

## 2. Mandat, objectifs, méthode

### 2.1 Contexte

Avec leur diversité géographique et culturelle, le canton de Vaud et ses différentes régions présentent *d'excellentes conditions d'accueil et de développement pour le tourisme* et s'apparentent, d'une certaine façon, à une Suisse en résumé. Outre *l'infrastructure touristique* bien développée, l'hôte y découvre une *nature et un paysage culturel* alternant somptueusement entre lacs, montagnes et régions rurales. Le canton de Vaud offre nombre de possibilités pour les loisirs et les activités sportives. Il dispose d'une offre culturelle et historique haut de gamme, riche en musées, festivals et villes moyenâgeuses et se distingue, enfin, par son domaine gastronomique. Dans diverses villes et régions touristiques, comme Montreux ou la région des Alpes par exemple, le tourisme est, de plus, l'héritier d'une longue tradition qui en fait, aujourd'hui comme hier, un important pilier de l'économie locale.

Offre variée, infrastructure touristique bien développée, rien d'étonnant alors à ce que le tourisme joue en *toute saison*, dans le canton de Vaud, un rôle essentiel pour les *catégories d'hôtes les plus diverses*. La qualité des infrastructures de foires, d'expositions et de congrès que l'on rencontre à divers endroits, notamment à Lausanne et dans la région de Montreux-Vevey, offre en plus une situation privilégiée pour accueillir et développer le *tourisme d'affaires*. D'autre part, les cliniques privées, les écoles privées et les hautes écoles représentent, de par leur réputation internationale, d'importants piliers du tourisme de l'Arc lémanique et des Alpes. Les structures touristiques, comme l'importance économique du tourisme dans le canton de Vaud, sont ainsi influencées de façon déterminante par les différences régionales de l'offre touristique.

A elle seule, la statistique des nuitées ne permet pas de donner de véritables informations sur les *multiples effets économiques* de la branche du tourisme. Des aspects essentiels comme la fréquence des excursionnistes et des visites de parents et connaissances, ainsi que le nombre d'appartements et chalets de vacances exploités par des particuliers (ménages), ne sont pas identifiés. Des données sur les chiffres d'affaires, la valeur ajoutée et l'emploi générés par les hôtes et donc par le tourisme, font également défaut.

Dans la perspective de mieux exploiter et mettre en valeur le *potentiel touristique du canton de Vaud et de ses régions touristiques* et, par là, répondre aux multiples désirs des hôtes, il apparaît comme essentiel de disposer d'une *large base d'informations et de données*. Pour cette raison, le *Département de l'économie* (DEC), par l'intermédiaire de son Service de l'économie, du logement et du tourisme (SELT), et *l'Office du Tourisme du canton de Vaud (OTV)* ont chargé la société Rütter + Partner de réaliser une étude sur *l'impact économique du tourisme* dans le canton de Vaud<sup>1</sup>; étude complétée par une analyse approfondie du

---

<sup>1</sup> Pour la présente étude, une *première analyse* a également été réalisée dans le cadre de l'étude d'impact du tourisme sur l'économie vaudoise. La structure du Produit Intérieur Brut (PIB), l'importance des prestataires touristiques et la demande touristique y font, tout particulièrement, l'objet de premières estimations. (Berwert, Rütter, Rütter-Fischbacher 2002a).

*tourisme d'affaires dans la région Lausanne/Montreux-Vevey* sur mandat de *Lausanne Tourisme*, de la Ville de Lausanne et *Montreux-Vevey Tourisme*.

La présente étude doit ainsi permettre au monde politique et à l'administration, ainsi qu'aux entreprises et organisations de l'économie touristique, de développer et de mettre en œuvre sur le marché des stratégies ciblées, des mesures appropriées et des prestations touristiques de qualité. De plus, cette étude a l'avantage d'offrir quantité d'informations pouvant être utilisées en vue d'un renforcement, dans le canton, d'une politique touristique axée sur la *valeur ajoutée*.

## 2.2 Objectifs et mandat

### Objectifs de l'étude sur la valeur ajoutée

- Mise en évidence de *l'importance du tourisme* pour l'économie globale du canton de Vaud, pour les prestataires touristiques et pour les autres activités économiques liées directement ou indirectement au tourisme.
- Amélioration de la *base de données*, d'information et de décision pour une politique économique et touristique générant de la valeur ajoutée.

