftspark Binntal, 77% y restent pour plus d'un jour en été et 78% en hiver. 20% en été et 24% en hiver y restent une ou deux nuits et 80% et 76% respectivement y restent entre une et sept nuits. La durée moyenne de séjour pour les visiteurs qui passent la nuit est de 7,5 nuits en été et de 8 nuits en hiver. En été, 23% des visiteurs du Binntal sont des excursionnistes, en hiver 22%. Dans le Parc Ela, 14% des visiteurs sont des excursionnistes en été, 6% en hiver. Sur les 86% et 94% des visiteurs qui y passent la nuit, environ 32% restent une à deux nuits et 75% d'une à sept nuits en été. En hiver, ce sont 11 % pour une à deux nuits et 71 % pour une à sept nuits. Le tourisme de week-end joue donc un rôle beaucoup moins important en hiver qu'en été. La durée moyenne de séjour pour les clients qui passent la nuit est de 7,5 nuits en été et de 9 nuits en hiver. Dans le Parc naturel Gantrisch, la proportion de visiteurs excursionnistes est beaucoup plus élevée : 85% en été et 93% en hiver. Sur les 15 % et 7 % des visiteurs qui y passent la nuit, 65 % restent pour une ou deux nuits et 90 % pour une à sept nuits en été. En hiver, ce sont 52%, respectivement 87%. Le nombre moyen de nuitées pour ces visiteurs est de 3,5 nuits en été et de 9 nuits en hiver. Le Parc Jura vaudois a un profil similaire : En été, 77% des visiteurs sont des excursionnistes, en hiver 83%. Toutefois, les 23 % et 17 % des visiteurs qui y passent la nuit, restent en moyenne 5,5 nuits en été et seulement 4,5 nuits en hiver. 56 % passent une ou deux nuits et 86 % une ou sept nuits en été et, respectivement, 43 % et 88 % en hiver.

Le profil de ces parcs est donc très différent : dans les parcs Binntal et Ela, les visiteurs sont principalement des visiteurs qui passent la nuit dans la région et y restent plus longtemps. À Gantrisch et dans le Jura vaudois, la majorité des visiteurs sont des visiteurs journaliers venant des centres environnants pour une excursion. Ceux-ci ont tendance à passer moins de temps dans la région.

Tableau 3.5: Part de visiteurs excursionnistes, de visiteurs qui dorment dans la région (en % de tous les visiteurs)

	Excursionnistes (%)	Visiteurs avec nuitée(s) (%)	Nombre moyen de nuitées
Binntal été	23	77	7.5
Binntal hiver	22	78	8.0
Ela été	14	86	7.5
Ela hiver	6	94	9.1
Gantrisch été	85	15	3.5
Gantrisch hiver	93	7	9.1
Jura vaudois été	77	23	5.3
Jura vaudois hiver	83	17	4.4

En ce qui concerne l’hébergement, dans les parcs Binntal et Ela, les hébergements traditionnels tels que les hôtels, les maisons de vacances louées et les maisons de vacances propres (résidences secondaires) sont principalement choisis (figure 3.4, voir également annexe A5.2). Dans le Jura vaudois, les hôtels sont principalement utilisés. Dans le Gantrisch, tous les types d’hébergements sont utilisés de manière relativement uniforme, et c’est le seul parc où l’agrotourisme, avec 5% des nuitées, donne un résultat significatif. AirBnB en tant que type d’hébergement n’a pratiquement aucune pertinence dans aucun des parcs. Le tableau 3.6 présente les principaux types d’hébergement pour l’été et l’hiver dans tous les parcs.

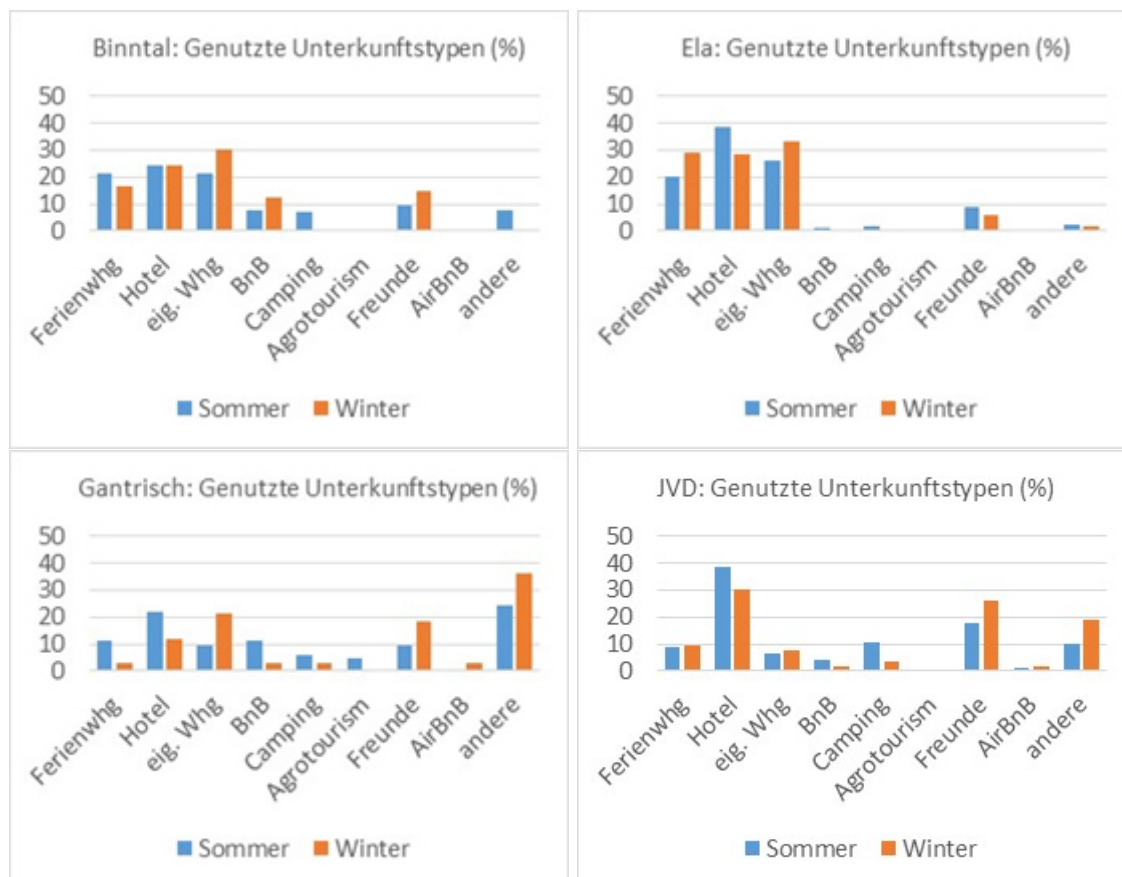


Figure 3.4: Part des types d’hébergements utilisés par les visiteurs en % de tous les visiteurs qui dorment dans la région

Tableau 3.6: Lieu d'hébergement des visiteurs (part en % de tous les visiteurs dormant dans la région)

Binntal				Ela			
Été	(%)	Hiver	(%)	Été	(%)	Hiver	(%)
Binn	17.9	Binn	15.4	Savognin	28.8	Savognin	31.3
Ernen	14.2	Ernen	14.7	Bergün	21.0	Bergün	22.3
Mühlebach	7.3	Mühlebach	11.0	Bivio	12.6	Bivio	22.0
Fiesch	6.0	Münster	5.1	Cunter	3.2	Cunter	5.4
Giessen	3.2	Blitzingen	2.9	Alp Flix	3.1	Tinizong	2.7
Bellwald	2.8	Fäld	2.2	Davos	2.2	Salouf	1.5
Münster	2.7	Lax	2.2	Salouf	1.3	Parsonz	0.9
Fäld	1.7	Redingen	2.2	Filisur	1.1	Tiefencastel	0.9
Lax	1.7	Ulrichen	2.2	Tinizong	1.1	Davos	0.6
Oberwald	1.7	Bellwald	1.5	Latsch	0.7	Latsch	0.6
Reckingen	1.7	Fiesch	1.5	Wiesen	0.5	Lenz	0.6
Imfeld	1.3	Ritzingen	1.5	Jenatsch	0.4	Mon	0.6
Autres	9.8	Andere	5.8	Autres	6.5	Andere	2.1
k.A.	28.1	k.A.	31.7	k.A.	17.6	k.A.	8.6

Gantrisch				Jura vaudois			
Été	(%)	Hiver	(%)	Été	(%)	Hiver	(%)
Schwarzsee	3.1	Gurnigel	2.2	Le Pont	2.2	St. Cergue	2.8
Gurnigel	2.0	Schwarzsee	1.7	Le Sentier	1.6	Le Brassus	1.2
Riggisberg	0.9	Sangernboden	0.4	Col du		Le Sentier	1.2
Guggisberg	0.7	Blumenstein	0.2	Marchairuz	1.6	Le Pont	0.9
Rüscheegg	0.7	Giffers	0.2	St-Cergue	1.1	Gimel	0.6
Schwarzenburg	0.6	Grön	0.2	Vallorbe	0.7	Les rousses	0.6
Gantrisch	0.5	Grönhütte	0.2	Lausanne	0.6	Longirod	0.6
Plaffeien	0.5	Milken	0.2	Le Brassus	0.5	Marchairuz	0.6
Autres	3.8	Andere	1.0	Autres	10.2	Andere	5.5
k.A.	87.1	k.A.	93.6	k.A.	81.4	k.A.	85.9

3.2.4 Inspiration pour le voyage et sources d'informations

Le bouche-à-oreille est le canal d'information le plus important pour tous les parcs (figure 3.5) : de 45 % (Jura vaudois en été) à 70 % (Binntal en hiver) des visiteurs entendent parler des parcs par des amis ou de la famille et décident ensuite de s'y rendre. Internet est la deuxième source d'inspiration et d'information la plus importante, avec 15 % à 22 % des visiteurs qui l'utilisent. Autrement, seules les cartes se situent dans la fourchette à deux chiffres. Toutes les autres sources d'information sont utilisées par moins d'un dixième des visiteurs. Il s'agit notamment des brochures du parc, qui représentent entre 3% et 6% des canaux d'information utilisés.

Ces résultats montrent que la première priorité est la satisfaction des visiteurs existants. En cas d'expérience positive, ils veillent à ce que d'autres visiteurs se rendent dans les parcs—environ la moitié d'entre eux sont ainsi attirés dans les parcs. De plus, toutes les brochures, textes d'information, articles de journaux et de magazines qui existent sur le parc devraient être disponibles électroniquement, car Internet est consulté deux à quatre fois plus souvent que les sources physiques d'information, comme l'office du tourisme. Avec un bon mélange de canaux d'information, on peut supposer que différents groupes de visiteurs entreront en contact avec l'information, augmentant ainsi le nombre d'invités et éventuellement la durée de leur séjour.

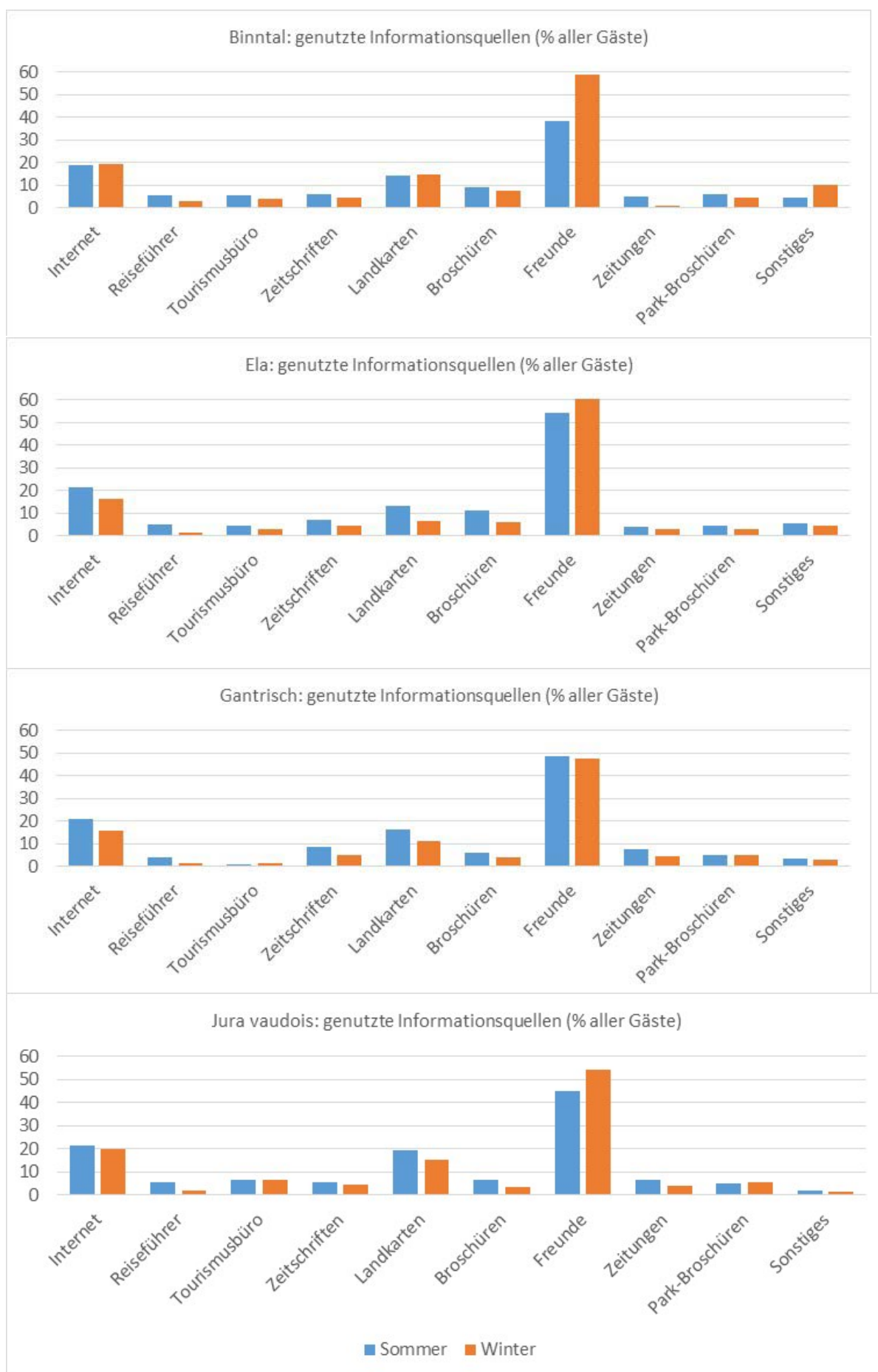


Figure 3.5: Part des sources d'informations utilisées par les visiteurs dans les quatre parcs (en % de tous les visiteurs)

3.2.5 Raisons de visiter les parcs

Pour beaucoup d'invités, de nombreuses raisons jouent un rôle dans leur décision de venir visiter la région. On peut dire qu'en moyenne, deux à quatre raisons qui ont mené à la décision de se rendre dans le parc ont été données (tableaux 3.7 et 3.9). Outre le Parc naturel, les raisons les plus importantes sont les possibilités d'un séjour actif avec des randonnées et d'autres sports, la proximité du lieu de résidence mais aussi la nature, le paysage et la tranquillité que l'on peut trouver dans les parcs naturels. Dans le Parc Ela, il y a aussi de nombreux visiteurs qui se rendent sur le site du patrimoine mondial de l'UNESCO (route de l'Albula du RhB). Si les catégories « montagnes, collines et Alpes » et « beauté » étaient également considérées dans la catégorie « paysage », il apparaît clairement que le facteur « paysage » serait également l'un des facteurs qui attirent le plus les visiteurs dans une région de parc. La nature et le paysage, en tant que domaines d'activité typiques de la gestion du parc, sont donc les pierres angulaires de l'attractivité touristique et donc de la valeur ajoutée touristique.

