



OBSERVATOIRE

RÉSULTATS

**3^{ÈME} ANNÉE D'ENQUÊTE
SUR LE COMPORTEMENT
TOURISTIQUE**

**RAPPORT DÉTAILLÉ
SEPTEMBRE 2021**

VAUD 
P R O M O T I O N

Table des matières

RESUME EXECUTIF	4
INTRODUCTION	6
CONTEXTE ET OBJECTIFS.....	6
METHODOLOGIE	7
Diffusion de l'enquête	7
Echantillon	8
Questionnaire	12
Structure du rapport.....	13
PLATEFORME DE REPORTING EN LIGNE.....	13
SYNTHESE DES RESULTATS GLOBAUX.....	15
RESULTATS DE L'ENQUETE	19
Profil des visiteurs	19
Age des répondants	19
Cellule de voyage	20
Pays de résidence	21
Nuitées.....	23
Fidélité à la destination	24
Carte d'hôte	25
Comportement touristique	26
Destination principale	26
Motifs de séjour	28
Qualités déterminantes pour le choix de la destination.....	29
Activités réalisées	31
Hébergement principal	33
Dépenses moyennes quotidiennes	35
Satisfaction globale	36
Satisfaction détaillée.....	37
Source d'information utilisée	38
Envie de revenir dans la destination.....	39
Intention de recommandation de la destination et Net Promoter Score (NPS).....	40
Zooms spécifiques.....	41
Principaux marchés	41
SUISSE.....	41
FRANCE	48
Domaines d'activités stratégiques (DAS).....	56
CONCLUSION.....	59

Tableau des figures

Figure 1: Supports de diffusion de l'enquête.....	8
Figure 2: Répartition des réponses valides par destination principalement visitée	9
Figure 3: Répartition des réponses valides par mois (selon date de saisie).....	10
Figure 4: Répartition des réponses valides par pays de résidence	11
Figure 5: Répartition des réponses valides par canton suisse de résidence	12
Figure 6: Page d'accueil de la plateforme de reporting en ligne	13
Figure 7: Age des répondants	19
Figure 8: Cellule de voyage.....	20
Figure 9: Pays de résidence.....	21
Figure 10: Pays de résidence, détail par canton de résidence (hôtes suisses).....	22
Figure 11: Nuitées	23
Figure 12: Fidélité.....	24
Figure 13: Carte d'hôtes	25
Figure 14: Destination principale.....	26
Figure 15: Nombre de localités visitées selon la destination principale de visite.....	27
Figure 16: Motifs de séjour	28
Figure 17: Qualités déterminantes pour le choix de la destination, globalement.....	29
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	35
Figure 22: Satisfaction globale	36
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	42
Figure 29: Tableau de synthèse, Les Vaudois	43
Figure 30: Satisfaction globale, Les Autres romands.....	44
Figure 31: Tableau de synthèse, Les Autres romands	45
Figure 32: Satisfaction globale, Les Suisses-Allemands	46
Figure 33: Tableau de synthèse, Les Suisses-Allemands	47
Figure 34: Satisfaction globale, Les Français	48
Figure 35: Tableau de synthèse, Les Français	49
Figure 36: Satisfaction globale, Les Français à Lausanne	50
Figure 37: Tableau de synthèse, Les Français à Lausanne	51
Figure 38: Satisfaction globale, Les Français à Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex.....	52
Figure 39: Tableau de synthèse, Les Français à Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex	53
Figure 38: Satisfaction globale, Les Français à Montreux Riviera	54
Figure 39: Tableau de synthèse, Les Français à Montreux Riviera.....	55
Figure 40: Répartition (en %) des citations par Domaines d'Activités Stratégiques (DAS)	57

RESUME EXECUTIF

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

Les excursions représentent 15% des visites du canton, notamment pour les visiteurs qui résident dans les cantons romands. Parmi les hôtes hébergés qui représentent la grande 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 (près de 9 visiteurs sur 10, et ce quelle que soit la région). La proximité de la destination (46%) et la facilité d'accès (41%) pèsent également dans le processus de 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 (54% des répondants) et Culture, Patrimoine et Traditions (39% des répondants).

Deux cinquièmes des visiteurs interrogés déclarent avoir été modérément dépensiers lors de leur visite (39% dépensent entre 100 CHF et 200 CHF/jour/personne) alors que près d'un quart (23%) 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 (61% de visiteurs très satisfaits) et la qualité de l'hébergement (58% de visiteurs très satisfaits) sont les points majeurs de la satisfaction de nos visiteurs. Le rapport qualité/prix (7% de visiteurs insatisfaits) et la qualité générale de la cuisine locale (5% 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 3^{ème} année d'enquête :

L'hébergement à l'hôtel ressort comme mode d'hébergement principal devant la famille/les amis et les locations. L'hôtel est choisi par près de deux tiers des hôtes hébergés dans notre région. Ceux qui sont hébergés à l'hôtel sont plutôt des primo-visiteurs venus en couple pour un court séjour, alors que ceux séjournant chez des proches sont principalement des habitués de la région, plutôt venus pour un long séjour. Les visiteurs ayant déclaré avoir séjourné en location sont plutôt des habitués de la région, venus souvent avec un/des enfant(s) et ayant choisi la région Villars / Gryon / Les Diablerets / Bex comme destination de séjour, en général pour une durée excédant un semaine.

En moyenne, les hôtes visitent un peu moins de 10 localités lors de leur séjour dans l'une de nos destinations. Ce chiffre est un peu plus élevé (12 localités visitées en moyenne) pour les visiteurs ayant choisi Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex. A l'opposé, ceux ayant visité Montreux Riviera visitent généralement moins de localités que la moyenne des répondants de cette année d'enquête (N=7 localités).

INTRODUCTION

Vaud Promotion, en tant qu'organisme de promotion multisectorielle du canton de Vaud, 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, Vaud Promotion (œuvrant alors sous le nom de l'Office du tourisme du canton de Vaud²) 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'Office du Tourisme du canton de Vaud (OTV) le 25 novembre 2015.

Parmi les travaux réalisés, 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.

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

CONTEXTE ET OBJECTIFS

Dans le cadre de l'analyse des besoins, six indicateurs prioritaires du comportement touristique ont été définis par le panel de partenaires touristiques interrogés :

- Motifs de séjour
- Qualités déterminantes pour le choix de la destination
- Activités réalisées
- Hébergement principal

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.

² Au 1^{er} janvier 2021, l'Office du Tourisme du Canton de Vaud (OTV) est devenu Vaud Promotion : une nouvelle structure unique pour la promotion cantonale. La création de Vaud Promotion a pour objectif de réunir sous une même identité les acteurs vaudois du monde viticole, agricole, touristique, culturel, sportif et économique incarnant les valeurs de la marque. Dès lors, il reprend les missions dévolues à l'Office du tourisme du canton de Vaud et Vaud terroir, tout en les élargissant. (Source : Actualités, Vaud Promotion).

- Dépenses moyennes quotidiennes
- Satisfaction générale

Les principaux objectifs du module de suivi du comportement touristique sont de :

- 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, en continu, au fil des ans, afin de mesurer dans le temps l'évolution du comportement touristique des hôtes du canton de Vaud.

A ce jour, l'enquête s'est déroulée trois années de suite aux périodes suivantes:

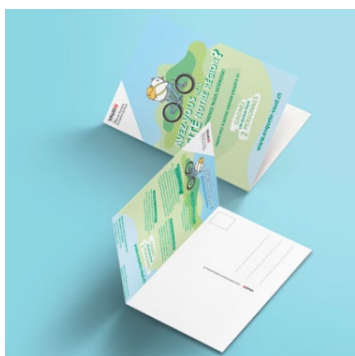
- du 1^{er} avril 2018 au 31 mars 2019 : 1^{ère} année d'enquête
- du 1^{er} juillet 2019 au 30 juin 2020 : 2^{ème} année d'enquête
- du 1^{er} juillet 2020 au 30 juin 2021 : 3^{ème} année d'enquête

La 4^{ème} année d'enquête est en cours. Celle-ci a démarré le 1^{er} juillet 2021 et se terminera le 30 juin 2022.

[Diffusion de l'enquête](#)

Afin d'optimiser le taux de réponse, le questionnaire d'enquête est proposé dans les trois langues (français, anglais, allemand) principalement 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](#). Des stocks supplémentaires peuvent être commandés gratuitement et à tout moment auprès de l'Observatoire de Vaud Promotion.

Echantillon

Pour cette 3^{ème} année d'enquête qui vient de se terminer, on dénombre un total de 707 réponses recueillies, dont **703** peuvent être retenues pour l'analyse sur la base des critères de validation³ établis pour traiter les résultats de cette enquête.

Remarque importante

Pour cette 3^{ème} année d'enquête, il est important de rappeler que la récolte des données est toujours perturbée par les mesures de protection sanitaire mises en place

³ La visite du canton a déjà été effectuée au moment de l'enquête et le questionnaire est rempli à au moins 80% (norme dans les enquêtes).

pour endiguer la pandémie de COVID-19. Ces mesures constituent un frein important à la récolte des données de cette enquête.

En raison de la pandémie, le nombre d'observations que l'on peut retenir pour l'analyse des données pour la 3^{ème} année d'enquête est moins élevé que pour la 2^{ème} année (2019-2020) et la 1^{ère} année (2018-2019) d'enquête. Le jeu de données est par contre de bonne qualité.

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 treize destinations, telles qu'elles sont définies dans le découpage touristique utilisé au niveau statistique.

Pour cette 3^{ème} année d'enquête, l'échantillon se répartit comme suite en termes de destinations visitées :

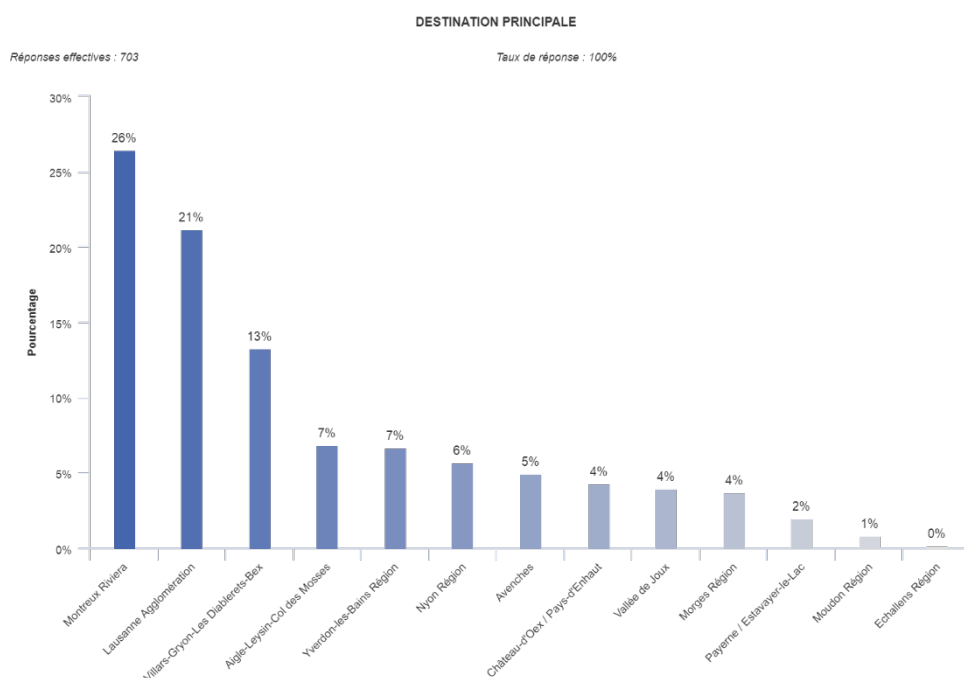


Figure 2: Répartition des réponses valides par destination principalement visitée

Les trois destinations touristiques citées en priorité par les visiteurs de notre canton sont Montreux Riviera (26%), Lausanne Agglomération (21%) et Villars-Gryon-Diablerets-Bex (13%). A elles trois, ces destinations cumulent 60% des citations des répondants.

Les destinations d'Echallens Région (0%), Moudon Région (1%), Payerne/Estavayer-le-Lac (2%), Morges Région (4%) ou encore la Vallée de Joux (4%) 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 sur cette 3^{ème} année d'enquête. Pour pouvoir analyser les résultats détaillés de ces destinations, plusieurs années d'enquête doivent être prises en compte afin d'atteindre le seuil des 30 réponses suffisantes.

Evolution sur les 3 années d'enquête

Sur les 3 années d'enquête, la répartition des réponses par destination touristique principale de visite est relativement proche avec, en tête des destinations les plus citées par les répondants, le même trio: Montreux Riviera, Lausanne Agglomération et Villas-Gryon-Les Diablerets-Bex.

Comme lors deux premières années d'enquête, août est le mois où le plus grand nombre de questionnaires (N=224, soit 32%) a pu être récolté. Juillet (N=105) et septembre (N=103) ont également été des mois propices à la collecte des informations. Sur ces trois mois, une moyenne de 145 questionnaires valides ont pu être récoltés. Les autres mois d'enquête ont été moins favorables avec en moyenne 30 questionnaires valides récoltés par mois.

