

VAUD 

Office du Tourisme
du Canton de Vaud

**OBSERVATOIRE
DU TOURISME
VAUDOIS**

RAPPORT DÉTAILLÉ

RÉSULTATS DE LA 2^{ÈME} ANNÉE D'ENQUÊTE
SUR LE COMPORTEMENT TOURISTIQUE
2019 - 2020



Table des matières

| | |
|---|----|
| RESUME EXECUTIF | 5 |
| INTRODUCTION | 7 |
| CONTEXTE ET OBJECTIFS..... | 7 |
| METHODOLOGIE | 8 |
| Diffusion de l'enquête | 8 |
| Echantillon | 9 |
| Questionnaire | 13 |
| Structure du rapport..... | 14 |
| PLATEFORME DE REPORTING EN LIGNE..... | 14 |
| SYNTHESE DES RESULTATS GLOBAUX..... | 16 |
| RESULTATS DE L'ENQUETE | 20 |
| Profil des visiteurs | 20 |
| Age des répondants | 20 |
| Cellule de voyage | 21 |
| Pays de résidence | 22 |
| Nuitées..... | 24 |
| Fidélité à la destination | 25 |
| Carte d'hôte | 26 |
| Comportement touristique | 27 |
| Destination principale | 27 |
| Motifs de séjour | 29 |
| Qualités déterminantes pour le choix de la destination..... | 30 |
| Activités réalisées | 31 |
| Hébergement principal | 33 |
| Dépenses moyennes quotidiennes | 34 |
| Satisfaction globale | 35 |
| Indicateurs complémentaires..... | 37 |
| Zooms spécifiques..... | 41 |
| CONCLUSION ET SUITE DE L'ENQUETE | 55 |
| Utilisation des résultats..... | 55 |
| Suite de la démarche..... | 55 |

Tableau des figures

| | |
|--|----|
| Figure 1: Supports de diffusion de l'enquête..... | 9 |
| Figure 2: Répartition des réponses valides par destination principalement visitée | 10 |
| Figure 3: Répartition des réponses valides par mois (selon date de saisie)..... | 11 |
| Figure 4: Répartition des réponses valides par pays de résidence | 12 |
| Figure 5: Répartition des réponses valides par canton suisse de résidence..... | 13 |
| Figure 6: Page d'accueil de la plateforme de reporting en ligne | 14 |
| Figure 7: Age des répondants | 20 |
| Figure 8: Cellule de voyage..... | 21 |
| Figure 9: Pays de résidence..... | 22 |
| Figure 10: Pays de résidence, détail | 23 |
| Figure 11: Nuitées | 24 |
| Figure 12: Fidélité..... | 25 |
| Figure 13: Carte d'hôtes | 26 |
| Figure 14: Destination principale..... | 27 |
| Figure 15: Nombre de localités visitées selon la destination principale de visite..... | 28 |
| Figure 16: Motifs de séjour | 29 |
| Figure 17: Qualités déterminantes pour le choix de la destination, globalement..... | 30 |
| Figure 18: Qualités déterminantes pour le choix de la destination, dans le détail | 30 |
| Figure 19: Activités réalisées sur place | 31 |
| Figure 20: Hébergement principal..... | 33 |
| Figure 21: Dépenses moyennes quotidiennes | 34 |
| Figure 22: Satisfaction globale | 35 |
| Figure 23: Satisfaction globale selon le motif de séjour..... | 36 |
| Figure 24: Satisfaction détaillée | 37 |
| Figure 25: Source d'information utilisée | 38 |
| Figure 26: Intention de revenir dans la destination | 39 |
| Figure 27: Intention de recommandation de la destination et Net Promoter Score (NPS) | 40 |
| Figure 28: Satisfaction globale, Les Vaudois | 41 |
| Figure 29: Tableau de synthèse, Les Vaudois | 42 |
| Figure 30: Satisfaction globale, Les Autres romands..... | 43 |
| Figure 31: Tableau de synthèse, Les Autres romands | 44 |
| Figure 32: Satisfaction globale, Les Suisses-Allemands | 45 |
| Figure 33: Tableau de synthèse, Les Suisses-Allemands | 46 |
| Figure 34: Satisfaction globale, Les Français | 47 |
| Figure 35: Tableau de synthèse, Les Français | 48 |
| Figure 36: Satisfaction globale, Les Français à Lausanne | 49 |

| | |
|---|----|
| Figure 37: Tableau de synthèse, Les Français à Lausanne | 50 |
| Figure 38: Satisfaction globale, Les Français à Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex..... | 51 |
| Figure 39: Tableau de synthèse, Les Français à Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex | 52 |
| Figure 40: Répartition (en %) des citations par Domaines d'Activités Stratégiques (DAS) | 54 |

RESUME EXECUTIF

Les visiteurs ayant répondu à cette deuxième année d'enquête se concentrent sur trois grands pôles touristiques : Lausanne, Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex et Montreux Riviera. Ils sont originaires de deux principaux pays de résidence : la Suisse (principalement des Vaudois) et la France. Les visiteurs provenant du Royaume-Uni, d'Allemagne ou de Belgique sont également présents, mais dans une bien moindre proportion.

Les excursions représentent près de 20% des visites du canton, notamment pour les visiteurs qui résident sur place (Vaud) ou à proximité immédiate (Fribourg). Parmi les hôtes hébergés qui représentent la majorité des visiteurs interrogés, les courts séjours (1 à 3 nuits) sont les plus fréquents.

La qualité de l'environnement constitue un facteur de choix important pour les répondants de notre enquête, qui déclarent que la beauté des paysages représente un élément primordial dans le choix de la destination qu'ils visitent (8 visiteurs sur 10, et ce quelle que soit la région). La qualité des infrastructures, en particulier la facilité d'accès, pèse également de façon non négligeable dans la décision des visiteurs.

Les activités réalisées sont globalement cohérentes avec les priorités DAS des destinations : les activités en lien avec la Nature sont privilégiées par 7 visiteurs sur 10 (notamment la visite d'un site naturel ou encore la randonnée), devant les thématiques Art de vivre (40% des répondants) et Culture, Patrimoine et Traditions (40% des répondants).

Plus de la moitié des visiteurs interrogés déclare avoir été peu dépensière lors de sa visite (60% dépensent moins de 100 CHF / jour / personne) alors que 15% d'entre eux déclarent avoir dépensé plus de CHF 200.- par jour et par personne.

Globalement, les visiteurs sont largement satisfaits de leur séjour dans notre région (plus de 9 visiteurs sur 10). La propreté des lieux publics (54% de visiteurs très satisfaits) et la qualité de l'hébergement (52% de visiteurs très satisfaits) sont les points majeurs de la satisfaction de nos visiteurs. Le rapport qualité/prix (13% de visiteurs insatisfaits) et la qualité de la cuisine locale (6% de visiteurs insatisfaits) représentent une source d'insatisfaction pour certains visiteurs et mériteraient d'être améliorés. Quoiqu'il en soit, la grande majorité des visiteurs interrogés, en particulier les plus satisfaits des visiteurs, se dit prêt à recommander à leur entourage la destination visitée et à y revenir lors d'une prochaine occasion.

D'autres résultats ressortent de l'analyse de cette 2^{ème} année d'enquête :

L'hébergement par la famille ou les amis ressort comme mode d'hébergement principal devant l'hôtellerie : ce type d'hébergement est choisi par un peu plus d'un tiers des hôtes hébergés

dans notre région. Ceux qui sont hébergés chez leur entourage sont en majorité des habitués de la région, venus visiter leurs proches, alors que ceux séjournant à l'hôtel sont principalement des primo-visiteurs venus pour leurs loisirs. Les visiteurs ayant déclaré avoir séjourné en résidence secondaire privée se retrouvent surtout dans la région Villars / Gryon / Les Diablerets / Bex.

En moyenne, les hôtes visitent une dizaine de localités lors de leur séjour dans l'une de nos destinations. Ce chiffre est un peu plus élevé (15 localités visitées en moyenne) pour les visiteurs ayant choisi la région d'Yverdon-les-Bains. Lorsqu'ils séjournent dans cette destination, ils visitent également pour plus de trois quarts d'entre eux : Lausanne et pour 66% d'entre eux : la Vallée de Joux. La moitié visite également Montreux Riviera ou la région d'Estavayer. A l'opposé, les visiteurs ayant choisi de séjourner dans la région de Montreux Riviera ou de Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex visitent généralement moins de localités que la moyenne des répondants (N=11 localités). De manière générale, les hôtes qui mentionnent avoir visité plusieurs localités lors de leur séjour choisissent des localités qui se situent à proximité de leur lieu de séjour principal.

INTRODUCTION

L'Office du Tourisme du Canton de Vaud (OTV), en tant qu'organisme de promotion touristique cantonal, soutient l'objectif de l'enjeu n°1 des Enjeux du tourisme vaudois 2010 de : « développer des instruments de conduite, de mesure, de recherche et de soutien à l'innovation permettant de relever les enjeux spécifiques au tourisme (évolution de la demande, planification et développement de l'offre, monitoring de la concurrence, ...) »¹.

Pour atteindre cet objectif et mettre en place un outil qui réponde au mieux aux besoins des futurs utilisateurs de l'Observatoire du tourisme vaudois, l'OTV a procédé en 2016 à une série d'analyses et d'études sur demande de la Commission Observatoire du Tourisme (COMOBS), constituée et approuvée formellement par les membres du Comité Directeur de l'OTV le 25 novembre 2015.

Parmi les travaux réalisés en 2016, une analyse des besoins a été menée auprès d'un panel de partenaires touristiques afin d'identifier les champs d'observation ainsi que les indicateurs à développer en priorité dans le cadre de l'Observatoire du tourisme vaudois.

A l'issue de cette analyse, deux champs d'observation sont ressortis comme étant prioritaires pour les partenaires. En premier lieu, le champ d'observation du comportement touristique. En second lieu, celui du suivi de la fréquentation touristique.

CONTEXTE ET OBJECTIFS

Lors de l'analyse des besoins réalisée en 2016 par l'OTV, six indicateurs prioritaires du comportement touristique ont été définis par le panel de partenaires interrogés :

- Motifs de séjour
- Qualités déterminantes pour le choix de la destination
- Activités réalisées
- Hébergement principal
- Dépenses moyennes quotidiennes
- Satisfaction générale

Pour l'Observatoire du tourisme vaudois, les principaux objectifs du module de suivi du comportement touristique sont :

¹ Cf. *Etat de Vaud, Politique d'appui au développement économique (PADE) 2012-2017, Annexe 2 : Enjeux du tourisme vaudois 2010 : Rapport intermédiaire, page 10.*

- Réaliser des analyses ciblées pour obtenir des résultats pertinents pour les partenaires touristiques au niveau cantonal, régional et local
- Communiquer rapidement et à large échelle les résultats des analyses réalisées
- Améliorer de façon continue le système d'enquête grâce aux retours des partenaires impliqués au niveau cantonal, régional et local

METHODOLOGIE

Pour renseigner les six indicateurs prioritaires du comportement touristique, il a été décidé de mener une enquête barométrique auprès des hôtes du canton de Vaud. Cette dernière est menée en ligne tous les ans afin de mesurer dans le temps l'évolution du comportement touristique.

- La 1^{ère} année d'enquête a couru du 1^{er} avril 2018 au 31 mars 2019.
- La 2^{ème} année d'enquête s'est étalée du 1^{er} juillet 2019 au 30 juin 2020.

Diffusion de l'enquête

Afin d'optimiser le taux de réponse, le questionnaire d'enquête est proposé dans les trois principales langues (français, anglais, allemand) parlées par les hôtes du canton de Vaud. Il est également diffusé au moyen de différents supports, physiques ou digitaux:

- une adresse URL directe (www.enquete-vaud.ch),
- des outils digitaux (widgets, banners),
- des cartes postales
- des chevalets de table
- des totems
- et des bornes interactives placées dans les points d'information touristique.



Cartes postales



Chevalets



Totems



Widget



Banner



Borne interactive

Figure 1: Supports de diffusion de l'enquête

Les supports développés pour faciliter la diffusion du questionnaire d'enquête sont à disposition des prestataires touristiques vaudois sur la page « Matériel de diffusion » du portail web Observatoire.

Echantillon

Lors de la 1^{ère} année d'enquête, 6'319 réponses ont pu être recueillies et sur ce total, **1'836** ont pu être retenues pour l'analyse, sur la base des critères de sélection suivants : la visite du canton déjà effectuée au moment de l'enquête et un remplissage du questionnaire d'au moins 80% (*norme dans les enquêtes*).

Pour la 2^{ème} année d'enquête qui vient de se terminer, on dénombre un total de 2'831 réponses recueillies dont **1'058** peuvent être retenues pour l'analyse sur la base des critères de validation établis pour la 1^{ère} vague d'enquête.

Remarque importante

Pour cette 2^{ème} année d'enquête, il est important de souligner que la récolte des données a été perturbée par les mesures de protection sanitaire mises en place par le Conseil Fédéral à partir du milieu du mois de mars et jusqu'au milieu du mois de juin pour endiguer la pandémie de COVID-19. Ces mesures drastiques prises par le gouvernement suisse, en particulier la fermeture des frontières et des sites touristiques, ont eu pour conséquence la mise à l'arrêt quasi-total du tourisme en Suisse et dans le canton de Vaud et ce faisant, la mise sur pause de la récolte des données de cette enquête, les principaux sites touristiques où se trouvaient des supports de diffusion de l'enquête ayant été fermés durant cette période de semi-confinement.

En raison de la mise en standby du tourisme vaudois durant la pandémie, le nombre d'observations que l'on peut retenir pour l'analyse des données pour la 2^{ème} année d'enquête est moins élevé que pour la 1^{ère} année d'enquête. La qualité du jeu de données est par contre de qualité équivalente.

Pour rappel, dans le questionnaire d'enquête, il est demandé aux visiteurs d'indiquer les localités qu'ils ont visitées durant leur séjour dans le canton de Vaud. Pour des raisons de fiabilité statistique des résultats, ces localités ont été regroupées en 13 destinations, telles qu'elles sont définies dans le découpage touristique utilisé au niveau statistique.

La répartition de l'échantillon de 1'058 questionnaires en termes de destinations visitées est ainsi la suivante :

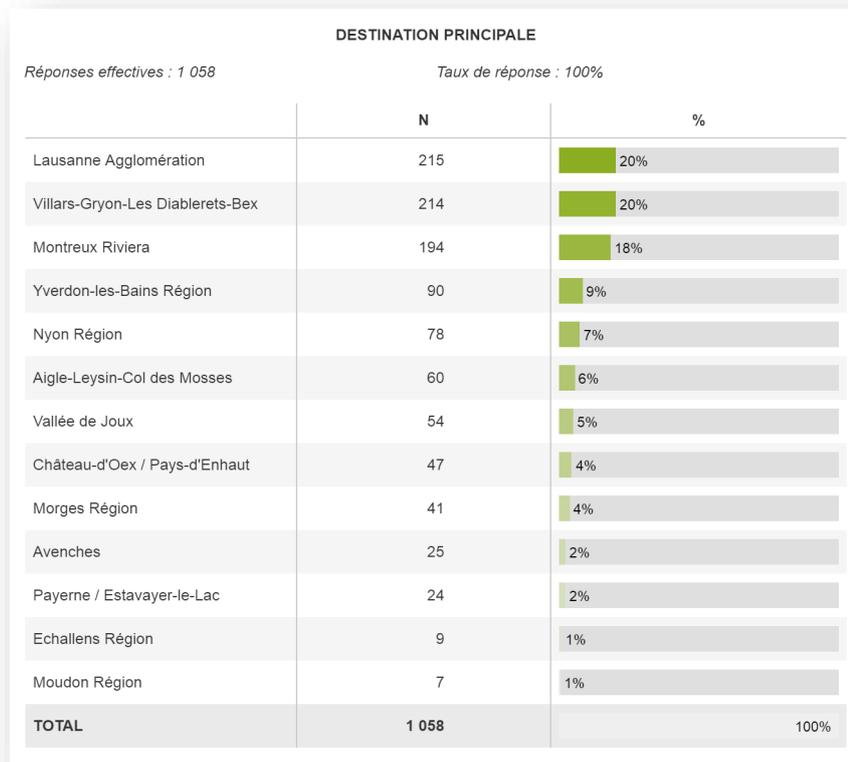


Figure 2: Répartition des réponses valides par destination principalement visitée

Les trois destinations touristiques citées en priorité par les visiteurs de notre canton sont Lausanne agglomération (20%), Villars-Gryon-Diablerets-Bex (20%) et Montreux Riviera (18%). A elles trois, ces destinations sont citées comme principales destinations de visite par près de 60% des répondants.

Les plus petites destinations, comme Moudon Région (1%), Echallens Région (1%), Payerne/Estavayer-le-Lac (2%) ou encore Avenches (2%) sont plus rarement citées comme destination principale de visite. Ces dernières se situent ainsi en-dessous du seuil limite de 30 réponses nécessaires à une analyse fiable des données.

Evolution par rapport à l'enquête 2018-2019

Par rapport à la 1^{ère} année d'enquête, la répartition des réponses par destination touristique principale de visite est relativement proche. La seule différence notable est que les plus petites destinations ont récolté moins de réponses lors de la 2^{ème} année d'enquête que lors de la 1^{ère} année.

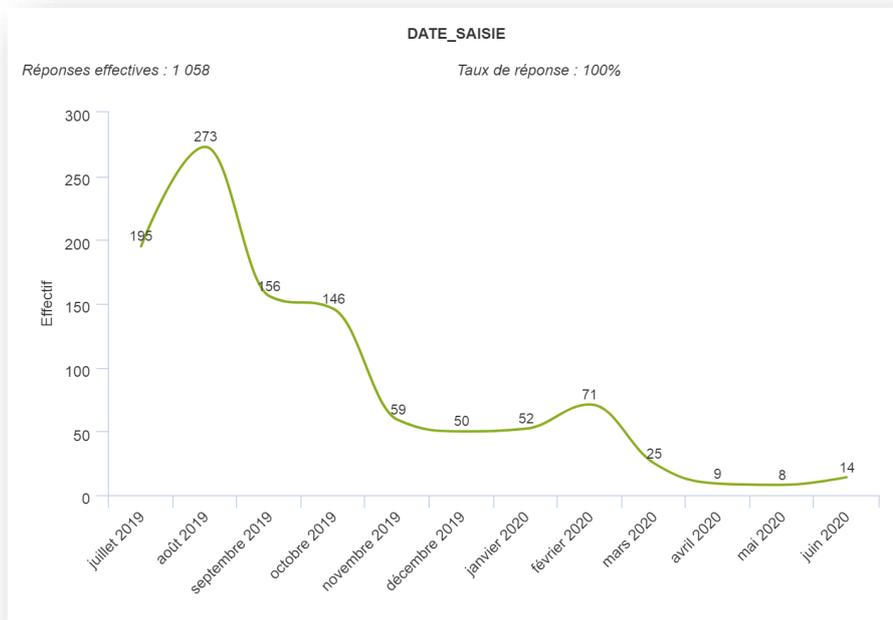


Figure 3: Répartition des réponses valides par mois (selon date de saisie)

Comme lors de la 1^{ère} enquête, août est le mois où le plus grand nombre de questionnaires (N=273, soit 26%) a pu être récolté. Juillet (N=195), septembre (N=156) et octobre (N=146) ont également été des mois propices à la collecte des informations. La fin de la période de récolte des données, de mars à juin 2020, a été particulièrement pauvre en questionnaires pour les raisons déjà expliquées plus haut (cf. Remarque importante, page 10).