Si l'on compare les raisons du voyage dans la région avec les associations spontanées que les visiteurs font avec la région du parc, on constate de fortes similitudes (tableau 3.8) : les quatre parcs sont liés à la nature, à la tranquillité, à la montagne et aux beaux paysages, mais ils sont en même temps considérés comme un espace propice aux activités sportives. Ce sont donc des régions accueillantes où les visiteurs aiment se déplacer. Cependant, il y a de légères différences entre les perceptions que les visiteurs ont des différents parcs : le Landschaftspark Binntal est fortement assimilé à la nature, au paysage et aux activités, tandis que le Parc Ela peut fortement s'appuyer sur les expériences qu'il propose. Ces expériences incluent des voyages en train à travers les ponts reconnus par l'UNESCO. À Gantrisch, par rapport à Binntal et à Ela, la beauté du paysage et les loisirs sont plus importants. Enfin, dans le Parc Jura vaudois, les activités sportives sont moins importantes. Les visiteurs y associent principalement la nature, le paysage, la tranquillité et la beauté.

Tableau 3.7: Raisons les plus importantes citées pour la visite d'un parc naturel. Les réponses ouvertes ont été catégorisées et totalisées selon la part totale des participants. Il était possible de donner au maximum 6 réponses.

en %, totalisé sur 6 réponses ouvertes	Binntal		Ela		Gantrisch		Jura vaudois	
	Été	Hiver	Été	Hiver	Été	Hiver	Été	Hiver
Pour faire du sport (sans la randonnée)	17	49	19	50	12	45	13	33
Pour randonner, à cause des possibilités de randonnée	32	13	23	15	32	11	26	21
Excursion en train ou en bus, à des restaurants, des musées, des events ou des curiosités	26	18	28	30	20	9	25	17
Nature	28	18	22	13	18	20	24	26
Proximité du lieu de résidence	4	3	7	10	28	47	25	42
Paysage	14	16	10	12	24	18	26	20
Tranquillité	18	29	13	12	11	10	18	15
Bonne accessibilité en TP	5	7	10	15	14	12	9	15
Visite à des amis/famille	10	15	11	15	7	7	7	6
Beauté	4	3	16	9	8	10	12	14
Garantie de neige	0	18	0	12	0	15	0	16
Montagnes, collines, Alpes	11	7	9	7	6	9	4	4
A cause des vacances ou pour une excursion	6	7	13	13	4	3	3	2
Repos	5	12	7	9	4	4	2	2
Découvrir quelque chose de nouveau	5	2	5	1	5	2	8	4
Autres	71	54	75	80	56	57	60	61

Table 3.8: Idées associées spontanément aux différents parcs par les visiteurs. Les réponses ouvertes à cette question ont été catégorisées et totalisées selon la part totale des participants. Les visiteurs pouvaient proposer deux idées d'association. La valeur universelle des réponses explique la non différenciation été/hiver.

en %	Binntal	Ela	Gantrisch	Jura vaudois
Nature	35	30	34	49
Activités sportives (y compris rando)	35	36	40	15
Tranquillité	20	15	11	30
Montagnes	26	18	16	10
Paysage	15	14	20	21
Beauté	8	8	11	20
Repos	8	9	12	2
Expériences et curiosités	1	11	5	2
Pays d'origine (Heimat)	5	6	5	1
Amabilité	4	6	2	4
Authenticité	5	4	2	4
Proximité du lieu de résidence	1	2	9	3
Autres	35	43	32	38

L'un des principaux résultats de l'enquête auprès des visiteurs est de déterminer la proportion de visiteurs pour qui le parc est indiqué comme motif de voyage dans la région – ce qu'on appelle le « facteur parc ». Les résultats sont différenciés (tableau 3.9). Ils montrent que le parc est une raison importante pour de nombreux visiteurs de se rendre dans la région : 6% (Ela), 9% (Jura vaudois), 10% (Gantrisch) et 13% (Binntal) des visiteurs en été et 3% (Ela), 5% (Binntal), 7% (Jura vaudois) et 9% (Gantrisch) des visiteurs en hiver. Cependant, beaucoup plus de visiteurs (16 à 31 %) ont indiqué que le parc était une raison parmi d'autres. En moyenne, les visiteurs ont donné 2 à 4 autres raisons pour lesquelles ils se sont rendus dans le parc. C'est pourquoi, pour les visiteurs qui ont répondu « oui, entre autres » à la question de savoir si le parc a joué un rôle dans leur décision de se rendre dans la région, il faut calculer quelle part relative peut être attribuée au parc.

Le facteur parc se compose donc de deux parties : les visiteurs qui ont attribué un rôle important au parc dans la décision de se rendre dans la région et ceux qui lui ont attribué un rôle « entre autres ». Pour la seconde, la catégorie de parts « oui, entre autres » est divisée par le nombre d'autres raisons plus 1 (pour le parc comme raison). Le facteur parc est donc une variable ajustée qui fournit de l'information sur la proportion du nombre de visiteurs qui peut être attribué de façon causale au parc (tableau 3.9). Le facteur parc varie entre 6% et 21%. Dans les parcs Binntal et Ela, il varie considérablement entre l'été et l'hiver, et dans d'autres régions, le facteur parc est légèrement inférieur en hiver. Ceci indique qu'en été, les offres et la communication des parcs ont un bon effet et attirent plus de visiteurs. En hiver, par contre, dans les parcs orientés depuis longtemps vers l'hiver (Ela, Binntal), les visiteurs sont beaucoup plus nombreux à s'y rendre en raison des offres hivernales traditionnelles. Dans le Gantrisch et le Jura vaudois, ce type de visiteurs est moins représenté, ce qui explique que la différence entre les « visiteurs du parc » entre l'été et l'hiver est plus faible.

Tableau 3.9: Parts des visiteurs auprès desquels les parcs n’ont pas du tout joué un rôle, à peine, entre autres ou ont joué un rôle important dans la décision de se visiter la région du parc (en % de tous les visiteurs) ainsi que le nombre d’autres raisons qui ont été données dans le cas où le visiteur a répondu « oui, entre autres » et le facteur parc correspondant (part corrigée des visiteurs qui visite la région à cause du parc).

en %	Non	À peine	Oui, entre autres	Oui, un rôle important	Nombre d’autres raisons citées si répondu «oui, entre autres»	Facteur parc (% des visiteurs qui voyagent à cause du parc)
Binntal été	42	13	31	13	2.8	21
Binntal hiver	50	12	30	5	2.9	13
Ela été	56	16	22	6	2.9	12
Ela hiver	67	15	16	3	3.8	6
Gantrisch été	46	20	24	10	2.8	16
Gantrisch hiver	46	19	26	9	3.2	15
Jura vaudois été	57	9	25	9	2.8	16
Jura vaudois hiver	57	10	26	7	3.2	13

Il convient également de souligner ici que la majorité des visiteurs ne se rendent toujours pas dans la région du parc grâce à celui-ci. Si l'on additionne les réponses « non » et « à peine », on constate que pour 55 à 82% des visiteurs, le parc n'a pas joué un rôle décisif dans la décision de se rendre dans la région. Ce sont plutôt les raisons énumérées au tableau 3.7 qui ont été déterminantes dans la décision de se rendre dans la région. Pour certaines de ces raisons, comme la nature et le paysage, les activités proposées et les événements spéciaux, le parc peut aussi jouer un rôle. Toutefois, cela n'est pas quantifiable et n'est donc pas pris en compte.

3.2.6 Activités durant le séjour

Les visiteurs du Landschaftspark Binntal passent leurs vacances d'été presque exclusivement à faire de la randonnée (figure 3.6) : 82% des visiteurs ont indiqué cette activité, loin devant l'observation de la nature (30%) et le vélo et le VTT (13%). En hiver, la randonnée est également prédominante (49%), suivie par les « autres activités », où le ski de fond (21%) et les randonnées à ski (12%) ont été principalement citées.

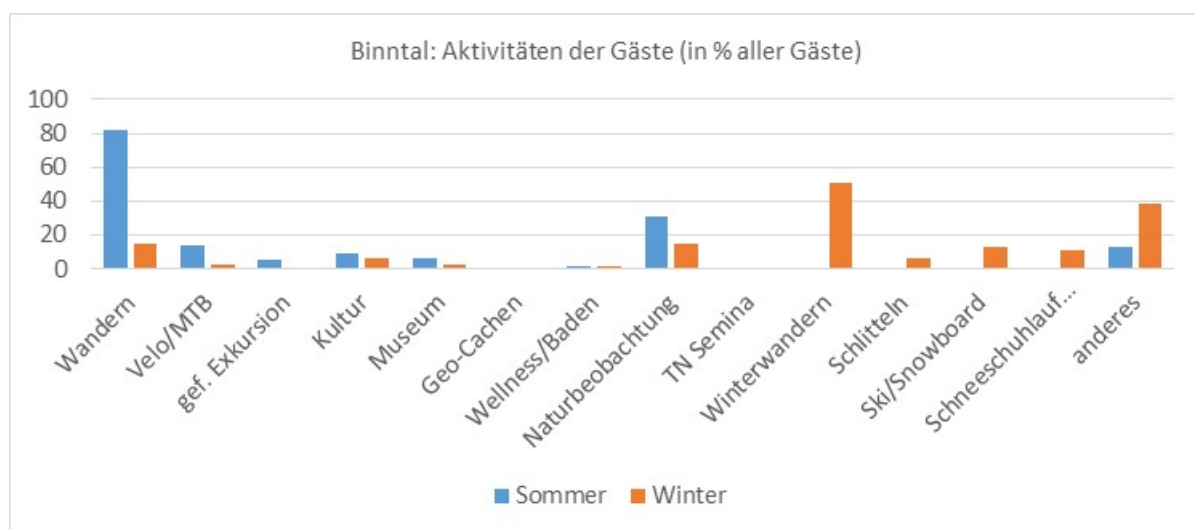


Figure 3.6: Part des activités été/hiver réalisées par les visiteurs dans le Landschaftspark Binntal (en % de tous les visiteurs)

Dans le Parc Ela, la randonnée est aussi de loin l'activité la plus populaire en été (81 %, figure 3.7). La deuxième activité la plus importante est l'observation de la nature, selon les 24% des visiteurs qui disent la pratiquer. Dans les « autres activités », les excursions culinaires sont les plus importantes avec 9%. Le ski et le snowboard sont les activités les plus courantes en hiver (59 %), la randonnée pédestre (40 %) et la luge (29 %) sont également des activités fréquentes. Parmi les « autres activités », les randonnées à ski (8%) et les excursions culinaires (4%) sont les catégories les plus fréquemment mentionnées en hiver.

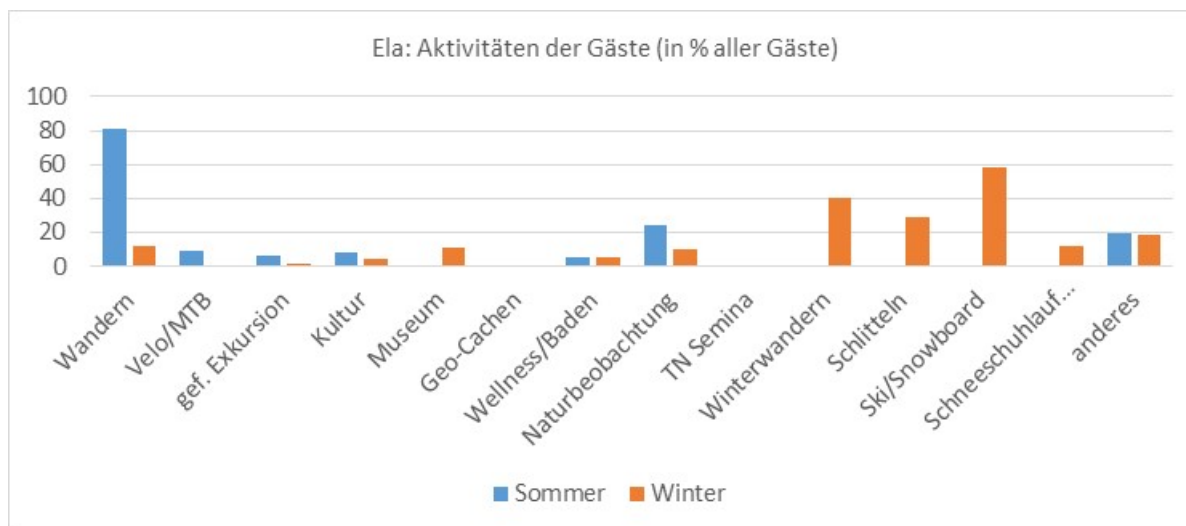


Figure 3.7: Part des activités été/hiver réalisées par les visiteurs dans le Parc Ela (en % de tous les visiteurs)

Dans le Parc naturel Gantrisch, 71% des visiteurs font de la randonnée en été, 24% de l'observation de la nature et 10% du vélo et du VTT (figure 3.8). Dans le cas des « autres », les excursions culinaires ont également été mentionnées ici (9%). En hiver, le ski et le snowboard (40 %), la randonnée hivernale (27 %) et la raquette (15 %) sont les activités les plus courantes. Dans le cas des « autres », 21% de visiteurs disent faire du ski de fond.