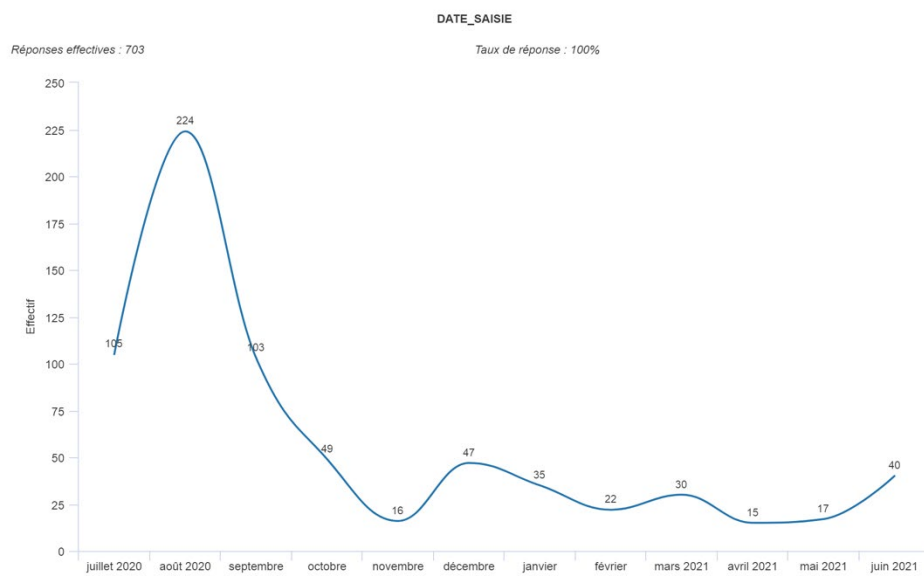


Figure 3: Répartition des réponses valides par mois (selon date de saisie)

A l'image des deux premières années d'enquête, une majorité (81%) des répondants déclare que son lieu de résidence se trouve en Suisse. Près de 11% déclarent résider en France. Les résidents d'Allemagne (2%), du Royaume-Uni (1%), d'Italie (1%) et des

Pays-Bas (1%) sont également présents, mais nettement moins nombreux. A noter qu'en conséquence de la pandémie et des restrictions de voyage qui en découlent, la proportion des répondants suisses est plus importante que lors des deux années d'enquête précédente.

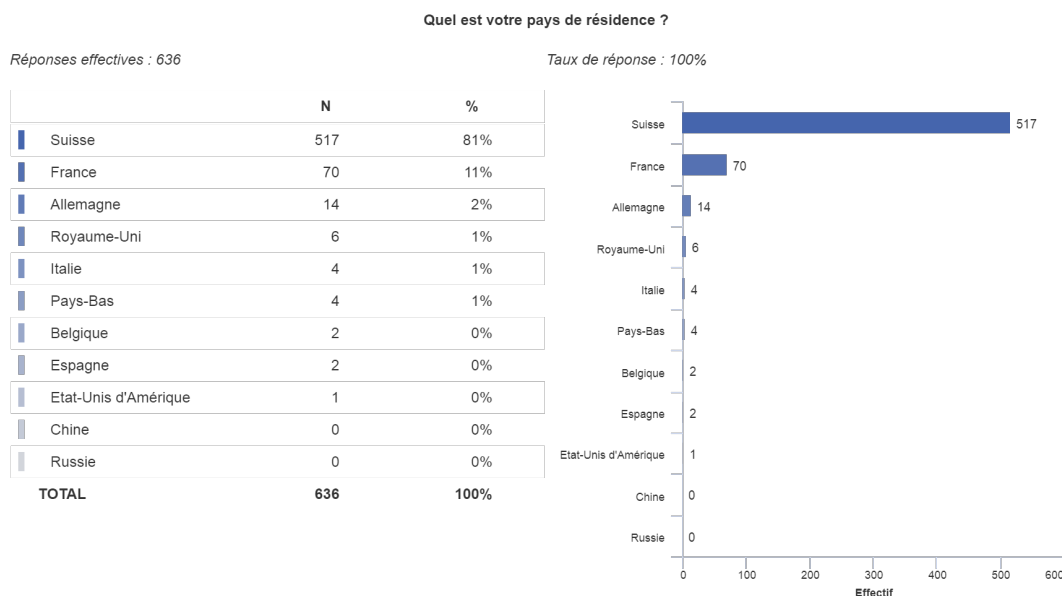


Figure 4: Répartition des réponses valides par pays de résidence

Parmi les répondants annonçant résider en Suisse, un tiers habite dans le canton de Vaud (31%), 11% à Zürich, 10% à Genève et 8% à Berne. Viennent ensuite les cantons de Fribourg (5%), Neuchâtel (4%), Saint-Gall (4%) et Valais (4%).

Dans quel canton résidez-vous précisément ?

Réponses effectives : 477

Taux de réponse : 92%

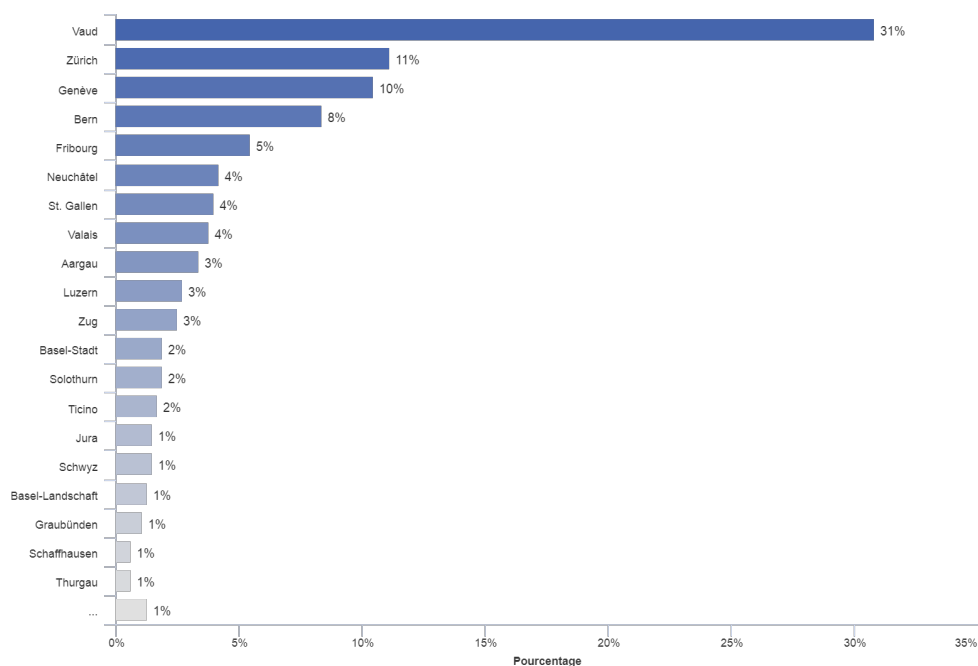


Figure 5: Répartition des réponses valides par canton suisse de résidence

Evolution sur les 3 années d'enquête

La répartition des répondants par lieu de résidence a évolué depuis la 1^{ère} année d'enquête et l'arrivée de la pandémie. La proportion de répondants vaudois a nettement diminué (ils étaient 46% en 2018-2019 et 53% en 2019-2020) alors que celle des répondants des cantons suisses-allemands a augmenté, passant de 17% lors de la première année d'enquête à 34% lors de cette troisième 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 6).

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.

Structure du rapport

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

Les résultats sont présentés en trois parties : une première partie permettant d'établir le profil des visiteurs du canton de Vaud, une seconde partie avec les résultats sur les six indicateurs prioritaires du comportement touristique et une troisième partie 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 : <https://vaud-promotion.ch/observatoire/enquetes/>.



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 2020-2021 » 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 (2020-2021)

- un onglet « Rapports détaillés » permettant de consulter les résultats détaillés concernant les indicateurs prioritaires du profil et du comportement touristiques pour l'ensemble des vagues d'enquête réalisées, avec possibilité d'afficher les résultats relatifs à l'une ou l'autre des vagues d'enquête ou bien les résultats cumulés de toutes les 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 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.

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 peuvent s'adresser à l'équipe de l'observatoire à l'adresse email: observatoire@vaud-promotion.ch.

SYNTHESE DES RESULTATS GLOBAUX

❶ **Des visiteurs très satisfaits de l'offre touristique du canton de Vaud** (99% satisfaits, dont 71% très satisfaits).

- Sont particulièrement satisfaisantes : la propreté des lieux publics et la qualité de l'hébergement. L'efficacité du personnel des centres d'informations est également un point évalué très positivement par plus de la moitié des répondants.
- A l'opposé, le rapport qualité prix est l'élément le moins satisfaisant, avec 7% de visiteurs insatisfaits de ce point de vue au niveau cantonal. La qualité générale de la cuisine locale fait également quelques insatisfaits (5%).

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

- Montreux Riviera (26%): des hôtes qui restent dans la région et sont moins enclins à visiter d'autres localités (N=7) en comparaison la moyenne cantonale (N=9).
- Lausanne Agglomération (21%): des hôtes qui visitent également les localités de Montreux Riviera, Morges ou Yverdon-les-Bains Région.
- Villars-Gryon-Diablerets-Bex (13%): des hôtes qui ont tendance à visiter plus de localités (N=12) que la moyenne cantonale (N=9). Les autres localités visitées sont celles de Montreux Riviera, Lausanne et la Vallée de Joux ainsi que les autres localités des Alpes vaudoises.

❸ **Une prédominance de 2 marchés:**

- Domestique (81%), principalement issus des cantons romands (65%) : vaudois, genevois fribourgeois et en tête. Les cantons suisses-allemands constituent également une part non négligeable de nos hôtes (34%), en particulier les visiteurs provenant du canton de Zürich (11%) et Bern (8%).
- Français (11%) : plutôt les habitants de la région Paris/Ile de France (26%).

❹ **Deux typologies de visiteurs :**

- **15% d'excursionnistes**, plutôt des résidents suisses, issus des cantons romands, favorisant les destinations d'Avenches, Moudon ou Payerne et accompagnés de parents ou d'amis.
- **85% d'hôtes hébergés** : pour près de la moitié (48%) d'entre eux, passent de courts séjours (1 à 3 nuits) dans notre région ; sont plutôt des

résidents suisses provenant des cantons suisses-allemands, au niveau de dépense élevé à modéré, venus avec des enfants :

- **l'hôtel** (61%), comme **mode d'hébergement privilégié** par plus de la moitié des hôtes hébergés : ces derniers figurent parmi les plus dépensiers (près d'1/3 a dépensé entre CHF 200.- à CHF 400.-/pers./jour), venus pour plus de la moitié en couple (59%), ayant séjourné plutôt à Montreux Riviera (34%), pour de courts séjours (moins de 3 nuits sur place) et peu habitués de la région (1/3 sont présents pour la 1^{ère} fois).
- **la famille/les amis** comme mode d'hébergement privilégié par un peu plus de 10% des hôtes hébergés, qui sont quasiment tous (93%) des habitués de la région, pour un tiers venus pour un long séjour (35% ont passé 8 nuits et plus dans la région) et peu dépensiers (67% d'entre eux ont dépensé en moyenne moins de 100 CHF/pers./jour)
- **les locations de chalets/appartements de vacances** arrivent en 3^{ème} position regroupant un peu moins de 10% des réponses (7%) ; ce mode d'hébergement est favorisé par les visiteurs peu dépensiers (52% ont dépensé moins de 100 CHF/pers./jour), majoritairement (80%) habitués de la région, venus pour près de la moitié d'entre eux (47%) avec un/des enfant(s), pour près d'un tiers (32%) ayant choisi Villars-Gryon-Diablerets-Bex comme destination principale de séjour, pour près de 2/3 d'entre eux (61%) pour une durée d'une semaine et plus.

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 (87%). La qualité des infrastructures est également un facteur de choix important pour 81% des répondants, dont deux cinquièmes déclarent être sensibles à la proximité (46%) ou encore à la facilité d'accès (41%) du lieu de visite.

6 Des visiteurs venus essentiellement pour des loisirs (80%) ou pour un peu plus de 10% 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 (72%)**, principalement pour *Château-d'Oex / Pays-d'Enhaut (83%)*
 - **DAS Art de Vivre (54%)** pour *Nyon Région (63%), Montreux Riviera (59%) et Lausanne (57%)*
 - **DAS Culture, Patrimoine & Traditions (39%)** pour *Avenches (59%), Lausanne (54%) et Montreux Riviera (49%)*
 - **DAS Evénements et Festivals (18%)** pour *Lausanne (30%)*
 - **DAS Activités Hivernales (16%)** en priorité pour les Alpes vaudoises, principalement *Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex (48%) et Aigle-Leysin-Col des Mosses (42%)*, dans une moindre mesure la *Vallée de Joux (36%)*
- 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 (34%).
- Les activités Art de vivre montent sur la 2^{ème} marche du podium, avec comme principales activités pratiquées : **la dégustation de la cuisine régionale (32%)** ou encore **faire un repas gastronomique (26%)**.
- La thématique **patrimoniale** et **culturelle** arrive en troisième position, notamment avec **la visite d'un site/monument à fort caractère architectural (29%)** ou **la visite d'un musée (26%)**

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

- Les dépensiers «modérés» (39% *dépensent entre 100 CHF et 200 CHF/jour/personne*) visitent pour un tiers d'entre eux (31%) pour la première fois notre région, sont en majorité (91%) des hôtes hébergés et logeant à l'hôtel (71%)
- Les moins dépensiers (38%, *dépensant moins de 100 CHF/jour/personne*) sont pour un tiers (30%) d'entre eux des excursionnistes, plutôt venus dans la région pour voir leur entourage (17%), se déplaçant avec un/des ami(s) et pour un tiers (33%) de ces visiteurs, habitués de la région

- Les «gros» dépensiers (23%, 200 CHF et plus) sont pour près de 2/3 d'entre eux (65%) venus en couple, quasiment tous (98%) font partie des hôtes hébergés dont plus de ¾ (85%) le sont à l'hôtel.