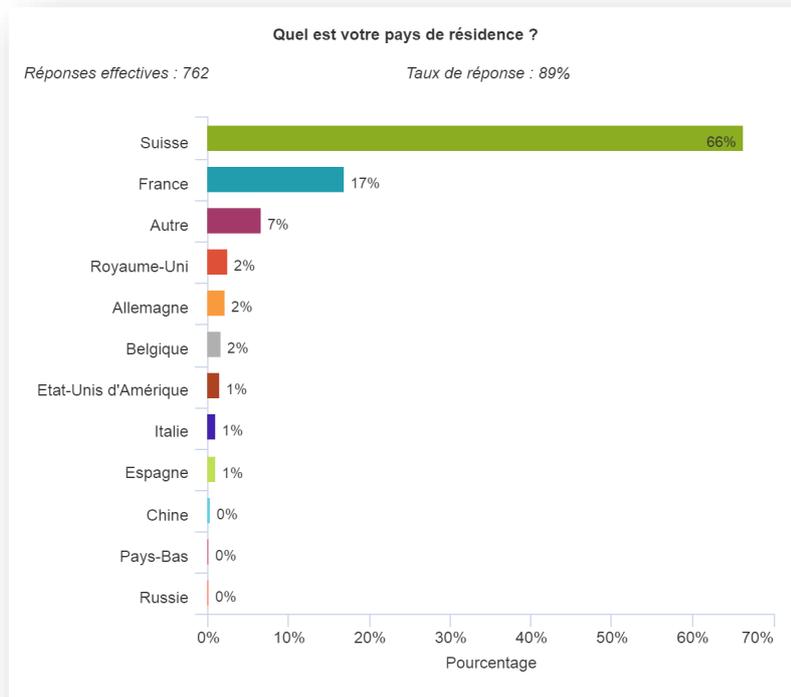


Figure 4: Répartition des réponses valides par pays de résidence

A l'image de la 1^{ère} année d'enquête, une majorité (66%) des répondants déclare que son lieu de résidence se trouve en Suisse. Près de 20% déclarent résider en France. Les résidents du Royaume-Uni (2%), d'Allemagne (2%), de Belgique (2%), des Etats-Unis (1%), d'Italie (1%) et d'Espagne (1%), sont également présents, mais moins nombreux parmi les répondants de cette 2^{ème} année d'enquête.

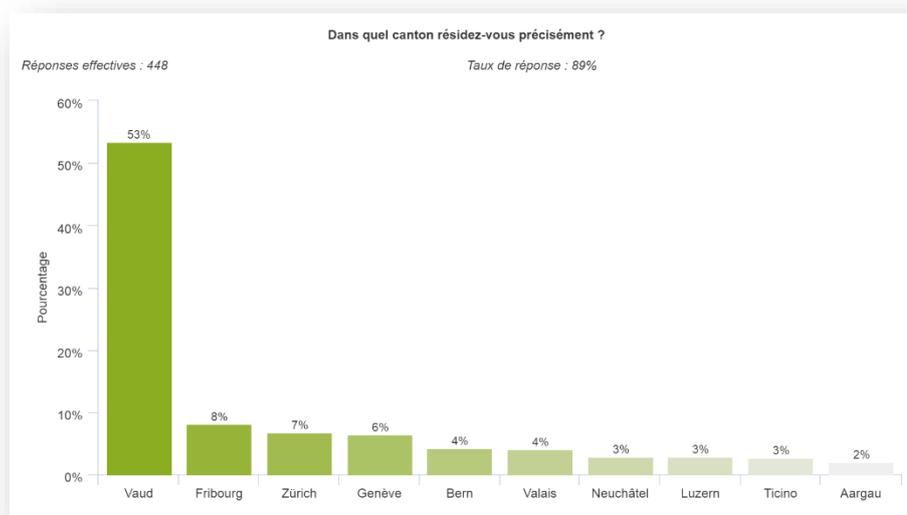


Figure 5: Répartition des réponses valides par canton suisse de résidence

Parmi les répondants annonçant résider en Suisse, la moitié habite dans le canton de Vaud (53%), 8% dans le canton de Fribourg, 7% à Zürich et 6% à Genève. Viennent ensuite les cantons de Berne (4%) et du Valais (4%).

Evolution par rapport à l'enquête 2018-2019

La répartition des répondants par lieu de résidence est semblable à celle de la 1^{ère} année d'enquête.

Questionnaire

Le questionnaire proposé aux visiteurs permet de renseigner les six indicateurs prioritaires du comportement touristique mentionnés précédemment (voir Chapitre 3 Contexte et objectifs, page 8).

Afin de comprendre davantage les résultats sur ces indicateurs, des questions plus spécifiques sur le profil des visiteurs sont également présentées : la fidélité au canton, la cellule de voyage (venu seul ou avec parents / enfants amis, etc.), le nombre de nuitées, la carte d'hôte, le pays de provenance et l'âge.

Evolution par rapport à l'enquête 2018-2019

A ces questions déjà posées lors de la 1^{ère} année d'enquête sont venues s'ajouter deux nouvelles questions intéressantes pour orienter la promotion touristique : les sources d'information utilisées pour se renseigner avant la visite et le niveau de recommandation de la destination touristique principalement visitée.

Structure du rapport

Le rapport présente les résultats de la deuxième année d'enquête sur le comportement touristique, consolidés au niveau cantonal.

Les résultats sont présentés en trois parties : une première permettant d'établir le profil des visiteurs du canton de Vaud, une seconde avec les résultats sur les six indicateurs prioritaires du comportement touristique et une dernière avec des focus sur les principaux marchés pour lesquels le nombre de répondants est suffisant. Enfin, une dernière partie est consacrée aux résultats groupés par Domaines d'Activités Stratégiques (DAS).

PLATEFORME DE REPORTING EN LIGNE

Les résultats complets des deux années d'enquête sur le comportement touristique sont mis à disposition des partenaires touristiques sur une plateforme de reporting en ligne accessible depuis l'onglet « Résultats observatoire » du portail web Observatoire : www.observatoire-vaudtourisme.ch.

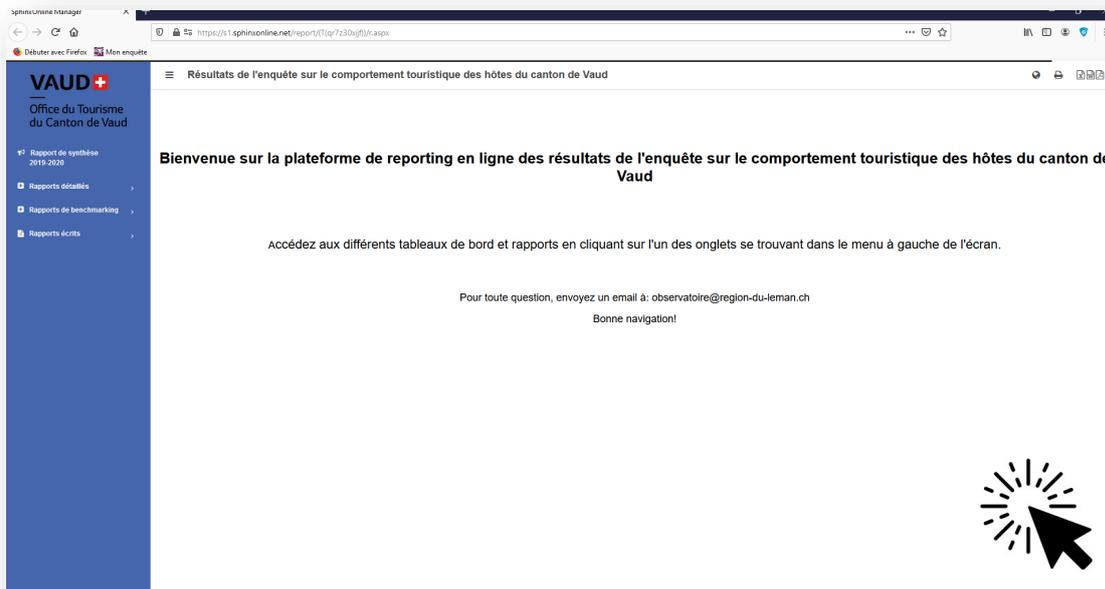


Figure 6: Page d'accueil de la plateforme de reporting en ligne

Le menu de la plateforme permet d'accéder aux onglets suivants :

- un onglet « Rapport de synthèse 2019-2020 » permettant de naviguer au travers des résultats commentés des indicateurs prioritaires du profil et du comportement touristiques récoltés lors de la dernière vague d'enquête (2019-2020)

- un onglet « Rapports détaillés » permettant de consulter les résultats concernant les indicateurs prioritaires du profil et du comportement touristiques pour l'ensemble des vagues d'enquête réalisées (2018-2019 et 2019-2020), avec possibilité d'afficher les résultats relatifs à l'une ou l'autre des vagues d'enquête ou bien les résultats cumulés des deux vagues d'enquête
- un onglet « Rapports de benchmarking » permettant d'afficher les résultats des indicateurs prioritaires du profil et du comportement touristiques pour l'ensemble des vagues d'enquête réalisées (2018-2019 et 2019-2020) sous forme de tableaux comparatifs selon les axes d'analyse suivants :
 - Destinations
 - Marchés
 - DAS
- un onglet « Rapports écrits » permettant de télécharger les rapports détaillés, dont celui-ci, rédigés pour les vagues d'enquête réalisées (2018-2019 et 2019-2020)

La consultation des résultats complets est exclusivement réservée aux membres du réseau observatoire, raison pour laquelle l'accès à la plateforme de reporting en ligne est protégée par un login et un mot de passe. En cas d'oubli des données d'accès, les membres du réseau observatoire sont invités à s'adresser par e-mail à l'équipe de l'observatoire du tourisme vaudois: observatoire@region-du-leman.ch .

SYNTHESE DES RESULTATS GLOBAUX

① **Des visiteurs très satisfaits de l'offre touristique du canton de Vaud** (98% satisfaits, dont 62% très satisfaits).

- Sont particulièrement satisfaisantes : la propreté des lieux publics et la qualité de l'hébergement. La diversité des activités proposées dans les destinations est également un point évalué très positivement par près de la moitié des répondants.
- A l'opposé, le rapport qualité prix est l'élément le moins satisfaisant, avec 11% de visiteurs insatisfaits et 2% très insatisfaits de ce point de vue au niveau cantonal.

② **Une concentration des visites sur 3 pôles touristiques :**

- Lausanne : des hôtes qui visitent également Montreux et Vevey ; dans une moindre mesure on retrouve également sur leur parcours : Morges ou encore Nyon.
- Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex : des hôtes qui visitent non seulement Lausanne et Montreux, mais également des localités plus proches comme Aigle et Leysin.
- Montreux Riviera : des hôtes qui visitent en général également Lausanne.

③ **Une prédominance de 2 marchés:**

- Domestique (66%), principalement issus des cantons romands : vaudois, fribourgeois et genevois en tête. Les cantons suisses-allemands constituent également une part non négligeable de nos hôtes, en particulier les visiteurs provenant du canton de Zürich.
- Français (17%) : plutôt les habitants de la région Paris/Ile de France.

④ **Deux typologies de visiteurs :**

- **21% d'excursionnistes**, plutôt des résidents suisses, favorisant les destinations de Nyon Région et Morges Région, présents pour leurs loisirs et voyageant entre amis.
- **79% d'hôtes hébergés** : plutôt résidents à l'étranger, séjournant principalement dans les destinations : Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex et le Pays d'Enhaut et présents pour voir leur entourage :
 - **la famille/les amis** comme **mode d'hébergement privilégié** par 1/3 des hôtes hébergés, qui sont pour moitié (48%) des habitués de la région venus pour un long séjour (22% ont passé plus de 15 nuits sur place)

- **l'hôtel** (26%), comme second mode d'hébergement, favorisé par des visiteurs relativement dépensiers (près d'1/3 a dépensé entre CHF 150.- à CHF 199.-/moyenne/jour) venus pour près de la moitié d'entre eux en couple (45%), ayant séjourné plutôt à Lausanne (27%) ou Montreux (25%), pour de courts séjours (1 à 2 nuits sur place) et peu habitués de la région (1/3 sont présents pour la 1^{ère} fois).
- les locations de chalets/appartements de vacances arrivent en 3^{ème} position regroupant un peu plus de 10% des réponses ; ce mode d'hébergement est cité par près de la moitié des hôtes ayant séjourné à Villars / Gryon / Les Diablerets / Bex. L'autre moitié des hôtes villardous déclarent avoir séjourné dans une résidence secondaire privée.

5 Un facteur de choix de la destination principalement environnemental : la beauté des paysages étant l'élément principalement recherché par les voyageurs dans le canton de Vaud (80%). La qualité des infrastructures est également un facteur de choix important pour 75% des répondants, dont plus d'un tiers déclare être sensible à la facilité d'accès ou encore à la proximité du lieu de visite.

6 Des visiteurs venus essentiellement pour des loisirs (60%) ou pour près d'un tiers (28%), pour voir de la famille/des amis.

7 Une cohérence globale entre offre et demande en termes d'activités réalisées :

- Les activités réalisées sont globalement en lien avec les priorités DAS des destinations.
 - *DAS Nature principalement pour la Vallée de Joux (85%) et Nyon Région (80%)*
 - *DAS Art De Vivre pour Lausanne (48%) et Montreux Riviera (46%)*
 - *DAS Culture, Patrimoine & Traditions et pour Lausanne (65%) et Yverdon (46%)*
 - *DAS Activités Hivernales principalement pour Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex (62%) et Aigle-Leysin-Les Mosses (56%)*
 - *DAS Evénements et Festivals pour Lausanne (43%) et Montreux Riviera (42%)*
- Le rôle-clé joué par l'environnement comme facteur décisionnel déterminant se vérifie au regard des activités en lien avec la nature comme **la visite d'un site**

naturel qui est l'activité la plus citée en cumulant un peu plus d'un tiers des citations (33%).

- La thématique **patrimoniale** et **culturelle** arrive en seconde position, notamment avec **la visite d'un site/monument à fort caractère architectural** (29%) ou **la visite d'un musée** (26%)
- Les activités Art de vivre montent sur la 3^{ème} marche du podium, avec comme principales activités pratiquées : **la dégustation de la cuisine régionale** (22%), **la découverte des produits du terroir** (17%) ou encore **les repas gastronomiques** (15%).

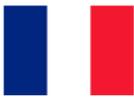
8 Des différences sur le niveau de dépenses suivant le type de visiteurs :

- Les moins dépensiers (59%, *dépensant moins de 100 CHF/jour/personne*) sont pour un tiers d'entre eux des excursionnistes, résidents suisses, venus dans la région pour voir leur entourage et habitués de la région
- Les dépensiers «moyens» (27%, *entre 100 CHF et 199 CHF*) sont principalement des hôtes hébergés, logeant à l'hôtel (42%) et venus en couple (44%)
- Les «gros» dépensiers (14%, *200 CHF et plus*) sont quasiment uniquement des hôtes hébergés (97%), logés à l'hôtel (50%)

9 Tendances sur les principaux marchés, SUISSE et FRANCE :



- **Vaudois** : principalement venus en couple (36%) ou en famille (35%) ; attirés par la beauté des paysages, la proximité des lieux ou encore le site internet de la destination ; visitant plutôt Villars-Gryon-Les-Diablerets-Bex (19%), Montreux Riviera (18%) ou Lausanne (15%) ; peu dépensiers (69%)
- **Autres Romands** : venus en famille (43%) ou en couple (38%) ; principalement pour leurs loisirs (66%) ; ayant choisi leur destination pour la beauté des paysages (67%) et la proximité de celle-ci (43%) ; visitant principalement Montreux Riviera (20%), Lausanne (16%) ou Villars-Gryon-Les-Diablerets-Bex (15%) ; avec un niveau de dépenses faible (66%) à moyen (30%)
- **Suisses alémaniques** : plutôt des couples ; âgés de 35 à 64 ans ; hébergés à l'hôtel (40%) ; visitant la région de Montreux Riviera et Lausanne ; pratiquant principalement des activités culturelles ; avec un niveau de dépenses moyen (35%) à élevé (19%).

- 
- **Villars-Gryon-Les-Diablerets-Bex**: pour moitié des familles (47%) ; hébergés par la famille/les amis (26%) ; résidant en Haute-Savoie (21%) ou en Ile de France (21%) ; attachés à la beauté des paysages (83%) et pratiquant pour moitié des activités « nature » de type randonnée (47%) ou visite de site naturel (44%) ; avec un niveau de dépenses majoritairement peu élevé (60%)
 - **Lausanne** : pour moitié (52%) des couples ; principalement hébergés par la famille/les amis (43%) voire pour 1/3 d'entre eux à l'hôtel (30%) ; résidant en Haute-Savoie ou en Ile de France ; pratiquant majoritairement des activités du DAS Culture/Patrimoine et Traditions (78%) comme la visite de musée (55%) ou d'un site/monument à fort intérêt architectural (52%) ; avec un niveau de dépenses faible (48%) à moyen (39%).