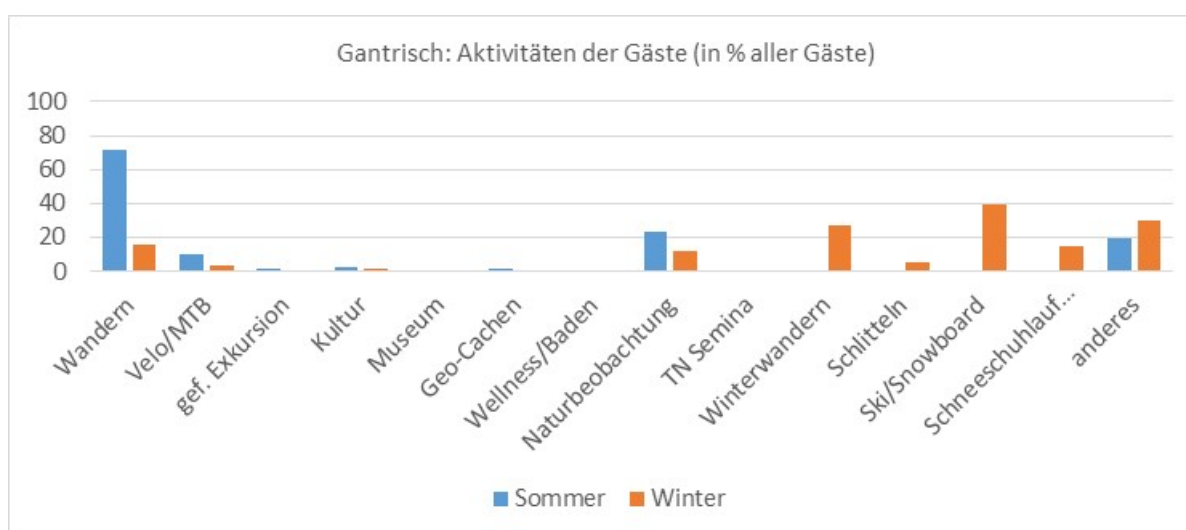


Figure 3.8: Part des activités été/hiver réalisées par les visiteurs dans le Parc naturel Gantrisch (en % de tous les visiteurs)

Dans le Parc Jura vaudois, la randonnée (75%) et l'observation de la nature (41%) sont également parmi les activités estivales les plus fréquentes (figure 3.9). Le vélo et le VTT représentent 11 %. Dans la catégorie « autres », les excursions culinaires ont également été mentionnées comme la catégorie supplémentaire la plus importante (6%). La randonnée et la randonnée hivernale sont très populaires en hiver (35 et 42 %). La raquette est une activité très répandue dans le Jura vaudois par rapport à d'autres parcs, avec environ 40% des visiteurs qui la pratiquent. Parmi les « autres activités », le ski de fond est l'activité la plus fréquemment mentionnée avec 9%.

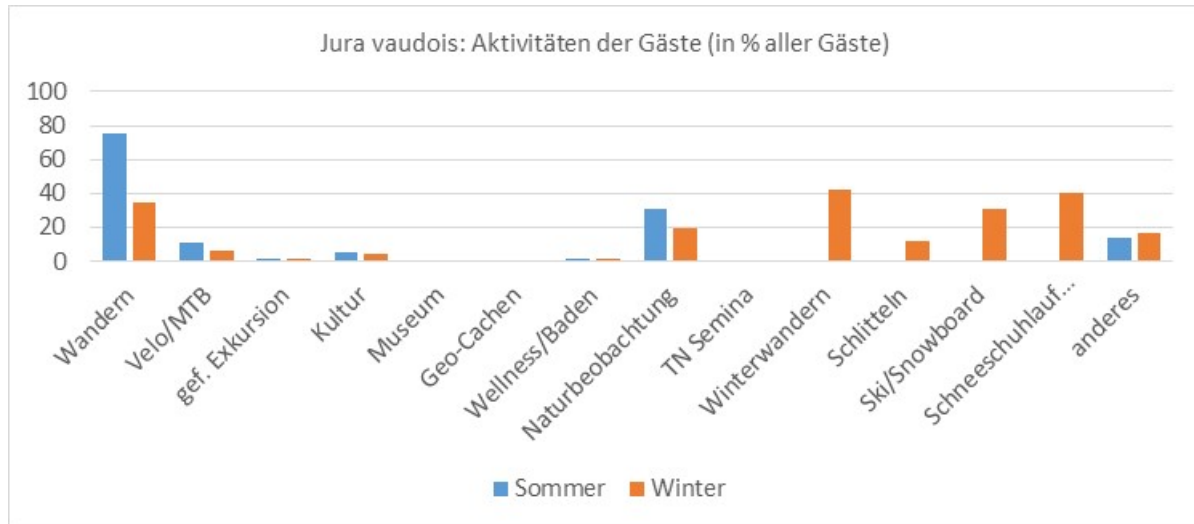


Figure 3.9: Part des activités été/hiver réalisées par les visiteurs dans le Parc Jura vaudois (en % de tous les visiteurs)

3.2.7 Satisfaction quant au séjour dans le parc

L'impression générale que les parcs laissent aux visiteurs est très positive (tableau 3.10). Entre 71% et 84% des visiteurs ont donné les meilleures notes (☺☺) dans l'évaluation de leur séjour. Si l'on regarde les visiteurs insatisfaits (☹ et ☹☹), on voit qu'ils ne sont représentés que par un pourcentage à un chiffre partout. Les questions concernant les aspects spécifiques de leur séjour semblent quant à elles faire ressortir des résultats très nuancés : par exemple, les transports publics dans tous les parcs semblent être un problème avec lequel les visiteurs sont le moins satisfaits. À cet égard, seulement 19 % à 47 % étaient très satisfaits. L'accessibilité de l'information a également été jugée plutôt mauvaise. Il semble utile que tous les parcs améliorent leurs concepts de communication et d'information. Si l'on regarde à nouveau les secteurs avec peu de satisfaction, on constate que dans le Landschaftspark Binntal, l'office de tourisme est mal classé en hiver et que dans le Gantrisch, les transports publics sont les moins bien classés en termes relatifs. Les taux de satisfaction généralement élevés dans le Jura vaudois (à l'exception des transports publics) sont également frappants.

Tableau 3.10: Satisfaction des visiteurs par rapport à leur séjour dans le parc de manière générale ainsi que par rapport à certains aspects spécifiques du séjour, donné en part des réponses de tous les visiteurs en %; en vert foncé: différence de plus de 10 points entre ☺☺ et ☹; en vert clair : moins de 10 points de différence entre ☺☺ et ☹.

Binntal, part en %		☺☺	☹	☺	☹☹	☹☹☹
Satisfaction générale	Été	84	15	1	0	1
	Hiver	77	21	1	0	2
Hospitalité	Été	76	20	3	1	1
	Hiver	73	25	1	0	2
Hébergement	Été	68	28	4	0	0
	Hiver	73	19	4	1	2
Diversité des activités	Été	53	38	7	2	0
	Hiver	43	42	13	1	2

Suite du tableau 3.10

Offices du tourisme	Été	53	31	12	3	1
	Hiver	35	42	10	6	8
État des chemins de randonnée	Été	63	30	5	2	1
	Hiver	49	42	9	0	0
Accès à l'information	Été	50	40	9	1	1
	Hiver	43	45	9	3	0
Possibilité de se déplacer en transport public	Été	47	39	11	3	0
	Hiver	33	51	8	6	2
Ela, part en%		:)	:)	: 	:(:(:(
Satisfaction générale	Été	73	25	1	1	0
	Hiver	71	27	2	1	0
Hospitalité	Été	65	31	4	0	0
	Hiver	67	29	3	0	1
Hébergement	Été	65	31	4	0	0
	Hiver	67	29	3	0	1
Diversité des activités	Été	43	44	11	2	0
	Hiver	42	45	12	1	0
Offices du tourisme	Été	40	43	12	4	1
	Hiver	44	42	10	2	2
État des chemins de randonnée	Été	51	39	8	2	0
	Hiver	47	41	9	3	0
Accès à l'information	Été	44	43	10	3	0
	Hiver	44	47	8	1	0
Possibilité de se déplacer en transport public	Été	44	39	13	4	0
	Hiver	41	40	13	5	1
Gantrisch, part en %		:)	:)	: 	:(:(:(
Satisfaction générale	Été	77	22	1	0	0
	Hiver	74	24	1	1	1
Hospitalité	Été	50	42	6	1	1
	Hiver	48	41	9	1	1
Hébergement	Été	46	42	11	1	0
	Hiver	48	35	14	1	1
Diversité des activités	Été	50	43	7	1	0
	Hiver	53	40	5	1	1
Offices du tourisme	Été	39	35	20	4	2
	Hiver	33	52	13	1	1
État des chemins de randonnée	Été	61	32	6	1	0
	Hiver	57	36	5	1	1
Accès à l'information	Été	40	48	10	2	0
	Hiver	39	48	10	2	1
Possibilité de se déplacer en transport public	Été	31	31	23	10	5
	Hiver	19	30	25	16	9
Jura vaudois, part en %		:)	:)	: 	:(:(:(
Satisfaction générale	Été	80	19	1	0	0
	Hiver	78	21	1	0	0
Hospitalité	Été	64	30	5	1	0
	Hiver	60	34	6	0	0
Hébergement	Été	53	34	11	1	1
	Hiver	53	43	4	0	0
Diversité des activités	Été	53	39	7	0	1
	Hiver	57	39	4	0	0
Offices du tourisme	Été	53	36	9	1	1
	Hiver	55	35	9	1	0
État des chemins de randonnée	Été	65	30	4	1	1
	Hiver	62	32	4	0	1
Accès à l'information	Été	47	40	10	3	0
	Hiver	53	36	9	1	1
Possibilité de se déplacer en transport public	Été	39	31	19	7	4
	Hiver	39	29	20	10	3

3.2.8 Dépenses pendant le séjour

Les dépenses moyennes dans les quatre parcs sont calculées par jour et par visiteur (y compris les enfants). Dans le Landschaftspark Binntal, elles s'élèvent à CHF 58.- en été et CHF 85.- en hiver. La majeure partie des dépenses (28 % en été et 32 % en hiver) sont consacrées à l'hébergement (figure 3.10). Si l'on distingue les dépenses des excursionnistes et des visiteurs qui passent la nuit, on remarque aussi l'importance des visiteurs qui passent la nuit pour les dépenses journalières : en été, les excursionnistes dépensent CHF 37.- par jour, en été, et les visiteurs qui passent la nuit CHF 63.- par jour. En hiver, ces chiffres sont de CHF 62².- contre CHF 97.-. En raison de la petite taille de l'échantillon, il n'est pas possible de diviser les dépenses quotidiennes moyennes par les différents types d'hébergement pour tous les parcs (voir l'annexe A4).

Dans le Parc Ela, les dépenses journalières moyennes sont légèrement supérieures (CHF 72.- en été et CHF 99.- en hiver). En été, les excursionnistes dépensent CHF 15.- par jour, soit nettement moins que les visiteurs qui passent une nuit (CHF 77.-). En hiver, les excursionnistes dépensent en moyenne CHF 44.-, les visiteurs qui passent la nuit CHF 102.-. Comme dans le Binntal, la majeure partie de cette somme (39% en été et 35% en hiver) est consacrée à l'hébergement (figure 3.9).

Dans le Parc naturel Gantrisch, les dépenses journalières moyennes sont de CHF 23.- en été et de CHF 19.- en hiver. En été, les excursionnistes dépensent CHF 13.- par jour et les visiteurs qui passent la nuit CHF 81.- par jour. En hiver, ces chiffres sont de CHF 16.- et CHF 62.-. Comme dans les autres parcs, les dépenses sont principalement (30 %) consacrées à l'hébergement en été (figure 3.9). En hiver, par contre, le modèle est un peu différent: les dépenses se font principalement dans les magasins. Cette anomalie s'explique par le fait que dans l'échantillon plutôt restreint de l'hiver (n=82), une personne a déclaré CHF 1500 pour les « dépenses dans les magasins ». Il n'est pas possible de déterminer pourquoi ces dépenses ont été faites. Toutefois, cela explique pourquoi, en moyenne, un montant disproportionné a été dépensé dans les magasins.

Dans le Parc Jura vaudois, les visiteurs dépensent en moyenne CHF 26.- par jour en été et CHF 35.- en hiver. Les excursionnistes dépensent CHF 17 en été et CHF 18 en hiver. Les visiteurs qui passent la nuit dépensent CHF 68.- en été et CHF 118.- en hiver. Les visiteurs ici ne dépensent pas leur argent si clairement pour l'hébergement, mais plutôt de manière égale pour l'hébergement et la nourriture. La nourriture semble jouer un rôle plus important dans ce parc pour la valeur ajoutée.

Les chiffres montrent que les excursionnistes à Gantrisch et dans le Jura vaudois consomment des biens et des services de manière presque identique et plutôt faible tant en été qu'en hiver. Dans le Parc Ela, les excursionnistes se comportent de la même façon en été, mais dépensent beaucoup plus d'argent en biens et services en hiver. Enfin, dans le Landschaftspark Binntal, les deux valeurs sont plus élevées, ce qui indique une bonne offre de biens et services payants. Afin d'augmenter la valeur ajoutée dans la région du parc, il est essentiel d'attirer les excursionnistes par des offres qui génèrent du chiffre d'affaires. Dans le cas des visiteurs qui passent la nuit, les dépenses sont généralement beaucoup plus élevées en raison des nuitées. Néanmoins, il existe encore des différences significatives entre l'été et l'hiver au sein de cette catégorie. Cela montre qu'il existe encore un potentiel d'augmentation des dépenses quotidiennes pour les visiteurs qui passent la nuit qui peuvent être exploitées grâce à des offres adaptées.

² Il n'y a que deux entrées valides dans l'ensemble des données pour les dépenses d'hiver des touristes d'un jour. Ces informations sont donc très incertaines.