### Aspects analysés

- *Analyse de la structure économique* (PIB et emploi) du canton de Vaud et de ses cinq régions touristiques: Arc lémanique, Alpes, Campagne, Lacs Neuchâtel et Morat et Jura.
- Détermination des *fréquences des hôtes*, des dépenses journalières et de la *demande des hôtes* en biens et prestations de service.
- Mise en évidence de *l'importance des différentes catégories d'hôtes* en ce qui concerne les fréquences et la demande.
- Calcul de la *part du tourisme* dans le chiffre d'affaires des activités économiques liées *directement* et *indirectement* au tourisme.
- Détermination du *chiffre d'affaires*, de la valeur ajoutée et de l'emploi générés *directement* et *indirectement* par le tourisme.

### Analyses complémentaires

- *Analyse du tourisme événementiel* et de *l'offre sportive et culturelle*:
  - Détermination des fréquences des hôtes, de la part touristique, du chiffre d'affaires et de l'emploi liés aux *événements* et *entreprises sportifs et culturels*.
- Estimation de la signification économique du *tourisme d'affaires* dans *l'agglomération restreinte lausannoise* et la région de *Montreux-Vevey*:
  - Détermination de la *part des touristes d'affaires* dans les fréquences des hôtes.
  - Analyse des *modes de consommation* des touristes d'affaires.
  - Impact du tourisme d'affaires sur la *valeur ajoutée* et *l'emploi*.

De plus, les résultats de cette étude peuvent servir de *base* dans le cadre de réflexions portant sur:

- Un *monitoring du tourisme* (modèle de simulation servant à estimer les effets de mesures politico-économiques et de développements conjoncturels).
- Des modèles de *financement* du marketing touristique.

## 2.3 Définitions

### Période d'investigation

Les sondages effectués auprès des *hôtes* ont été réalisés entre mai 2002 et avril 2003. Quant à l'enquête auprès des *entreprises*, celle-ci concerne l'exercice 2002.

La saison d'hiver concerne la période du 1<sup>er</sup> novembre au 30 avril, la saison d'été celle du 1<sup>er</sup> mai au 31 octobre.

### Régions

Les analyses et calculs ont été réalisés pour les *régions touristiques* suivantes: le canton de Vaud considéré comme un tout, l'Arc lémanique, les Alpes, la Campagne, la région Lacs Neuchâtel et Morat et le Jura (illustration 8).