9 Tendances sur les principaux marchés, SUISSE et FRANCE :



- **Vaudois** : principalement venus en couple (45%) ou en famille (33%) ; attirés par la beauté des paysages (86%), la proximité des lieux (75%) ou encore le site internet de la destination (58%) ; visitant plutôt Villars-Gryon-Les-Diablerets-Bex (25%), Aigle-Leysin-Col des Mosses (14%) ou Lausanne (14%) ; pour moitié d'entre eux peu dépensiers (46% ont dépensé moins de 100 CHF/jour/pers.)
- **Autres Romands** : venus en couple (51%) ou en famille (27%) ; principalement pour leurs loisirs (77%) ; ayant choisi leur destination pour la beauté des paysages (84%) et la proximité de celle-ci (59%) ; visitant principalement Montreux Riviera (24%) ou Villars-Gryon-Les-Diablerets-Bex (20%) ; avec un niveau de dépenses faible (40%) à modéré (36%)
- **Suisses alémaniques** : venus en couple (51%) ou en famille (27%) ; âgés de 35 à 64 ans (62%) ; hébergés à l'hôtel (74%) ; visitant principalement la région de Montreux Riviera (40%) et dans une moindre mesure de Lausanne (21%) ; pratiquant principalement des activités gastronomiques (45%) et de dégustation culinaire (36%) ; avec un niveau de dépenses modéré (46%) voire élevé (28%).



- **Français** : pour moitié venus en couple (54%) et pour près d'un tiers avec un/des enfants (27%) ; principalement hébergés à l'hôtel (69%) ; pour près d'un tiers résidant à Paris/Ile de France (26%) ; attachés à la beauté des paysages (89%) et pratiquant pour moitié la visite d'un site/monument à fort intérêt architectural (47%) ou celle d'un site naturel (41%) ; avec un niveau de dépenses modéré (41%) à faible (36%).

RESULTATS DE L'ENQUETE

Profil des visiteurs

Age des répondants

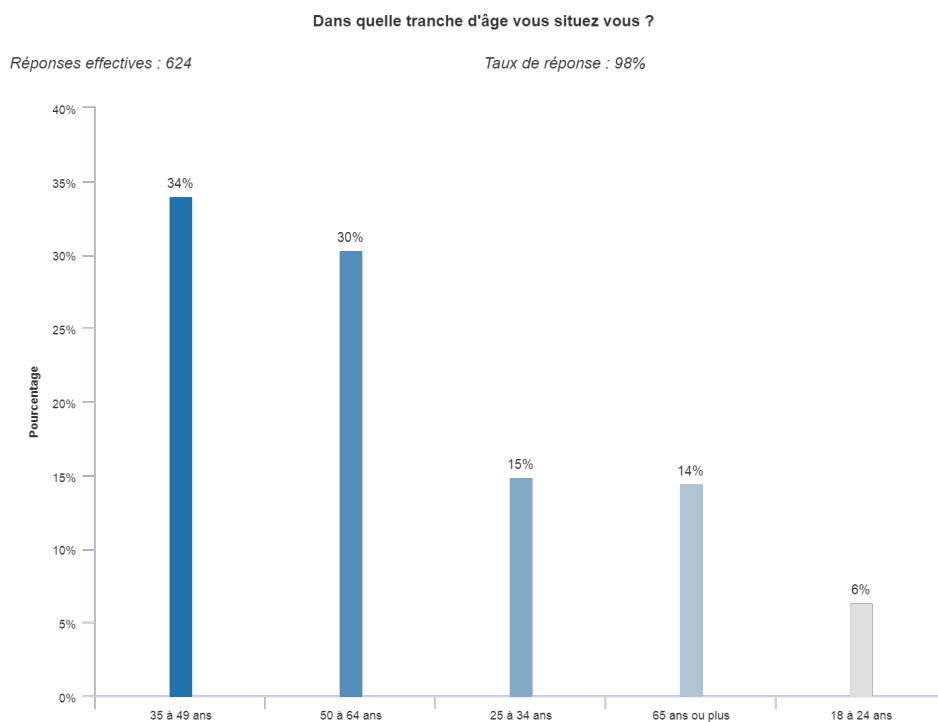


Figure 7: Age des répondants

Les catégories d'âge les plus représentées parmi les visiteurs du canton de Vaud ayant répondu à l'enquête sont les 35-49 ans (34% des visiteurs). Viennent ensuite les visiteurs âgés de 50-64 ans (30%), puis les 25 à 34 ans (15%) ainsi que les 65 ans et plus (14%). Les populations les plus jeunes (18-24 ans, 6% des visiteurs) sont moins nombreuses dans l'échantillon des questionnaires retenus pour cette 3^{ème} année d'enquête.

Evolution sur les 3 années d'enquête

Par rapport aux deux premières années d'enquête, on note une proportion plus importante des répondants sur la catégorie des 50 à 64 ans (+3% par rapport à 2018-2019 et +9% par rapport à 2019-2020). Les catégories de visiteurs plus jeunes (les 18-24 ans) sont quant à elles moins présentes (-10% par rapport à 2018-2019 et -8% par rapport à 2019-2020) que lors des précédentes années d'enquête.

Cellule de voyage

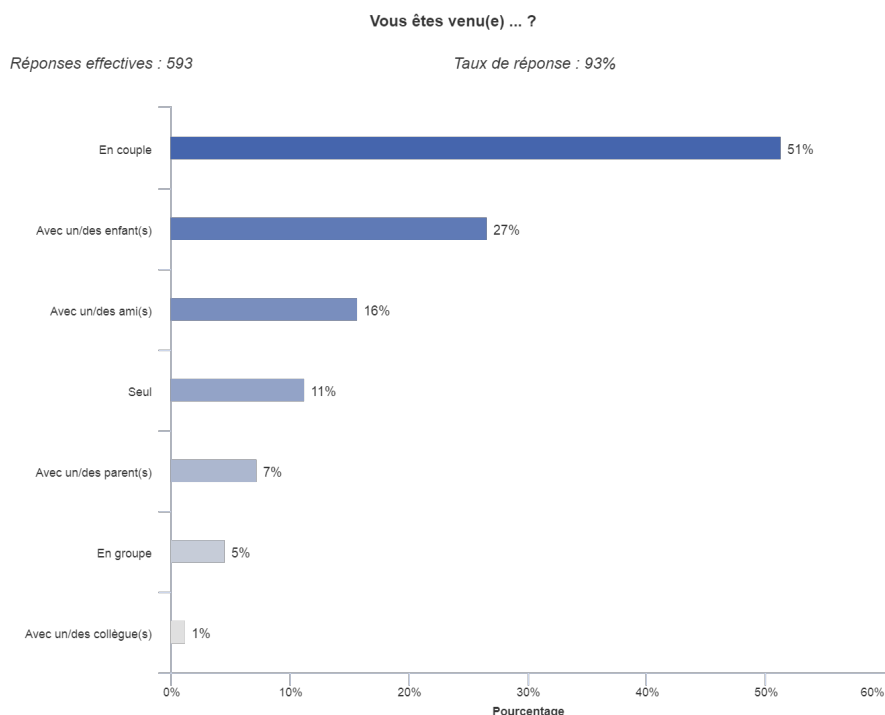


Figure 8: Cellule de voyage

La moitié des visiteurs sont venus en couple, en particulier les 65 ans et plus (71%) et les 25 à 34 ans (66%). Les visites avec un/des enfant(s) se font dans 27% des cas, notamment parmi les 35-49 ans (46%), alors que les visites avec un/des ami(s) sont réalisées par 16% des répondants, surtout chez les 18 à 24 ans (plus du tiers sont venus accompagnés par des amis). Les répondants qui viennent accompagnés d'un/des parent(s) sont en général les visiteurs les plus jeunes (19% des 18 à 24 ans).

Evolution sur les 3 années d'enquête

La proportion des répondants venus en couple ne cesse d'augmenter depuis la première année d'enquête, passant de 37% en 2018-2019 à 40% en 2019-2020 puis à 51% en 2020-2021. La part des visiteurs venus avec un/des parents est quant à elle en diminution sur la même période, passant de 16% en 2018-2019 à 15% en 2019-2020 puis à 7% en 2020-2021.

Pays de résidence

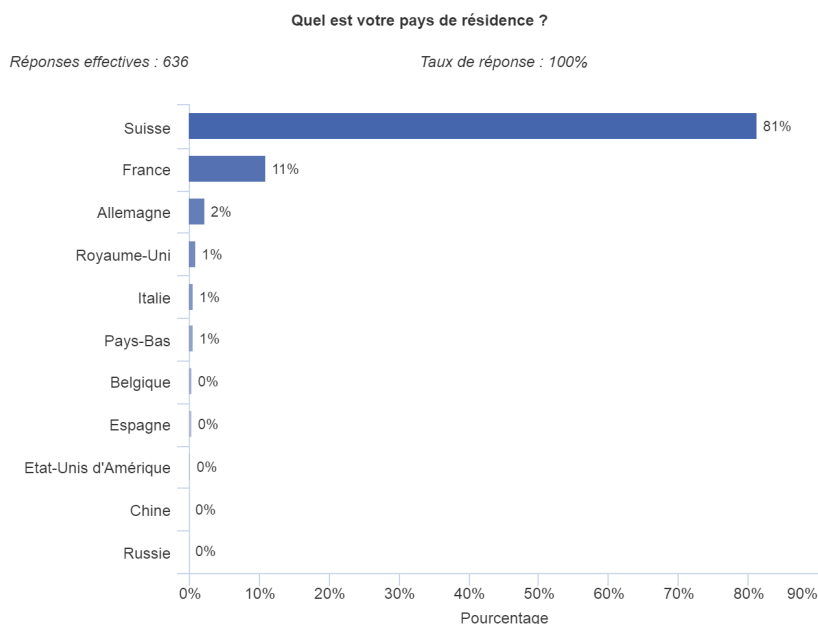


Figure 9: Pays de résidence

Les visiteurs provenant du marché Suisse (81%), en particulier de proximité, prédominent parmi les visiteurs de notre région: un tiers des visiteurs (31%) est vaudois, devant les zurichois (11%), genevois (10%) et bernois (8%).

La France est le deuxième pays de résidence des répondants (11%), principalement l'Île-de-France (26%) et la Haute-Savoie (10%). Viennent ensuite les visiteurs issus des marchés prioritaires traditionnels, comme l'Allemagne (2%), le Royaume-Uni (1%), l'Italie (1%) et les Pays-Bas (1%).

Dans quel canton résidez-vous précisément ?

Réponses effectives : 477

Taux de réponse : 92%

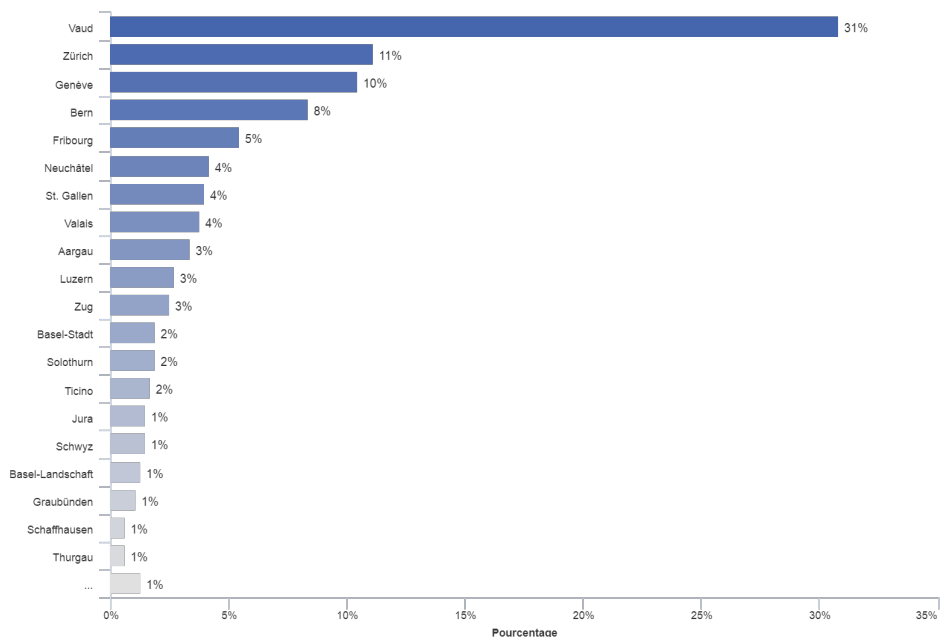


Figure 10: Pays de résidence, détail par canton de résidence (hôtes suisses)

Evolution sur les 3 années d'enquête

La répartition des répondants par lieu de résidence a évolué depuis la 1^{ère} année d'enquête et l'arrivée de la pandémie. La part des hôtes suisses présents parmi les répondants à cette enquête a pris l'ascenseur, passant de 57% lors de la 1^{ère} année d'enquête, à 66% lors de la 2^{ème}, pour atteindre 81% lors de cette dernière année d'enquête. Parmi les répondants suisses, la proportion de répondants vaudois a nettement diminué (ils étaient 46% en 2018-2019 et 54% en 2019-2020) alors que celle des répondants des cantons suisses-allemands a augmenté.