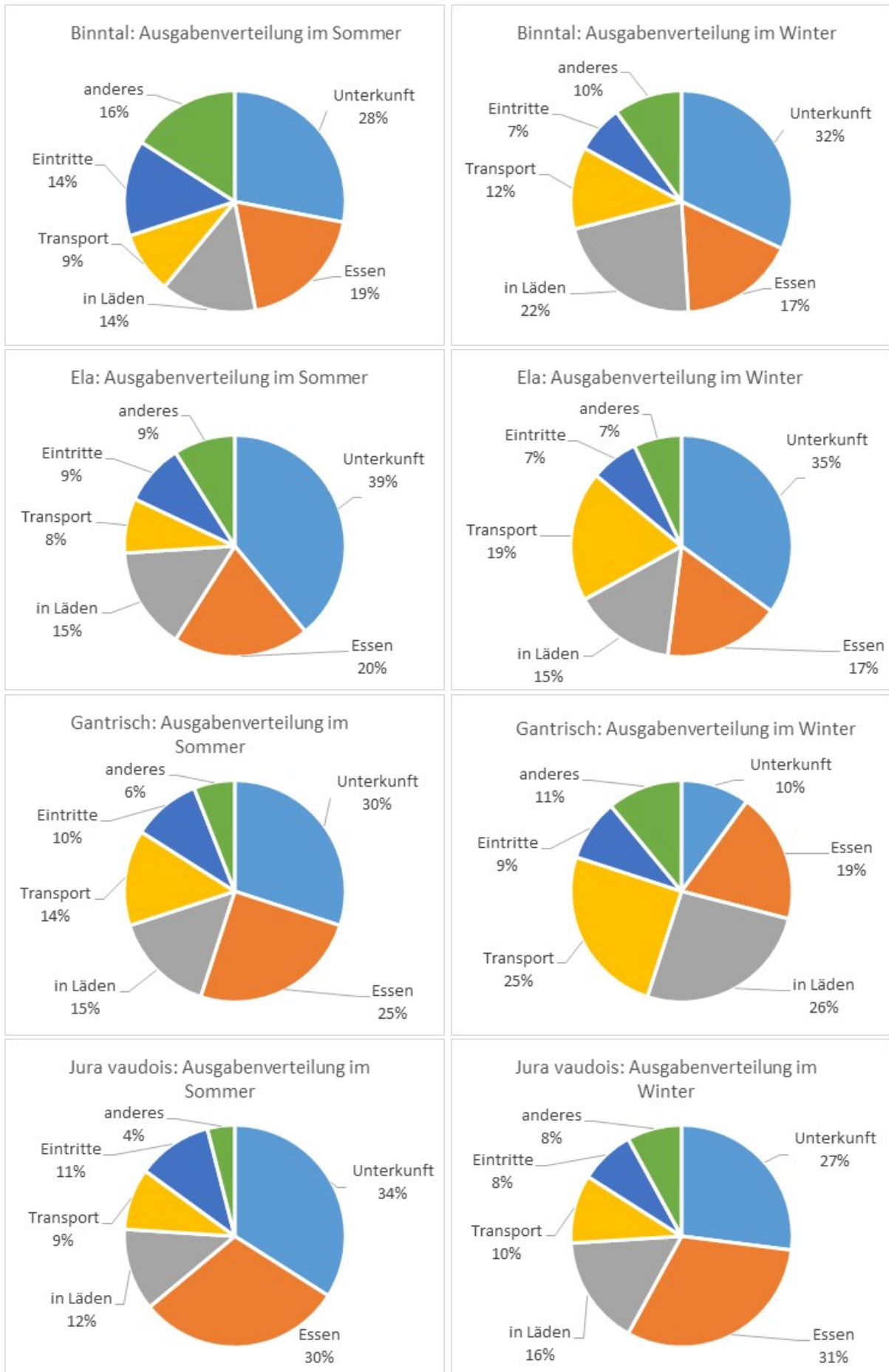


Figure 3.10: Dépenses journalières des visiteurs en été/hiver par catégories (en % des dépenses)

3.3 Fréquentation touristique

3.3.1 Estimation sur la base des comptages aux lieux de distribution

Pour la première méthode de calcul du nombre de visiteurs, on utilise le comptage des distributeurs/trices: ils ont compté combien de personnes sont passé par leur lieu de distribution durant les jours de comptage. Selon les exigences concernant la distribution, l'ensemble des points de distribution lors des journées de distribution doivent couvrir environ 90% de l'ensemble des visiteurs du parc. Dans un premier temps, il est supposé que tous les visiteurs ont été atteints et qu'aucune adaptation des valeurs ne doit donc être effectuée. Les valeurs quotidiennes moyennes pour l'été, l'hiver et la basse saison sont très différentes dans les parcs (tableau 3.11). Certaines valeurs sont également contre-intuitives, par exemple dans le Parc Ela il y a beaucoup plus de visiteurs en déplacement en été qu'en hiver tandis que dans le Parc naturel Gantrisch, il y a plus de visiteurs en hiver qu'en été. Cela indique que l'échantillon de 24 jours répartis sur une année n'a pas pu fournir de résultats valables pour une bonne estimation nuancée du nombre de visiteurs, c'est-à-dire qu'il était trop petit pour déterminer ces valeurs. Ceci est également démontré par le fait que toutes les strates ciblées (météo, jour de la semaine, saison) ne sont pas suffisamment représentées dans l'échantillon, ce qui conduit à des valeurs manquantes lorsque les résultats sont décomposés en détail (voir les cellules beiges à la figure 3.11).

L'échantillon étant trop petit, deux calculs différents de la fréquentation touristique sont effectués via les comptages aux points de distribution : la première généralise le nombre moyen de visiteurs par saison et ne tient pas compte, en raison du petit échantillon, de la répartition du beau et du mauvais temps (tableau 3.11). Les valeurs moyennes pour l'été, l'hiver et la basse saison sont simplement estimées sur la base du nombre de jours par saison pour déterminer le nombre de visiteurs par an. Pour la deuxième méthode de calcul, le type d'estimation planifiée est conservé. Premièrement, les valeurs manquantes dans l'échantillon (beige dans le tableau 3.11) sont complétées par une hypothèse simple : on suppose que, par mauvais temps, le nombre d'invités correspond à la moitié du nombre d'invités par beau temps. Ceci fournit les données nécessaires pour estimer le nombre de visiteurs et la fréquentation touristique. Le facteur de conversion de l'annexe A5.3 est utilisé pour convertir le nombre de visiteurs à la fréquentation.

Tableau 3.11: Nombre moyen de visiteurs par jour calculé sur la base des cartes postales et questionnaires distribués ainsi que les refus notés pour tous les lieux de distribution d'un parc. En-haut : sans prendre en compte les différences météorologiques et en-bas en différenciant le beau et le mauvais temps. En cas de données manquantes (pas de jour de distribution dans la catégorie), une valeur a été estimées (marquées en jaune).

	Saison d'été		Saison d'hiver		Basse saison	
Binntal	80		27		37	
Ela	267		116		42	
Gantrisch	251		348		337	
Jura vaudois	190		179		105	

	Saison d'été		Saison d'hiver		Basse saison	
	Beau	Mauvais	Beau	Mauvais	Beau	Mauvais
Binntal	133	28	28	14	39	20
Ela	304	230	70	35	61	31
Gantrisch	441	61	506	189	337	169
Jura vaudois	277	103	168	190	124	62

Les projections avec et sans détails météorologiques montrent des résultats comparables en terme d'ordre de grandeur (tableau 3.12) : avec ces calculs, la fréquentation touristique est d'environ 130'000 visiteurs dans le Binntal, 420'000 à Ela, 195'000 dans le Gantrisch et 120'000 dans le Jura vaudois. Les différences relativement faibles entre les deux méthodes de calcul montrent qu'il ne vaut certainement pas la peine d'effectuer les évaluations différenciées en fonction des données météorologiques dans les études futures. Cette méthode nécessite un traitement compliqué des données et des statistiques. L'échantillon doit

toutefois couvrir toutes les conditions météorologiques en fonction des conditions rencontrées, afin que l'échantillon soit significatif et que le nombre de visiteurs et la fréquentation ne soient pas systématiquement sous-estimés ou surestimés.

Tableau 3.12: Calcul du nombre de visiteurs et de la fréquentation touristique à partir des projections des comptages aux points de distribution. Version 1 sans prise en compte des données météorologiques, version 2 avec prise en compte des données météorologiques.

Parc	Prise en compte des conditions météorologiques	Saison d'été	Saison d'hiver	Basse saison	Nombre total de visiteurs	Fréquentation touristique totale
Binntal	non	10'160	2'835	4'921	17'916	122'008
	oui	14'924	2'226	4'443	21'593	147'048
Ela	non	33'909	12'180	5'586	51'675	430'453
	oui	36'766	5'670	6'850	49'286	410'552
Gantrisch	non	31'877	36'540	44'821	113'238	187'975
	oui	46'948	35'756	37'930	120'634	200'252
Jura vaudois	non	24'130	18'795	13'965	56'890	112'642
	oui	31'280	19'230	13'392	63'902	126'526

3.3.2 Estimation sur la base des nuitées hôtelières

Pour la deuxième méthode d'estimation, on utilise les nuitées hôtelières qui sont systématiquement collectées par l'OFS. Tout d'abord, on détermine la part des clients d'hôtel dans le parc par rapport à la fréquentation touristique totale (annexe A5 et tableau 3.13). La part de la fréquentation hôtelière par rapport à la fréquentation totale correspond donc au nombre de nuitées. Sur cette base, on peut calculer la fréquentation touristique totale pour une année en extrapolant les nuitées à 100 %. Avec ce calcul, le nombre de visiteurs diffère considérablement des résultats du calcul précédent (tableau 3.12) : dans le Binntal, le nombre de visiteurs est de 384'000, à Ela de 1'546'000, dans le Gantrisch de 1'021'000, dans le Jura vaudois de 266'000.

Tableau 3.13: Fréquentation touristique calculées à partir des projections des nuitées hôtelières. Pour la part des clients de l'hôtel dans la fréquentation totale, voir l'annexe A5.

	Part des clients d'hôtel par rapport à la fréquentation (%)		Nuitées hôtelières selon l'OFS ³		Fréquentation touristique		
	Été	Hiver	Été	Hiver	Été	Hiver	total
Binntal	14	11	26'453	21'475	188'950	195'227	384'177
Ela	18	14	123'471	120'382	685'950	859'871	1'545'821
Gantrisch	8	2	28'940	13'185	361'750	659'250	1'021'000
Jura vaudois	13	12	24'236	9'564	186'431	79'700	266'131

La comparaison des données venant des comptages de la distribution des questionnaires avec les données estimées grâce aux nuitées hôtelières montre que les secondes sont beaucoup plus élevées : dans le Binntal

³ Pour les parcs où le parc ne couvre que certaines parties d'une commune et où des données étaient disponibles pour chaque commune (Goms (Binntal), Davos (Ela)), les nuitées ont été calculées selon la part de la superficie du parc dans la commune. Voir la section sur la méthode. Dans la commune de Belp (Gantrisch), les nuitées ne sont accessibles que pendant un mois, l'adaptation des nuitées a été effectuée sur cette base pour toute l'année.

le résultat est multiplié par 3, à Ela par 4, dans le Gantrisch par 5 et dans le Jura vaudois par 2. Cela signifie qu'en aucun cas les 90% des visiteurs (objectif fixé) n'ont pu être atteints lors des distributions des questionnaires, et donc que le nombre moyen de visiteurs par jour (tableau 3.11) était largement sous-évalué. Ceci correspond à l'expérience que les parcs ont fait de la distribution des questionnaires : en particulier dans les grands parcs avec de très nombreuses voies d'accès (Gantrisch et Ela), il était difficile de trouver suffisamment de distributeurs pour couvrir tous les points stratégiques importants en termes de nombre de visiteurs. Même dans les petits parcs, on suppose que seule une fraction des visiteurs a été atteinte. Dans tous les parcs, il a été difficile de trouver suffisamment de personnel de distribution motivé tout au long de l'année et certains lieux stratégiques ont même été abandonnés. On peut donc déjà conclure ici que l'estimation du nombre de visiteurs grâce aux comptages lors de la distribution des questionnaires n'est pas un moyen approprié pour estimer le nombre et la fréquentation des visiteurs et que cet investissement supplémentaire peut être omis dans les études futures.

En même temps, il convient de mentionner que les estimations basées sur les nuitées hôtelières peuvent également être sujettes à des erreurs : Une source d'erreur réside dans l'attribution de nuitées au parc dans les communes qui ne sont que partiellement situées dans le périmètre du parc. En raison de la protection des données, il se peut que l'OFS ne fasse pas de déclarations exactes, de sorte qu'aucune démarcation exacte ne peut être faite. D'autres sources d'erreurs se trouvent dans les zones où l'hôtellerie est peu développée. Là de petites erreurs dans l'estimation s'additionnent à de grandes inexactitudes, car un nombre à un chiffre est extrapolé à 100%. S'il y a seulement quelques clients d'hôtel dans la zone du parc, il est possible qu'ils ne soient pas couverts de façon représentative dans l'échantillon parce que la probabilité de les voir pendant les jours de distribution dans est très faible. C'est peut-être l'une des raisons pour lesquelles, contrairement aux attentes, les projections de Gantrisch sont deux fois plus élevées en hiver qu'en été. Une dernière source d'erreur peut être que les clients ne comprennent pas la même chose par « hôtel » que l'OFS. C'est le cas des hébergements tels que les villages de vacances Reka, qui, d'après « l'OFS, appartiennent à la parahôtellerie, mais sont considérés par de nombreux clients comme une sorte d'hôtel. Il n'est pas possible de déterminer le niveau global d'incertitude des projections basées sur les nuitées hôtelières.

Sur la base des résultats et des considérations, les projections basées sur la part des clients d'hôtel par rapport à l'échantillon total et les nuitées sont utilisées comme chiffres définitifs pour les quatre parcs (tableau 3.14). Ces chiffres peuvent être considérés comme les plus plausibles. Seul le Parc naturel Gantrisch présente une inexactitude accrue en raison de la très faible proportion de clients d'hôtel (surtout en hiver), qui ne peut toutefois être quantifiée. A titre de comparaison, l'étude de Knaus (2011) a calculé, pour la période de juillet jusqu'à octobre dans l'UNESCO Biosphère Entlebuch, un nombre de 280'000 visiteurs ainsi qu'une fréquentation touristique de 600'000. BHP (2010) a calculé pour l'Entlebuch une fréquentation sur toute l'année de 1'773'000. Pour le Parc National et la Biosfera Val Müstair, Backhaus *et al.* (2013) ont calculé une fréquentation touristique de 604'000 pour la saison estivale. Le nombre de visiteurs restent donc dans le même ordre de grandeur.

Tableau 3.14: Nombre de visiteurs et fréquentation utilisés pour les calculs ultérieurs.

	Nombre de visiteurs			Fréquentation touristique		
	Été	Hiver	Total	Été	Hiver	Total
Binntal	28'076	28'171	56'247	188'950	195'227	384'177
Ela	92'696	89'291	181'987	685'950	859'871	1'545'821
Gantrisch	233'387	362'225	595'612	361'750	659'250	1'021'000
Jura vaudois	86'712	46'069	132'781	186'431	79'700	266'131

3.4 Chiffre d'affaires touristique et valeur ajoutée

3.4.1 Chiffre d'affaire touristique total

Pour calculer la valeur ajoutée, on calcule d'abord le chiffre d'affaires brut direct qui correspond aux dépenses totales de tous les visiteurs pendant leur séjour dans la région du parc. Pour que ce calcul soit le plus différencié possible, la fréquentation touristique (tableau 3.14) est répartie entre les différentes catégories de visiteurs et ces parts sont ensuite multipliées par leurs dépenses quotidiennes moyennes respectives (tableau 3.15). Le résultat montre pour chaque parc quels types de visiteurs dépensent le plus d'argent dans la région. Une petite partie des dépenses peut également être engagée à l'extérieur des régions, selon l'endroit où les invités ont passé la nuit. La plus grande partie de l'argent est dépensée par les visiteurs qui passent la nuit, mais pas toujours par les clients d'hôtels, parce que même les hôtes séjournant dans des appartements loués ou leur appartenant peuvent dépenser plus d'argent dans la région que les clients des hôtels qui ont des dépenses quotidiennes plus élevées mais ne restent que quelques jours dans la région. Les dépenses par type de visiteurs diffèrent sensiblement d'un parc à l'autre. D'une manière générale, cependant, il est clair que d'un point de vue économique, la promotion du tourisme excursionniste est moins efficace.