RESULTATS DE L'ENQUETE

Profil des visiteurs

Age des répondants

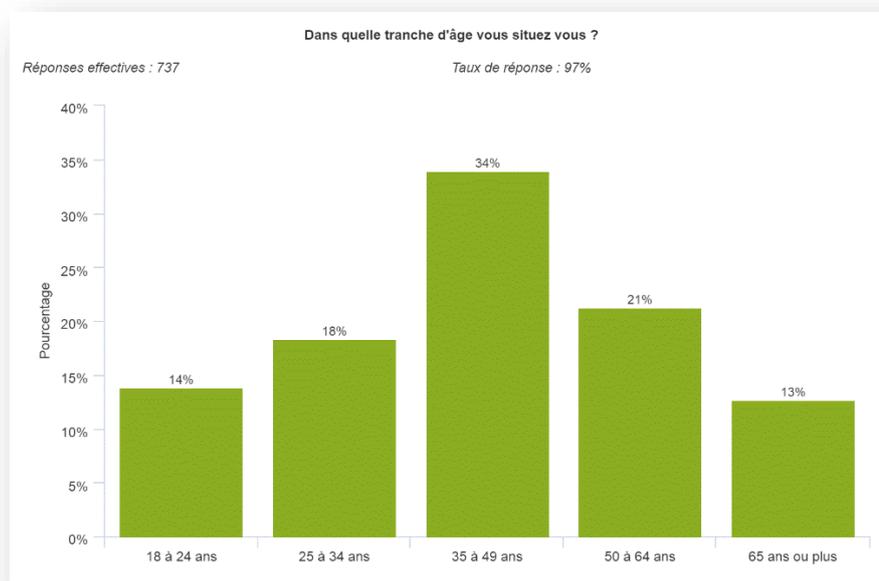


Figure 7: Age des répondants

Les catégories d'âge les plus représentées parmi les visiteurs du canton de Vaud sont les 35-49 ans (34% des visiteurs). Viennent ensuite les visiteurs âgés de 50-64 ans (21%) puis les 25 à 34 ans (18%).

Les populations les plus jeunes (18-24 ans, 14% des visiteurs) et les plus âgées (65 ans et plus, 13%) sont moins nombreuses dans l'échantillon des questionnaires retenus pour cette 2ème année d'enquête.

Evolution par rapport à l'enquête 2018-2019

Par rapport à la 1^{ère} année d'enquête, on note une plus forte concentration des répondants sur la catégorie des 35 à 49 ans (+8% par rapport à 2018-2019). Les catégories de visiteurs plus âgés (les 50-64 ans ainsi que les 65 ans et +) sont quant à elles moins présentes (respectivement -6% et -4%) que lors de la première année d'enquête.

Cellule de voyage

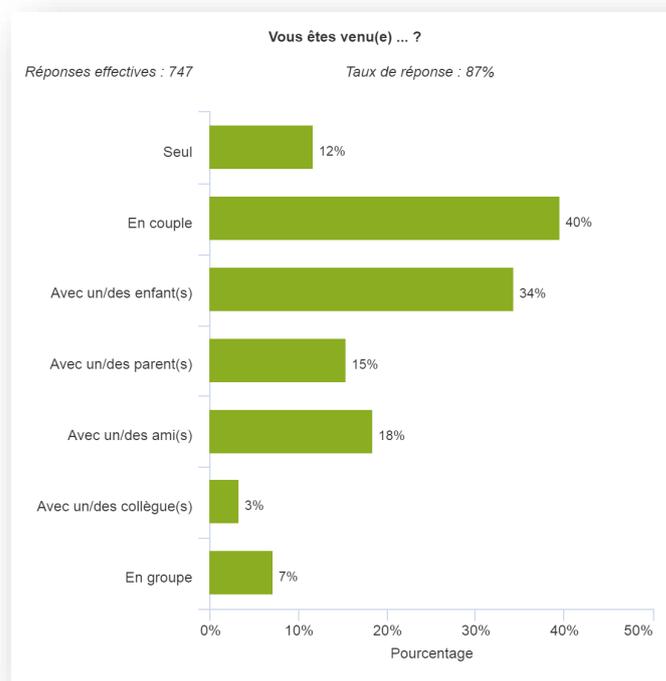


Figure 8: Cellule de voyage

40% des visiteurs sont venus en couple, en particulier les 65 ans et plus (57%) et les 50 à 64 ans (50%). Les visites avec un/des enfant(s) se font dans 34% des cas, notamment parmi les 35-49 ans (59%), et les visites avec un/des ami(s) dans 18% des cas. Les répondants qui viennent accompagnés d'un/des parent(s) sont en général les visiteurs les plus jeunes (35% des 18 à 24 ans).

Evolution par rapport à l'enquête 2018-2019

La répartition des répondants en fonction de leur cellule de voyage est semblable à celle de la 1^{ère} année d'enquête.

Pays de résidence

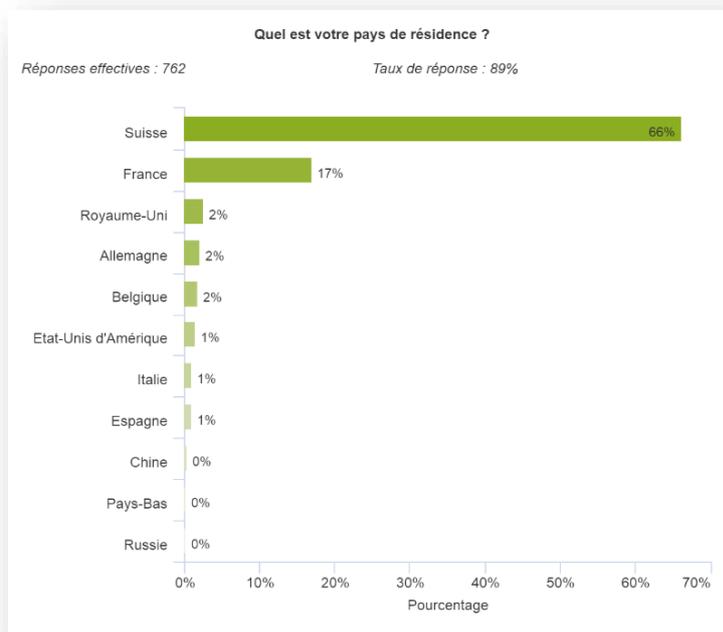


Figure 9: Pays de résidence

Les visiteurs provenant du marché Suisse (66%), en particulier de proximité, prédominent parmi les visiteurs de notre région: plus d'un tiers des visiteurs (36%) est Vaudois, devant les Fribourgeois (5%), les Zurichois (5%) et les Genevois (4%).

La France est le deuxième pays de résidence (17%), principalement l'Île-de-France (3%) et la Haute-Savoie (3%). Viennent ensuite les visiteurs issus des marchés prioritaires traditionnels, comme le Royaume-Uni (3%) et l'Amérique du Nord (3%).

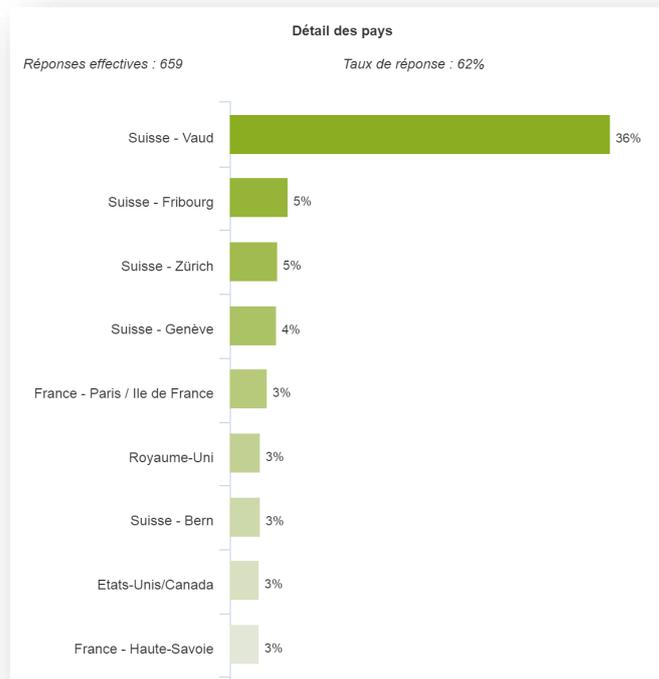


Figure 10: Pays de résidence, détail

Evolution par rapport à l'enquête 2018-2019

La répartition des répondants par lieu de résidence est semblable à celle de la 1^{ère} année d'enquête.

Nuitées

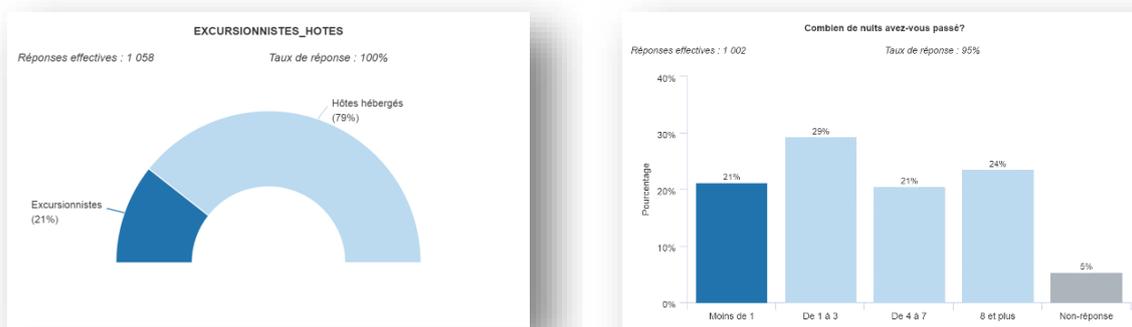


Figure 11: Nuitées

Près d'un répondant sur quatre (21%) est un excursionniste, notamment les visiteurs qui résident dans les cantons de Fribourg (39% d'excursionnistes) et Vaud (28% d'excursionnistes).

Les hôtes hébergés (près de 8 visiteurs sur 10), pour un tiers d'entre eux, passent de courts séjours (1 à 3 nuits) dans notre région. Les répondants déclarant résider à Zürich sont en grande majorité (97%) des hôtes hébergés.

Evolution par rapport à l'enquête 2018-2019

La répartition des répondants entre les excursionnistes et les hôtes hébergés ainsi qu'en termes de nombre de nuitées passées sur place est relativement proche (à moins de 5% près) de celle de la 1^{ère} année d'enquête.

Fidélité à la destination

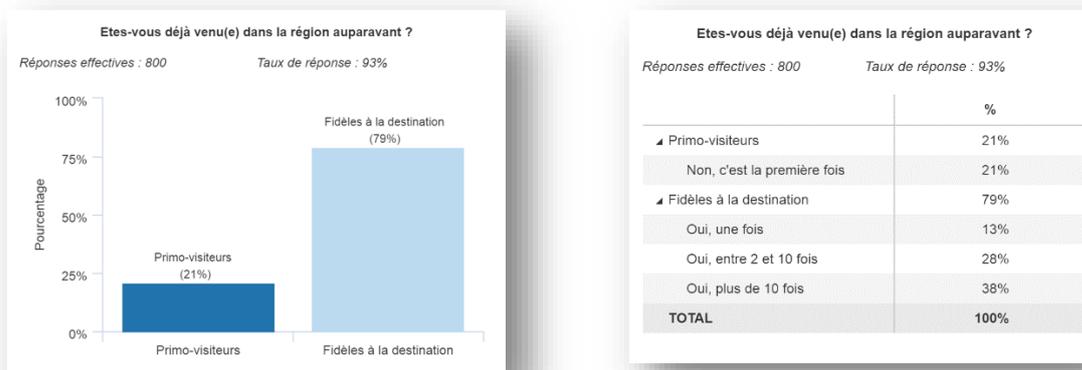


Figure 12: Fidélité

Près de huit visiteurs sur dix sont fidèles à notre région. Une majorité d'entre eux (38%) est même déjà venue plus de 10 fois.

Sont particulièrement fidèles à notre région les visiteurs :

- âgés de 65 ans et plus (85% sont des visiteurs fidèles)
- résidents en Suisse (84%) et plus particulièrement, ceux qui proviennent des cantons de Fribourg (94% de fidèles) et Vaud (90%).

Les primo-visiteurs (21%) sont plutôt des:

- jeunes, des classes d'âge : 18 à 24 ans (31%) et 25 à 34 ans (27%)
- résidents dans le canton de Zürich (40%) ou en France (29%).

Evolution par rapport à l'enquête 2018-2019

Il n'y a pas d'évolution significative par rapport aux résultats de la 1^{ère} année d'enquête.

Carte d'hôte

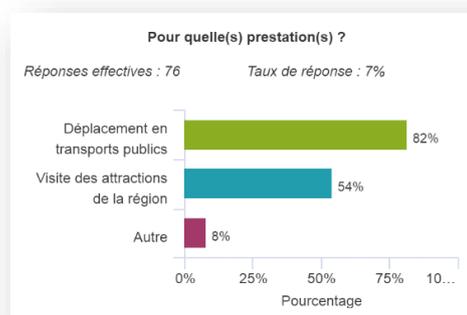
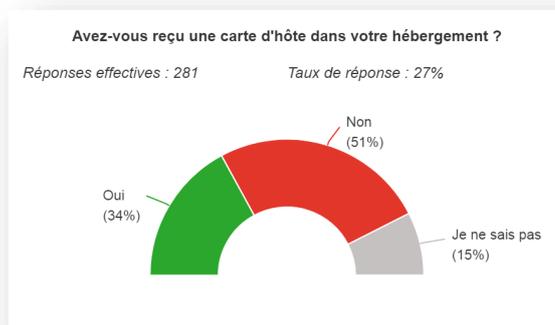


Figure 13: Carte d'hôtes

34% des visiteurs déclarent avoir reçu une carte d'hôte dans leur hébergement. Parmi eux, une majorité (82%) dit l'avoir utilisée. La prestation pour laquelle la carte a été utilisée est principalement pour le déplacement avec les transports publics (82%). Un hôte sur deux ayant reçu et utilisé sa carte de prestations l'a fait pour une visite des attractions de la région.

Les hôtes hébergés ayant choisi Lausanne ou Montreux Riviera comme destinations principales pour leur séjour sont pour moitié à répondre avoir reçu une carte de prestations (respectivement 53% pour Lausanne et 50% pour Montreux Riviera). Parmi ces derniers, tous l'ont utilisée et principalement pour se déplacer en transports publics.

Evolution par rapport à l'enquête 2018-2019

La part des répondants à l'enquête 2019-2020 annonçant avoir reçu une carte de prestations est plus importante (+8%) que lors de l'enquête précédente. L'utilisation de la carte pour la visite des attractions de la région est également plus conséquente (+7%).

Comportement touristique

Destination principale

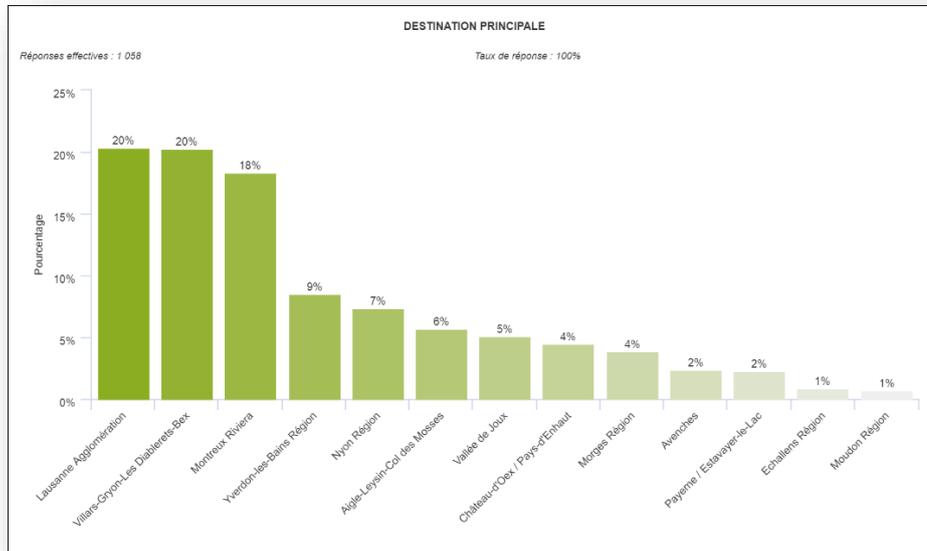


Figure 14: Destination principale

Lausanne (20%) et Montreux Riviera (20%) sont les deux destinations les plus visitées par les touristes dans le canton de Vaud, juste devant Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex (18%). Les autres destinations du canton sont moins visitées (moins de 10% des visiteurs du canton de Vaud).

Evolution par rapport à l'enquête 2018-2019

Le top 5 des destinations visitées ne change pas par rapport à la 1^{ère} année d'enquête. Toutefois, on peut noter que le classement entre celles-ci est un peu différent. Montreux Riviera se retrouve en 3^{ème} position alors que cette destination était en tête du top 5 lors de la précédente période d'enquête. A noter également que la marche entre le top 3 et les deux destinations suivantes est cette année plus conséquente (différence de 9% entre Yverdon-les-Bains Région en 4^{ème} position et Montreux Riviera en 3^{ème} position) que lors de l'enquête 2018-2019 (différence de seulement 4% entre Yverdon-les-Bains Région en 4^{ème} position et Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex en 3^{ème} position).

Croisement : DESTINATION PRINCIPALE / Nombre de localités visitées

| DESTINATION_PRINCIP_ANALYSE | NBRE_LOCALITES_VISITEE_FUSION | | | |
|----------------------------------|-------------------------------|-----------|--------------|-------------|
| | MOYENNE | MÉDIANE | N | % |
| Echallens Région | 16 | 14 | 9 | 1% |
| Yverdon-les-Bains Région | 15 | 13 | 90 | 9% |
| Payerne / Estavayer-le-Lac | 15 | 14 | 24 | 2% |
| Château-d'Oex / Pays-d'Enhaut | 15 | 11 | 47 | 4% |
| Vallée de Joux | 13 | 15 | 54 | 5% |
| Aigle-Leysin-Col des Mosses | 13 | 9 | 60 | 6% |
| Morges Région | 13 | 11 | 41 | 4% |
| Nyon Région | 13 | 13 | 78 | 7% |
| Lausanne Agglomération | 12 | 10 | 215 | 20% |
| Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex | 11 | 9 | 214 | 20% |
| Avenches | 11 | 6 | 25 | 2% |
| Montreux Riviera | 11 | 8 | 194 | 18% |
| Moudon Région | 3 | 2 | 7 | 1% |
| TOTAL | 12 | 10 | 1 058 | 100% |

■ Eléments sous-représentés ■ Eléments sur-représentés

La relation est très significative. p-value = < 0,01 ; Fisher = 2.
 Variance inter = 222. Variance intra = 90.

Figure 15: Nombre de localités visitées selon la destination principale de visite

Au niveau cantonal, les répondants ont visité en moyenne 12 localités (médiane=10 localités).

Lorsqu' Yverdon-les-Bains Région est retenue comme destination principale de visite, le nombre moyen de localités visitées (en moyenne 15) est significativement plus élevé que la moyenne cantonale (en moyenne 12).

Parmi les localités visitées par les répondants ayant séjourné principalement à Yverdon-les-Bains région, on retrouve Lausanne dans 76% des cas. Sont également visitées par les hôtes d'Yverdon-les-Bains région: la Vallée de Joux (66%), Montreux (65%) et Estavayer (63%).

Les visiteurs habitués de notre région se caractérisent par un comportement « multi destination ». En général, ils ont visité en moyenne 13 localités différentes lors de leur venue dans notre région. A l'opposé, ceux qui découvrent la région pour la 1^{ère} ou la 2^{ème} fois sont moins enclins à visiter plusieurs localités, avec en moyenne respectivement 7 et 9 localités visitées lors de leur venue.