Nuitées

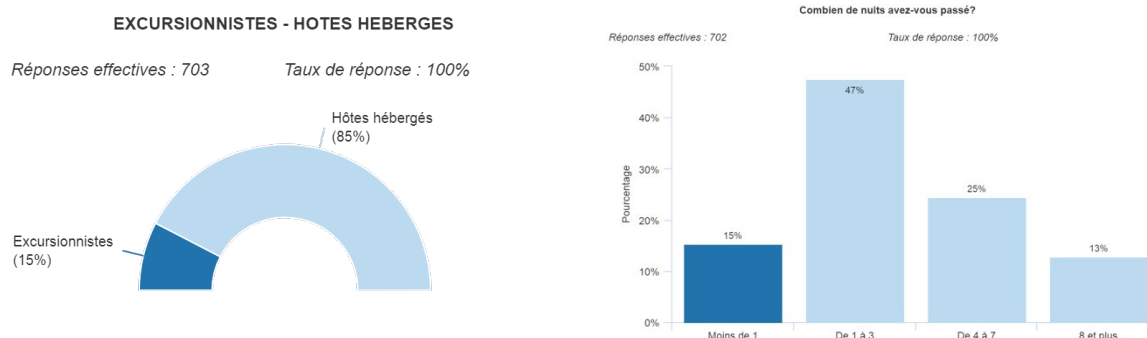


Figure 11: Nuitées

15% des répondants sont des excursionnistes, notamment les visiteurs qui résident dans les cantons de Fribourg (38% d'excursionnistes) et Vaud (24% d'excursionnistes).

Les hôtes hébergés (plus de 8 visiteurs sur 10), pour près de la moitié (48%) d'entre eux, passent de courts séjours (1 à 3 nuits) dans notre région. Les répondants résidant à Zürich sont quasiment tous (98%) des hôtes hébergés.

Evolution sur les 3 années d'enquête

La répartition des répondants entre les excursionnistes et les hôtes hébergés ainsi que le nombre de nuitées passées sur place est relativement proche (à quelques pourcents près) de celle des deux premières années d'enquête. On note que la proportion d'hôtes hébergés est un petit peu plus importante que les années précédentes et que la part de ceux-ci séjournant 8 nuitées et plus est moins importante que lors de l'enquête précédente (-11%).

Fidélité à la destination

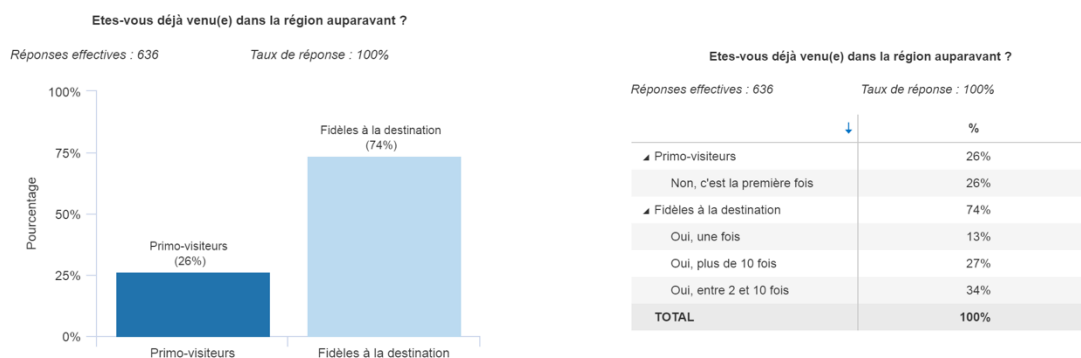


Figure 12: Fidélité

Un peu plus de 7 visiteurs sur dix sont fidèles à notre région, parmi lesquels près d'un tiers (27%) est déjà venu plus de 10 fois.

Sont particulièrement fidèles à notre région les visiteurs :

- âgés de 65 ans et plus (79% sont des visiteurs fidèles)
- résidents en Suisse (76%) et plus particulièrement, ceux qui proviennent des cantons romands (84%).

Les primo-visiteurs (26%) sont plutôt des:

- jeunes, des classes d'âge : 18 à 24 ans (30%) et 25 à 34 ans (28%)
- résidents de cantons suisses-allemands (39%).

Evolution sur les 3 années d'enquête

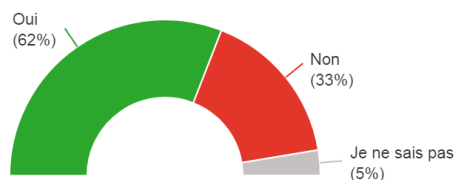
Les résultats sur cet indicateur sont stables sur les 3 années d'enquête et aucune différence significative n'est à indiquer.

Carte d'hôte

Avez-vous reçu une carte d'hôte dans votre hébergement ?

Réponses effectives : 438

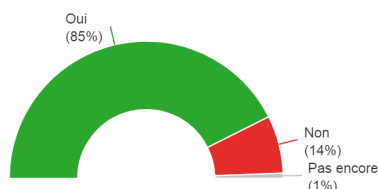
Taux de réponse : 62%



L'avez-vous utilisée ?

Réponses effectives : 257

Taux de réponse : 37%



Pour quelle(s) prestation(s) ?

Réponses effectives : 217

Taux de réponse : 31%

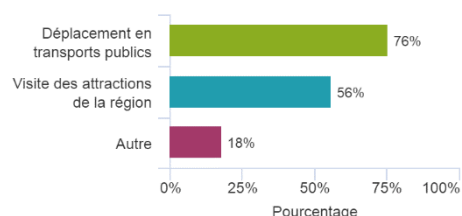


Figure 13: Carte d'hôtes

6 visiteurs sur 10 déclarent avoir reçu une carte d'hôte dans leur hébergement. Parmi eux, une majorité (85%) dit l'avoir utilisée. La prestation pour laquelle la carte a été utilisée est principalement pour le déplacement avec les transports publics (76%). Plus d'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 une majorité à répondre avoir reçu une carte d'hôte (respectivement 83% pour Lausanne et 84% pour Montreux Riviera). Parmi ces derniers, tous l'ont utilisée et principalement pour se déplacer en transports publics.

Evolution sur les 3 années d'enquête

La part des répondants à la 3^{ème} année d'enquête annonçant avoir reçu une carte de prestations a augmenté par rapport à celle des deux enquêtes précédentes. Elle a même pratiquement doublé par rapport à la 2^{ème} année d'enquête (34%).

Comportement touristique

Destination principale

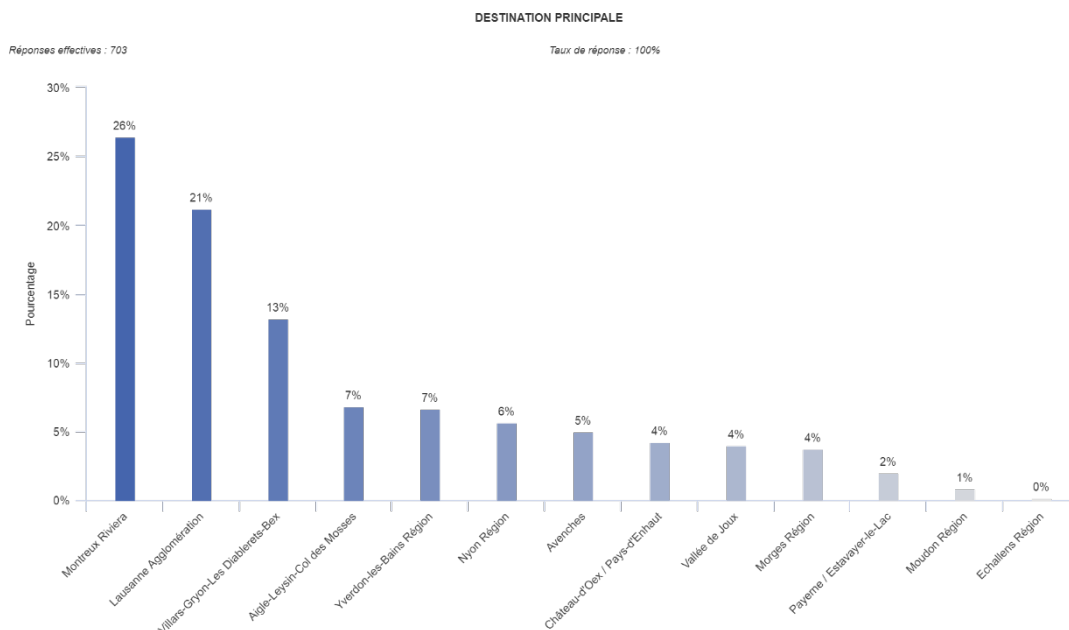


Figure 14: Destination principale

Les trois destinations touristiques citées en priorité par les visiteurs de notre canton sont Montreux Riviera (26%), Lausanne Agglomération (21%) et Villars-Gryon-Diablerets-Bex (13%). A elles trois, ces destinations cumulent 60% des citations des répondants. Les destinations d'Echallens Région (0%), Moudon Région (1%), Payerne/Estavayer-le-Lac (2%), Morges Région (4%) ou encore la Vallée de Joux (4%) sont plus rarement citées comme destination principale de visite.

Evolution sur les 3 années d'enquête

Sur les 3 années d'enquête, la répartition des réponses par destination touristique principale de visite est relativement proche avec le même trio qui ressort en tête des citations des répondants: Montreux Riviera, Lausanne Agglomération et Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex.

Croisement : DESTINATION PRINCIPALE / Nombre de localités visitées

DESTINATION_PRINCIP_ANALYSE	NBRE_LOCALITES_VISITEE_FUSION			
	MOYENNE	MÉDIANE	N	%
Aigle-Leysin-Col des Mosses	8	5	48	7%
Avenches	7	4	35	5%
Château-d'Oex / Pays-d'Enhaut	8	7	30	4%
Echallens Région	37	37	1	0%
Lausanne Agglomération	9	5	149	21%
Montreux Riviera	7	5	186	26%
Morges Région	11	7	26	4%
Moudon Région	17	13	6	1%
Nyon Région	11	10	40	6%
Payerne / Estavayer-le-Lac	14	14	14	2%
Vallée de Joux	11	8	28	4%
Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex	12	12	93	13%
Yverdon-les-Bains Région	11	7	47	7%
TOTAL	9	6	703	100%

■ Eléments sous-représentés ■ Eléments sur-représentés

La relation est très significative. p-value = < 0,01 ; Fisher = 4.
Variance inter = 299. Variance intra = 73.

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

Au niveau cantonal, les répondants ont visité en moyenne 9 localités lors de leur séjour dans notre région (médiane = 6 localités visitées).

Lorsque Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex est retenue comme destination principale de visite, le nombre moyen de localités visitées (en moyenne 12) est significativement plus élevé que la moyenne cantonale (en moyenne 9). A l'opposé, les visiteurs ayant choisi Montreux Riviera comme destination principale de séjour ont visité moins de localités (N=7) que la moyenne cantonale.

Parmi les localités visitées par les répondants ayant séjourné principalement à Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex, on retrouve Montreux dans 77% des cas ainsi que Lausanne (74%).

Les visiteurs habitués de notre région se caractérisent par un comportement « multi destination ». En général, ils ont visité en moyenne 11 localités différentes lors de leur venue dans notre région. A l'opposé, ceux qui découvrent la région pour la 1^{ère} fois sont moins enclins à visiter plusieurs localités, avec en moyenne 5 localités visitées lors de leur venue.

Evolution sur les 3 années d'enquête

Par rapport aux deux années d'enquête précédentes, le nombre de localités visitées par les répondants est plus proche du résultat de la 1^{ère} année d'enquête (8 localités visitées) que de celui de la 2^{ème} année d'enquête (12 localités visitées). Sur les trois années d'enquête, on constate que les répondants ayant choisi Montreux Riviera comme destination principale sont généralement plus sédentaires que ceux séjournant dans d'autres destinations.

Motifs de séjour

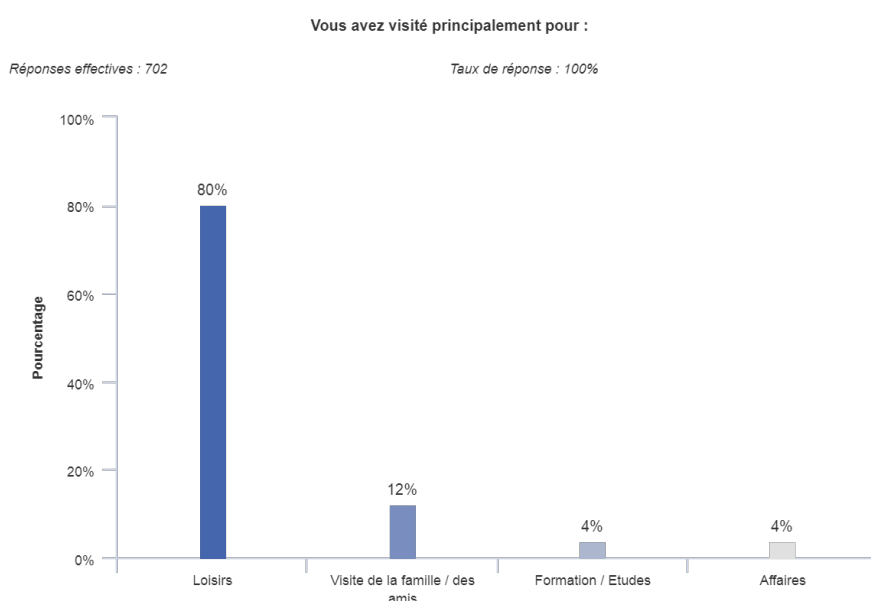


Figure 16: Motifs de séjour

Les loisirs représentent la grande majorité des motifs de séjour dans le canton de Vaud (80% des visiteurs). La plupart des visiteurs venus pour les loisirs sont des habitués de la région (72%). Toutefois, près d'un tiers des visiteurs venus pour motif de loisirs sont là pour la première fois (28%).

La dimension Famille / Amis est le motif de séjour pour un peu plus d'un répondant sur dix (12%), dont une large majorité (90%) sont des hôtes hébergés. Ils sont également, pour la plupart d'entre eux, fidèles à la région (86%) et pour près de la moitié (46%), déjà venus 10 fois ou plus dans la région.