Tableau 3.15: Aperçu des dépenses journalières de tous les visiteurs dans les quatre parcs ainsi que du chiffre d'affaire brut ainsi généré, réparti par la saison d'hiver et d'été. Lorsque l'échantillon est n<4 (en beige), les données des deux saisons ont été mises ensemble afin d'atteindre un échantillon suffisamment important. Dans le cas où il manquait un échantillon pour une saison, celui de l'autre saison a été compté.

	Type de visiteur	Fréquentation touristique		Dépenses journalières moyennes (CHF)		Chiffre d'affaires brut (CHF)	
		Été	Hiver	Été	Hiver	Été	Hiver
Binntal	Excursionnistes	5'669	5'857	37	62	209'735	363'122
	Hôtel	26'453	21'475	148	164	3'915'044	3'521'895
	Appartement de vacances loué	49'127	39'045	65	65	3'193'255	2'537'951
	Appartement de vacances propre	54'796	97'614	58	71	3'178'139	6'930'559
	Amis	9'448	17'570	44	44	415'690	773'099
	Autres	43'459	13'666	39	81	1'694'882	1'106'937
	Total					12'606'744	15'233'563
Ela	Excursionnistes	13'719	8'599	15	44	205'785	378'343
	Hôtel	123'471	120'382	164	180	20'249'244	21'668'749
	Appartement de vacances loué	185'207	266'560	56	105	10'371'564	27'988'801
	Appartement de vacances propre	301'818	412'738	51	55	15'392'718	22'700'594
	Amis	48'017	34'395	87	189	4'177'436	6'500'625
	Autres	13'719	17'197	55	84	754'545	1'444'583
	Total					51'151'292	80'681'696

Suite du tableau 3.15

	Type de visiteur	Fréquentation touristique		Dépenses journalières moyennes(CHF)		Chiffre d'affaires brut (CHF)	
		Été	Hiver	Été	Hiver	Été	Hiver
Gantrisch	Excursionnistes	198'963	336'218	13	16	2'586'513	5'379'480
	Hôtel	28'940	13'185	167	167	4'832'980	2'201'895
	Appartement de vacances loué	21'705	0	133	-	2'886'765	0
	Appartement de vacances propre	21'705	237'330	128	128	2'778'240	30'378'240
	Amis	14'470	19'778	83	43	1'201'010	850'433
	Autres	75'968	52'740	59	34	4'482'083	1'793'160
	Total						18'767'590
Jura vaudois	Excursionnistes	67'115	38'256	17	18	1'140'958	688'608
	Hôtel	24'236	9'564	135	218	3'271'864	2'084'952
	Appartement de vacances loué	18'643	5'579	43	68	801'653	379'372
	Appartement de vacances propre	14'914	2'391	26	26	387'776	62'166
	Amis	31'693	14'346	50	62	1'584'664	889'452
	Autres	29'829	9'564	74	52	2'207'343	497'328
	Total						9'394'258

La somme du chiffre d'affaires brut des différents types de visiteurs donne le chiffre d'affaires touristique brut total dans la région du parc (qui correspond au chiffre d'affaires direct ou à la demande totale). Il s'élève à environ CHF 27.8 millions pour l'été et l'hiver dans le Landschaftspark Binntal, à 131.8 millions dans le Parc Ela, à 59.4 millions dans le Parc naturel Gantrisch et 14.0 millions dans le Parc Jura vaudois. En se basant sur le chiffre d'affaire brut direct, il est possible, à l'aide de multiplicateurs, de calculer le chiffre d'affaire total (tableau 3.16). Tout d'abord, la TVA de 8% est déduite du chiffre d'affaires brut. Comme la demande de consommations intermédiaire régionale est toujours induite lors de l'achat de biens et services, ces consommations intermédiaires sont ajoutées au chiffre d'affaires nets dans une deuxième étape. Selon la méthodologie de Küpfer (2000), ces dernières correspondent à 43 % du chiffre d'affaires. Enfin, les effets de revenu sont également pris en compte. Ceux-ci reflètent les dépenses encourues par les employés sur la base de leurs revenus découlant de la demande des clients. Selon Küpfer (2000), les effets de revenus correspondent à 22% de la somme du chiffre d'affaires net et de la consommation intermédiaire. Le chiffre d'affaires touristique total s'élève à CHF 44,6 millions (Binntal), 209,5 millions (Ela), 95,4 millions (Gantrisch) et 22,5 millions (Jura vaudois).

Tableau 3.16: Chiffre d'affaire touristique total dans les quatre parcs (en million de CHF), calculé grâce au chiffre d'affaires brut et net, aux consommations intermédiaires et à l'effet de revenu.

En million de CHF	direct (brut)	direct (net)	Consommation intermédiaire	Effet de revenu	Total
Binntal été	12.6	11.6	5.0	3.6	20.2
Binntal hiver	15.2	14.0	6.0	4.4	24.4
Ela été	51.1	47.0	20.2	14.8	82.0
Ela hiver	80.7	74.2	31.9	23.4	129.5
Gantrisch été	18.8	17.3	7.4	5.4	30.2
Gantrisch hiver	40.6	37.4	16.1	11.8	65.2
Jura vaudois été	9.4	8.6	3.7	2.7	15.1
Jura vaudois hiver	4.6	4.2	1.8	1.3	7.4

3.4.2 Valeur ajoutée

Selon l'OFS (2018), environ 50% du chiffre d'affaires peut être comptabilisé comme valeur ajoutée, c'est-à-dire que ces sommes sont créées par des activités économiques comme valeur ajoutée dans le périmètre du parc. Ils sont rémunérés sous forme de salaires, versés sous forme de bénéfices ou réinvestis dans les entreprises. Les chiffres sur la valeur ajoutée des quatre parcs (tableau 3.17) peuvent être tirés directement des valeurs du tableau 3.16. La valeur ajoutée touristique totale dans le Landschaftspark Binntal s'élève ainsi à CHF 22,3 millions, dans le Parc Ela à CHF 105,8 millions, dans le Parc naturel Gantrisch à CHF 47,7 millions et dans le Parc Jura vaudois à CHF 11,2 millions. Cette valeur ajoutée couvre l'ensemble des activités touristiques des visiteurs dans le périmètre du Parc.

À l'aide du facteur parc, il est maintenant possible de calculer la part attribuable à chaque parc (tableau 3.17) : les activités du Landschaftspark Binntal génèrent une valeur ajoutée touristique de CHF 3,7 millions, celles du Parc Ela de CHF 8,8 millions, celles du Parc naturel Gantrisch de CHF 7,3 millions et celles du Parc Jura vaudois de CHF 1,7 millions. Ces résultats correspondent aux résultats déjà connus : pour l'UNESCO Biosphère Entlebuch, Knaus (2011) a calculé une valeur ajoutée touristique totale de CHF 5,2 millions pour la saison estivale, Backhaus et al (2013) une valeur ajoutée de CHF 3,8 millions pour la saison estivale de la Biosfera Val Müstair et une valeur ajoutée de CHF 19,7 millions pour le Parc National.

Tableau 3.17: Valeur ajoutée touristique totale dans les quatre parcs (en mio de CHF) calculé à l'aide de la valeur ajoutée brute et nette, des consommations intermédiaires et de l'effet de revenu. La valeur ajoutée induite par le parc est directement et de manière causale imputable aux activités du parc. Elle est calculée à l'aide du facteur parc (Tab. 3.9).

En million de CHF	direct (brut)	direct (net)	Consommation intermédiaire	Effet de revenu	Total	Induite par le parc
Binntal été	6.3	5.8	2.5	1.8	10.1	2.1
Binntal hiver	7.6	7.0	3.0	2.2	12.2	1.6
Ela été	25.6	23.5	10.1	7.4	41.0	4.9
Ela hiver	40.4	37.1	16.0	11.7	64.8	3.9
Gantrisch été	9.4	8.6	3.7	2.7	15.1	2.4
Gantrisch hiver	20.3	18.7	8.0	5.9	32.6	4.9
Jura vaudois été	4.7	4.3	1.9	1.4	7.5	1.2
Jura vaudois hiver	2.3	2.1	0.9	0.7	3.7	0.5

3.4.3 Évaluation de la valeur ajoutée induite par le parc

Sur la base de la valeur ajoutée brute par emploi, il est possible de calculer les chiffres plutôt abstraits de la valeur ajoutée en équivalent temps plein. Sur la base des chiffres décrits dans les méthodes, les activités des parcs entraîneraient la création de 40 postes de travail supplémentaires dans les secteurs économiques liés au tourisme dans le Landschaftspark Binntal, 82 dans le Parc Ela, 87 dans le Parc naturel Gantrisch et 18 dans le Parc Jura vaudois. Si l'on regarde la part des postes de travail à laquelle cela correspond pour les régions, nous arrivons à 10% pour Binntal, 2% pour Ela, 0.7% pour Gantrisch et 0.13% pour Jura vaudois. Les résultats sont très différents, car les régions ont des structures économiques très différentes : le Landschaftspark Binntal, très rural et petit, a très peu d'emplois dans le périmètre, tandis que le Parc Ela couvre une très grande superficie et offre donc plus d'emplois malgré son caractère rural. Le Parc naturel Gantrisch et le Parc Jura vaudois, en revanche, sont beaucoup plus développés économiquement et ont donc un grand nombre d'emplois existants. Les quelques douzaines d'emplois créés par le tourisme dans les parcs n'ont que peu d'importance. Malgré leur petit nombre, cependant, ces emplois peuvent être très utiles dans les sous-régions éloignées de ces parcs.

Le rapport coût-bénéfice des moyens engagés peut être évalué comme très bon dans tous les parcs. Par rapport aux budgets des parcs (CHF 1,1 million (Binntal), 1,7 million (Ela), 2,2 millions (Gantrisch) et 1,5 million (Jura vaudois)), la valeur ajoutée touristique générée par ces budgets pour 2017 est multipliée par 3 (Binntal), 5 (Ela), 3 (Gantrisch) et 1 (Jura vaudois). La situation est encore meilleure en ce qui concerne les fonds publics utilisés : les contributions de base des communes, des cantons et de la Confédération de CHF 0,8 million dans le Landschaftspark Binntal génèrent 4 fois plus de valeur ajoutée, les 1,35 million dans le Parc Ela génèrent 6 fois plus de valeur ajoutée, les 1,5 million dans le Parc naturel Gantrisch 4 fois plus et les 1,1 million dans le Parc Jura vaudois 1,5 fois plus. Les parcs représentent donc un investissement rentable pour le secteur public. D'autant plus qu'une partie seulement de cet argent est utilisée pour des mesures touristiques.

3.5 Comparaison de l'échantillon «imprimé» vs «online»

Avant l'étude, les effets potentiels d'une enquête purement en ligne ont été discutés. Afin de couvrir les visiteurs de la manière la plus complète possible et d'éviter des biais, par exemple dans la structure d'âge de l'échantillon, la variante en ligne a finalement été combinée avec la distribution traditionnelle des questionnaires imprimés. La question se pose maintenant de savoir si cet effort en valait la peine et dans quelle mesure les deux sous-échantillons sont différents. Dans ce sous-chapitre, les variables les plus importantes sont comparées par parc entre les deux sous-échantillons à l'aide d'un test t.

Dans tous les parcs, l'âge diffère de façon très significative ($p < 0,001$) entre les deux sous-échantillons ; la version en ligne a été remplie par des visiteurs beaucoup plus jeunes (tableau 3.18). En termes de dépenses, les personnes qui remplissent des questionnaires en ligne dépensent plus d'argent par jour que celles qui ont répondu sur papier. Cependant, les dépenses ne sont significativement différentes que dans les parcs Binntal et Ela ($p < 0,001$), mais pas dans le Parc naturel Gantrisch ($p = 0,1$, $t = 1,73$) et dans le Jura vaudois ($p = 0,4$, $t = 1,02$). Bien que ce soient des données catégorielles, un test t a été effectué sur l'affinité du parc et la satisfaction générale. Ce n'est pas tout à fait exact, mais les résultats sont cohérents parce qu'il s'agit de données catégorielles et non ordinales. Les résultats montrent qu'en moyenne, il n'y a pas de différences significatives entre les sous-échantillons quant à l'affinité des parcs. Cependant, il y a des différences significatives dans la satisfaction générale à l'égard du séjour dans le parc : à Binntal et à Ela, les visiteurs ayant répondu en ligne sont en moyenne légèrement plus satisfaits de leur séjour ($p < 0,01$). À Gantrisch, par contre, ceux qui ont rempli le questionnaire imprimé sont légèrement plus satisfaits ($p = 0,02$). Enfin, dans le Jura vaudois, il n'y a pas de différence significative entre « online » et « imprimé » ($p = 0,12$, $t = -0,83$).

Tableau 3.18: Différences entre les visiteurs qui ont rempli le formulaire imprimé, respectivement online. Une valeur plus élevée dans la colonne « affinité avec le parc » correspond à une plus grande affinité pour le parc. Une valeur plus basse dans la colonne « satisfaction » correspond à une plus grande satisfaction.

	Age (année)		Dépenses (CHF)		Affinité avec le parc		Satisfaction générale	
	Imprimé	online	Imprimé	online	Imprimé	online	Imprimé	online
Binntal	55.9	49.6	52	87	2.1	2.2	1.22	1.12
Ela	55.4	51.0	50	116	1.7	1.7	1.32	1.27
Gantrisch	58.0	46.9	15	23	2.0	2.0	1.24	1.29
Jura vaudois	54.9	47.7	25	32	1.8	1.9	1.24	1.22

Les résultats permettent de conclure que le questionnaire imprimé s'adresse encore et toujours à des groupes de visiteurs très différents de ceux qui ont répondu au questionnaire online. Pour les enquêtes auprès des visiteurs, les deux méthodes d'enquête devraient donc continuer à être utilisées dans les années à venir (à la fois les questionnaires imprimés traditionnels avec enveloppes-réponses et la version plus moderne avec cartes postales et code QR du questionnaire en ligne). Il est ainsi possible de couvrir l'ensemble du spectre des visiteurs, qui se compose (encore) de différents sous-groupes. Dans le cas d'une éventuelle répétition dans 5 à 10 ans, il est absolument nécessaire de vérifier une fois de plus si l'investissement important demandé par les versions imprimées est toujours nécessaire.