Evolution par rapport à l'enquête 2018-2019

Par rapport à la période d'enquête précédente, le nombre de localités visitées par les répondants est en moyenne plus important (12 localités visitées au lieu de 8).

Motifs de séjour

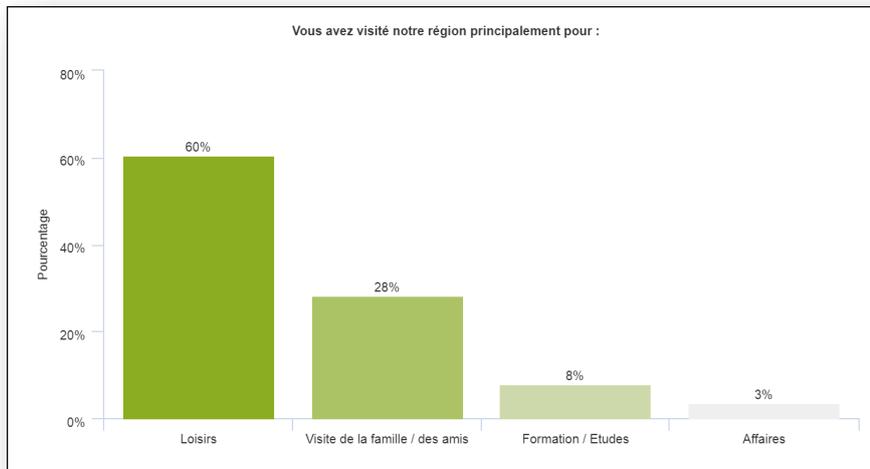


Figure 16: Motifs de séjour

Les loisirs représentent la majorité des motifs de séjour dans le canton de Vaud (60% des visiteurs). La plupart des visiteurs venus pour les loisirs (75%) sont des habitués de la région. Près d'un tiers (25%) des visiteurs viennent tout de même pour la première fois.

La dimension Famille / Amis n'est pas à négliger puisque près d'un tiers (28%) des répondants sont venus rendre visite à leur entourage, dont une large majorité (86%) sont des hôtes hébergés. Ils sont également, pour la plupart d'entre eux, fidèles à la région (88%) et pour près de la moitié, déjà venus 10 fois ou plus dans la région.

Les clientèles étudiantes (8%) et d'affaires (3%) sont moins représentées parmi les répondants. Parmi les visiteurs venus pour étudier, près d'un tiers (26%) est composé de primo-visiteurs de notre région. Plus d'un tiers des visiteurs venus pour formation sont des jeunes, faisant partie de la tranche d'âge des 18 à 24 ans (36%) ou de celle des 25 à 34 ans (34%).

Evolution par rapport à l'enquête 2018-2019

La répartition des répondants par motif de séjour a quelque peu évolué entre les deux années d'enquête. La part des visiteurs venus pour les loisirs est un peu moins importante cette année (60% au lieu de 73%), de même pour les visiteurs venus pour affaires (3% au lieu de 4%), alors que les visiteurs venus pour visiter la famille et les amis sont plus nombreux (28% au lieu de 19%). La part du nombre de visiteurs venus pour formation est également plus élevée cette année (8% des répondants) que l'année précédente (4% des répondants).

Qualités déterminantes pour le choix de la destination

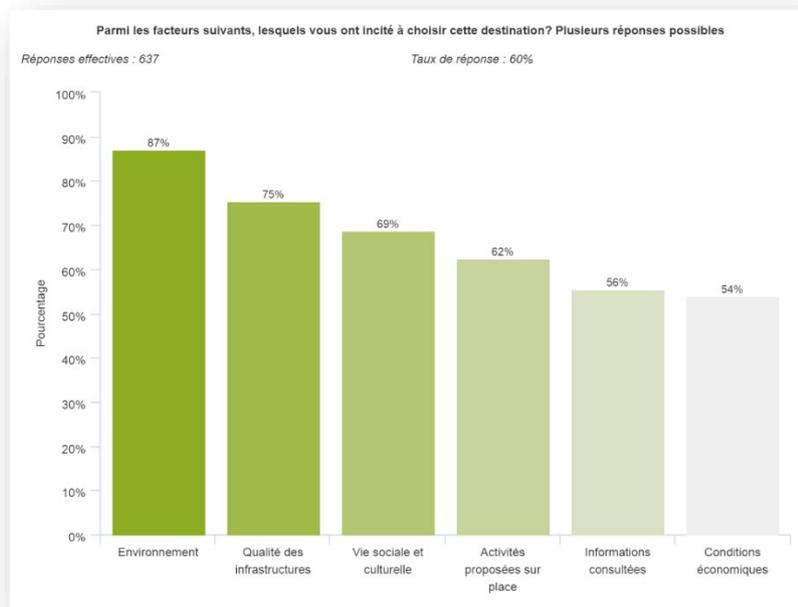


Figure 17: Qualités déterminantes pour le choix de la destination, globalement

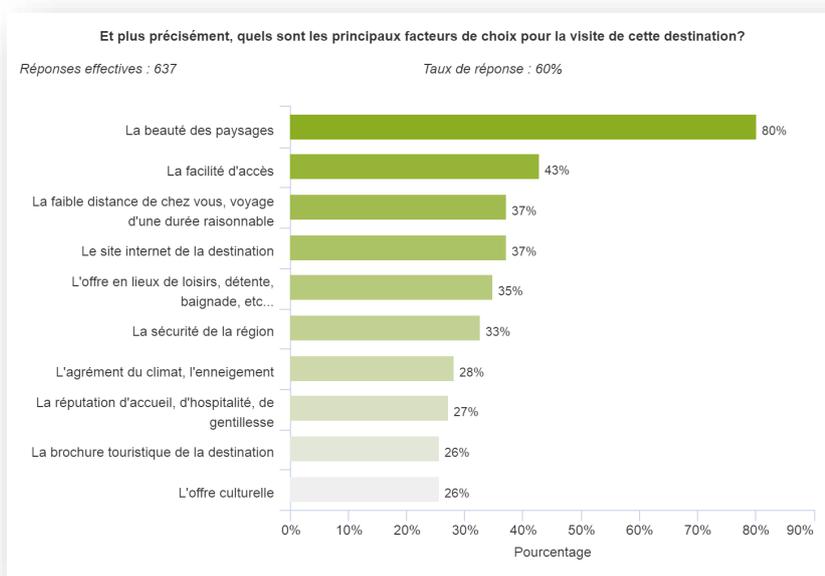


Figure 18: Qualités déterminantes pour le choix de la destination, dans le détail

L'environnement (87%) est le premier facteur de choix de la destination dans le canton de Vaud : à l'unanimité, la beauté des paysages est mise en avant par les visiteurs (8 visiteurs sur 10).

La deuxième qualité déterminante pour le choix de la destination est la qualité des infrastructures (75%), en particulier la facilité d'accès (43%) et la proximité (37%) de la destination.

La vie sociale et culturelle est également une qualité importante pour de nombreux visiteurs du canton (69%), tout comme les activités proposées sur place (62%), en particulier l'offre en lieux de loisirs, détente, baignade (35%).

A noter parmi les principaux facteurs de choix l'importance occupée par le site internet de la destination (37% des citations).

Evolution par rapport à l'enquête 2018-2019

Quelle que soit la période d'enquête, l'environnement, en particulier la beauté des paysages, reste le facteur de choix largement prédominant pour les répondants interrogés dans notre région.

Activités réalisées

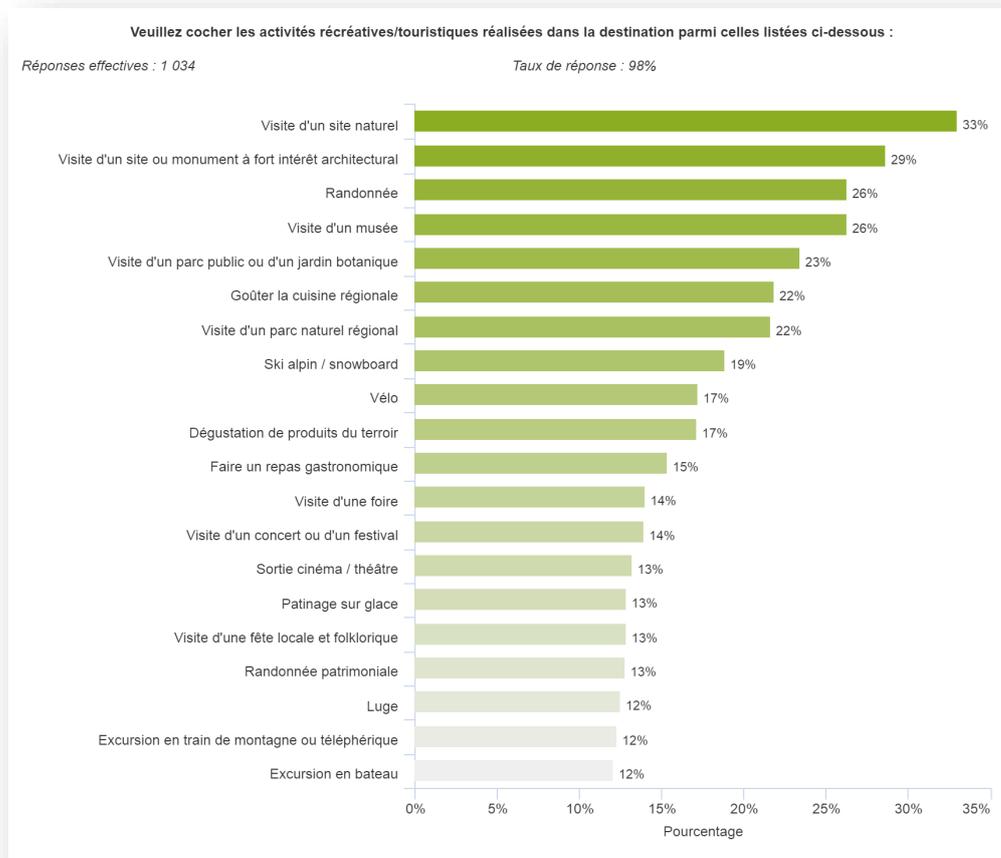


Figure 19: Activités réalisées sur place

Parmi les nombreuses activités pratiquées dans le canton, la visite d'un site naturel est citée par un tiers des répondants (33%). Vient juste ensuite la visite d'un site / monument à fort intérêt architectural (29%). Cette activité est plutôt pratiquée par des visiteurs venus en couple (un pratiquant de cette activité sur deux). La randonnée (26%), pratiquée une fois sur deux par des visiteurs accompagnés d'un/plusieurs enfant(s), et la visite d'un musée (26%) sont citées en 3^{ème} et 4^{ème} position.

Les autres activités pratiquées plutôt par des visiteurs accompagnés de leurs enfants sont les suivantes : la luge (56%), le ski alpin/snowboard (50%) ou encore la visite d'un parc d'attraction/zoo (50%).

Les visiteurs venus avec un/des parents se retrouvent plutôt dans les activités sportives telles que : le golf (43%), la participation à un événement sportif (30%), le patinage sur glace (30%) ou encore la luge (27%).

Les visiteurs venus en couple sont quant à eux majoritairement représentés parmi les activités suivantes du DAS Art de vivre : dégustation de vins/visite de caveaux (57%) et repas gastronomique (54%). Les pratiquants de ces activités du DAS « Art de vivre » se situent parmi ceux qui dépensent en général moyenne de 100 à 200 CHF par jour.

Les visiteurs venus pour faire de la raquette à neige, de la randonnée ou du vélo sont majoritairement représentés parmi ceux qui dépensent moins de 100 CHF par jour dans notre région (respectivement : 66%, 64% et 62%).

Evolution par rapport à l'enquête 2018-2019

La visite d'un site naturel était également l'activité la plus citée lors de la 1^{ère} année d'enquête. La randonnée et la visite d'un musée ont par contre perdu quelques points par rapport à la visite d'un site / monument à fort intérêt architectural, qui a quant à elle gagné 3 places au classement de activités les plus citées cette année.

Hébergement principal

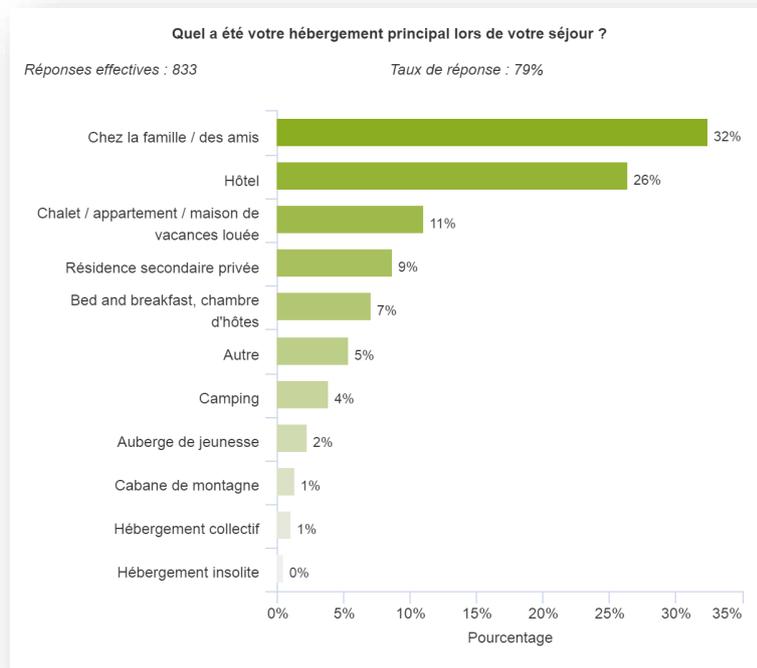


Figure 20: Hébergement principal

Deux types d'hébergement sont privilégiés des visiteurs du canton de Vaud ayant répondu à cette 2^{ème} année d'enquête : tout d'abord, le logement chez la famille/des amis (32%), en particulier pour des longs séjours (15 nuits et plus pour 31% des visiteurs dormant chez des proches). Les personnes privilégiant ce type d'hébergement sont plutôt les visiteurs résidant dans le canton de Vaud (46%).

Deuxièmement, l'hôtel (26%), notamment pour des courts séjours (1 à 3 nuits pour 59% des hébergés à l'hôtel). Les visiteurs hébergés à l'hôtel sont plutôt venus en couple (45%).

Les locations de chalet ou maison de vacances se font dans 11% des cas : plutôt pour des séjours d'une (40%) ou plus rarement deux (22%) semaines.

Les autres modes d'hébergement sont peu fréquents parmi les hôtes (moins de 10%).

Evolution par rapport à l'enquête 2018-2019

Entre la 1^{ère} et la 2^{ème} année d'enquête, on constate une inversion entre les deux principaux modes d'hébergement cités. Le logement chez la famille/des amis passe en 1^{ère} position alors que l'hôtel arrive en 2^{ème}, contrairement à la 1^{ère} année d'enquête.

Pour les autres modes d'hébergement, les résultats évoluent peu et restent dans les mêmes proportions.

Dépenses moyennes quotidiennes

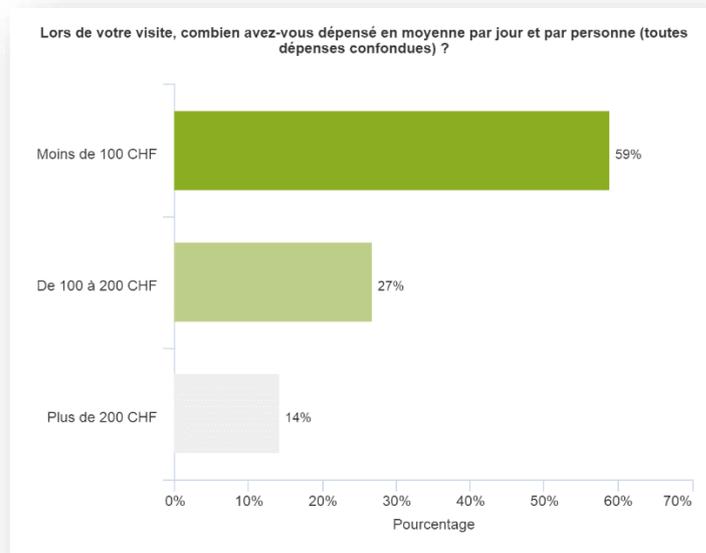


Figure 21: Dépenses moyennes quotidiennes

Globalement, les visiteurs ayant répondu à cette 2^{ème} année d'enquête sont assez peu dépensiers lors de leur séjour dans le canton de Vaud : près de 60% d'entre eux ont dépensé en moyenne moins de 100 CHF quotidiennement par personne. Parmi ceux-ci, on trouve notamment les suisses (62%), en particulier les vaudois (près de $\frac{3}{4}$ des visiteurs vaudois ont dépensé moins de 100 CHF en moy. / jour / pers.) et les excursionnistes (88% ont d'entre eux ont dépensé moins de 100 CHF en moy. / jour / pers.).

Près d'un tiers (27%) des visiteurs a dépensé entre 100 CHF et 200 CHF (en moy. / jour / pers.) : ce sont notamment les hôtes hébergés (31%), ceux qui séjournent à Montreux Riviera (33%) ou Lausanne (33%) et qui proviennent plutôt de cantons non romands (36%).

14% des répondants sont des « gros » dépensiers (200 CHF et plus en moy. / jour / pers.). Ces visiteurs sont plutôt des hôtes hébergés (18%), qui visitent principalement la destination Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex (21%).

Evolution par rapport à l'enquête 2018-2019

La répartition des dépenses est restée relativement similaire entre les deux années d'enquête. Il n'y a pas d'évolution notable à signaler.