Les clientèles étudiantes (4%) et d'affaires (4%) sont moins représentées parmi les répondants. Parmi les visiteurs venus pour étudier, les trois quarts sont des jeunes, faisant partie de la tranche d'âge des 18 à 24 ans (45%) et dans une moindre mesure de celle des 25 à 34 ans (18%).

Les visiteurs présents pour affaires et ayant répondu à l'enquête font partie pour un peu plus d'un tiers de la tranche d'âge des 50 à 64 ans (35%) et de celle des 35 à 49 ans (30%). Ils sont venus principalement seuls (77%) et pour plus d'un tiers d'entre eux afin de rendre visite à un client.

Evolution sur les 3 années d'enquête

La répartition des répondants par motif de séjour a évolué en comparaison des deux précédentes enquêtes. La part des visiteurs venus pour les loisirs est nettement plus importante cette année (80% au lieu de 60% l'année passée et de 73% lors de la 1^{ère} année d'enquête). La part du nombre de visiteurs venus pour voir des proches est elle par contre plus basse que les années précédentes.

Qualités déterminantes pour le choix de la destination

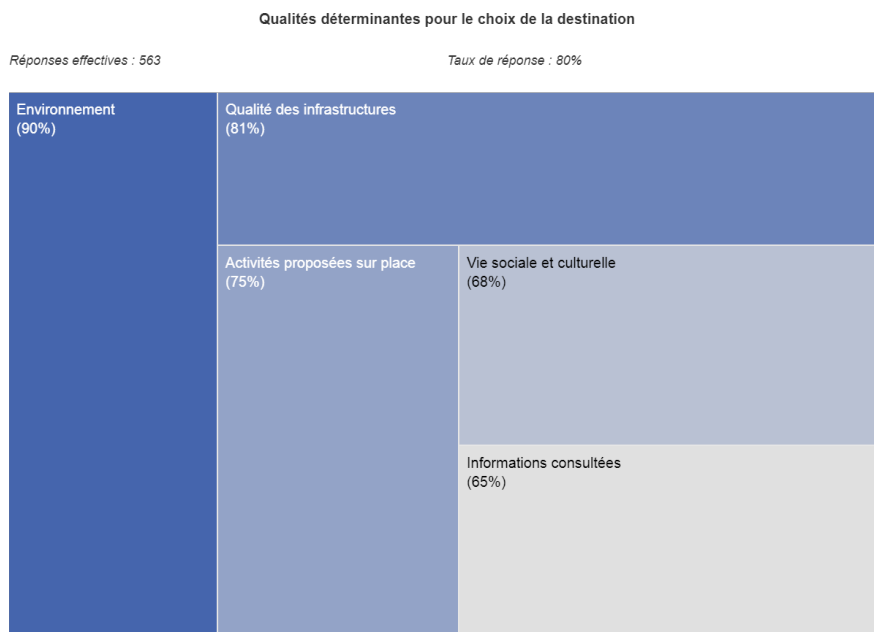


Figure 17: Qualités déterminantes pour le choix de la destination, globalement

L'environnement (90%) 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 (près de 9 visiteurs sur 10).

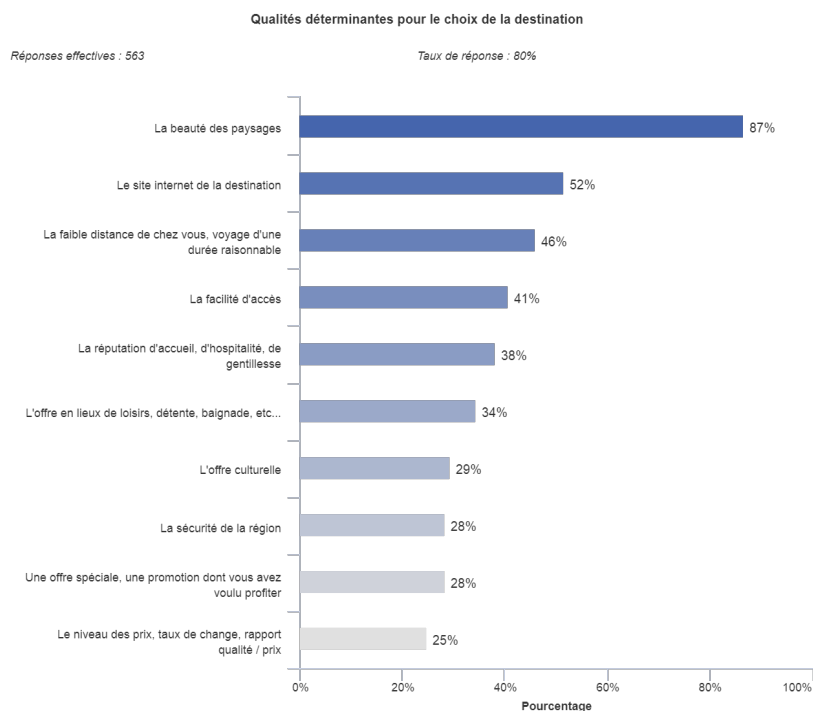


Figure 18: Qualités déterminantes pour le choix de la destination, dans le détail

La deuxième qualité déterminante pour le choix de la destination est la qualité des infrastructures (81%), en particulier la proximité (46%) et la facilité d'accès (41%) de la destination.

Les activités proposées sur place (75%), en particulier l'offre en lieux de loisirs, détente, baignade (34%) sont également importantes dans le processus de choix de la destination visitée.

A noter, parmi les principaux facteurs de choix de la destination, l'importance occupée par le site internet de la destination (52% des citations).

Evolution sur les 3 années d'enquête

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. La proximité et la facilité d'accès sont également prépondérants dans les choix réalisés.

Entre les trois années d'enquête, on constate que le site internet de la destination prend de plus en plus d'importance dans le processus de décision des répondants, passant de 6% des citations lors de la 1^{ère} année d'enquête à 37% lors de la 2^{ème} année d'enquête, puis à 52% lors de la dernière année d'enquête.

Activités réalisées

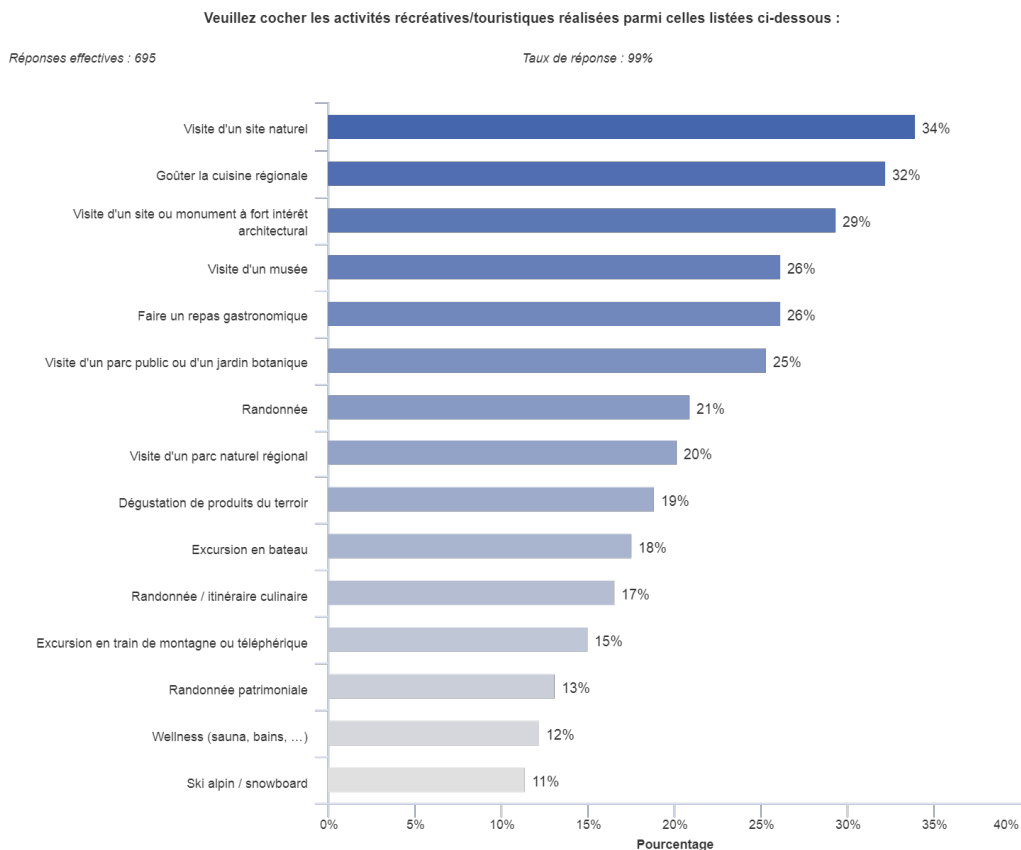


Figure 19: Activités réalisées sur place

Parmi les nombreuses activités pratiquées dans le canton, la visite d'un site naturel est citée par plus d'un tiers des répondants (34%). Cette activité est particulièrement peu citée (3%) chez les jeunes répondants, âgés de 18 à 24 ans.

Au niveau global, juste après la visite de site naturel, vient en 2^{ème} réponse la plus souvent citée par les répondants : goûter la cuisine régionale (32%). Cette activité est particulièrement citée parmi les personnes venues en couple (63%) et celles dépensant plus de CHF 200.- par jour et par personne. En 3^{ème} position des activités les plus citées, on retrouve la visite d'un site ou monument à fort intérêt architectural (29%). Cette activité est citée par 1/3 des primo-visiteurs de la région.

Parmi les résultats intéressants de cette 3^{ème} année d'enquête, on peut noter que les activités liées au DAS « Art de vivre », en plus de l'activité : goûter la cuisine régionale, sont les plus souvent citées par les personnes venues en couple. Ce segment de clientèle semble particulièrement apprécier : le wellness (69% des citations de ce segment), la dégustation de produits du terroir (68%) et la randonnée/itinéraire culinaire (65%) ainsi que les repas gastronomiques (61%). Ces mêmes activités sont

également les plus souvent citées par les personnes disant dépenser plus de CHF 200.- par jour et par personne lors de leur séjour. Ces activités sont par contre sous-représentées dans les citations des personnes peu dépensières, disant déboursier moins de CHF 100.- par jour et par personne. Les trois activités les plus fréquemment citées par les répondants de cette catégorie de dépenses sont les activités nautiques type canoë, pédalo ou SUP (69%), le patinage sur glace (64%) ou encore les raquettes à neige (58%).

Parmi les répondants venus avec un/des enfants, plus d'un répondant sur deux a fait de la luge (56%) ou sinon du ski alpin/snowboard (43%).

Les destinations des Alpes vaudoises sont, assez logiquement, sur-représentées comme destinations principales de séjour dans les citations des personnes ayant pratiqué des activités hivernales comme le ski alpin/snowboard (80%), la luge (65%) et la raquette à neige (64%).

Pour les visiteurs ayant choisi Lausanne, ceux-ci disent en particulier avoir visité un parc d'attraction/zoo (58%), fait une sortie cinéma/théâtre (56%), visité une foire (46%) ou un parc public/jardin botanique (34%) ou encore visité un musée (32%).

Les hôtes de Montreux Riviera privilégient quant à eux l'excursion en bateau (48%), la dégustation de vins/visite de caveaux (43%), l'excursion en train (40%) ou encore la randonnée/itinéraire culinaire (39%).

Evolution sur les 3 années d'enquête

Au niveau cantonal, sur les résultats cumulés des trois années d'enquête, la visite d'un site naturel (31% des citations) reste l'activité principalement réalisée par les hôtes du canton de Vaud, viennent ensuite la randonnée (26%), la visite d'un musée (25%) ou encore la visite d'un site ou monument à fort intérêt architectural (23%). Si la visite de site naturel se pratique par les hôtes de l'ensemble des destinations du canton, la randonnée est en général plutôt pratiquée par les hôtes des Alpes vaudoises (42%). Les hôtes qui ont visité un musée se retrouvent le plus à Lausanne (32%) ou à Montreux Riviera (26%) à l'instar de ceux qui ont visité un site ou monument à fort intérêt architectural (31% à Lausanne et 28% à Montreux Riviera).

Si les activités oenotouristiques liées au DAS « Art de vivre » (dégustation de vins/visite de caveaux : 40% , repas gastronomique : 33%, randonnée/itinéraire culinaire : 32%, goûter la cuisine régionale : 31%) sont pratiquées en particulier par

les visiteurs de Montreux Riviera, les activités du DAS « Hiver » (ski alpin/snowboard : 65%, luge :58%, activités sportives ludiques : 58%, ski de randonnée : 54%) sont le plus souvent citées par les hôtes des Alpes vaudoises.

Hébergement principal

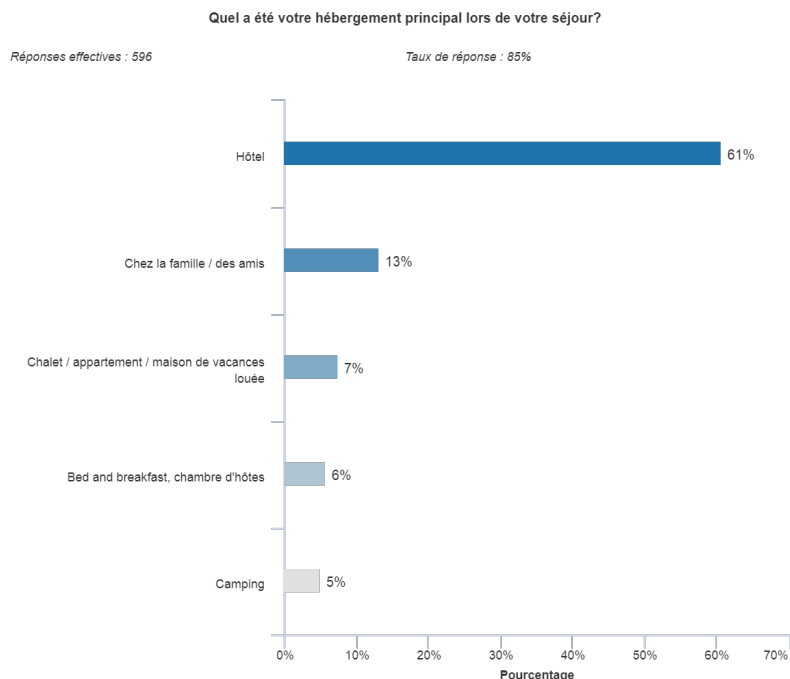


Figure 20: Hébergement principal

L'hôtel est, de loin, l'hébergement principalement favorisé par la grande majorité (61%) des visiteurs du canton de Vaud ayant répondu à cette 3^{ème} année d'enquête. Viennent ensuite la famille/les amis (13%), l'hébergement en location (7%) et en 4^{ème} position les bed & breakfast/chambres d'hôtes (6%).