4. Discussion

Cette étude a fourni des informations importantes sur les visiteurs des parcs Binntal, Ela, Gantrisch et Jura vaudois. En plus de déterminer les caractéristiques des visiteurs qui donnent une image détaillée des visiteurs typiques des parcs, leurs motifs de voyage, leurs sources d'information, leurs activités, leur satisfaction et l'argent dépensé, des indications importantes pour des pistes d'action et mesures touristiques futures pour les parcs naturels ont pu être obtenues. Afin d'augmenter la valeur ajoutée touristique induit par les parcs, les visiteurs doivent être attirés par des offres qui comprennent des activités payantes dans le parc et ces offres doivent correspondre totalement aux attentes des visiteurs. Il y a encore du potentiel pour cela, aussi bien pour les visiteurs excursionnistes que pour les visiteurs qui passent la nuit. D'une part, cela peut augmenter directement la valeur ajoutée du parc en augmentant les dépenses quotidiennes, et d'autre part, cela peut renforcer le bouche-à-oreille dans les lieux de provenance des visiteurs grâce à des visiteurs satisfaits. Il s'agit en effet de la méthode la plus efficace de l'enquête pour faire connaître les parcs et elle peut indirectement conduire à une nouvelle augmentation du nombre de visiteurs qui ont une affinité pour les parcs. Comme moyen de communication supplémentaire, les visiteurs qui viennent dans la région en été peuvent également être tenus au courant pendant leur séjour des activités qui sont organisées dans le parc en hiver. D'autres améliorations peuvent être apportées en rendant l'information concernant les offres et les activités des parcs (en particulier les possibilités de randonnée) plus facilement accessible via Internet.

Grâce à ces mesures d'ordre touristique ainsi que des mesures dans les domaines de la nature et du paysage, les parcs naturels créent les conditions permettant aux visiteurs qui ont une affinité pour la beauté des paysages et la nature préservée de voyager dans les régions des parcs pour des séjours de courte ou longue durée. Cette approche intégrale de protection et de développement offre donc les meilleures conditions pour générer une valeur ajoutée durable induite par le tourisme dans les régions des parcs. Dans un souci de durabilité, l'un des objectifs devrait être de limiter dans le parc les externalités négatives du tourisme. Les visiteurs excursionnistes qui dépensent peu ou pas d'argent ne causent pratiquement que des impacts négatifs dans la région. Dans ce contexte, et compte tenu également du niveau de satisfaction un peu plus faible à l'égard des services de transport public, des efforts devraient être faits dans tous les parcs pour promouvoir les offres avec nuitées et pour renforcer les transports publics afin de réduire le nombre de déplacements en voiture et le volume de trafic. Cela aura également un impact positif sur le tourisme dans le parc à court et à long terme.

4.1 Critique de la méthodologie

Il y a des incertitudes en ce qui concerne le calcul fait ici sur la valeur ajoutée touristique induite, comme c'est déjà le cas dans les études existantes (Knaus 2011, Backhaus et al. 2013, Job et al. 2005). Trois variables sont au cœur du calcul de la valeur ajoutée : la fréquentation touristique, les dépenses quotidiennes moyennes et le facteur parc. Pour le calcul du facteur parc, une amélioration substantielle a pu être obtenue dans cette étude : grâce à la question directe sur les raisons pour lesquelles les visiteurs se sont rendus dans le parc, le calcul se fait avec beaucoup moins d'hypothèses que les études suisses précédentes (Knaus 2011 et Backhaus et al. 2013). De plus, la méthodologie est intuitivement compréhensible par rapport à celle d'études antérieures. Dans l'ensemble, on peut supposer que le facteur parc calculé ici est très solide. Les résultats des dépenses journalières moyennes peuvent également être considérés comme fiables, bien qu'un échantillon plus large aurait été souhaitable pour avoir des chiffres plus solides après avoir réparti les nuitées entre les différents types d'hébergement. Ces chiffres sont importants, car ils diffèrent de -5 à +44% par rapport à une méthode de calcul plus grossière, qui ne différencie que les visiteurs excursionnistes et qui passe la nuit dans la région (voir annexe A6). Par conséquent, une réduction de l'échantillon n'est en aucun cas recommandable.

Toutefois, le plus grand facteur d'incertitude dans l'estimation de la valeur ajoutée reste le calcul de la fréquentation touristique. C'est là que subsistent les plus grandes imprécisions : les deux méthodes d'extrapolation utilisées variaient dans les quatre parcs par un facteur allant jusqu'à 5. Compte tenu des grandes différences entre les deux méthodes appliquées, on peut conclure que l'estimation de la fréquentation touristique en utilisant nos propres comptages n'est pas appropriée pour obtenir des chiffres fiables. Afin d'atteindre réellement 90% des clients lors de la distribution des questionnaires ou du comptage des visiteurs et de disposer ainsi d'une base de données appropriée pour extrapoler la

fréquentation touristique via le comptage des visiteurs, des efforts beaucoup plus importants que dans le cas de cette étude devraient être faits les jours de distribution : une présence prolongée sur place est nécessaire et en même temps des zones plus stratégiques et étendues devraient être couvertes. Si cela ne se peut pas ou ne peut pas toujours être fait, aucune projection valable ne peut être effectuée. La question de savoir si cela peut être justifié du point de vue des coûts et des avantages doit être évaluée par le mandant. Les projections basées sur le nombre de visiteurs ont également montré une fois de plus que l'échantillon était trop restreint : divisé en saisons, jours de semaine, etc., l'échantillon de 24 jours de distribution était trop petit pour faire une estimation bien fondée de la fréquentation touristique. Dans l'approche allemande (Job et al. 2005), qui a déjà été utilisée pour de nombreux parcs, le nombre de visiteurs à un endroit donné est compté beaucoup plus rapidement (en heures) et les projections sont ensuite faites à partir de ces données. Ces collectes de données prennent également beaucoup de temps et devraient couvrir tous les flux de visiteurs dans les parcs examinés. L'effort de cette méthode et de la méthode actuelle doit donc être comparable, la collecte des données se fait simplement différemment. La précision (ou l'imprécision) des résultats est également comparable dans les deux méthodes : l'approche allemande repose aussi sur un certain nombre d'hypothèses et non sur une base de données plus large.

La deuxième méthode d'extrapolation de cette étude sur la base de meilleures données de base, les nuitées hôtelières, dénote également des incertitudes, en particulier pour les parcs avec peu d'activité hôtelière. Les clients des hôtels sont rapidement sous-représentés ou surreprésentés dans l'échantillon dans ces zones, tandis que de petites différences dans la qualité des données, dues par exemple à des rapports manquants sur les nuitées, ont une grande influence sur le résultat final. Des inexactitudes découlent de l'attribution de nuitées au parc si seulement des parties d'une commune sont situées dans le parc. Enfin, cette méthode ne permet pas de savoir si les clients comprennent la même chose par « hôtel » que l'Office fédéral de la statistique. Dans l'étude de Knaus (2011), c'est la raison pour laquelle on n'a pas extrapolé la fréquence d'invités à partir des nuitées hôtelières. Pour le Parc naturel Gantersch, en raison de la faible proportion de clients hôteliers dans l'échantillon, il convient d'utiliser avec prudence les fréquences de clients calculées pour la saison d'hiver : la fréquence réelle devrait se situer entre 200'000 et 660'000 visiteurs.

On peut conclure de toutes ces remarques que

- (1) des estimations valides du nombre et de la fréquentation touristique dans les parcs dotés d'hôtels bien établis (part des clients hôteliers dans la fréquence totale > 10 %) sont possibles et fiables grâce à l'extrapolation des nuitées hôtelières de l'OFS;
- (2) dans les parcs où l'offre hôtelière est très faible ou inexistante, aucune estimation fiable de la fréquentation ne peut être faite avec la méthodologie actuelle, à moins que l'effort de comptage et de distribution ne soit accru, ce qui n'est guère possible sur le plan logistique ;
- (3) pour les études à valeur ajoutée fiables, la taille de l'échantillon ne doit en aucun cas être réduite. Si le nombre de jours de distribution devait être réduit, les activités de distribution devraient être intensifiées en conséquence pendant les jours de distribution.

Afin d'offrir aux parcs dont l'industrie hôtelière est faible la possibilité de déterminer la fréquentation touristique, mais aussi de permettre aux parcs dont l'industrie hôtelière est solide d'estimer plus facilement et plus efficacement leur fréquentation touristique, les futurs calculs de valeur ajoutée devraient chercher des alternatives pour enregistrer la fréquentation touristique. Dans le Parc National avec ses quelques ports d'entrée, des informations très précises sur le nombre de visiteurs peuvent être données avec le décompte automatique via des tapis de comptage de visiteurs (Backhaus et al. 2013). La question se pose de savoir si des dispositifs similaires pourraient également être installés dans les parcs. La méthode utilisée devrait bien entendu être adaptée aux différentes conditions, en particulier les nombreux accès qui peuvent être utilisés en voiture, en transports publics et à pied. Cependant, il n'est pas nécessaire que tous les lieux et itinéraires soient nécessairement couverts par des compteurs. La distribution géographique relative des visiteurs peut être relevée lors des journées d'échantillonnage effectuées sur la région. Sur cette base, des projections relativement précises pour l'ensemble de l'année et du périmètre pourraient être établies au moyen de comptages automatiques sur les itinéraires les plus fréquentés. En raison des coûts d'investissement élevés auxquels on peut s'attendre et des incertitudes méthodologiques, il serait opportun de tester ce type de détermination de fréquentation sur une base pilote dans le cadre d'un projet de recherche.

5. Conclusion

Dans le cadre d'enquêtes à grande échelle, il est possible d'obtenir des informations importantes sur les visiteurs des parcs et d'en tirer des conclusions-clés pour le développement futur de l'offre touristique. En même temps, ces enquêtes permettent de tirer des conclusions sur le nombre de visiteurs et donc d'estimer la valeur ajoutée touristique induite par le parc. De telles études exigent des échantillons solides qui sont prélevés pendant de nombreux jours de distribution et à de nombreux endroits de distribution et qui demandent donc beaucoup d'investissement de la part des parcs. Entre-temps, les chiffres de la valeur ajoutée qui en résultent sont encore incertaines, surtout parce que la fréquentation touristique ne peut être calculée que de manière imprécise. L'objectif de telles études devrait être d'éliminer ce dernier facteur d'incertitude au moyen de comptages automatiques ou d'obtenir des informations plus précises sur l'imprécision des projections. C'est particulièrement le cas lorsque les chiffres sur la valeur ajoutée sont utilisés comme arguments en faveur des parcs lors des processus politiques et pour la communication avec le grand public.

6. Références

- Backhaus N., Buser C., Buttica M., Jorio D. & M. Speich 2013: Wirtschaftliche Auswirkungen des Sommertourismus im UNESCO Biosphärenreservat Val Müstair Parc Naziunal. Schriftenreihe Humangeographie 27. Zürich, Schweiz: Geographisches Institut der Universität Zürich.
- Backhaus N., Buser C., Buttica M., Jorio D. & M. Speich 2013 : Effets économiques du tourisme d'été dans la réserve de Biosfera Val Müstair GR (depuis 2011 ; réserve de biosphère depuis 2010 avec n° 1). Série Géographie humaine 27. Zurich, Suisse: Département de géographie de l'Université de Zurich.
- BfS [Bundesamt für Statistik] 2017: Arbeitsstellen und Beschäftigte nach Gemeinde, Wirtschaftssektor und Grössenklasse. Stat-Tab: https://www.pxweb.bfs.admin.ch/default.aspx?px_language=de. Homepage abgerufen am 12.4.2017.
- OFS [Office fédérale de la statistique] 2017 : Etablissements et emplois selon la commune, le secteur économique et la classe de taille. Stat-Tab : https://www.pxweb.bfs.admin.ch/default.aspx?px_language=fr. Page d'accueil extraite le 12.4.2017.
- BfS [Bundesamt für Statistik] 2018: Produktionskonto nach Wirtschaftssektoren. <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/volkswirtschaft/volkswirtschaftliche-gesamtrechnung/produktionskonto.assetdetail.5966209.html>
- OFS [Office fédérale de la statistique] 2018 : Compte de production par secteurs économiques. <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/economie-nationale/comptes-nationaux/production.assetdetail.5966226.html>
- BHP 2010: Touristische Wertschöpfung im Kanton Luzern. Luzern Tourismus und Rawi Luzern, unveröffentlicht.
- BHP 2010 : Création de valeur touristique dans le canton de Lucerne. Lucerne Tourisme et Rawi Lucerne, non publié.
- Borrini-Feyerabend G., Dudley N., Jaeger T., Lassen B., Pathak Broome N., Phillips A. & T. Sandwith 2013: Governance of Protected Areas: From understanding to action. Best Practice Protected Area Guidelines Series No. 20. Gland, Schweiz: IUCN.
- Borrini-Feyerabend G., N. Dudley, T. Jaeger, B. Lassen, N. Pathak, A. Phillips et T. Sandwith 2013: La gouvernance des aires protégées: de la compréhension à l'action. Série de lignes directrices sur les meilleures pratiques pour les aires protégées, n ° 20 Gland, Suisse: UICN.
- Job H., Harrer B., Metzler D. & D. Hajizadeh-Alamdary 2005: Ökonomische Effekte von Grossschutzgebieten. Untersuchung der Bedeutung von Großschutzgebieten für den Tourismus und die wirtschaftliche Entwicklung der Region. BfN Skripten 135: Bonn, Deutschland: Bundesamt für Naturschutz.
- Job H., Harrer B., Metzler D. & D. Hajizadeh-Alamdary 2005 : Effets économiques des grandes aires protégées. Étude de l'importance des grandes aires protégées pour le tourisme et le développement économique de la région. BfN scripts 135 : Bonn, Allemagne : Agence fédérale pour la conservation de la nature.
- Knaus F. 2012: Bedeutung, Charakteristiken und wirtschaftliche Auswirkungen des Sommertourismus in der UNESCO Biosphäre Entlebuch. Resultate einer umfassenden Gästebefragung. Interner Bericht. Zürich und Schüpfheim, Schweiz: ETH Zürich und Biosphärenmanagement.
- Knaus F. 2012 : Importance, caractéristiques et impact économique du tourisme estival dans l'UNESCO Biosphère Entlebuch LU (depuis 2008 ; réserve de biosphère depuis 2001). Résultats d'un sondage exhaustif auprès des visiteurs. Rapport interne. Zurich et Schüpfheim, Suisse : ETH Zurich et Management de la Biosphère.
- Knaus F. & N. Backhaus 2014: Touristische Wertschöpfung in Pärken. Swiss Academies Factsheet 9(3). Bern, Schweiz: ScNat.

- Knaus F. & N. Backhaus 2014 : Valeur ajoutée par le tourisme dans les parcs. Fiche d'information des Académies suisses 9(3). Berne, Suisse : ScNat.
- Küpfer I. 2000: Die regionalwirtschaftliche Bedeutung des Nationalparktourismus, untersucht am Beispiel des Schweizerischen Nationalparks. Nationalpark-Forschung Schweiz 90. Zerne, Schweiz: Schweizer Nationalpark.
- Küpfer I. 2000 : L'importance économique régionale du tourisme dans les parcs nationaux, sur le modèle du parc national suisse. Equipe de recherche du Parc national Suisse 90. Zerne, Suisse: Parc national suisse.
- Mayer M. & H. Job 2014: The economics of protected areas – a European perspective. Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie 58(2-3): 73-97.
- Mayer M. & H. Job 2014: L'économie des zones protégées - Une perspective européenne. Revue de géographie économique 58 (2-3): 73-97.
- Regiosuisse 2014: Monitoringbericht 2013. Die regionalwirtschaftliche Entwicklung der Schweiz. Brig, Schweiz: Regiosuisse.
- Regiosuisse 2014 : Rapport de monitoring 2013 : Le développement économique régional de la Suisse. Brig, Suisse: Regiosuisse.