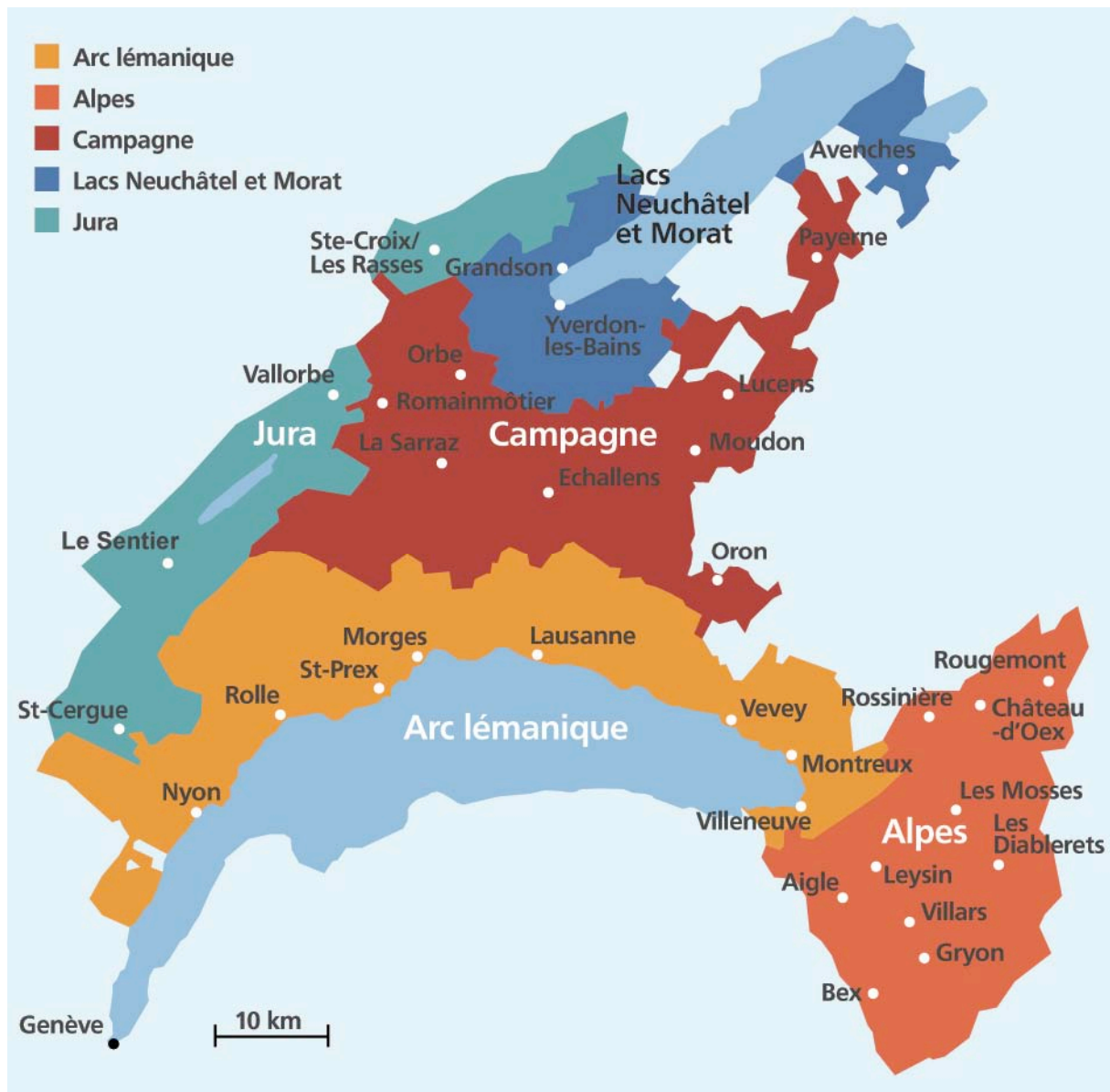
### Hôtes

Par hôtes, sont entendues toutes les personnes qui séjournent dans la région étudiée. Cette définition exclut les personnes qui habitent dans les environs immédiats de la région examinée ou celles qui y travaillent. Les «*environs immédiats*», concernent les zones atteignables en voiture ou avec les transports publics en 20 minutes, ou situées à 15 km au maximum (les personnes qui vivent ou travaillent habituellement dans les environs immédiats sont donc considérées comme des autochtones dont les dépenses ne sont pas touristiques).

Les hôtes se subdivisent en *deux* catégories : les *excursionnistes* et les *hôtes hébergés*.

- Les *excursionnistes* comprennent les hôtes qui se trouvent le jour de l'enquête dans la région examinée, mais qui n'y sont pas logés.
- Les *hôtes hébergés* représentent les hôtes logeant dans la région examinée. Les hôtes séjournant dans une autre région du canton de Vaud ou à l'extérieur des frontières cantonales sont considérés comme excursionnistes dans la région observée.
- Exemples:
  - Un hôte qui loge à Lausanne et fait une excursion à Leysin, est recensé dans la région *Alpes* comme excursionniste et comme hôte hébergé dans la région *Arc lémanique*.
  - Une personne domiciliée dans le *Jura* est recensée comme excursionniste lors d'un achat fait à Lausanne pour autant qu'elle ne travaille pas régulièrement à Lausanne.

**Illustration 8:** le canton de Vaud et ses régions touristiques: Arc lémanique, Alpes, Campagne, Jura, Lacs Neuchâtel et Morat.



Sources: SCRIS, OTV

### Fréquences des hôtes

Les fréquences des hôtes concernent le nombre de jours passés par tous les hôtes dans la région examinée. Dans le cas des hôtes hébergés, les fréquences correspondent aux nuitées.

### Hôtes dans leur propre logement de vacances

Les chalets et appartements de vacances sont appelés «*logements de vacances*». Les propriétaires d'appartements ou de chalets de vacances sont appelés «*hôtes dans leur propre logement de vacances* ». Leurs hôtes non payants sont également inclus dans cette catégorie.