L'hôtel est avant tout privilégié par les répondants venus en couple (59%). Par contre, ce type d'hébergement l'est beaucoup moins par ceux venus avec enfant (22%) ou encore accompagné d'un ami (10%). Les répondants avec enfant favorisent plutôt le logement en location (47%) ou en camping (45%). Quant à ceux venus avec un ou plusieurs amis, ils préfèrent loger chez des proches (29%).

Les primo-visiteurs sont un tiers (32%) à privilégier l'hôtel comme hébergement principal. A l'opposé, les habitués de la destination, sont ceux qui répondent en grande majorité (93%) être hébergés chez des proches.

L'hôtel est le plus souvent cité par les répondants présents pour de courts séjours (2 à 3 nuitées : 61%) et les plus dépensiers : un tiers (31%) des répondants ayant dit

avoir dépensé entre CHF 200.- et CHF 400.- par personne et par jour ont aussi choisi l'hôtel comme hébergement principal, tout comme près de la moitié (49%) de ceux ayant dépensé entre CHF 100.- et CHF 200.- par jour/par pers. A l'opposé, les visiteurs séjournant pour une semaine et plus (8 nuits et plus : 35%) et les moins dépensiers (67% d'entre eux ont dépensé moins de 100 CHF/jour/pers.) sont également ceux qui ont essentiellement séjourné chez leurs proches. Les vacanciers logeant en résidence secondaire privée (64%) ou en location (52%) figurent également parmi ceux qui ont le moins dépensé (moins de 100 CHF) par jour et par personne. Ce sont majoritairement des habitués de la région (80% pour les hôtes en location et 89% pour ceux en résidence secondaire privée) et qui séjournent pour une durée supérieure à une semaine (7 nuits et plus : 55% chez les hôtes en résidence secondaire privée et 61% pour les hôtes en location).

Evolution sur les 3 années d'enquête

En cumulant les résultats des 3 années d'enquête, on constate que l'hôtel ressort comme l'hébergement privilégié par plus d'un tiers (36%) des visiteurs séjournant dans notre région. Viennent ensuite l'hébergement chez des proches (26%) et les locations (11%).

Sur les 3 années d'enquête, l'hôtel reste le mode d'hébergement privilégié par plus de la moitié (55%) des visiteurs venus en couple et c'est également le mode d'hébergement choisi par un tiers (31%) des hôtes découvrant la destination pour la 1^{ère} fois. Ceux qui choisissent ce mode d'hébergement sont là pour de courts séjours qui durent, pour près de la moitié d'entre eux (45%), moins de 3 nuitées, voire entre 3 et 5 nuitées pour 40% des répondants en hôtel. Lausanne (25%) et Montreux Riviera (31%) sont les deux destinations privilégiées par les hôtes séjournant en hôtel.

Les hôtes séjournant chez des proches ou en résidence secondaire privée sont majoritairement des visiteurs fidèles à la destination, avec respectivement 89% et 92% de citations de ces deux réponses chez les hôtes de ce segment. Que ce soit les hôtes séjournant chez leurs proches (68%) ou ceux en résidence secondaire privée (64%), ces visiteurs sont peu dépensiers (moins de 100 CHF par pers/par jour). Néanmoins, ce sont les hôtes de ces deux catégorie d'hébergement qui séjournent le plus longtemps chez nous, avec près de deux tiers (64%) des visiteurs en location et près de la moitié (46%) des hôtes hébergés chez leurs proches séjournant une semaine et

plus dans notre région. Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex est la destination privilégiée par les hôtes en résidence secondaire privée (45%) ou en location (49%).

Dépenses moyennes quotidiennes

Lors de votre visite, combien avez-vous dépensé en moyenne par jour et par personne (toutes dépenses confondues) ?

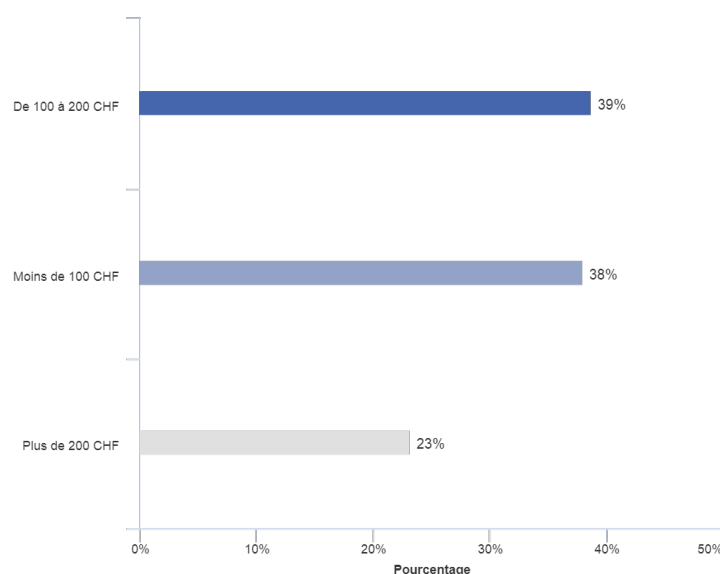


Figure 21: Dépenses moyennes quotidiennes

Globalement, les visiteurs ayant répondu à cette 3^{ème} année d'enquête sont un peu plus dépensiers que les répondants des enquêtes précédentes: près de 40% d'entre eux ont en effet dépensé en moyenne entre 100 CHF et 200 CHF par jour et par personne lors de leur séjour dans le canton de Vaud. Ces hôtes aux dépenses modérées visitent pour un tiers d'entre eux (31%) pour la première fois notre région et sont en majorité (91%) des hôtes hébergés logeant à l'hôtel (71%). Les hôtes ayant dépensé plus de 200 CHF représentent quant à eux 23% des répondants. Cette proportion est plus importante que les années précédentes où ce chiffre oscillait entre 13% (1^{ère} année d'enquête) et 14% (2^{ème} année d'enquête). Parmi les visiteurs les plus dépensiers, près de deux tiers (65%) sont venus en couple, quasiment tous (98%) font partie des hôtes hébergés, dont plus de trois quarts (85%) à l'hôtel.

Un peu plus d'un tiers (38%) des visiteurs interrogés sont peu dépensiers (moins de 100 CHF/jour/pers.). Ces derniers sont pour un tiers (30%) d'entre eux des excursionnistes, plutôt venus dans la région pour voir leur entourage (17%), se

déplaçant avec un/des ami(s) et pour un tiers (33%) de ces visiteurs, habitués de la région.

Evolution sur les 3 années d'enquête

Un peu plus de la moitié (53%) des répondants de l'enquête dépensent en moyenne moins de 100 CHF par jour et par personne et un peu plus d'un tiers (32%) des répondants de notre enquête disent dépenser de 100 CHF à 200 CHF par jour et par personne. Seulement 15% des répondants dépenseraient plus de 200 CHF par jour et par personne durant leur séjour dans notre région.

Les hôtes les moins dépensiers sont pour près d'un tiers (29%) des excursionnistes, accompagnés par un ou plusieurs enfants (28%) ou par des amis (17%). Parmi ces derniers, ceux qui séjournent une nuitée ou plus sont hébergés pour 40% d'entre eux chez des proches. Ce sont avant tout des visiteurs jeunes, âgés de 18 à 34 ans. Quant aux visiteurs les plus dépensiers, ils sont pour la quasi-totalité (96%) des hôtes séjournant une nuitée ou plus dans notre région, la plupart (70%) à l'hôtel et pour près de la moitié (46%) en couple. Près de la moitié (49%) d'entre eux font partie de la catégorie des visiteurs âgée de 50 ans et plus.

Satisfaction globale



Figure 22: Satisfaction globale

Le canton de Vaud bénéficie d'une très bonne image auprès de ses visiteurs : 99% d'entre eux sont globalement satisfaits de leur visite, plus de 7 visiteurs sur 10 en sont même très satisfaits.

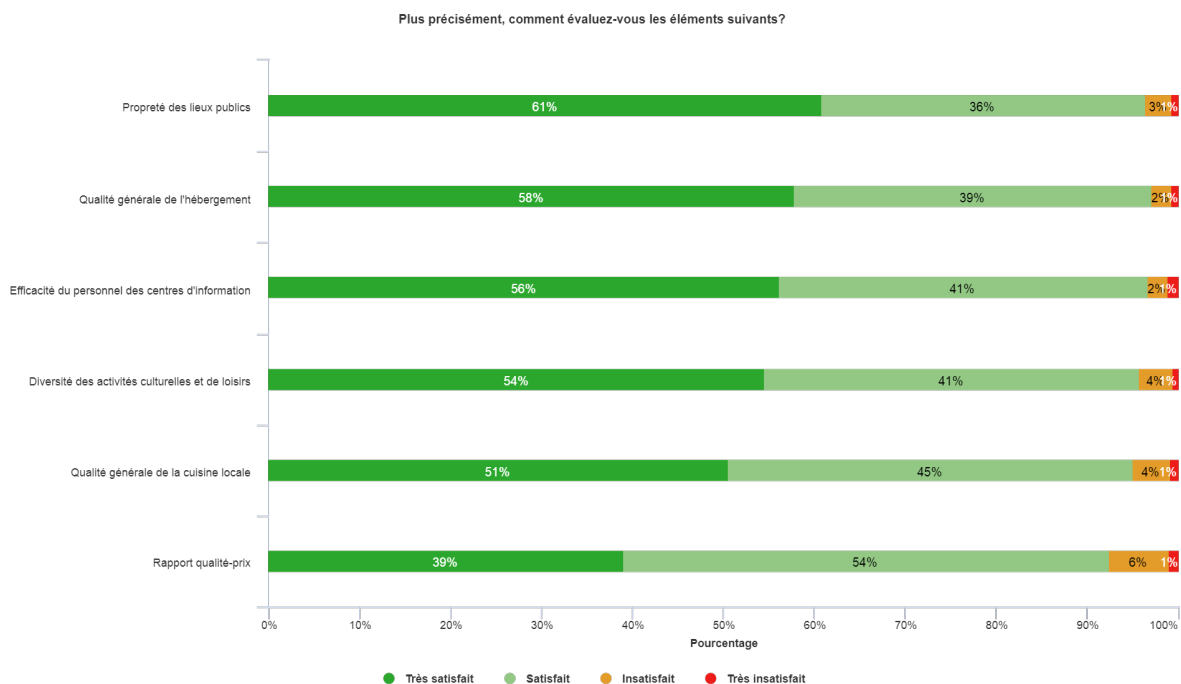
Evolution sur les 3 années d'enquête

Sur les 3 années d'enquête, les visiteurs de notre région sont dans l'ensemble satisfaits (33%) à très satisfaits (63%) de leur visite. Ces répondants très satisfaits sont généralement des visiteurs plutôt jeunes, âgés de 18 à 24 ans pour près de trois quarts (69%) d'entre eux. Les 25 à 34 ans sont également une plus large proportion (38%) à déclarer être satisfaits de leur visite dans notre région.

Les répondants insatisfaits (1%) ou très insatisfaits (3%) font heureusement partie d'une très petite minorité des répondants, cependant l'évolution de ces chiffres doit être gardée sous contrôle. On note une proportion (8%) un peu plus importante que la moyenne de répondants âgés de 65 et plus faisant partie des très insatisfaits.

Satisfaction détaillée

Les éléments spécifiques les plus satisfaisants sont à égalité de points : la propreté des lieux publics (97%), la qualité générale de l'hébergement (97%) et l'efficacité du personnel (97%) et. Le rapport qualité-prix reste l'élément le moins satisfaisant pour 7% des répondants qui se déclarent insatisfaits.