Satisfaction globale

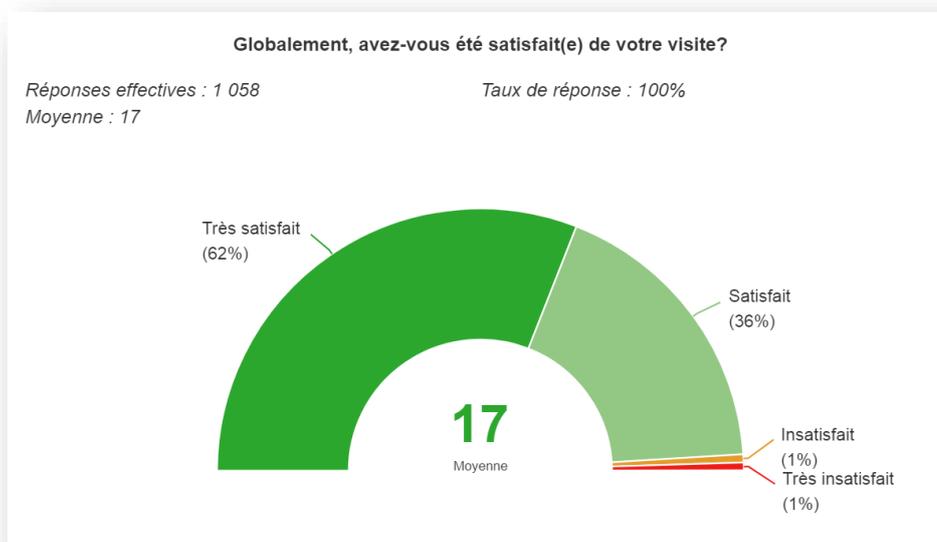


Figure 22: Satisfaction globale

Le canton de Vaud bénéficie d'une très bonne image auprès de ses visiteurs : 98% d'entre eux sont globalement satisfaits de leur visite, plus de 6 visiteurs sur 10 en sont même très satisfaits, notamment ceux ayant visité principalement Villars-Gryon-Diablerets-Bex (71%).

Evolution par rapport à l'enquête 2018-2019

Les résultats au niveau de la satisfaction globale sont stables entre les deux années d'enquête. On peut néanmoins noter que la part des répondants satisfaits a augmenté de 4 points de pourcentage cette année par rapport à l'année passée et qu'à l'inverse la part des répondants « très insatisfaits » a de son côté diminué de 4 points.

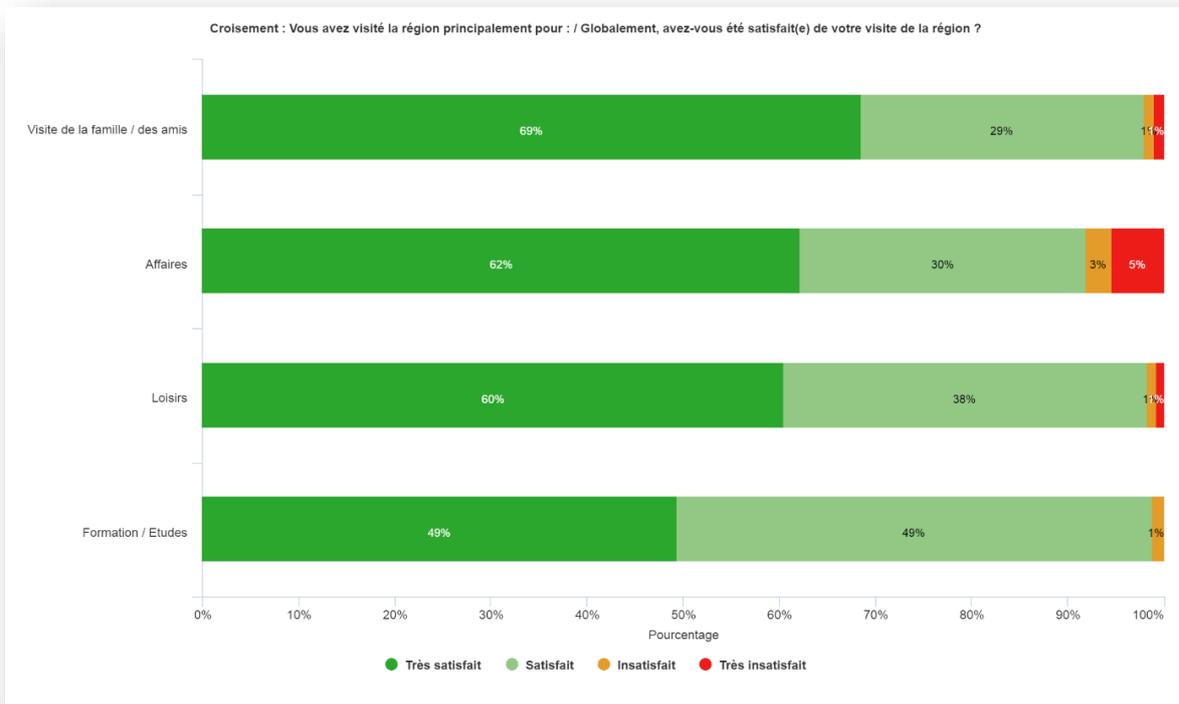


Figure 23: Satisfaction globale selon le motif de séjour

La satisfaction est plutôt homogène entre les motifs de séjour. Les hôtes venus pour visiter de la famille/des amis sont particulièrement contents de leur séjour (69% de très satisfaits). Les visiteurs les plus critiques sont plutôt ceux venus pour affaires (5% de très insatisfaits et 3% d'insatisfaits).

Evolution par rapport à l'enquête 2018-2019

L'insatisfaction relative des répondants venus pour affaires avait déjà été relevée lors de la 1^{ère} année d'enquête. Toutefois, il est rassurant de noter que cette année, la proportion des satisfaits pour ce même segment est bien plus importante (+5 points) que lors de la 1^{ère} année d'enquête et que la part des insatisfaits a elle aussi diminué (- 5 points).

Indicateurs complémentaires

Pour la 2^{ème} année d'enquête, le questionnaire a été étayé par l'ajout de nouvelles variables permettant de récolter des données sur les motifs de satisfaction et/ou d'insatisfaction des répondants, les sources d'information utilisées, les intentions de retour et de recommandation concernant la destination visitée.

Satisfaction détaillée

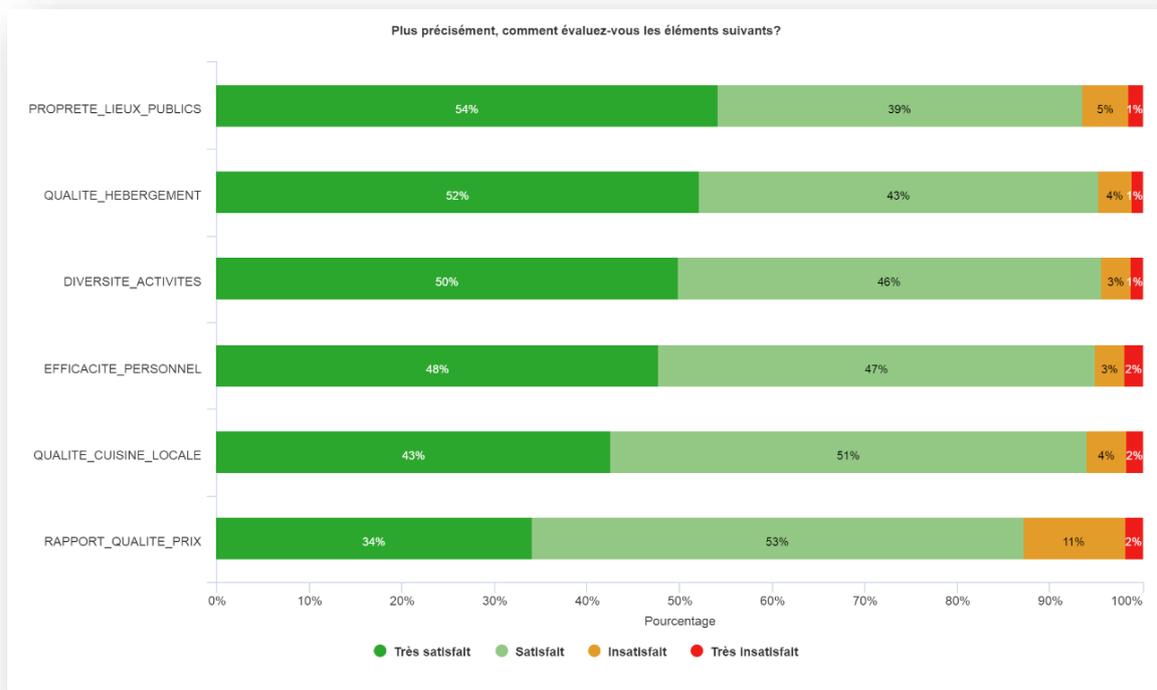


Figure 24: Satisfaction détaillée

Un peu plus de la moitié des visiteurs du canton de Vaud (54%) sont très satisfaits de la propreté des lieux publics ainsi que de la qualité de l'hébergement (52%). La diversité des activités proposées dans les destinations est également un point évalué très positivement par près de la moitié des répondants.

A l'opposé, le rapport qualité prix est l'élément le moins satisfaisant, avec 11% de visiteurs insatisfaits et 2% très insatisfaits de ce point de vue au niveau cantonal. La qualité de la cuisine locale (4% d'insatisfaits) et l'efficacité du personnel (3% d'insatisfaits) sont des éléments qui devraient être améliorés.

Les hôtes âgés de 65 ans ou plus se montrent globalement plus critiques que les visiteurs plus jeunes par rapport à leur séjour dans notre région, avec seulement un visiteur sur deux de

cette tranche d'âge qui se déclare très satisfaits. Le rapport qualité-prix est le principal élément qui pose problème pour ce segment de clientèle.

Les visiteurs les plus jeunes du canton, de la tranche d'âge 18 à 24 ans, sont les plus enthousiastes quant à leur séjour, avec près de huit visiteurs sur dix qui se déclarent très satisfaits. La qualité de l'hébergement (74% de très satisfaits sur ce point) et la propreté des lieux publics (65% de très satisfaits sur ce point) sont les éléments les plus satisfaisants. Par contre, le rapport qualité-prix est jugé de manière plus mitigée par cette partie de la population dont près d'un visiteur sur deux se dit très insatisfait quant à cet élément.

Source d'information utilisée

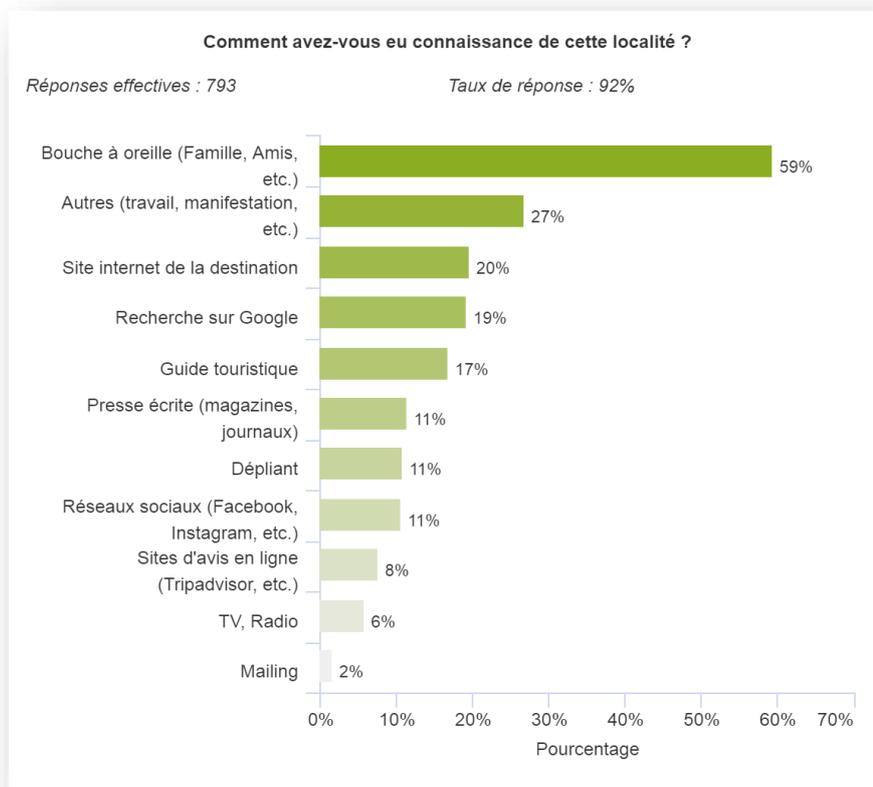


Figure 25: Source d'information utilisée

Plus de la moitié des répondants (59%) ont eu connaissance de la destination visitée via le « bouche à oreille ». Ceci est particulièrement vrai pour les destinations : Pays-d'Enhaut (79%) et Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex (69%).

Le site internet de la destination (20%) et le moteur de recherche Google (19%) sont également des sources d'information souvent citées par les visiteurs des destinations

vaudoises. Vient ensuite le guide touristique (17%), puis la presse écrite (11%) et les dépliants (11%). La presse écrite est citée par près d'un tiers des visiteurs âgés de 65 ans ou plus, alors que les sites d'avis en ligne le sont par un tiers des 25 à 34 ans.

Envie de revenir dans la destination

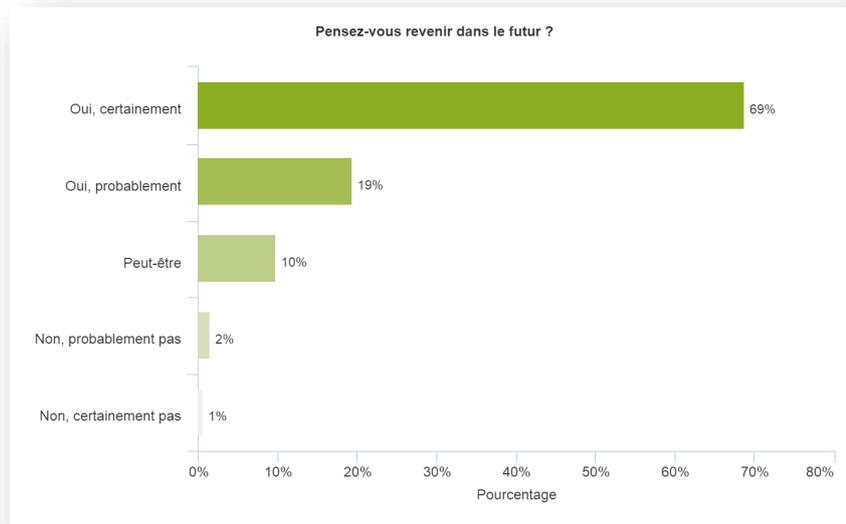


Figure 26: Intention de revenir dans la destination

La majorité (69%) des visiteurs interrogés dans le cadre de l'enquête est certaine de revenir dans la région dans le futur, alors qu'un visiteur sur cinq pense que c'est probable. Sur l'ensemble des primo-visiteurs, 74% pensent revenir dans la région à l'avenir et 21% se disent incertains.

Les visiteurs très satisfaits de leur séjour sont ceux qui sont les plus certains (à 80%) de revenir dans la région. Inversement, les visiteurs les plus insatisfaits sont également ceux qui sont les plus nombreux (40%) à déclarer qu'ils ne reviendront certainement pas.

Intention de recommandation de la destination et Net Promoter Score (NPS)²



Figure 27: Intention de recommandation de la destination et Net Promoter Score (NPS)

La quasi-totalité des visiteurs interrogés se déclare prête à recommander la destination visitée auprès de leur entourage. Les visiteurs fidèles à notre région, en particulier les hôtes habitués, déjà venus entre 2 et 10 fois, constituent potentiellement les plus grands ambassadeurs des destinations visitées auprès de leur entourage (NPS : 96.4).

La satisfaction joue un rôle majeur dans la volonté de promouvoir ou non la région auprès de son entourage. En effet, ce sont avant tout les visiteurs les plus satisfaits de leur visite qui sont les plus enthousiastes à promouvoir les destinations visitées auprès de leur entourage (NPS : 98.2). Les visiteurs qui dépensent plus de 200 CHF par jour et par personne lors de leur visite sont ceux qui sont les plus critiques envers la destination visitée (5% de très insatisfaits) et les moins enclins à recommander celle-ci auprès de leur entourage avec 6% de détracteurs et un score NPS de 80.1.

² NPS : Le Net Promoter Score est un indicateur de fidélité client développé en 2003 par le consultant Fred Reichheld. L'objectif était de déterminer un score uniforme et facilement interprétable pour la satisfaction client qui peut être comparé au fil du temps ou entre différentes industries. Le NPS évalue dans quelle mesure le répondant recommande une certaine société, produit ou service à ses amis, ses proches ou ses collègues. Le Net Promoter Score est calculé en prenant le pourcentage de promoteurs et en y soustrayant le pourcentage de détracteurs. Le NPS n'est pas exprimé en pourcentage, mais comme nombre absolu qui se situe entre -100 et +100.

Zooms spécifiques

Principaux marchés

Comme lors de la 1^{ère} année d'enquête, les deux pays de résidence principaux des répondants sont la Suisse (66% des visiteurs, N=505) et la France (17%, N=129). Un zoom spécifique est donc présenté dans cette partie pour ces deux marchés, ces résultats seront complétés après chaque vague d'enquête.