## Hôtes de parents et connaissances

Les touristes qui rendent visite à des amis, parents ou connaissances comprennent *deux groupes d'hôtes*: le premier englobe les invités de personnes habitant dans la région; le deuxième, les hôtes non payants de propriétaires d'appartements ou de chalets de vacances. Les premiers représentent une catégorie d'hôte à part; les seconds sont associés aux fréquences des « hôtes dans leur propre appartement ou chalet de vacances ».

## Touristes sportifs et culturels

Les *touristes sportifs et culturels* englobent les hôtes concernés par les manifestations et institutions sportives et culturelles. Sont considérés également comme *manifestations sportives et culturelles* les marchés, foires-expositions, courses populaires et autres manifestations pour lesquelles aucune entrée n'est exigée. Sont classés également parmi les *institutions sportives et culturelles*, les zoos, parcs animaliers, parcs d'attraction, parcours de golf, centres sportifs, etc<sup>2</sup>. Ne sont pas compris ici l'Expo.02, les cinémas, les discothèques et les cours de sport (écoles de ski, etc.).

Selon cette définition, les *sportifs/ves individuel(le)s ne font pas partie des touristes sportifs et culturels*.

La *fréquence des hôtes imputable au sport et à la culture* correspond à la part de nuitées des hôtes hébergés et de séjours des excursionnistes qui peut être attribuée à une visite sportive et/ou culturelle. Pour ce faire, un facteur dit «événementiel» est utilisé.

## Facteur événementiel

Le *facteur événementiel* permet de mesurer *l'influence* d'une manifestation ou d'une institution sportive ou culturelle sur la *décision* d'un hôte de voyager dans la région. Il se situe entre 0 («pas d'influence») et 1 («influence déterminante»).

- 0 signifie qu'aucune fréquence des hôtes n'est imputable au secteur du sport et de la culture.
- 1 signifie que toutes les fréquences des hôtes sont liées au secteur du sport et de la culture<sup>3</sup>

## Etudiants et écoliers

La définition des étudiants et écoliers considérés comme touristes s'inspire de celle utilisée par l'Office Fédéral de la Statistique (OFS) dans la balance touristique qui affirme que seuls les étudiants et écoliers *étrangers* peuvent être considérés comme touristes.

## Tourisme d'affaires

Par tourisme d'affaires, sont entendues toutes les activités des hôtes présents dans la région pour *raisons professionnelles*.<sup>4</sup>

<sup>2</sup> Cf. tableaux détaillés et données de base (cf. impressum)

<sup>3</sup> Le facteur événementiel est déterminé d'une part à l'aide de la liste à cocher pour les hôtes d'une certaine manifestation ou institution, d'autre part, lors de l'enquête auprès des hôtes réalisée sur la base du questionnaire détaillée. Cette double saisie permet de comparer ou de rendre plausible les résultats.

La participation à des *congrès* ou *séminaires*, les *formations continues* professionnelles et les *voyages de récompense* (incentive) sont explicitement considérés comme des raisons de voyage à caractère professionnel.

Les hôtes prenant part à des séminaires de formation continue à titre personnel et ne relevant pas de leurs activités professionnelles ne sont pas considérés comme des touristes d'affaires.

Selon la définition du tourisme<sup>5</sup> sur laquelle repose toute cette étude, les valeurs économiques suivantes ne sont donc pas prises en compte par le tourisme, et par conséquent pas par le tourisme d'affaires:

- Dépenses des sociétés locales pour leurs hôtes
- Chiffres d'affaires de prestataires de congrès extérieurs à la région

### **Demande touristique / Demande touristique globale**

La *demande touristique brute* correspond aux dépenses quotidiennes des hôtes multipliées par les fréquences. Sont également comprises ici les dépenses effectuées par les hôtes lors d'excursions hors de la région considérée. La demande touristique brute doit donc être apurée des dépenses des hôtes en dehors de la région en question pour obtenir la demande touristique nette, nommée dans cette étude demande touristique.

La *demande touristique* correspond à toutes les *dépenses des hôtes* pendant leur séjour dans la région considérée. Nous distinguons la *demande touristique* qui comprend la part de la demande des hôtes qui peut être classée par saison, par région ou par catégorie d'appartenance des hôtes et de la *demande touristique globale* qui englobe d'autres éléments, comme les dépenses des hôtes dans les hôpitaux ou les dépenses des propriétaires pour leur logement de vacances.