Source d'information utilisée

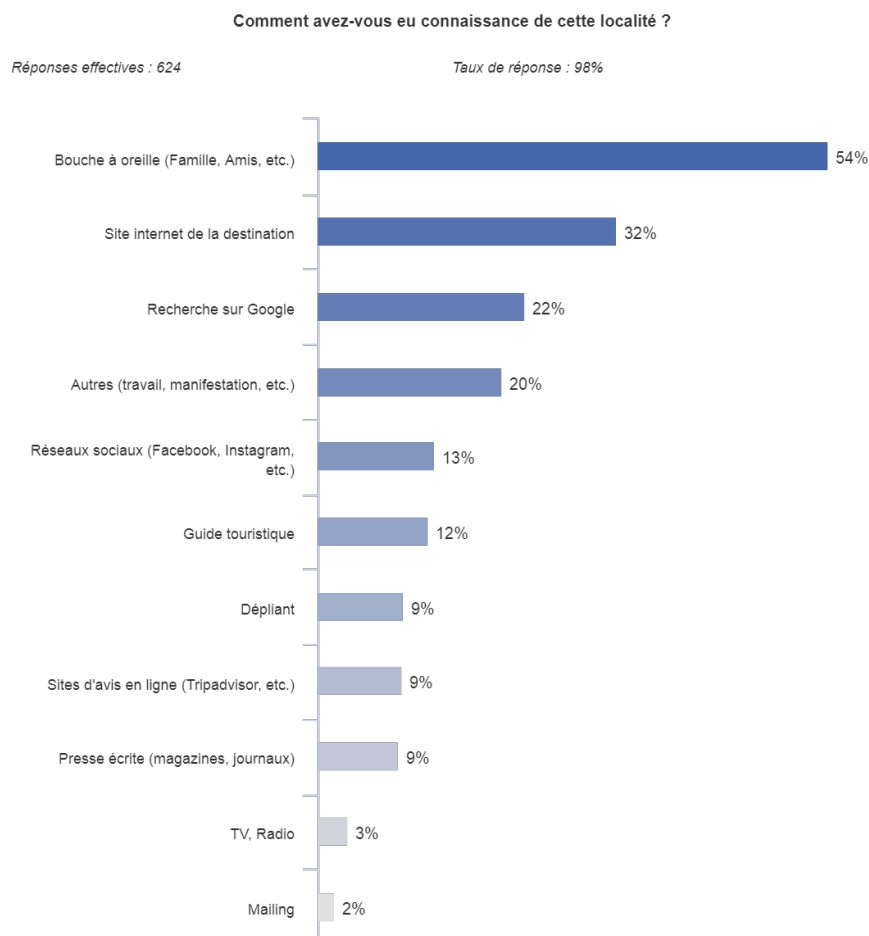


Figure 23: Source d'information utilisée

Plus de la moitié des répondants (54%) ont eu connaissance de la destination visitée via le « bouche à oreille ». Ceci est particulièrement vrai pour les visiteurs de la destination Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex (18%).

Le site internet de la destination (32%) et la recherche sur Google (22%) sont également des sources d'information souvent citées par les visiteurs de nos destinations. Les visiteurs les plus jeunes, âgés de 18 à 34 ans, sont plus de 40% à se renseigner sur les réseaux sociaux. Les hôtes plus âgés, de 65 ans et plus, sont peu enclins à utiliser les sources d'informations numériques quelles qu'elles soient. Par contre, près d'un tiers d'entre eux (27%) utilisent encore les dépliants ou les guides touristiques (24%).

Envie de revenir dans la destination

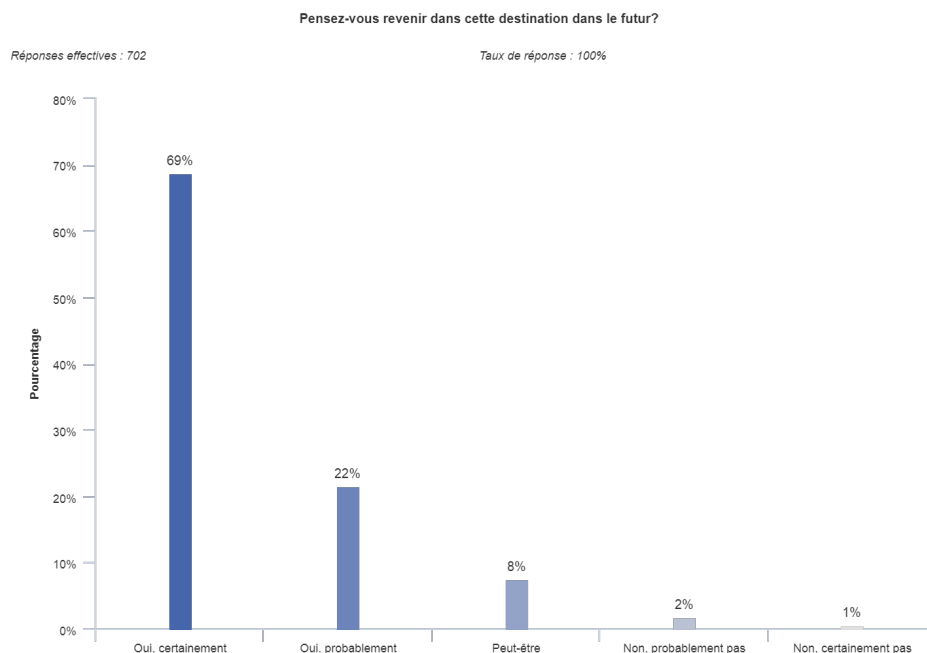


Figure 24: Intention de revenir dans la destination

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. Les hôtes provenant des cantons romands sont deux tiers (67%) à faire la promotion de notre région et déclarent vouloir y revenir. Les visiteurs des cantons suisses-allemands sont plus mitigés, avec 59% d'entre eux ne prenant pas position et déclarant peut-être revenir dans la région à une prochaine occasion.

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 (50%) à déclarer qu'ils ne reviendront certainement pas.

Intention de recommandation de la destination et Net Promoter Score (NPS)⁴



Figure 25: Intention de recommandation de la destination et Net Promoter Score (NPS)

La quasi-totalité (96%) des visiteurs interrogés se déclare prête à recommander la destination visitée auprès de leur entourage. La satisfaction joue un rôle majeur dans la volonté de promouvoir ou non la région auprès de son entourage. En effet, la grande majorité (81%) des visiteurs les plus satisfaits de leur séjour sont aussi les plus enthousiastes à l'idée de promouvoir les destinations visitées auprès de leur entourage.

⁴ 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 des deux précédentes années d'enquête, les deux pays de résidence principaux des répondants sont la Suisse (81% des visiteurs, N=517) et la France (11%, N=70). L'Allemagne (2%, N=14), le Royaume-Uni (1%, N=6) sont également présents dans l'échantillon de cette 3^{ème} année d'enquête, mais dans une proportion insuffisante pour être analysés dans le détail. Un zoom spécifique est donc présenté dans cette partie pour les marchés Suisse et France. Ces résultats seront complétés après chaque vague d'enquête.

SUISSE

LES VAUDOIS

Les Vaudois (N=147) visitant le canton ont plutôt le profil suivant :

- Âgés en majorité de 35-49 ans (39%) et de 50 à 64 ans (30%)
- Venus en couple (45%) ou avec un/des enfants (33%)
- Principalement des hôtes hébergés (76%), plutôt à l'hôtel (40%)
- La beauté des paysages (86%) comme premier facteur de choix de la destination et la proximité (75%) en second
- Les loisirs comme principal motif de séjour (80%) : la visite d'un site naturel (37%), la randonnée (36%) et goûter la cuisine régionale (32%) sont les principales activités pratiquées
- Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex (25%) Aigle-Leysin-Les Mosses (14%) et Lausanne (14%) comme principales destinations de visite
- Dépenses faibles (moins de 100 CHF par jour et par personne) à modérées (entre 100 CHF et 200 CHF) pour respectivement 46% et 41% des visiteurs vaudois interrogés.



Globalement, avez-vous été satisfait(e) de votre visite?

Réponses effectives : 147

Taux de réponse : 100%

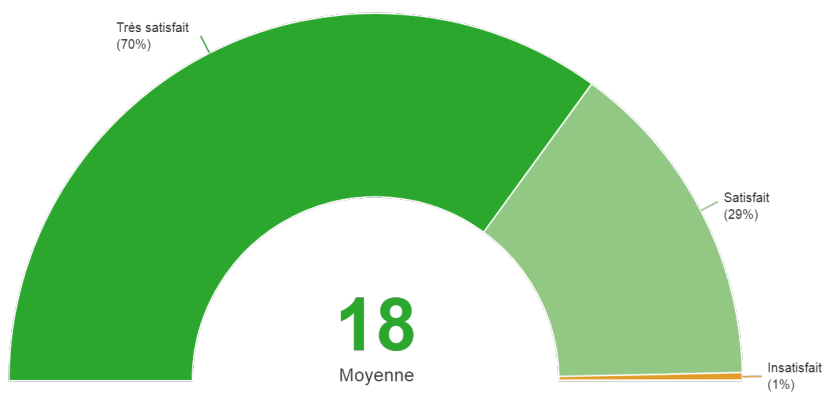


Figure 26: Satisfaction globale, Les Vaudois

Population étudiée : VAGUE_ENQUETE_DEF parmi "Juillet 2020 - Juin 2021" Et Les Vaudois
Taille de l'échantillon : 147 réponses

Synthèse des résultats

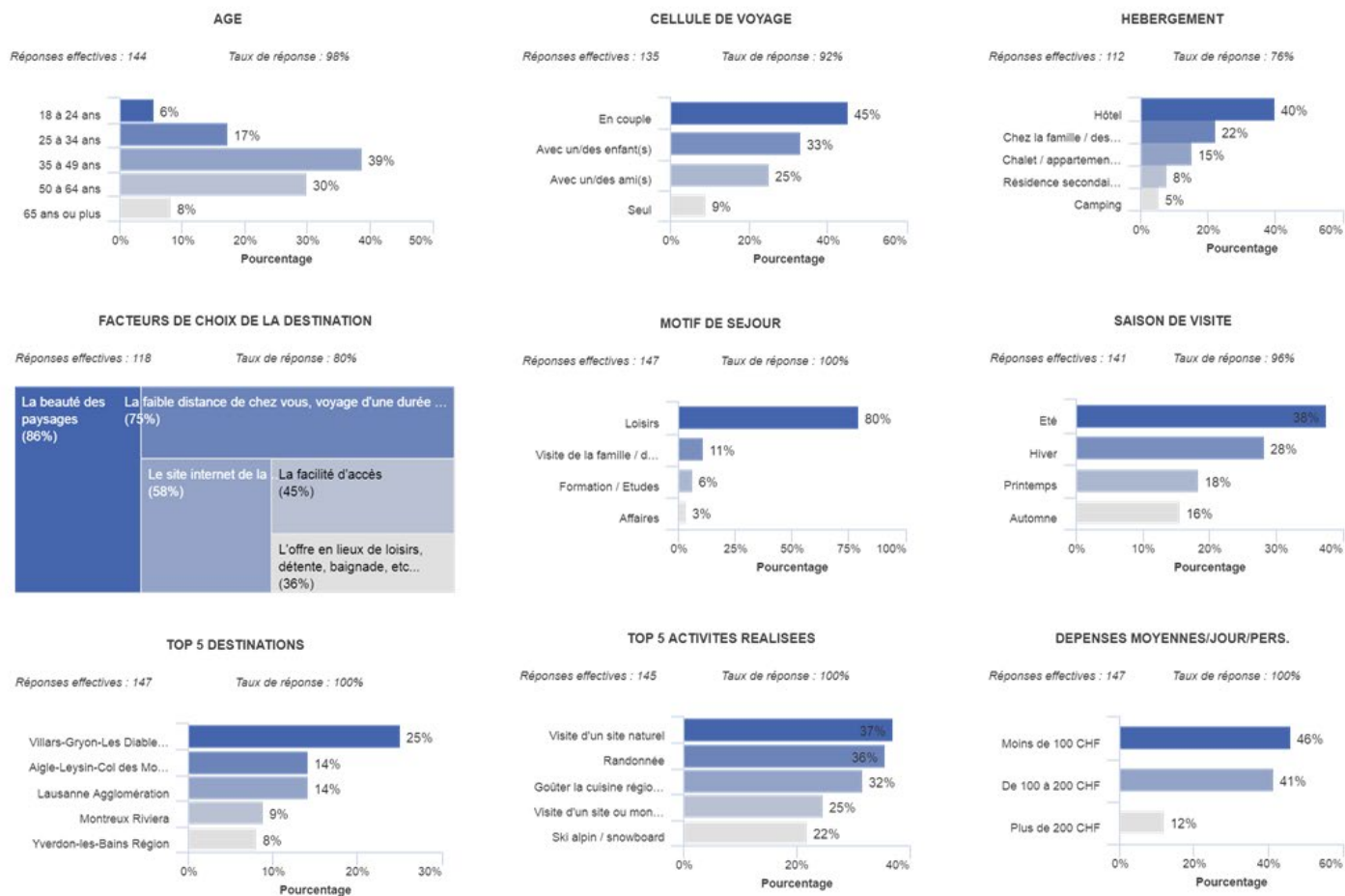


Figure 27: Tableau de synthèse, Les Vaudois

LES AUTRES ROMANDS

Les visiteurs des autres cantons romands (N=121) ont plutôt le profil suivant :

- Âgés de 50 à 64 ans (36%) et de 35-49 ans (33%)
- Venus pour moitié en couple (51%)
- Principalement des hôtes hébergés (79%), pour plus de la moitié à l'hôtel (59%)
- Si la beauté des paysages (84%) est le facteur de choix le plus important pour les autres romands interrogés, la proximité de la destination (59%) et le site internet de la destination (57%) ont également leur rôle à jouer dans le choix des visiteurs interrogés
- Les loisirs (77%) comme principal motif de séjour : goûter la cuisine régionale (32%), visiter un site naturel (32%) ou un musée (27%) comme principales activités
- Montreux Riviera (24%), Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex (20%), Lausanne (12%) et Aigle-Leysin-les Mosses (12%) sont leurs principales destinations de visite
- Dépenses plutôt faibles (moins de 100 francs par jour et par personne pour 40% des visiteurs) à modérées (entre 100 et 200 CHF) pour un peu plus d'un tiers d'entre eux (36%).