Annexes

A1: Sondage



Chers visiteurs

Mandatée par le Réseau des parcs suisses, l'École Polytechnique de Zurich (ETH) mène une étude portant sur votre visite dans la région Jura vaudois. Les résultats de cette étude dépendent du nombre de données collectées, c'est pourquoi nous vous serions très reconnaissants de consacrer, pendant votre trajet de retour ou ce soir, 10 minutes pour répondre à ce questionnaire. N'hésitez pas: de nombreux cadeaux sont à gagner! Vos réponses seront traitées de manière confidentielle et anonyme. Vous pouvez également y répondre à l'adresse <https://ww2.unipark.de/uc/JuraVD/>. **Merci beaucoup !**

1. Par quel moyen de transport êtes-vous arrivé(e)s dans la région?

- | | | |
|---|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Voiture | <input type="checkbox"/> Car (voyage organisé) | <input type="checkbox"/> Vélo / VTT |
| <input type="checkbox"/> Transports publics | <input type="checkbox"/> Moto | <input type="checkbox"/> à pied |

2. Êtes-vous venu/e...

- seul(e)? à deux? en famille? en groupe?

→ Nombre d'adultes (vous y compris):, enfants (jusqu'à l'âge de 12 ans):, jeunes (13-18 ans):

3. Quelle est la durée de votre séjour dans la région Jura Vaudois?

- Je ne compte pas passer la nuit dans la région (→ passer à la question 4)
 Je passe nuit(s) dans l'/les endroit/s suivant/s:

3b. Dans quel type d'hébergement séjournez-vous?

- | | | |
|---|----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Appartement en location | <input type="checkbox"/> Hôtel | <input type="checkbox"/> Votre propre appartement |
| <input type="checkbox"/> Bed and Breakfast (B&B) | <input type="checkbox"/> Camping | <input type="checkbox"/> Agrotourisme |
| <input type="checkbox"/> Chez des amis ou des proches | <input type="checkbox"/> AirBnB | <input type="checkbox"/> Autres |

4. Combien de fois avez-vous déjà visité la région Jura vaudois auparavant ?

- C'est ma première visite Ma 2^{ème} visite Quelques fois Je suis un(e) habitué(e)

5. Citez deux caractéristiques qui vous viennent spontanément à l'esprit pour décrire la région Jura vaudois:

(1) (2)

6. Quelles activités avez-vous pratiqué aujourd'hui dans la région Jura vaudois?

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Randonnée | <input type="checkbox"/> Vélo / VTT | <input type="checkbox"/> Excursion accompagnée |
| <input type="checkbox"/> Événement culturel | <input type="checkbox"/> Geo-caching | <input type="checkbox"/> Wellness |
| <input type="checkbox"/> Observation de la nature | <input type="checkbox"/> Séminaire | <input type="checkbox"/> Randonnée hivernale |
| <input type="checkbox"/> Luge | <input type="checkbox"/> Ski / snowboard | <input type="checkbox"/> Raquettes |
| <input type="checkbox"/> Visite de musée | <input type="checkbox"/> autres: | |

7. Comment avez-vous eu connaissance de la région? Merci d'indiquer le(s) support(s) d'information que vous avez consulté(s):

- | | | |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Internet (Facebook etc. inclus) | <input type="checkbox"/> Guide de voyage | <input type="checkbox"/> Office du tourisme |
| <input type="checkbox"/> Suggestion dans un magazine | <input type="checkbox"/> Carte géographique | <input type="checkbox"/> Autre brochure touristique |
| <input type="checkbox"/> Amis / proches | <input type="checkbox"/> Suggestion dans un journal | <input type="checkbox"/> Brochure du parc |
| <input type="checkbox"/> Autres : | | |

8. Le Parc naturel «Parc Jura vaudois» a-t-il joué un rôle dans votre décision de venir visiter la région?

- non à peine oui, entre autres oui, un rôle important

9. Quels autres motifs vous ont incité à visiter la région? Merci de mentionner les plus importants :

1. 2. 3.
4. 5. 6.

10. Combien avez-vous dépensé aujourd'hui dans la région Jura vaudois?

- Fr. pour l'hébergement (le cas échéant indiquer le montant pour une nuitée)
 Fr. pour les frais de repas et/ou boissons dans les restaurants, cafés, bars etc.
 Fr. dans les magasins (p.ex. produits alimentaires, cadeaux, vêtements, location d'équipement)
 Fr. pour les transports dans la région (p.ex. télécabines, transports publics, station-service)
 Fr. pour des excursions et pour les entrées à des évènements et musées
 Fr. pour tout le reste (p.ex. excursions, cours, médecin, coiffeur)
 **Fr. total**

11. Pour combien de personnes les données sous la question 10 sont-elles valables (vous y compris)?

- Nombre d'adultes: Nombre d'enfants:

12. Revenons à votre séjour : Etes-vous satisfait(e)...

- | | 😊😊 | 😊 | ☹ | ☹ | ☹☹ |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| ... de manière générale de votre séjour | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ... de l'accueil, de l'hospitalité, de la gentillesse | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ... de la qualité de votre hébergement | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ... de la diversité des activités | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ... des informations reçues dans les offices du tourisme | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ... de l'état des chemins de randonnée | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ... de la facilité de trouver des informations sur la région | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ... de la possibilité de se déplacer en transports publics | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

13. Si vous n'êtes pas satisfait(e), qu'est-ce-que vous n'avez pas apprécié plus précisément?

.....

14. Avez-vous d'autres remarques?

.....

Code postal de votre domicile : Pays : Âge :

Sexe: Femme Homme Date de votre visite:

Pour participer au concours, veuillez nous donner votre adresse e-mail :

En cas de questions ou de remarques, vous pouvez nous contacter à l'adresse: besucherumfrage@usvs.ethz.ch.

A2: Lieux de distribution

Tableau A2.1: Des informations détaillées sur les lieux et les modalités de distribution. Type d'information : 1=cartes postales ou questionnaire, 2=cartes postales seulement, 3=cartes postales et questionnaire ; Type de lieu : 1=hôtel, 2=restaurant, 3=parking, 4=trains de montagne, 5=stations de transport public, 6=autres ; Saison de distribution : 1=an, 2=été seulement, 3= hiver seulement ; Type de distribution : 1=actif, 2=seulement mis à disposition ; Heure de distribution : 1= distribution le matin, 2=après-midi et soir, 3=jour complet

Coordonnées Y	Coordonnées X	Lieu	Localité	Type information	Type de Lieu	Saison de dist.	Type de dist.	Heure de distribution
Landschaftspark Binntal								
2'657'361	1'135'006	Tourismusbüro Binn	Binn	1	6	1	1	1/2
2'659'550	1'135'728	Restaurant Bärgekristall, Binn	Binn	1	2	1	1	3
2'657'334	1'135'022	Binn Dorf	Binn	3	5	1	1	3
2'658'905	1'143'910	Olympia Sport, Blitzingen	Blitzingen	1	6	1	2	3
2'658'651	1'143'838	Blitzingen	Blitzingen	1	5	1	1	3
2'654'409	1'138'828	Tourismusbüro Ernen	Ernen	1	6	1	1	3
2'654'394	1'138'847	Dorfplatz Ernen	Ernen	1	5	1	1	3
2'650'363	1'135'905	Konsum Grenchols	Grenchols	1	6	1	2	3
2'655'084	1'139'955	Restaurant Hängebrigga, Mühlebach	Mühlebach	1	2	1	1	3
Parc Ela								
2'760'108	1'171'913	Restaurant Solisbrücke	Alvaschein	3	2	1	2	3
2'776'855	1'166'806	Bergün Kurhaus	Bergün	3	1	1	1	3
2'776'688	1'166'844	Bergün Hotel Albula Bergün	Bergün	3	1	1	2	3
2'776'731	1'167'007	Bergün Infostelle/Bahnmuseum	Bergün	3	6	1	2	3
2'776'700	1'167'088	Bahnhof Bergün	Bergün	3	5	1	1	3
2'777'082	1'166'075	Bergbahn Bergün Darlux	Bergün	3	4	1	1	3
2'769'821	1'148'968	Bivio Infobüro	Bivio	3	6	1	2	3
2'769'873	1'148'646	Hotel Post Bivio	Bivio	3	1	1	1	3
2'769'806	1'148'925	Postautohaltestelle, Bivio	Bivio	3	5	1	1	3
2'771'658	1'171'778	Filisur Bahnhöfli	Filisur	3	2/5	1	2	3
2'765'529	1'162'805	Savognin Infostelle Parc Ela	Savognin	3	6	1	1	3
2'765'556	1'162'812	Hotel Piz Mitgel	Savognin	3	1	1	2	3
2'765'320	1'162'951	Hotel Danilo	Savognin	3	1	1	1	3
2'765'666	1'162'755	Postautohaltestelle Savognin, posta	Savognin	3	5	1	1	3
2'764'930	1'163'122	Savognin See	Savognin	3	6	1	1	3
2'764'985	1'162'823	Savognin Bergbahn	Savognin	3	4	1	1	3
2'770'088	1'154'652	Bergasthaus Piz Platta	Sur (Alp Flix)	3	2	1	2	3
2'763'269	1'170'321	Postautohaltestelle Tiefencastel	Tiefencastel	3	5	1	1	3
Naturpark Gantrisch								
2'590'744	1'186'074	Heitenried, Sodbach	Heitenried	1	2	2	1	1
2'601'595	1'188'021	Restaurant Bütschelegg	Oberbütschel	1	2	2	1	1
2'588'356	1'176'673	Bushaltestelle Dorf, Plaffeien	Plaffeien	1	5	1	1	1
2'602'895	1'184'255	Post, Riggisberg	Riggisberg	1	5	1	1	1
2'599'271	1'180'718	Seilpark Längenebybad	Rüschegg Heubach	2	6	2	1	1
2'601'081	1'175'801	Gurnigelberghaus	Rüti b. Riggisberg	1	2	1	1	1
2'600'200	1'175'001	Gurnigel, Wasserscheide	Sangernboden	1	5	1	1	1
2'592'678	1'185'320	Bahnhof Schwarzenbrug	Schwarzenburg	1	5	1	1	1
2'588'488	1'168'828	Bushaltestelle Gypsera, Schwarzsee	Schwarzsee	1	5	1	1	1

Suite du tableau A2.1

Coordonnées Y	Coordonnées X	Lieu	Localité	Type information	Type de Lieu	Saison de dist.	Type de dist.	Heure de distribution
Parc Jura vaudois								
2'504'045	1'139'920	Moulins de Chiblins	Gingins	1	6	2	2	3
2'496'270	1'145'862	Col de la Givrine	La Cure	1	5	1	1	Été:1/Hiver:2
2'505'450	1'154'124	Buvette d'alpage Pré aux Veaux	Le Brassus	2	2	2	2	3
2'508'870	1'156'429	Col du Marchairuz	Le Brassus	1	5	1	1	Été:1/Hiver:2
2'508'713	1'157'179	Combe des Amburnex	Le Brassus	2	6	3	2	3
2'514'755	1'169'216	Le Pont	Le Pont	1	6	1	1	3
2'509'004	1'164'390	Le Rocheray	Le Sentier	1	6	2	1	3
2'507'306	1'162'138	Office du Tourisme Le Sentier	Le Sentier	1	6	1	2	3
2'508'211	1'148'128	La Garenne	Le Vaud	2	6	1	2	3
2'517'887	1'167'101	Col du Mollendruz	Mont la Ville	1	5	1	1	Été:1/Hiver:2
2'518'816	1'160'926	Fromagerie gourmande, Montricher	Montricher	2	2	1	2	3
2'514'159	1'161'502	Buvette d'alpage Mont Tendre	Montricher	2	2	2	2	3
2'525'162	1'171'848	Porterie Abbatiale de Romainmôtier	Romainmôtier	1	6	1	2	3
2'501'778	1'144'936	Gare de St-Cergue	St-Cergue	1	5	3	1	2
2'501'555	1'144'690	Office du Tourisme St- Cergue	St-Cergue	1	6	1	2	3
2'497'567	1'145'488	Espace nordique La Givrine - Trélasse	St-Cergue	2	6	3	2	3

A3: Consignes pour la mise en œuvre du sondage dans les parcs



NETZWERK SCHWEIZER PÄRKE – RESEAU DES PARCS SUISSES – RETE DEI PARCHI SVIZZERI – RAIT DALS PARCS SVIZZERS
 Projet Innotour 2016-2019 „Innovation touristique, coopération et gestion qualité dans les parcs suisses”

Consignes pour la mise en œuvre du sondage dans les parcs

1. Les questionnaires sont distribués uniquement pendant les **jours de distribution prédéfinis**. Aucun questionnaire ne doit être mis à disposition tout le long de l'année, par exemple dans un hôtel. Rianne Roshier vous enverra un mail de rappel 5 jours avant le jour de distribution, afin que vous puissiez vous organiser avec les distributeurs/~~vous~~ locaux/locales.
2. En cas de conditions météo trop homogènes (que du beau / que du mauvais temps), jusqu'à **5 jours supplémentaires de distribution** pourront être insérés dans le plan de distribution. Ces jours seront déterminés de commun accord avec vous par le Réseau, la responsable étant Rianne Roshier. Elle vous contactera après chaque jour de distribution pour relever les conditions météo de cette journée. L'objectif est de garantir une distribution plus ou moins homogène de jours de bon et mauvais temps | pour les saisons été/hiver/demi-saison dans l'échantillonnage.
3. En règle générale, la **distribution des questionnaires** est effectuée chaque jour de distribution de 07h à 15h sur les points d'arrivée des visiteurs. En guise d'alternative, les questionnaires peuvent être distribués entre 13h et 21h sur les lieux de départ des visiteurs. Etant donné que les départs peuvent s'étaler jusqu'à une heure tardive (23h), une distribution sur les lieux d'arrivée est plus facile à gérer et organiser. Selon le retour d'expérience lors de la distribution, les heures de présence sur certains sites de distribution peuvent être diminuées, il est néanmoins indispensable de couvrir 95% des visiteurs pour chaque point de distribution. S'il n'y a aucun visiteur (par exemple en basse saison et un jour de mauvais temps), la distribution de questionnaire peut être interrompue après 2 heures. Le fait qu'il n'y avait personne est aussi une information importante que nous pouvons valoriser dans notre modèle.
4. Si possible, il faut demander aux sondés sur les lieux de distributions s'ils/elles préfèrent recevoir la carte postale pour le questionnaire en ligne ou un questionnaire imprimé, et ne distribuer que le document préféré par le/la personne sondée, c'est-à-dire **le questionnaire imprimé OU la carte postale** (variante 1). Le questionnaire imprimé est toujours distribué avec une enveloppe. S'il s'avère impossible pour des raisons de temps de demander leurs préférences aux visiteurs, il est possible de :
 - a) ne distribuer **que des cartes postales** sur les lieux de distribution à haute fréquentation (grand nombre de visiteurs / temps donné, comme par exemple aux stations de remontées mécaniques en hiver) – variante 2
 - b) de distribuer **la carte postale ET le questionnaire imprimé** sur les lieux de distribution à basse fréquentation (peu de visiteurs/temps donné, par exemple points secondaires de transbordement rail-bus) – variante 3.