### **Activité économique**

L'expression «activité économique» est empruntée à la *nomenclature générale des activités économiques (NOGA)* de l'OFS (OFS, 1995) et qui renvoie à toutes les entreprises d'une même activité économique.<sup>6</sup>

### **Prestataires de services touristiques**

Par *prestataires de services touristiques*, sont concernées toutes les activités économiques étroitement liées au tourisme. Ils comprennent les *entreprises d'hébergement* et de *restauration*, les *transports ferroviaires*, les *remontées mécaniques*, les *transports routiers de voyageurs*, les *autres transports de voyageurs* (avion, bateau, autres services auxiliaires des transports), les *agences de voyages* et les *offices du tourisme*, ainsi que le secteur des activités *culturelles, sportives et récréatives*.

---

<sup>4</sup> La classification s'appuie sur la propre évaluation de la personne interrogée: «Etes-vous ici pour des raisons professionnelles ou privées?» ou sur l'appréciation des prestataires d'hébergement: «Quelle est la proportion de nuitées imputables à une activité professionnelle dans votre hôtel/pension?»

<sup>5</sup> WTO, world tourism organization 1993

<sup>6</sup> L'expression «activité économique» est utilisée pour tous les niveaux de la classification de l'OFS, de l'unité la plus petite (genre) à l'unité la plus grande (section).

### **Coefficient de localisation spatiale**

Le coefficient de localisation spatiale indique la *part en pour-cent d'une activité économique dans l'emploi total* d'une région considérée. Cette part est mise en relation avec la *part correspondante en Suisse*. Un coefficient de localisation spatiale *supérieur à 1* indique une proportion supérieure à la moyenne suisse, un coefficient *inférieur à 1* une proportion inférieure à cette même moyenne.

### **Chiffre d'affaires touristique**

Au sein du chiffre d'affaires touristique, le chiffre d'affaires direct est distingué du chiffre d'affaires indirect. Le *chiffre d'affaires touristique direct* comprend par principe toutes les ventes que les entreprises réalisent directement avec les hôtes. Des exceptions sont faites pour certaines branches où des prestataires établis hors canton agissent comme intermédiaires (agences de voyages, tour opérateurs, compagnies aériennes). Directement liés au tourisme, ces chiffres d'affaires sont donc également pris en compte. Le *chiffre d'affaires touristique indirect* se compose des chiffres d'affaires résultant de la consommation intermédiaire, des investissements induits par le tourisme et des effets de revenu de personnes travaillant dans le tourisme.

### **Emploi (EPT)**

Par les termes «*emploi*» ou «*employés*», cette étude fait référence à l'emploi mesuré en Equivalence Plein Temps (EPT). Ce n'est donc pas le nombre de personnes employées qui est déterminant mais le volume de travail converti en *EPT*. Cette conversion s'avère nécessaire pour permettre des analyses comparatives, surtout au sein d'une économie touristique où de nombreuses personnes travaillent à temps partiel.