SUISSE

LES VAUDOIS

Les Vaudois visitant le canton ont plutôt le profil suivant :

- Âgés de 35-49 ans en majorité (40%)
- Venus en couple (36%) ou avec un/des enfants (35%)
- Excursionnistes (28%) ou, si hébergés (72%), alors plutôt chez des proches (45%)
- La beauté des paysages (88%) comme premier facteur de choix de la destination et la proximité (58%) en second
- Les loisirs comme principal motif de séjour (55%) : la visite d'un site naturel (34%), la randonnée (32%), la visite d'un musée (27%) ou d'un parc public (27%), le ski alpin /snowboard (26%) sont les principales activités pratiquées
- Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex (19%) et Montreux Riviera (18%) comme principales destinations
- Dépenses faibles (moins de 100 francs par jour et par personne pour 69% des visiteurs interrogés)

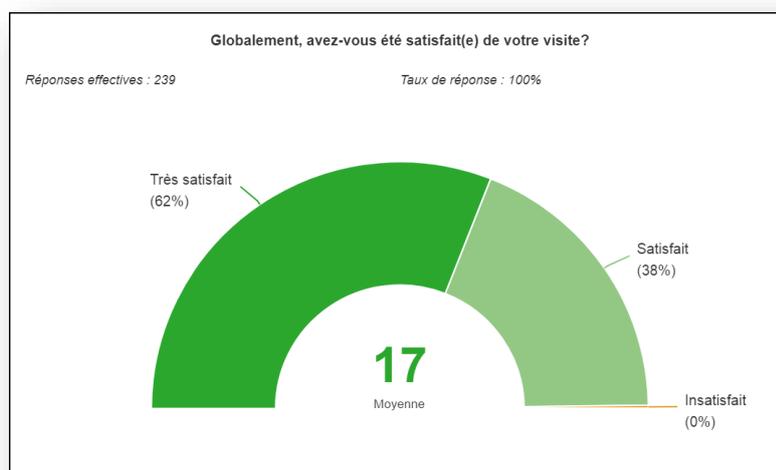
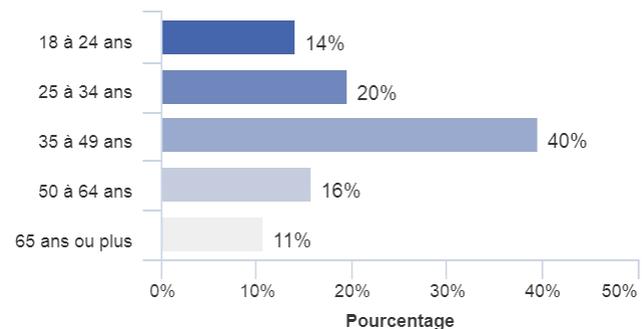


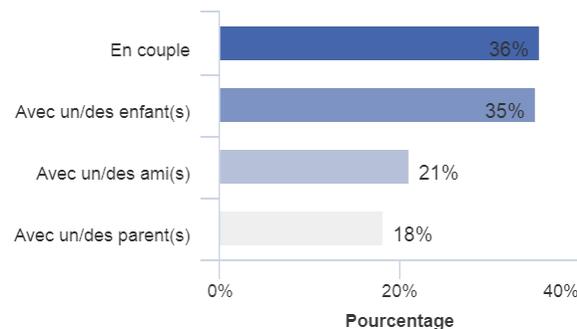
Figure 28: Satisfaction globale, Les Vaudois

Synthèse des résultats

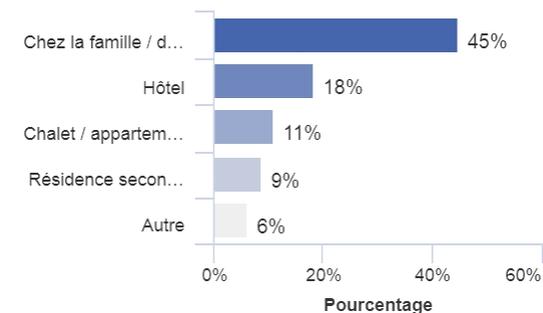
AGE



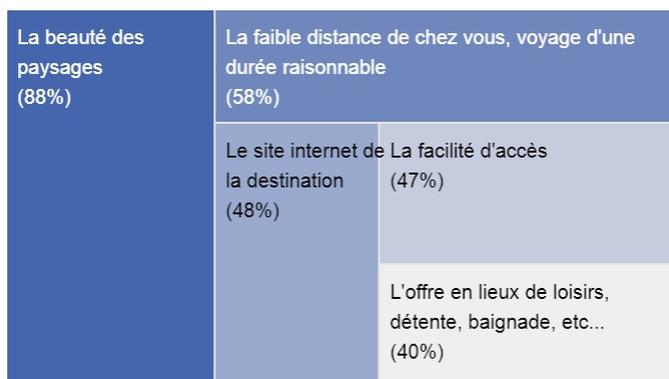
CELLULE DE VOYAGE



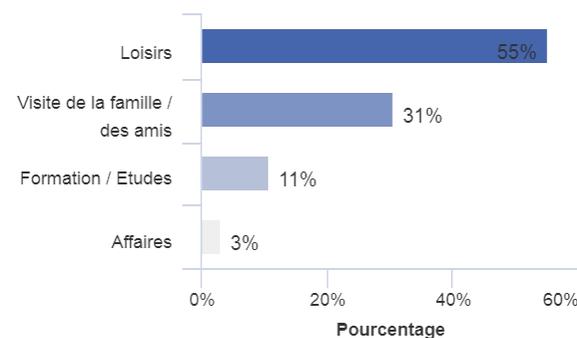
HEBERGEMENT



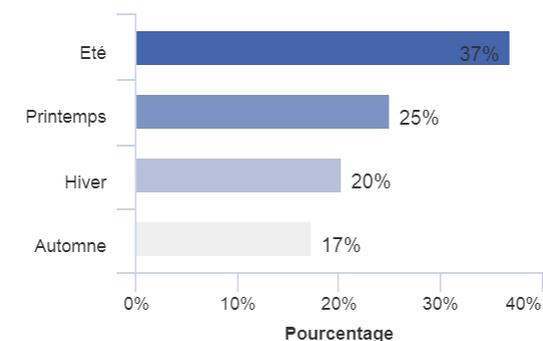
FACTEURS DE CHOIX DE LA DESTINATION



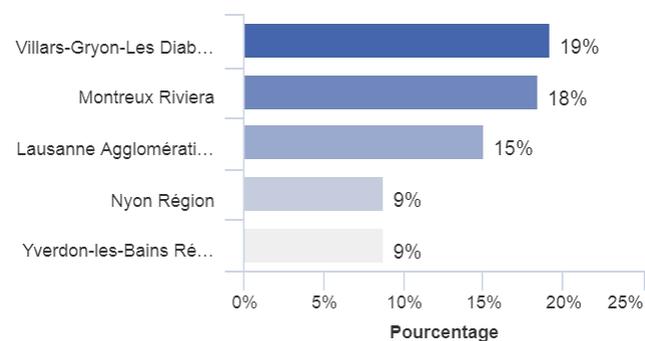
MOTIF DE SEJOUR



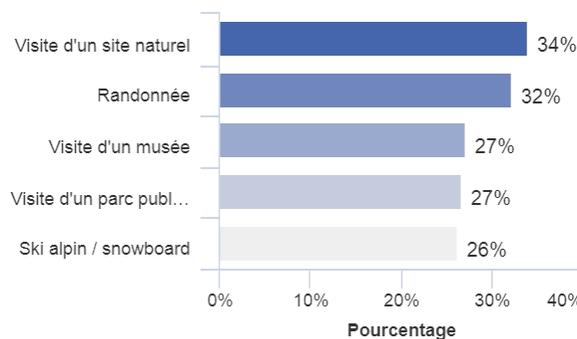
SAISON DE VISITE



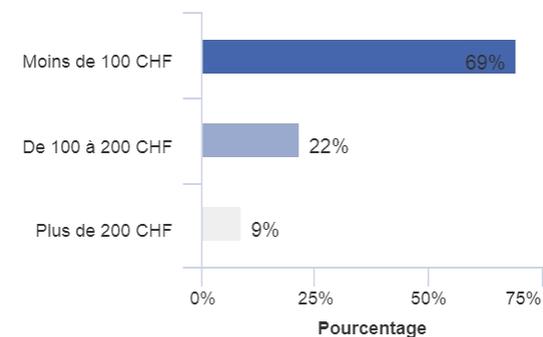
TOP 5 DESTINATIONS



TOP 5 ACTIVITES REALISEES



DEPENSES MOYENNES/JOUR/PERS.



Accès aux résultats complets -->



LES AUTRES ROMANDS

Les visiteurs des autres cantons romands ont plutôt le profil suivant :

- Âgés pour la plupart (44%) de 35-49 ans
- Venus avec un/des enfants (43%) voire en couple (38%)
- Excursionnistes (34%) ou si hébergés (66%), alors c'est plutôt à l'hôtel (31%) ou chez des proches (30%)
- La beauté des paysages (67%) est un facteur de choix important mais la proximité de la destination est également un élément de poids (43%)
- Les loisirs (66%) comme principal motif de séjour : la visite d'un site naturel (36%) ou celle d'un monument à fort intérêt architectural (33%) et dans une moindre mesure la randonnée (27%) sont leurs principales activités
- Montreux Riviera (20%), Lausanne (16%) et Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex (15%) sont leurs principales destinations de visite
- Dépenses plutôt faibles (moins de 100 francs par jour et par personne pour 65% des visiteurs) voire un peu plus élevées (entre 100 et 200 CHF) pour un tiers d'entre eux

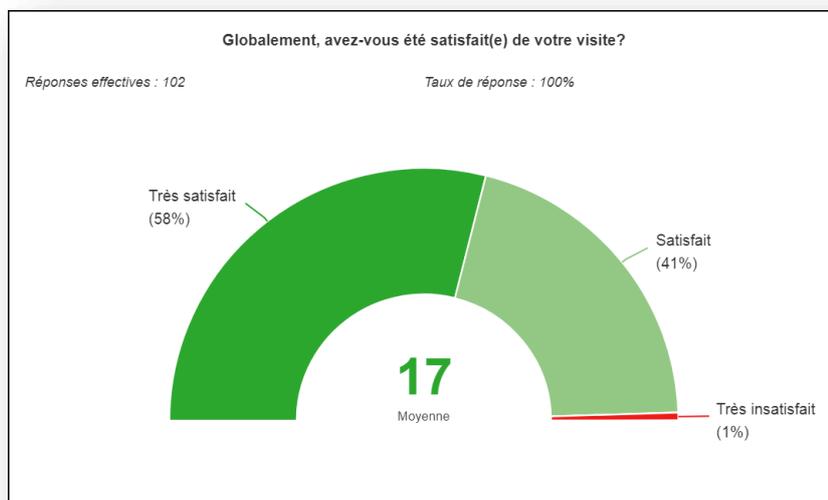
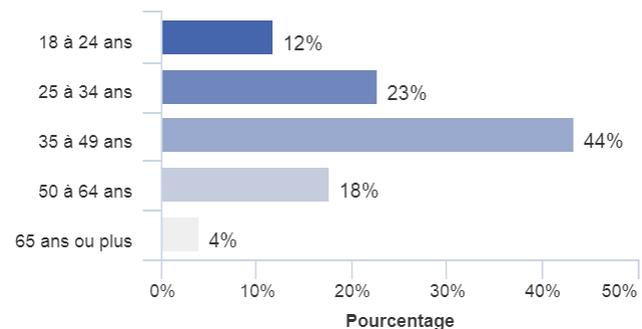


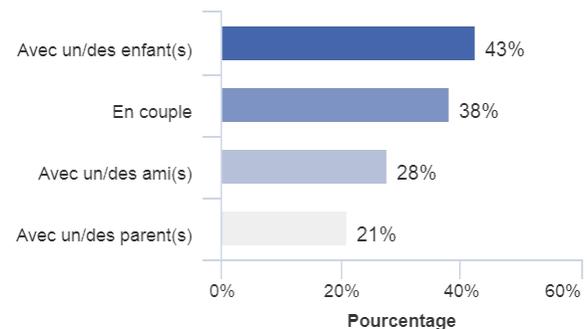
Figure 30: Satisfaction globale, Les Autres romands

Synthèse des résultats

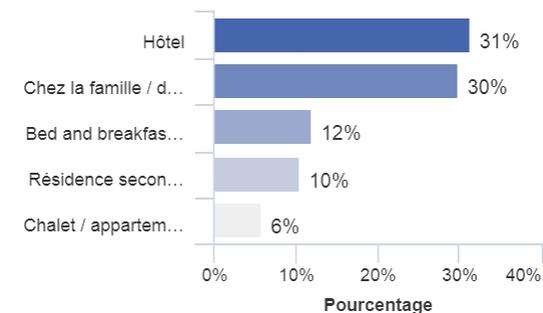
AGE



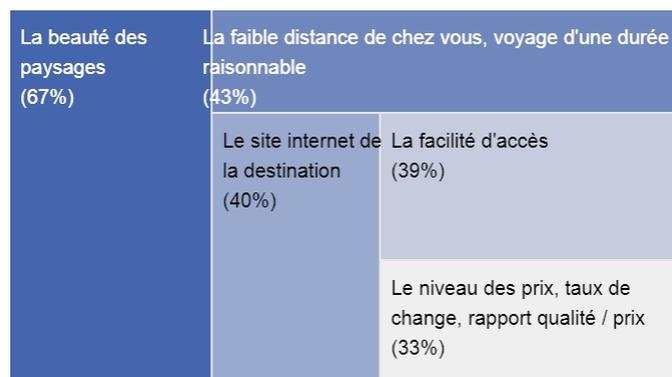
CELLULE DE VOYAGE



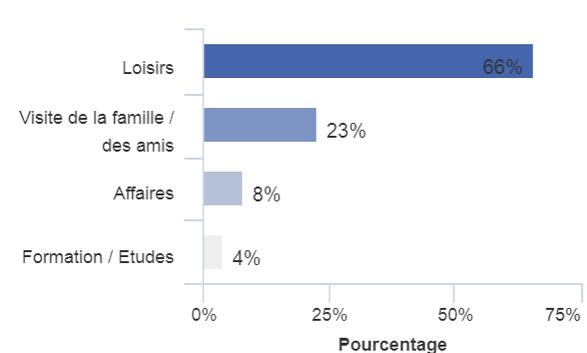
HEBERGEMENT



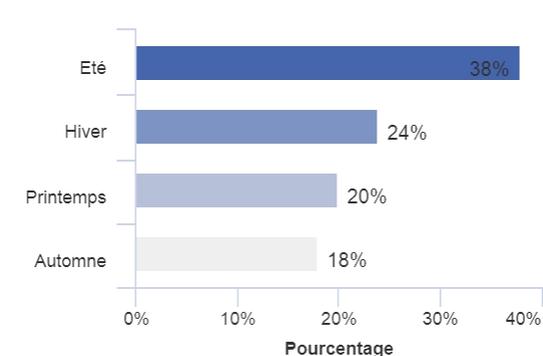
FACTEURS DE CHOIX DE LA DESTINATION



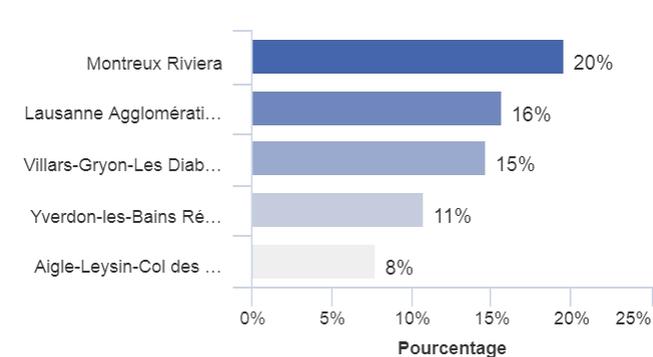
MOTIF DE SEJOUR



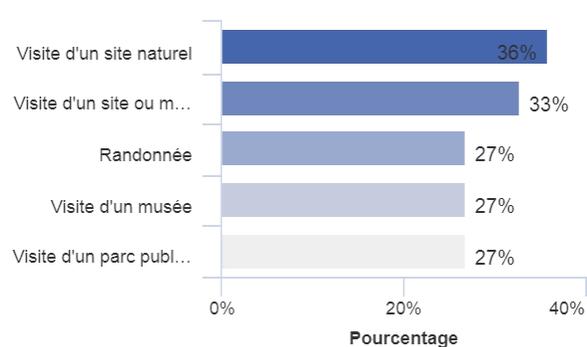
SAISON DE VISITE



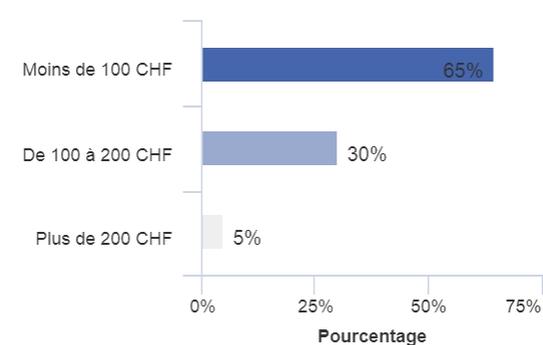
TOP 5 DESTINATIONS



TOP 5 ACTIVITES REALISEES



DEPENSES MOYENNES/JOUR/PERS.



Accès aux résultats complets -->



LES SUISSES ALLEMANDS

Les visiteurs suisses allemands ont plutôt le profil suivant :

- Pour près d'un tiers âgés de 35 à 49 ans (35%) et pour un autre tiers de 50 à 64 ans (28%)
- Venus en couple (38%) ou avec un/des enfants (34%)
- Rarement excursionnistes (11%) et en règle générale hébergés à l'hôtel (40%) ou dans une moindre mesure, chez des proches (21%)
- La beauté des paysages (73%) comme principal facteur de choix de la destination visitée ; le site internet de la destination (31%) comme second élément déterminant du choix réalisé
- Les loisirs comme principal motif de séjour (68%) : la visite d'un musée (39%), la visite d'un site ou monument à fort intérêt architectural (37%) et la visite d'un site naturel (31%) sont leurs principales activités
- Montreux Riviera (20%), Lausanne (19%), Yverdon-les-Bains région (12%) et Avenches (9%) comme principales destinations
- Dépenses faibles (moins de 100 francs pour 46% des visiteurs) à moyennes (entre 100 et 200 francs par jour et par personne pour 35% des visiteurs)

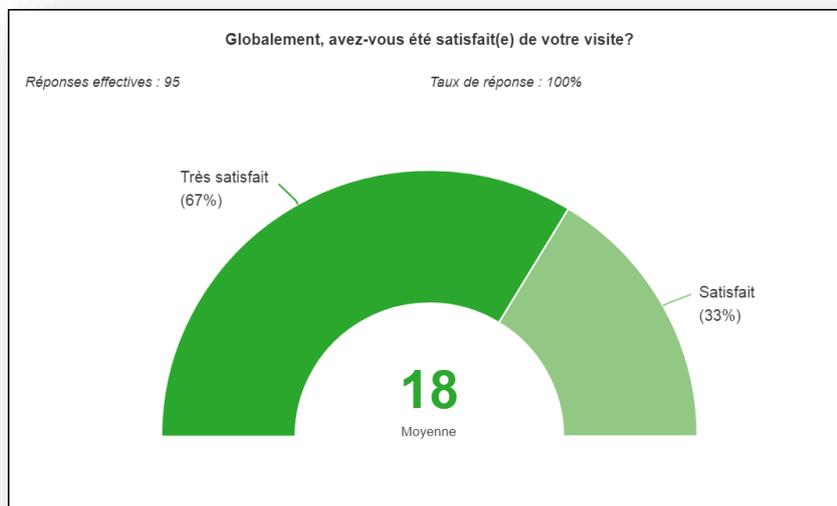
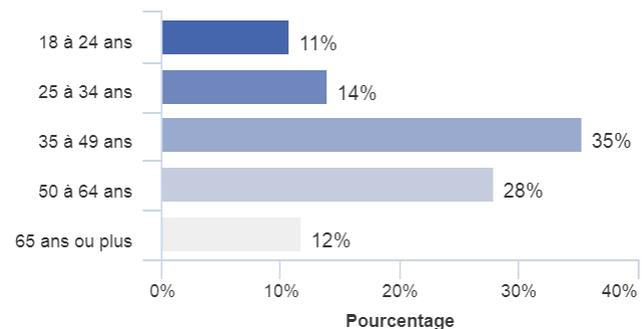


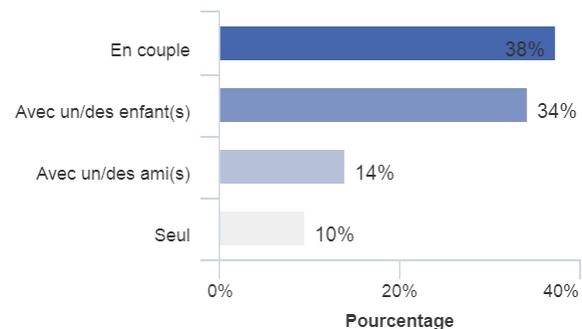
Figure 32: Satisfaction globale, Les Suisses-Allemands