Cette marche à suivre permet de minimiser les ressources nécessaires et de réduire les coûts. Veuillez noter dans le carnet de bord de chaque point de distribution quelle variante a été choisie pour la distribution (colonne « type de distribution »).

5. En principe, chaque visiteur doit recevoir une carte et/ou un questionnaire. Le nombre cartes/questionnaires distribués correspond ainsi au nombre de personnes qui ont transité par le point de distribution respectif. Si des visiteurs ne désirent pas recevoir de questionnaire/carte, ces personnes doivent être comptées aussi. Afin de pouvoir procéder par la suite à un décompte des visiteurs, il est nécessaire de **comptabiliser le nombre de questionnaires et de cartes distribués ainsi que le nombre de personnes ayant refusé de recevoir l'un ou l'autre**. Le nombre des cartes/questionnaires distribués doit être documenté pour chaque point de distribution respectif et pour chaque jour de distribution donné. Veuillez vous enquérir auprès de tous les points de distribution de ces données après chaque jour de distribution et notez-les à chaque fois de le carnet de bord. En même temps que pour les données sur la météo, Rianne Roshier vous contactera après les jours de distribution pour le décompte des questionnaires et cartes postales distribués / refusés afin de tenir un carnet de bord de « sauvegarde » pour chaque parc.

6. **Signalisation/balisage et décoration des points de distribution** : Les points de distribution qui prévoient la présence de personnel doivent avoir l'air le plus sérieux possible. Veuillez envisager la mise en place de table de stand/de distribution et d'y adjoindre un poster avec le logo de l'ETHZ / du Seco. Aucun signe ou indication faisant référence au parc ne doit être visible, car le sondage ne doit pas être biaisé par un lien d'organisation ou d'idées avec le parc (problème de crédibilité). Sur les points de distribution à haute fréquentation où une présence en personnel n'est pas spécialement prévue (p.ex. stations de montagne/remontées) il n'est pas indispensable de prévoir une signalisation.
7. Sur les lieux de distribution, le personnel impliqué doit porter une tenue vestimentaire la plus neutre possible et ne comportant pas d'éléments faisant référence au parc (gilets, t-shirts du parc etc.). Des badges nominatifs avec un logo de l'ETH seront mis à disposition.
8. **Briefing du personnel de distribution**: Les personnes qui sont chargées de la distribution des questionnaires doivent être informées du sens et de l'objectif de l'enquête. Les objectifs du sondage sont l'obtention d'informations pertinentes sur les visites effectuées dans la région (motivation), la satisfaction des visiteurs par rapport aux prestations de service, leur comportement en qualité de consommateurs et les caractéristiques des visiteurs. Il est possible d'indiquer que cette même enquête est menée en parallèle dans quelques autres régions et qu'elle permettra d'étudier les différences et les similarités entre celles-ci. L'enquête est mise en œuvre par l'ETH Zurich et financée par le Seco et le Réseau des parcs suisses. A ce stade, je ne mentionnerais PAS l'apport financier par le parc lui-même. Vous ne devriez en principe jamais mentionner le parc, car sinon les résultats seraient biaisés et ne refléteraient que des données socialement souhaitables au lieu de refléter des données réelles. Le personnel de distribution ne doit également pas mentionner leur engagement par le parc et que le questionnaire est basé sur les intérêts des parcs.

Le personnel de distribution doit se charger des tâches suivantes :

 - Installation et mise en place du point de distribution, de manière à permettre une distribution adéquate et fluide des cartes postales/questionnaires ;
 - Distribuer poliment et aimablement à TOUS les visiteurs une carte postale ou un questionnaire AVEC son enveloppe, après avoir attiré leur attention sur l'enquête. Si le temps imparti le permet, leur demander s'ils/elles préfèrent recevoir le questionnaire imprimé ou de répondre en ligne - la préférence étant d'obtenir le plus possible de réponses en ligne, il s'agit ainsi de distribuer un nombre maximal de cartes postales ;
 - Mener en temps réel le décompte des visiteurs ayant refusé la réception d'un questionnaire ou d'une carte postale ;
 - A l'issue de l'engagement, compter le nombre de questionnaires et de cartes postales distribués (nombre au début de la journée – nombre à la fin), noter le nombre de refus ;
 - Faire un feedback au Réseau (r.roshier@paerke.ch) à la fin de la journée pour dire comment la distribution s'est passée et indiquer les chiffres de la journée
9. **Les coûts** : Le parc règle les salaires des distributeurs et, à la fin du projet, facture le total des coûts effectifs au Réseau. Le Réseau s'occupera du bilan final. Nous conseillons un salaire de 20.-/heure (hors frais).

En cas de questions, vous adresser à:
 Florian Knaus
 Ecosystem Management
 Department of Environmental Systems Science
 ETH Zürich
 Universitätsstr. 16
 8092 Zürich, Switzerland
 +41 (0) 44 632 3987
florian.knaus@usys.ethz.ch

A4: Répartition des dépenses quotidiennes des visiteurs entre les différents types d'hébergement utilisés

Tableau A4.1 : Dépenses quotidiennes des visiteurs passant au moins une nuit dans les quatre parcs naturels étudiés, réparties par type d'hébergement. Les tailles d'échantillon n<10 sont marquées en rouge, la majorité des échantillons étant trop petits, aucune autre segmentation n'est utilisée.

Type d'hébergement	Binntal		Ela		Gantrisch		Jura vaudois	
	Echantillon (n)	Dépenses (CHF)	Echantillon (n)	Dépenses (CHF)	Echantillon (n)	Dépenses (CHF)	Echantillon (n)	Dépenses (CHF)
Été								
Hotel	8	148	43	164	3	167	8	135
Location apt vacances	19	65	85	56	7	133	5	43
Apt vacances (Res. sec.)	19	58	78	51	6	46	4	4
Amis/Parents	7	44	30	87	2	113	16	50
Autres	20	39	14	55	21	59	14	74
Hiver								
Hotel	2	180	15	180	0		8	218
Location apt vacances	0		48	105	0		3	88
Apt vacances (Res. sec.)	5	71	33	55	2	213	2	47
Amis/Parents	0		4	189	4	43	7	62
Autres	2	81	5	84	8	34	2	31

A5 : Informations détaillées sur le calcul de la fréquentation touristique

A5.1 Modèle de régression pour l'attribution de la qualité météorologique sur la base des données prévisionnelles de MétéoSuisse

MétéoSuisse a fourni deux ensembles de données pour chaque parc et chaque jour de distribution : DURSUN (Prévision sur le nombre d'heures d'ensoleillement du jour suivant) et TOT_PREC (Prévision sur la somme des précipitations (mm) du jour suivant). La prévision a été utilisée parce que de nombreux touristes excursionnistes font dépendre leur excursion de la météo de la veille et que, en même temps, les prévisions météorologiques correspondent relativement bien à la météo réelle. Étant donné que les conditions météorologiques étaient connues pour chaque parc pendant les jours de l'enquête (elles étaient consignées dans le registre de distribution), il est possible de déterminer par une régression binomiale l'influence de journées ensoleillées et des précipitations sur la détermination des « bonnes » et « mauvaises » conditions météorologiques. Le résultat de la régression n'est pas très précis (r^2 entre 2,6 et 3,7, temps correctement prédit 77%) et fournit la formule suivante pour calculer la probabilité de beau temps à partir des variables (la durée d'ensoleillement n'est pas pertinente dans le modèle) :

$$p = 1 / (1 + e^{(0,441 - 0,308 * \text{ensoleillement} + 0,074 * \text{précipitations})})$$

À l'aide de cette formule, le nombre de jours de beau temps et de mauvais temps peut maintenant être déterminé pour l'ensemble de la période d'enquête. De plus, les valeurs suivantes, divisées selon la saison estivale/hivernale et la haute/basse saison, sont obtenues pour les quatre parcs (tableau A5.1).

Tableau A5.1 : Nombre de jours de beau temps et de mauvais temps divisé en été, hiver et basse saison.

	Saison estivale		Hiver		Basse saison	
	Beau	Mauvais	Beau	Mauvais	Beau	Mauvais
Binntal	108	20	52	55	97	33
Ela	99	29	55	52	94	36
Gantrisch	103	25	49	58	95	35
Jura vaudois	104	24	50	57	86	44

A5.2 Nombre, fréquentation et durée du séjour des visiteurs par type d'hébergement

Pour obtenir une estimation de la part des clients de l'hôtel par rapport à la fréquentation touristique, la part des clients de l'hôtel par rapport au nombre de visiteurs doit être convertie en pourcentage de la fréquentation. Pour cela, le nombre moyen de nuitées est pris en compte, car chaque jour de séjour d'un client est additionné pour la fréquentation : La proportion des visiteurs dans le nombre de visiteurs est multipliée par leur nombre moyen de jours de séjour et les parts ainsi obtenues sont traduites en pourcentage. La durée du séjour correspond au nombre de nuitées plus 1 jour. Pour une meilleure vue d'ensemble, les catégories d'hébergement sont regroupées en catégories plus grossières (tableau A5.2).

A5.3 Conversion du nombre de visiteurs en fréquentation

Pour la conversion du nombre de visiteurs en fréquentation, la part des visiteurs dans le nombre de visiteurs est multipliée par le nombre moyen de jours de séjour comme ci-dessus. La part obtenue par la part totale de la part initiale (100 %) donne le facteur de multiplication (tableau A5.3). Pour le facteur pour l'année entière, les facteurs été et hiver sont multipliés par leurs proportions mensuelles respectives (7/12 et 5/12 respectivement).

Tableau A5.2 : Répartition du nombre de visiteurs et de la fréquentation selon les nuitées entre les différents types de nuitées par rapport au nombre total de visiteurs ou de la fréquentation. Le nombre de jours sur place correspond au nombre de nuitées plus 1 jour. FW=Appartement de vacances, SO=Été, WI=Hiver.

	Type de visiteur	Part de visiteurs en nombre de visiteurs (%)		Ø Nombre de jours		Part de la fréquence de visiteurs (%)	
		SO	WI	SO	WI	SO	WI
Binntal	Visiteur du jour	23	22	1	1	3	3
	Client de l'hôtel	19	19	5	4	14	11
	Loué apt vacances	16	14	11	10	26	20
	Propre apt vacances	16	23	12	15	29	50
	Amis	7	12	5	5	5	9
	Autre	19	10	8	5	23	7
Ela	Visiteur du jour	14	6	1	1	2	1
	Client de l'hôtel	33	27	4	5	18	14
	Loué apt vacances	18	27	11	11	27	31
	Propre apt vacances	23	31	14	15	44	48
	Amis	7	6	7	7	7	4
	Autre	5	3	5	6	2	2
Gantrisch	Visiteur du jour	85	93	1	1	55	51
	Client de l'hôtel	3	1	4	3	8	2
	Loué apt vacances	2	0	5	2	6	0
	Propre apt vacances	1	2	10	33	6	36
	Amis	1	1	6	5	4	3
	Autre	8	3	4	5	21	8
Jura vaudois	Visiteur du jour	77	83	1	1	36	48
	Client de l'hôtel	9	5	3	4	13	12
	Loué apt vacances	2	2	11	6	10	7
	Propre apt vacances	1	1	18	6	8	3
	Amis	4	4	9	8	17	18
	Autre	7	5	5	4	16	12

Table A5.3: Conversion du nombre de visiteurs en fréquentation touristique

	Été	Hiver	Toute l'année
Binntal	6.73	6.93	6.81
Ela	7.40	9.63	8.33
Gantrisch	1.55	1.82	1.66
Jura vaudois	2.15	1.73	1.98

A6: Calcul du chiffre d'affaires brut avec valeurs différenciées et approximatives

Afin d'estimer les écarts de la valeur ajoutée brute, par rapport à la méthode actuelle, seule une différenciation approximative entre les dépenses pour les visiteurs excursionnistes et les visiteurs qui passent la nuit est faite, ceux-ci ont été calculés séparément et les résultats comparés (tableaux A6.1 et A6.2). On constate que les écarts sont importants et se situent entre -5 et +44%. Il faut s'attendre à ce que des résultats beaucoup plus précis puissent être obtenus en tenant compte des grandes différences dans le comportement de dépense des clients des divers types d'hébergement et de la durée différente de leur séjour dans le parc (voir les tableaux 3.15 et A5.2). Si l'échantillon est réduit, on peut supposer que cette différenciation n'est plus possible. Les résultats sont donc beaucoup plus inexacts.

Tableau A6.1: Chiffre d'affaires brut en CHF calculé en fonction de la répartition des visiteurs en visiteurs de jour (V-J) et de visiteurs hébergés (V-H). Calculs par ailleurs analogues à ceux du tableau 3.15.

		Fréquence de visiteurs		Ø Dépenses journalières (en CHF)		Chiffre d'affaires brut (en CHF)		
		Été	Hiver	Été	Hiver	Été	Hiver	Total
Binntal	V-J	5'669	5'857	37	27.8	209'753	162'824	
	V-H	183'282	189'370	63	62.5	11'546'766	11'835'625	
	Total					11'756'519	11'998'449	23'754'968
Ela	V-J	13'719	8'599	14.8	44.1	203'041	379'215	
	V-H	672'231	851'272	77.4	102	52'030'679	86'829'744	
	Total					52'233'720	87'208'959	139'442'681
Gantrisch	V-J	198'963	336'218	13	15.8	2'586'519	5'312'244	
	V-H	162'788	323'033	81.1	62.3	13'202'106	20'124'955	
	Total					15'788'625	25'437'200	41'225'826
Jura vaudois	V-J	67'115	38'256	16.6	18	1'114'109	688'608	
	V-H	119'316	41'444	67.7	118	8'077'693	4'890'392	
	Total					9'191'802	5'579'000	14'770'802

Tableau A6.2: Comparaison du chiffre d'affaires brut à l'aide de la méthode de calcul différenciée par type d'hébergement (tableau 3.15) et de la méthode de calcul grossière différenciée selon le visiteur de jour et le visiteur hébergé.

	Chiffre d'affaires brut après calcul différencié (en CHF)	Chiffre d'affaires brut après calcul approximatif (en CHF)	Différence (en %)
Binntal	27'840'306	23'754'968	+17
Ela	131'832'987	13'944'2681	-5.5
Gantrisch	59'370'797	41'225'826	+44
Jura vaudois	13'996'136	14'770'802	-5.2