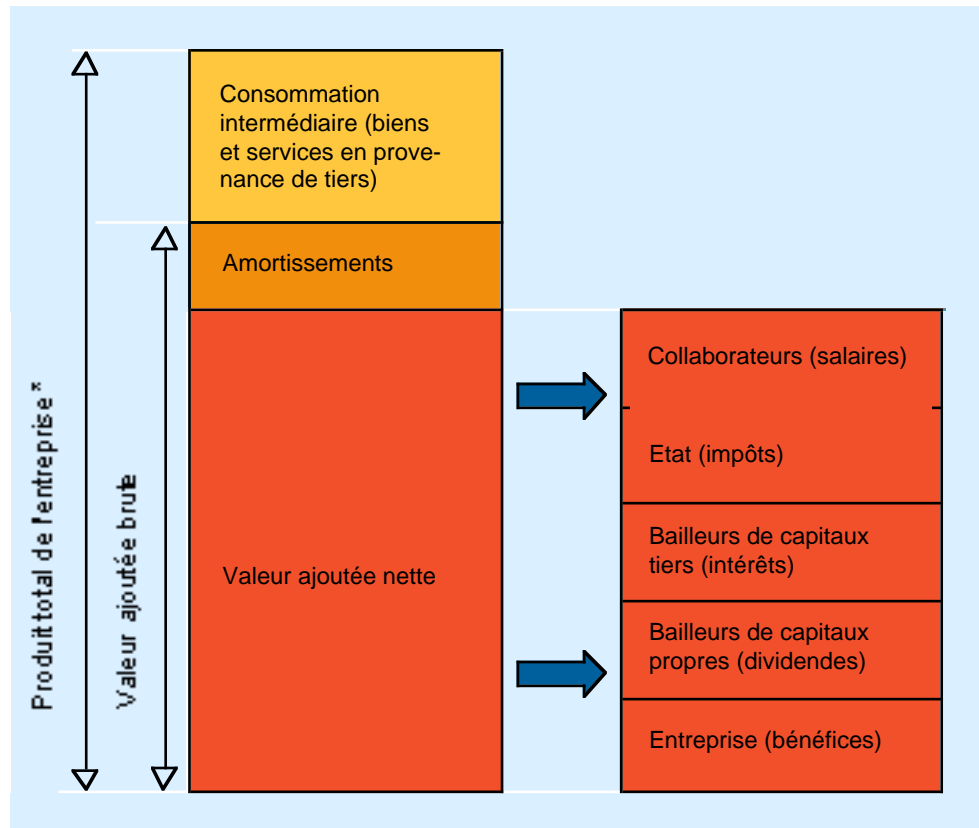
### **Valeur ajoutée et PIB**

La valeur ajoutée correspond à *l'accroissement de valeur généré par une entreprise ou par une branche* pendant une période déterminée. Cette mesure est considérée comme étant la plus efficace pour évaluer sur le plan économique la performance d'une entreprise ou d'une branche en général. Cette étude distingue la valeur ajoutée nette (VAN) de la valeur ajoutée brute (VAB).

La *valeur ajoutée nette* est calculée en déduisant du chiffre d'affaires (performance globale de l'entreprise) les biens et les services achetés à des tiers (consommation intermédiaire) ainsi que les frais d'amortissement (illustration 9). La valeur ajoutée réalisée est répartie entre les collaborateurs (salaires), l'état (impôts), les fournisseurs de capitaux tiers (intérêts), les fournisseurs de capitaux propres (dividendes) et l'entreprise elle-même (bénéfices). Pour cette étude, la *valeur ajoutée brute* a été choisie comme indicateur de valeur ajoutée. Elle correspond à la VAN plus les frais d'amortissement.

Finalement, la *somme des valeurs ajoutées brutes* des entreprises d'une région, donne *le produit intérieur brut (PIB) de la région* en question (illustration 9).

**Illustration 9:** performance globale de l'entreprise, valeur ajoutée brute et valeur ajoutée nette



Source: Rütter + Partner; \* comprend le chiffre d'affaires global plus des placements propres destinés à l'usage personnel, plus/moins variations dans le stockage de produits semi- et entièrement fabriqués, plus des rendements neutres, rendements de participation, d'intérêts et de capitaux. Correspond du point de vue économique à la valeur de la production brute (PB).

### Productivité du travail

La productivité du travail correspond à la VAB obtenue *par emploi* (EPT).