Synthèse des résultats

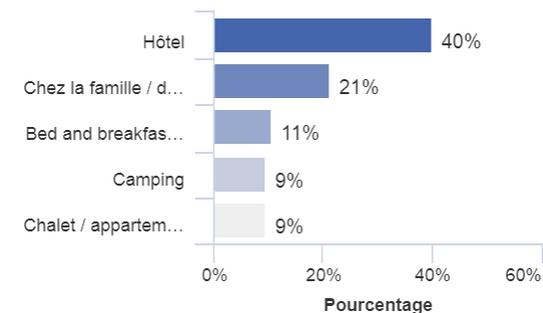
AGE



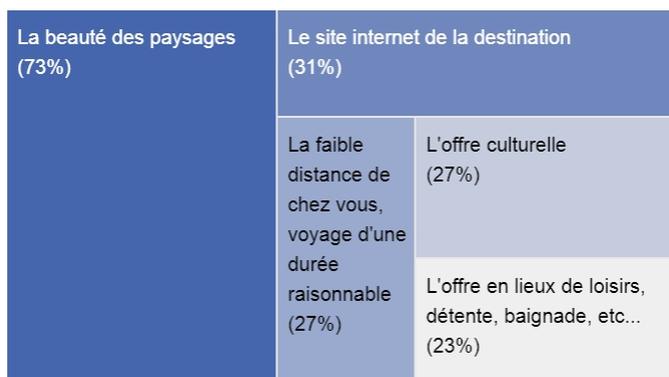
CELLULE DE VOYAGE



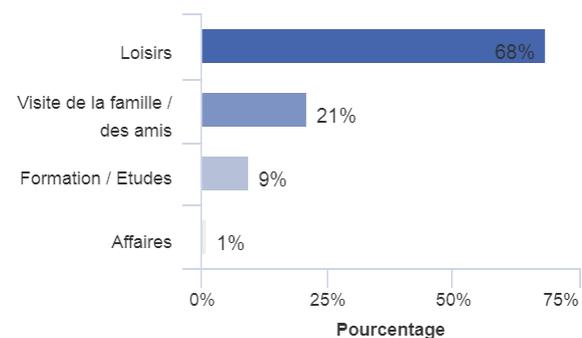
HEBERGEMENT



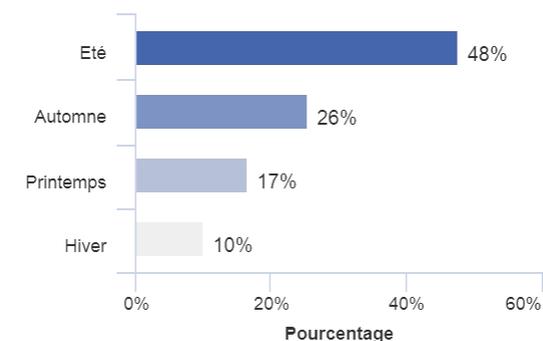
FACTEURS DE CHOIX DE LA DESTINATION



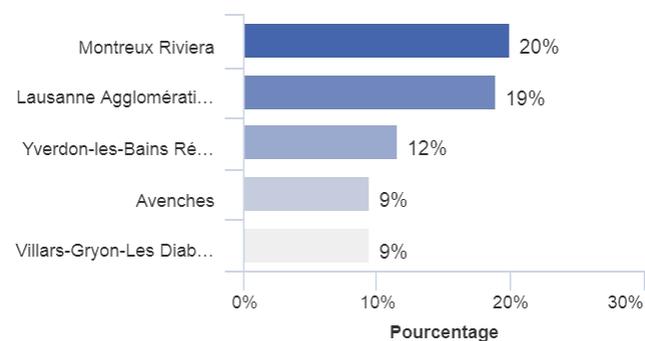
MOTIF DE SEJOUR



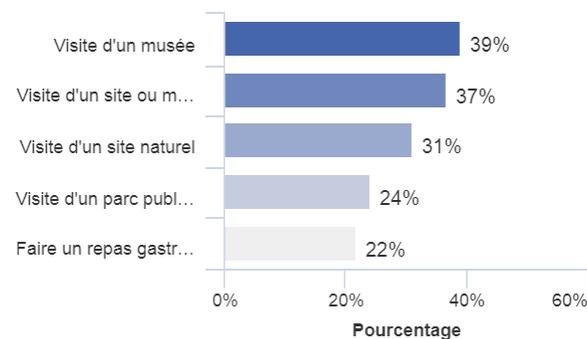
SAISON DE VISITE



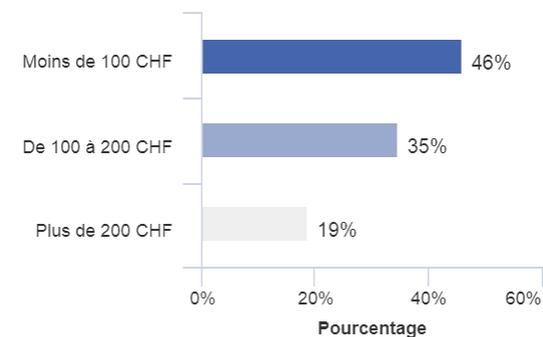
TOP 5 DESTINATIONS



TOP 5 ACTIVITES REALISEES



DEPENSES MOYENNES/JOUR/PERS.



Accès aux résultats complets -->



FRANCE

Les visiteurs venus de France ont plutôt le profil suivant :

- Âgés de 50-64 ans (30%) et de 35 à 49 ans (28%)
- Venus en couple (44%), dans une moindre mesure avec un/des enfants (36%)
- Excursionnistes (26%) sinon hébergés pour un tiers chez des proches (32%) ou à l'hôtel (26%)
- La beauté des paysages (81%) et la facilité d'accès de la destination (42%) comme facteurs de choix principaux
- Les loisirs (61%) et dans une moindre mesure la visite de la famille / les amis (33%) comme principal motif de séjour : la visite d'un site ou monument à fort intérêt architectural (35%), la visite d'un musée (33%), la visite d'un site naturel (33%) ou la randonnée (32%) sont leurs principales activités
- Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex (27%), Lausanne (26%) et dans une moindre mesure Montreux Riviera (16%) comme principales destinations
- Des dépenses plutôt faibles pour plus de la moitié des visiteurs français (moins de 100 francs par jour et par personne) à moyennes (entre 100 et 200 CHF) pour un peu moins d'un tiers d'entre eux

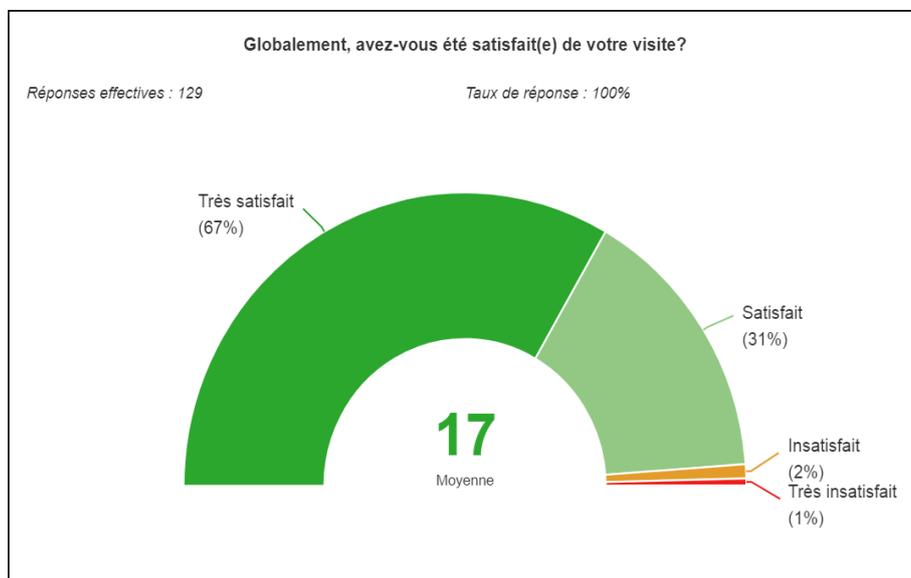
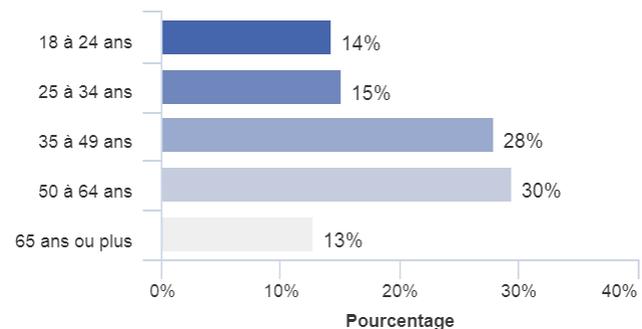


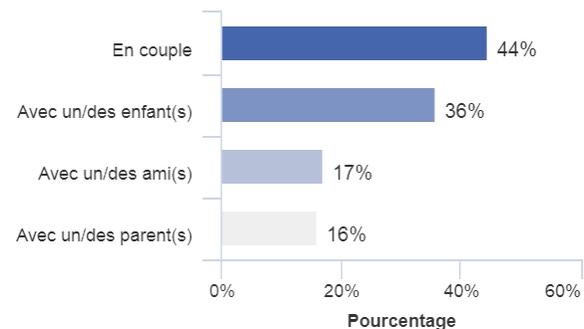
Figure 34: Satisfaction globale, Les Français

Synthèse des résultats

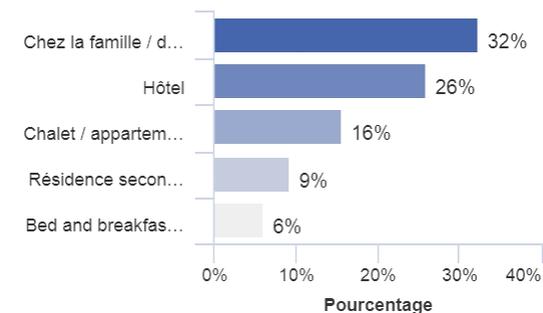
AGE



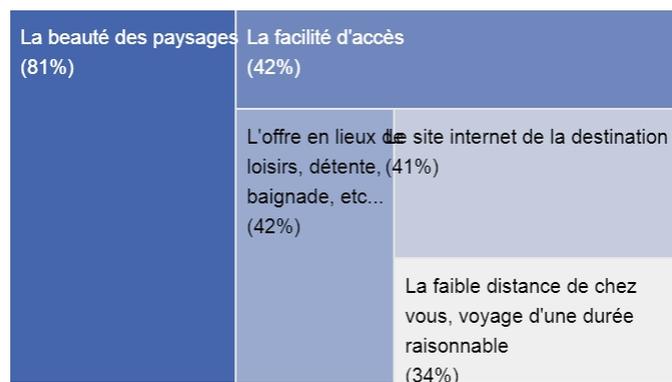
CELLULE DE VOYAGE



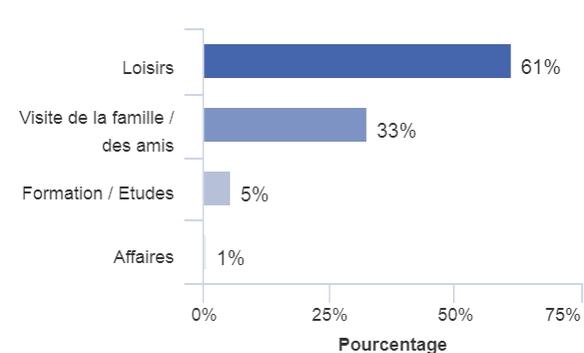
HEBERGEMENT



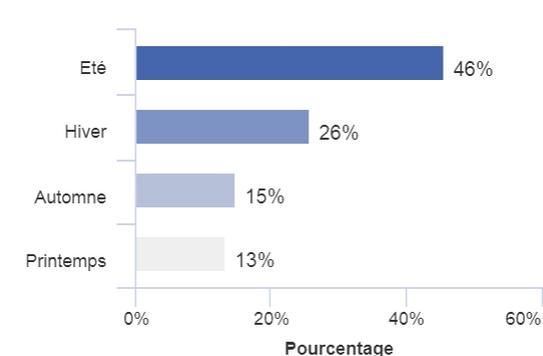
FACTEURS DE CHOIX DE LA DESTINATION



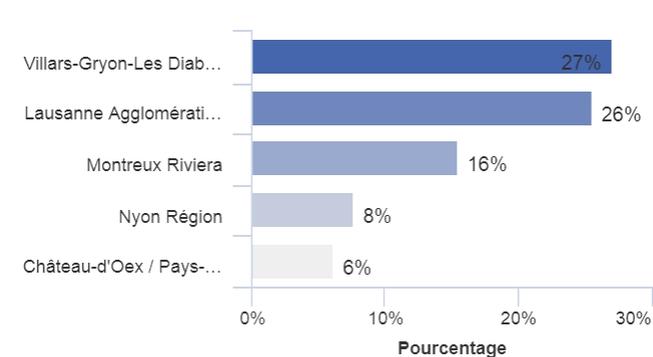
MOTIF DE SEJOUR



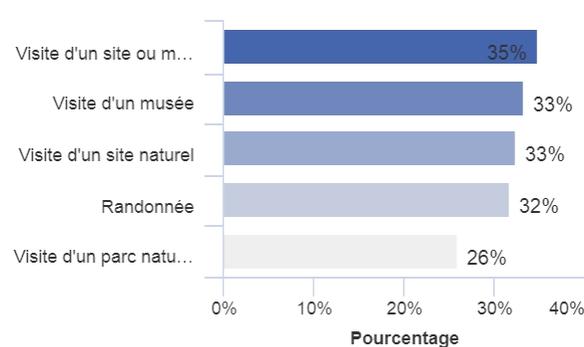
SAISON DE VISITE



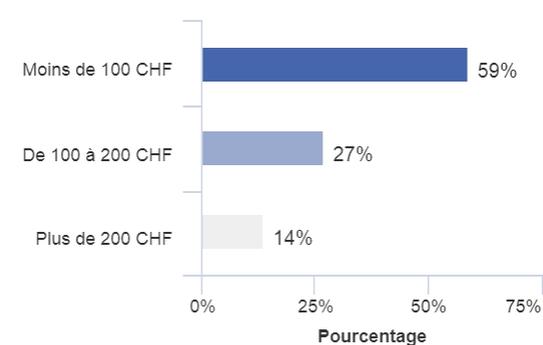
TOP 5 DESTINATIONS



TOP 5 ACTIVITES REALISEES



DEPENSES MOYENNES/JOUR/PERS.



Accès aux résultats complets -->



LES FRANÇAIS VISITANT LAUSANNE

Les visiteurs Français visitant Lausanne ont plutôt le profil suivant :

- Âgés de 35 à 49 ans (28%) et de 50 à 64 ans (25%)
- Venus pour moitié en couple
- Originaires de Haute-Savoie (18%) ou d'Ile de France (18%)
- Hébergés chez des proches (43%) ou à l'hôtel (30%)
- La beauté des paysages (80%) et la facilité d'accès (47%) comme facteurs de choix principaux
- Les loisirs (45%) et la visite de la famille / les amis (39%) comme principaux motifs de séjour : la visite d'un musée (56%) et celle d'un site ou d'un monument architectural (53%) comme principales activités
- Dépenses faibles (moins de CHF 100.- par jour et par personne) pour la moitié d'entre eux à moyennes (entre 100.- et 200.- /jour/pers.) pour un peu plus d'un tiers.

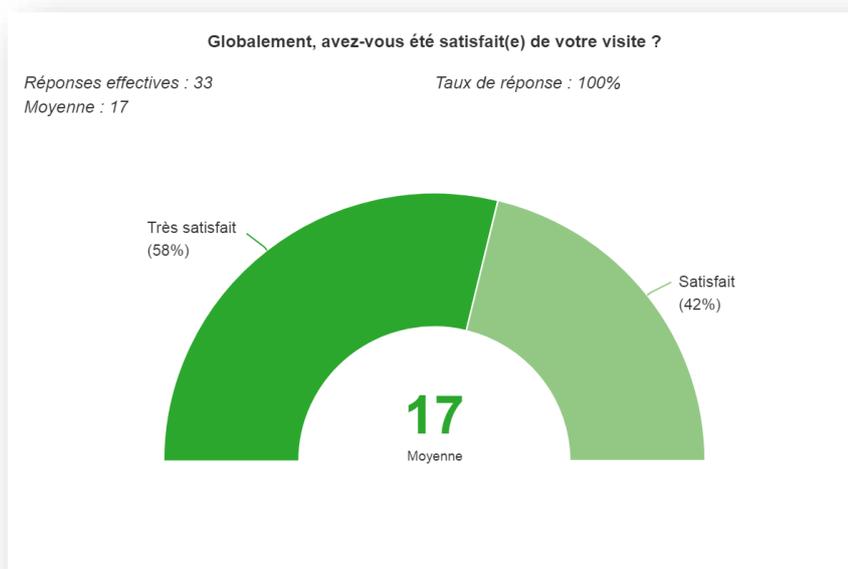
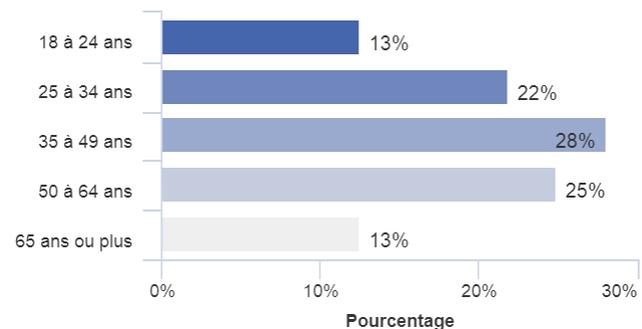


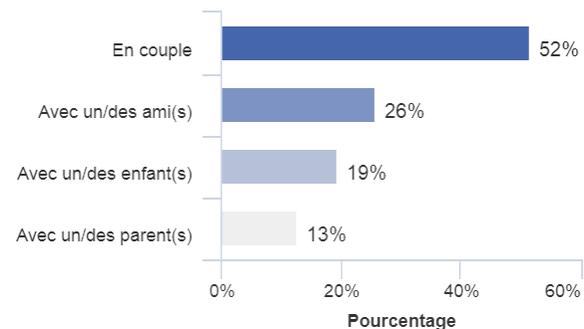
Figure 36: Satisfaction globale, Les Français à Lausanne