### Chaîne de valeur ajoutée du tourisme

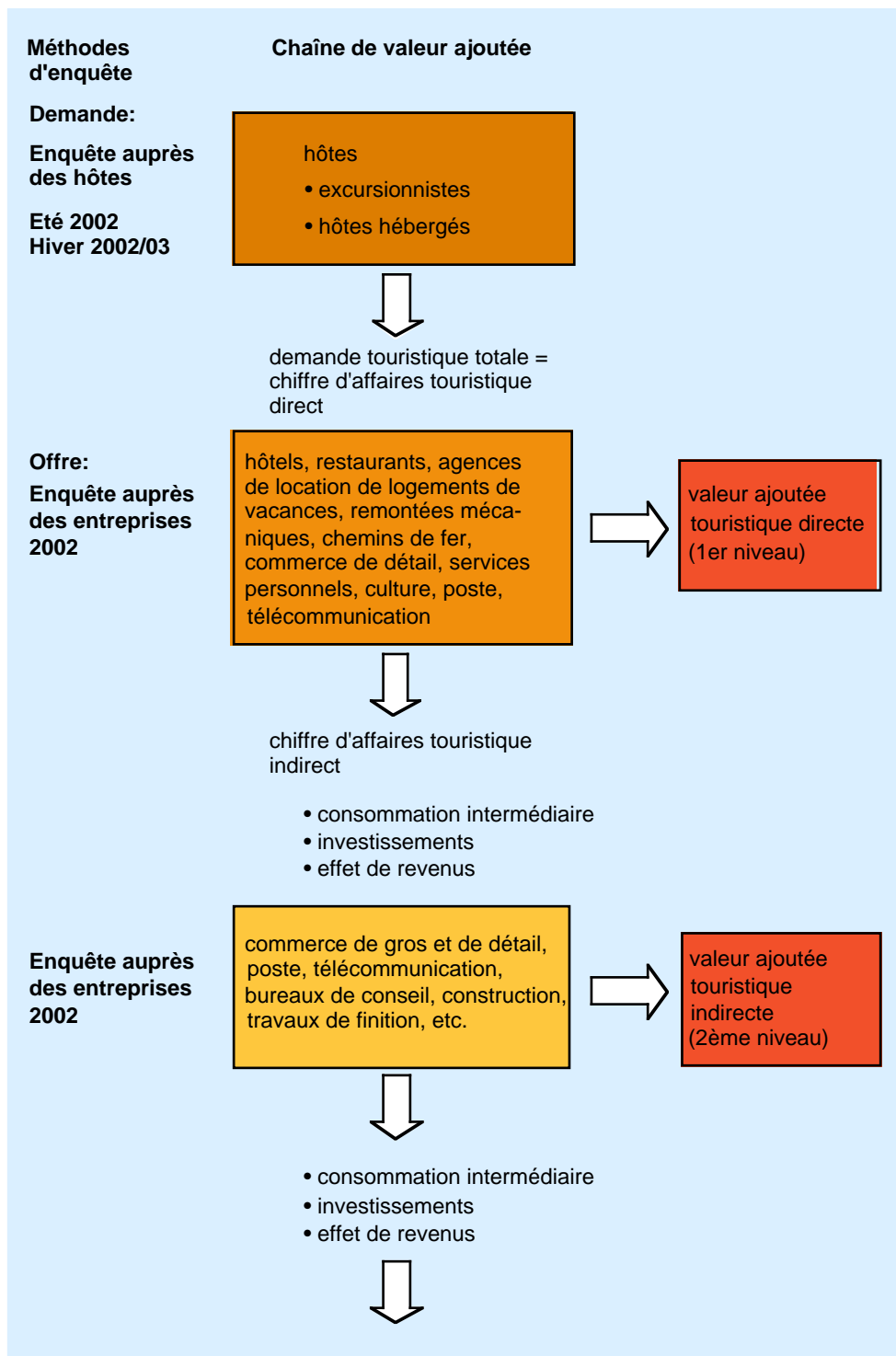
Dans le marché touristique, comme dans tous les marchés, la *demande des consommateurs* (hôtes) est à la base d'un processus économique à plusieurs niveaux (illustration 10). Par leurs dépenses diverses (nuitées, restauration, remontées mécaniques, commerce de détail, etc.), les hôtes génèrent une *demande touristique directe* (chiffre d'affaires direct auprès des entreprises). Il s'agit du véritable déclencheur de la chaîne de valeur ajoutée touristique. Les *prestataires touristiques* d'une part et les prestataires de certaines *autres activités économiques* d'autre part (commerces, garages, coiffeurs, médecins, banques, poste et entreprises de télécommunication, etc.) sont les principaux bénéficiaires de cette demande touristique directe (*1<sup>er</sup> niveau*). Tandis que pour les premiers cités, l'essentiel du chiffre d'affaires provient des hôtes, pour les seconds, l'activité touristique génère un impact moins important.

Au chiffre d'affaires touristique direct s'ajoute, sur un autre plan du processus économique, un chiffre d'affaires touristique indirect (*2<sup>ème</sup> niveau*). Celui-ci est représenté par la *consommation intermédiaire* et par la *demande d'investis-*



sements des activités économiques impliquées dans la demande touristique, auprès d'entreprises qui ne sont pas directement liées au tourisme (alimentation, commerce de gros et de détail, poste, télécommunications, banques, construction, travaux de finition des bâtiments, etc.).

**Illustration 10:** chaîne de valeur ajoutée du tourisme et méthodes d'enquête



Source: Rütter + Partner

Pour délimiter l'importance globale du tourisme dans la région, il faut prendre en considération, finalement, les *effets de revenus* induits par le tourisme puisqu'une part importante de la population tire son salaire de la valeur ajoutée induite par le

tourisme. Ce revenu est à son tour dépensé dans la région (locations, commerce de détail, restaurants, etc.) induisant un chiffre d'affaires supplémentaire généré par le tourisme. La composition de la valeur ajoutée résultant des chiffres d'affaires touristiques directs et indirects donne comme résultat la valeur ajoutée touristique totale (valeur ajoutée du tourisme).

Au travers des chiffres d'affaires générés par la demande touristique indirecte, se crée à différents niveaux une autre demande de consommation intermédiaire et d'investissements, qui finalement se rapporte aussi au tourisme. Cependant, comme cet apport est, en comparaison, peu important et qu'il s'amenuise à chaque niveau. Cette étude s'arrête au deuxième niveau de la chaîne de valeur ajoutée du tourisme.

### **Multiplicateur du chiffre d'affaires et de la valeur ajoutée**

Le *multiplicateur du chiffre d'affaires* est le résultat de la comparaison entre le chiffre d'affaires touristique total et celui du chiffre d'affaires touristique direct. Il indique quel chiffre d'affaires supplémentaire est généré par un franc de chiffre d'affaires créé directement par le tourisme. Par analogie, le *multiplicateur de la valeur ajoutée* correspond à la proportion existant entre la valeur ajoutée touristique totale et la valeur ajoutée touristique directe.

## **2.4 Méthodologie**

La démarche méthodologique reprend l'essentiel de la méthode présentée dans la publication «Wertschöpfer Tourismus: Ein Leitfaden zur Berechnung der touristischen Gesamtnachfrage, Wertschöpfung und Beschäftigung in 13 pragmatischen Schritten»<sup>7</sup>. Les concepts ne sont donc que brièvement présentés. Des précisions méthodologiques sont toutefois fournies au début des chapitres concernés.

L'importance économique du tourisme est déterminée en fonction de l'*offre* et de la *demande*. Cette façon de procéder permet de mieux *contrôler et coordonner* les résultats. On peut résumer le processus méthodologique en soulignant les éléments suivants:

- *Détermination du PIB régional* comme mesure de référence: le PIB régional est établi sur la base du recensement des entreprises de 2001, du compte de production 2001 de l'OFS et des résultats de l'enquête menée auprès des entreprises (chapitre 3).
- Détermination de la *demande* touristique globale: les éléments nécessaires au calcul de la demande touristique globale, comme les *fréquences des hôtes* et les *dépenses journalières* des hôtes, sont soit tirés des statistiques de l'OFS sur le tourisme, soit recueillis dans le cadre des *enquêtes réalisées auprès des hôtes* (chapitre 4 et 5).
- Etablissement de l'effet direct du tourisme au niveau de l'*offre*: les bases servant au calcul du *chiffre d'affaires directement induit par le tourisme* et des effets directs consécutifs sur la valeur ajoutée et l'emploi sont recueillis dans le cadre de l'*enquête auprès des entreprises* ou au moyen d'indicateurs et extrapolés pour obtenir des données économiques globales (chapitre 6).

<sup>7</sup> Rütter, Guhl, Müller (1996).

- *Ajustement* de la demande touristique directe avec le chiffre d'affaires direct des principales branches économiques.
- *Détermination des effets indirects*: les effets indirects du tourisme sur la valeur ajoutée et l'emploi ont été calculés en s'appuyant également sur l'enquête auprès des entreprises (part du chiffre d'affaires réalisée avec les entreprises touristiques, composition et origine de la consommation intermédiaire et des investissements).
- En additionnant les résultats de l'effet direct et indirect du tourisme, on obtient la *contribution totale du tourisme au PIB et à l'emploi total, que ce soit au niveau régional ou cantonal* (chapitre 6).