Synthèse des résultats

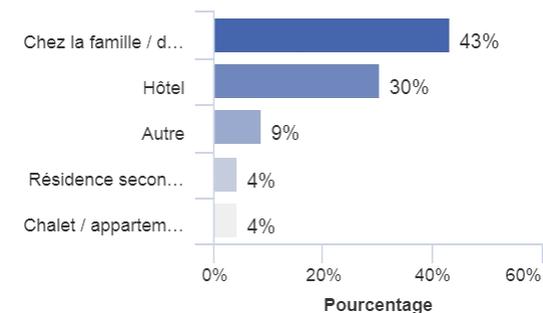
AGE



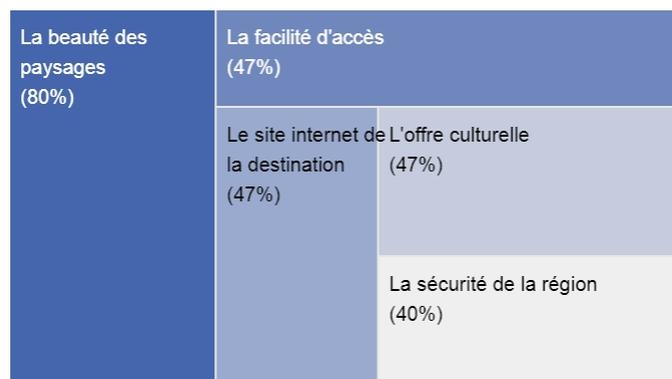
CELLULE DE VOYAGE



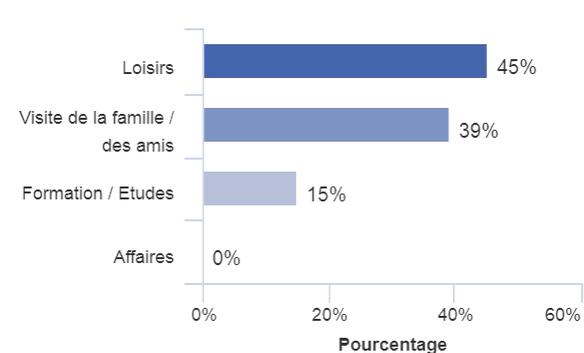
HEBERGEMENT



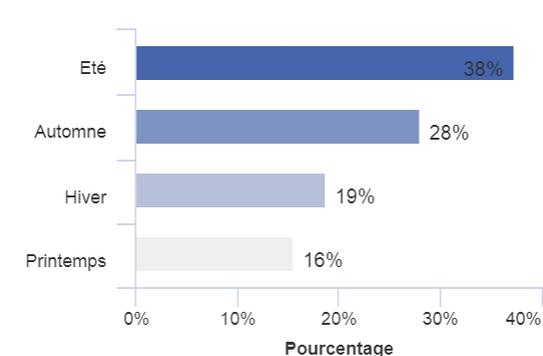
FACTEURS DE CHOIX DE LA DESTINATION



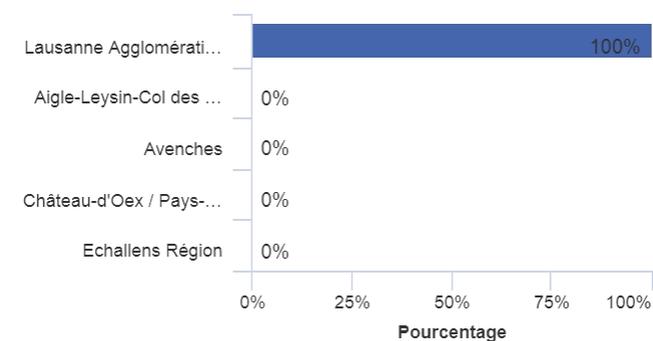
MOTIF DE SEJOUR



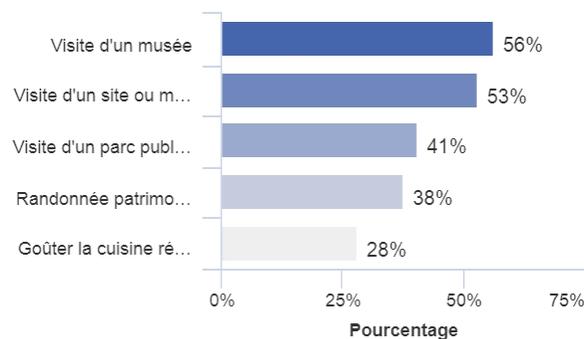
SAISON DE VISITE



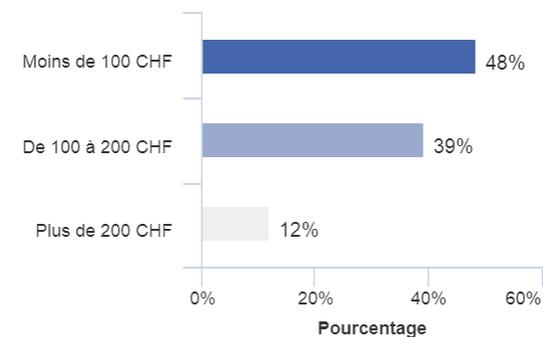
TOP 5 DESTINATIONS



TOP 5 ACTIVITES REALISEES



DEPENSES MOYENNES/JOUR/PERS.



Accès aux
résultats
complets -->



LES FRANÇAIS VISITANT VILLARS-GRYON-LES DIABLERETS-BEX

Les visiteurs Français visitant la région de Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex ont plutôt le profil suivant :

- Pour un tiers âgés de 35-49 ans (31%) ou de 50 à 64 ans (31%)
- Venus avec des enfants (47%) ou en couple (31%)
- Originaires de Haute-Savoie (21%) ou d'Ile de France (21%)
- Hébergés chez des proches (26%) ou à parts égales en résidence secondaire (19%) ou en location (19%)
- La beauté des paysages (83%) et l'offre de loisirs (58%) comme principaux facteurs de choix
- Les loisirs (69%) et la visite de la famille / les amis (26%) comme principaux motifs de séjour : la randonnée (47%), la visite d'un site naturel (44%) ou encore le ski alpin / snowboard (38%) sont leurs principales activités
- Dépenses faibles (moins de CHF 100.-/jour/pers.) pour 6 français sur 10, à élevées (plus de 200 francs par jour et par personne) pour 17% d'entre eux

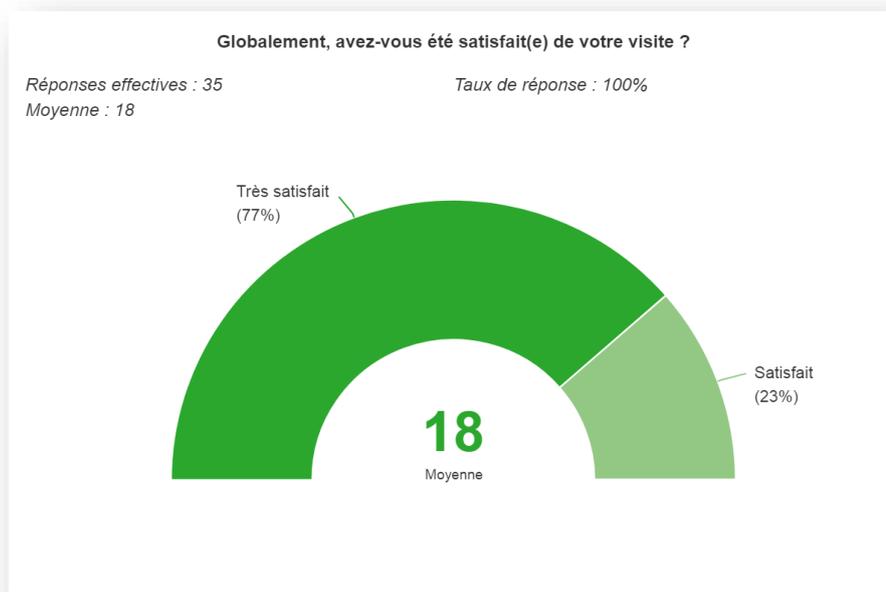
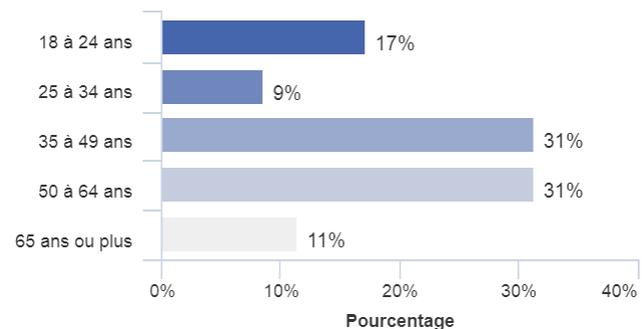


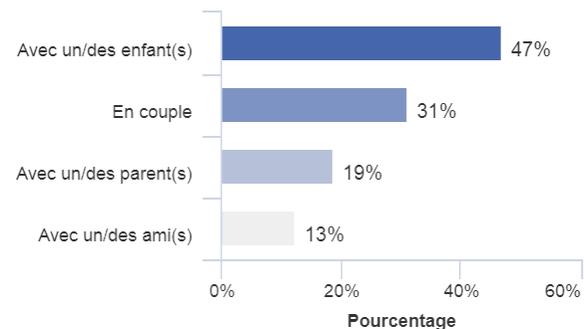
Figure 38: Satisfaction globale, Les Français à Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex

Synthèse des résultats

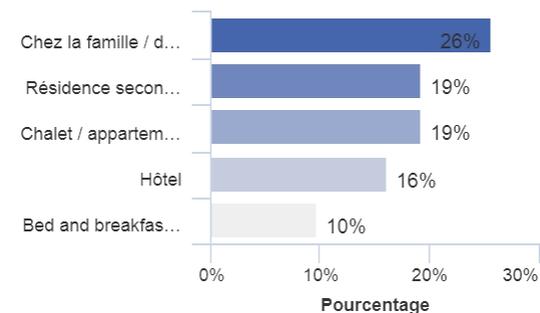
AGE



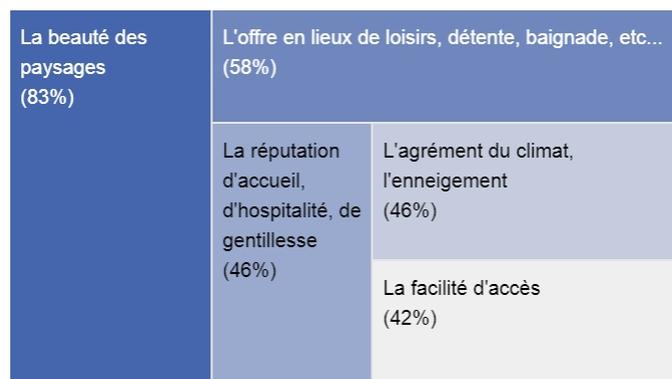
CELLULE DE VOYAGE



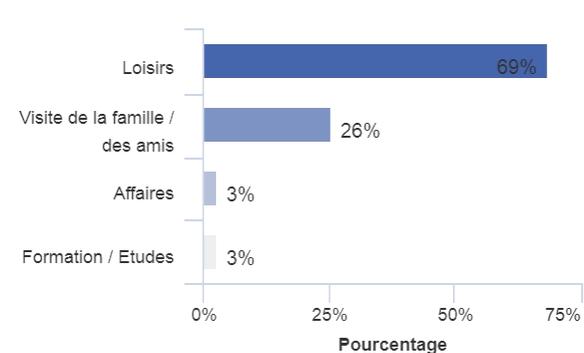
HEBERGEMENT



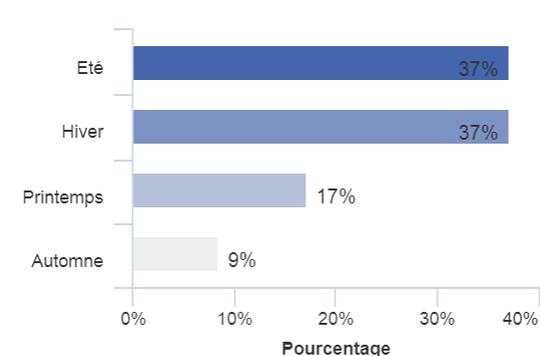
FACTEURS DE CHOIX DE LA DESTINATION



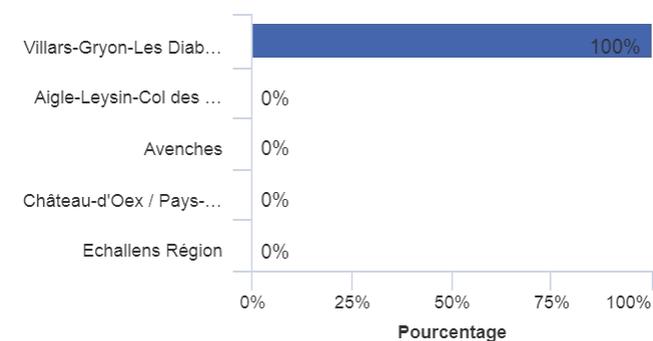
MOTIF DE SEJOUR



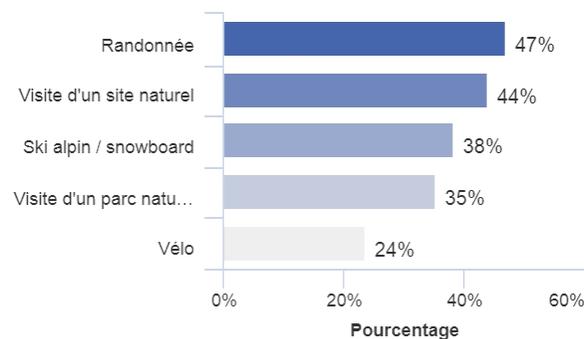
SAISON DE VISITE



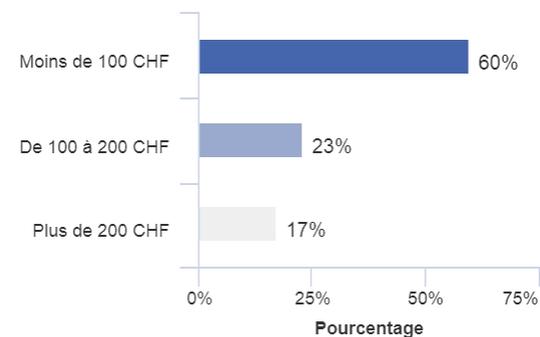
TOP 5 DESTINATIONS



TOP 5 ACTIVITES REALISEES



DEPENSES MOYENNES/JOUR/PERS.



Accès aux résultats complets -->



Domaines d'activités stratégiques (DAS)

Les activités réalisées par les répondants sont regroupées et analysées ici selon leur appartenance aux différents Domaines d'activités stratégiques (DAS) utilisés dans le cadre de la promotion touristique du canton de Vaud. Cette analyse vise à comparer les résultats de l'enquête au positionnement des destinations au niveau des DAS afin de mesurer la cohérence entre ces deux éléments.

- **Les activités NATURE sont pratiquées par 72% des visiteurs** : les visiteurs de la Vallée de Joux (85%), de Nyon Région (80%) et du Pays d'Enhaut (74%) sont les plus actifs au niveau du DAS Nature. Ces trois destinations ont priorisé en n°1 le DAS Nature.

- **Les activités ART DE VIVRE sont pratiquées par 40% des visiteurs** : Les visiteurs de Lausanne (48%) et Montreux Riviera (46%) pratiquent pour moitié des activités liées à l'Art de vivre. Ce DAS constitue une priorité n°1 pour ces deux destinations.

Les activités CULTURE, PATRIMOINE ET TRADITIONS sont pratiquées par 40% des visiteurs : se démarquent sur ce DAS en particulier les destinations : Lausanne (65%) et Yverdon (46%). Ce DAS constitue une priorité n°1 pour ces deux destinations.

Les activités ÉVÈNEMENTS ET FESTIVALS sont pratiquées par 32% des visiteurs : essentiellement à Lausanne (43%) et à Montreux Riviera (42%), destination dans laquelle s'est déroulée la Fête des vigneronns en 2019. Ce DAS constitue une priorité n°1 pour ces deux destinations.

- **Les activités HIVERNALES sont pratiquées par 29% des visiteurs** : ils se rendent dans les régions de Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex (62%) et d'Aigle-Leysin-Les Mosses (56%). Ces deux destinations ont priorisé en n°1 le DAS Activités hivernales.

Les destinations qui ressortent de l'analyse des activités réalisées par les visiteurs en fonction des DAS sont celles qui se positionnent prioritairement sur ces mêmes DAS. Ces résultats ont donc tendance à confirmer la cohérence entre offre, promotion et demande touristiques dans notre région.



Figure 40: Répartition (en %) des citations par Domaines d'Activités Stratégiques (DAS)

CONCLUSION ET SUITE DE L'ENQUETE

Utilisation des résultats

Après deux années d'enquête, la base de données sur le comportement touristique des hôtes du canton de Vaud comporte 2'894 observations valides.

En respectant le seuil limite d'analyse fixé à 30 observations, la base de données de l'enquête est à présent suffisamment conséquente pour pouvoir procéder, selon les besoins qui seront exprimés par les partenaires touristiques et les collaborateurs de l'OTV, à des analyses détaillées pour un certain nombre d'axes de travail stratégiques au niveau de la promotion touristique :

- Des analyses par destination principale de visite (sauf pour la destination « Echallens région » où le nombre d'observations n'est pas suffisant, N=18)
- Des analyses par DAS et/ou activités réalisées
- Des analyses par pays de résidence (8 marchés disponibles : Suisse, France, Royaume-Uni, Allemagne, Etats-Unis d'Amérique, Italie, Belgique, Espagne)

Ou encore :

- Des analyses pour les deux principales saisons : Eté / Hiver
- Des analyses par motifs de séjour
- Des analyses pour les visiteurs excursionnistes / les hôtes hébergés
- Des analyses par classes d'âge.

Les résultats relatifs aux visiteurs présents pour affaires peuvent faire l'objet d'une analyse globale. Par contre, la base de données n'est pas encore suffisamment étayée pour une analyse détaillée par types d'activités spécifiques liées à ce Domaine d'Activités Stratégiques (DAS).

Suite de la démarche

Pour la 3^{ème} année d'enquête, deux améliorations sont apportées au questionnaire d'enquête : l'année de visite et le nombre de nuitées pouvant être déclarés par les visiteurs sont transformées en questions fermées et obligatoires afin d'avoir des résultats standardisés et plus simples à comparer entre chaque vague d'enquête.

POUR PLUS D'INFORMATIONS

Office du tourisme du Canton de Vaud
Observatoire du tourisme
Avenue d'Ouchy 60 / CP 1125
1001 Lausanne, Suisse

observatoire@region-du-leman

<http://www.observatoire-vaudtourisme.ch>



**OFFICE DU TOURISME
DU CANTON DE VAUD**

Avenue d'Ouchy 60
Case postale 1125
1001 Lausanne
Suisse

Tél. +41 (0)21 613 26 26
info@region-du-leman.ch
www.region-du-leman.ch