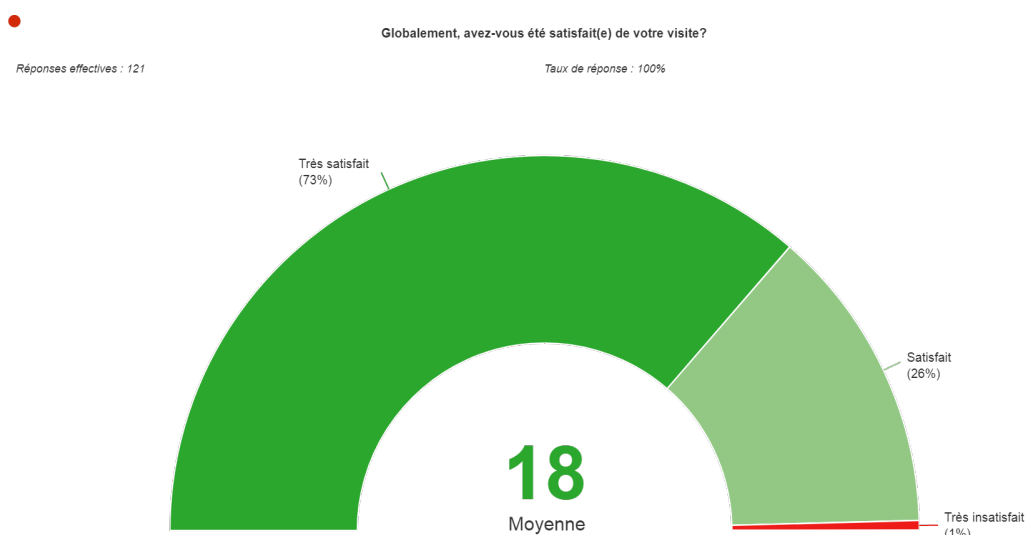


Figure 28: Satisfaction globale, Les Autres romands

Synthèse des résultats

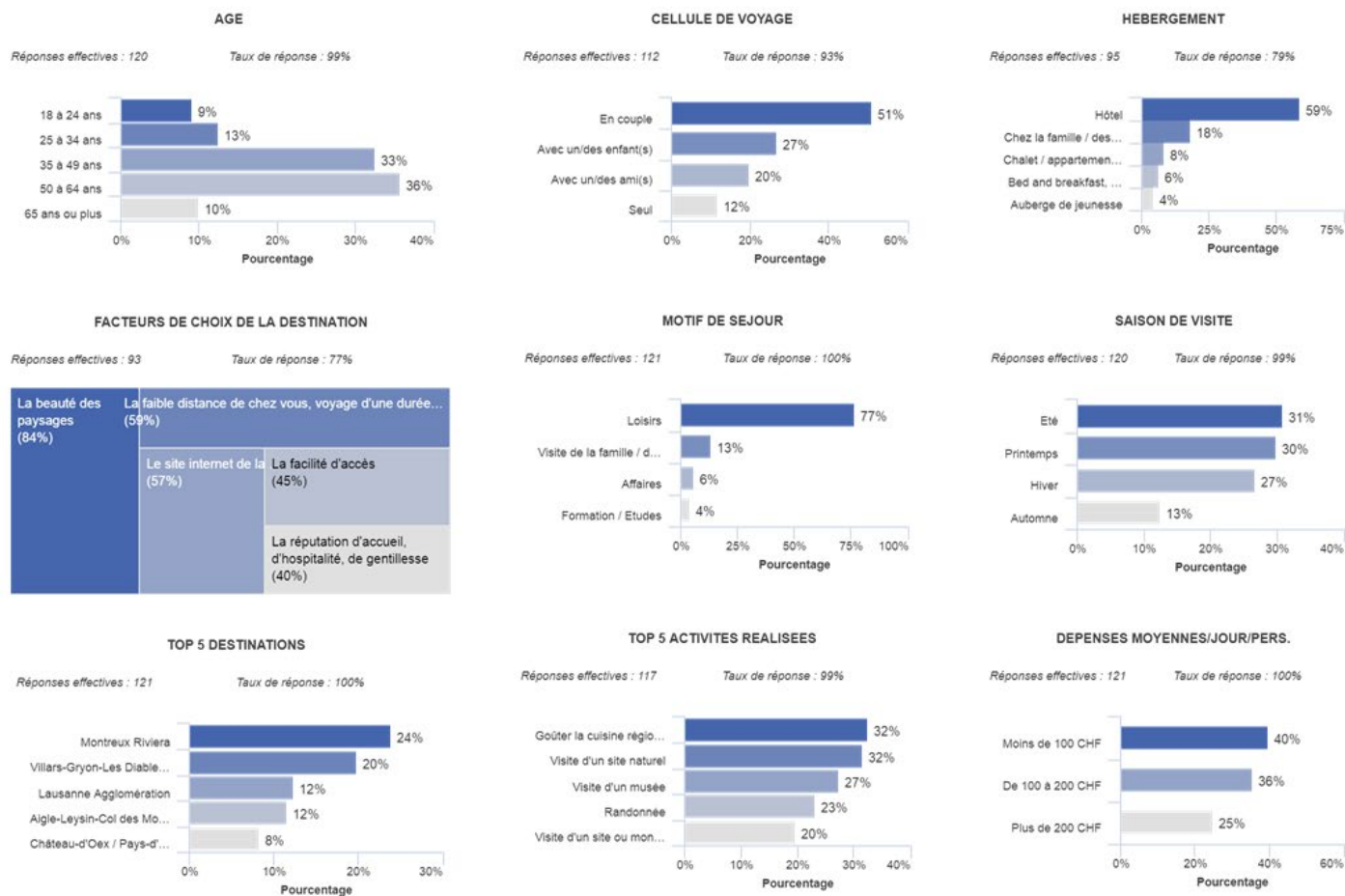


Figure 29: Tableau de synthèse, Les Autres romands

LES SUISSES ALLEMANDS

Les visiteurs suisses allemands (N=201) ont plutôt le profil suivant :

- Pour plus d'un tiers âgés de 35 à 49 ans (36%) et pour près d'un autre tiers de 50 à 64 ans (26%)
- Venus pour moitié en couple (51%) ou pour près d'un tiers (27%) avec un/des enfants
- Très rarement excursionnistes (5%) et, pour les hôtes hébergés (95%) principalement à l'hôtel (74%)
- La beauté des paysages (90%) comme principal facteur de choix de la destination visitée ; le site internet de la destination (44%) comme second élément déterminant du choix réalisé
- Les loisirs comme principal motif de séjour (88%) : faire un repas gastronomique (45%), goûter la cuisine régionale (36%), visiter un site naturel (35%) ou un parc public/jardin botanique (32%) sont les principales activités réalisées lors de leur visite
- Montreux Riviera (40%), Lausanne (21%), Yverdon-les-Bains région (9%) et Avenches (8%) comme principales destinations
- Dépenses modérées (entre 100 CHF et 200 CHF par jour et par personne pour 46% des visiteurs) à élevées (plus de 200 CHF par jour et par personne pour 28% des visiteurs)

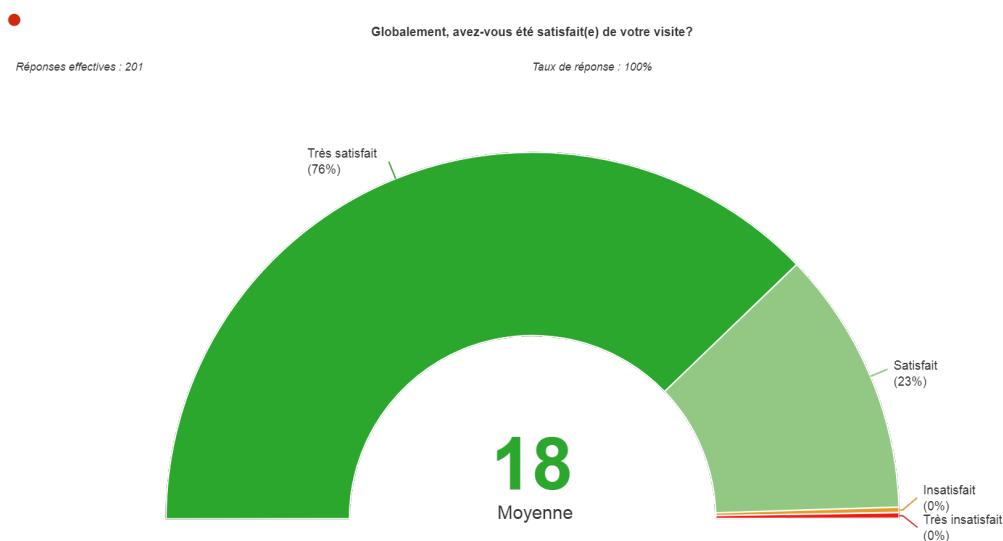


Figure 30: Satisfaction globale, Les Suisses-Allemands

Synthèse des résultats

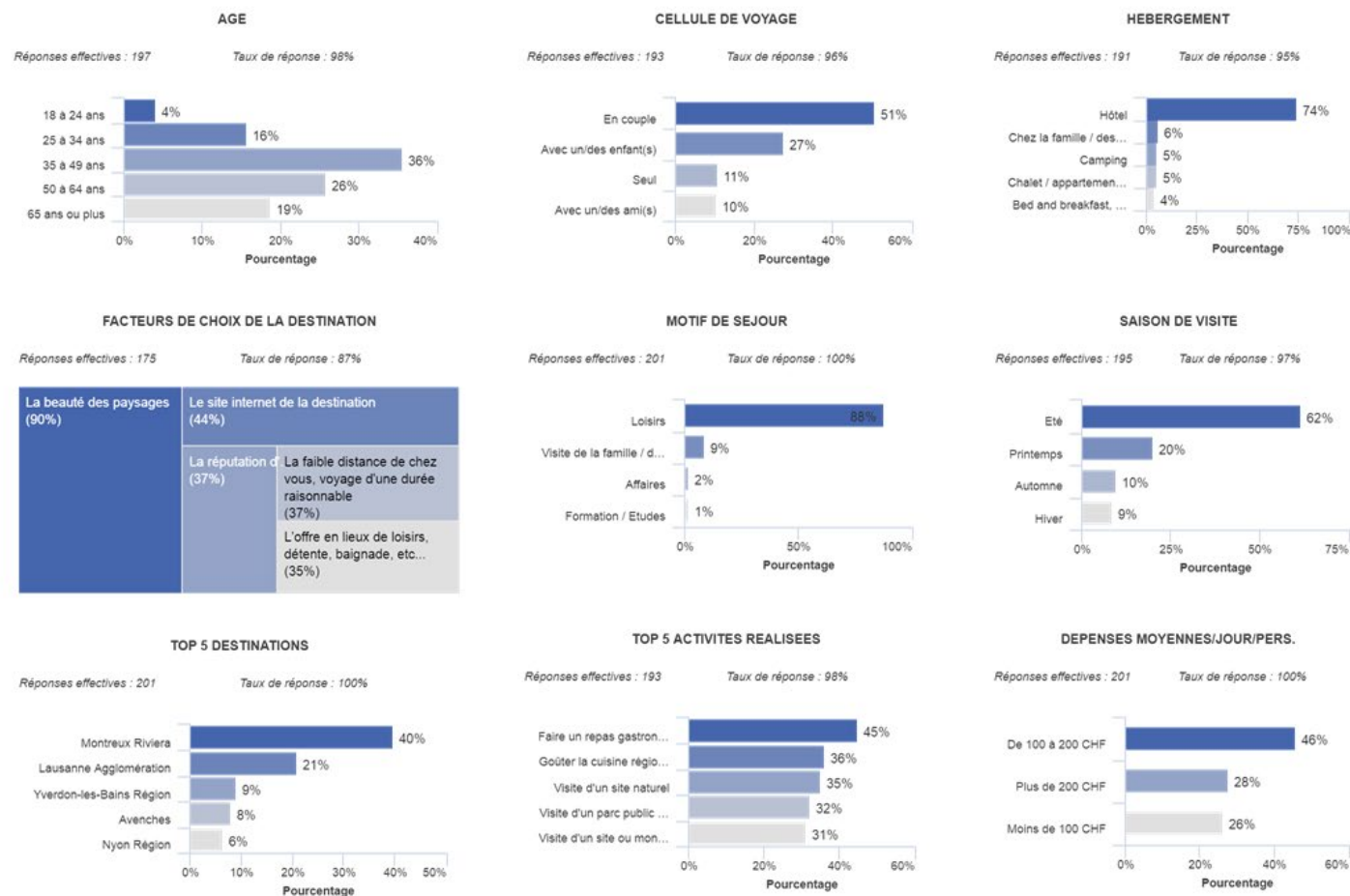


Figure 31: Tableau de synthèse, Les Suisses-Allemands

FRANCE

Les visiteurs venus de France (N=71) ont plutôt le profil suivant :

- Âgés pour un plus d'un tiers de 50-64 ans (33%) et pour près d'un tiers de 35 à 49 ans (29%)
- Venus pour moitié en couple (54%) et pour près d'un tiers avec un/des enfants (27%)
- Rarement des visiteurs excursionnistes (18%) ; en majorité (82%) des visiteurs hébergés, principalement à l'hôtel (69%)
- La beauté des paysages (89%) et le site internet de la destination (68%) comme facteurs de choix principaux
- Les loisirs (74%) et dans une moindre mesure la visite de la famille / les amis (20%) comme principal motif de séjour : la visite d'un site ou monument à fort intérêt architectural (47%), la visite d'un site naturel (41%), d'un musée (39%) ou d'un parc public/jardin botanique (30%) sont leurs principales activités
- Lausanne (35%), Montreux Riviera (31%) et dans une moindre mesure Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex (14%) comme principales destinations
- Des dépenses modérées pour près de la moitié (41%) des visiteurs français (entre 100 CHF et 200 CHF par jour et par personne) et des dépenses plus faibles (moins de 100 CHF) pour un peu plus d'un tiers (36%) d'entre eux.

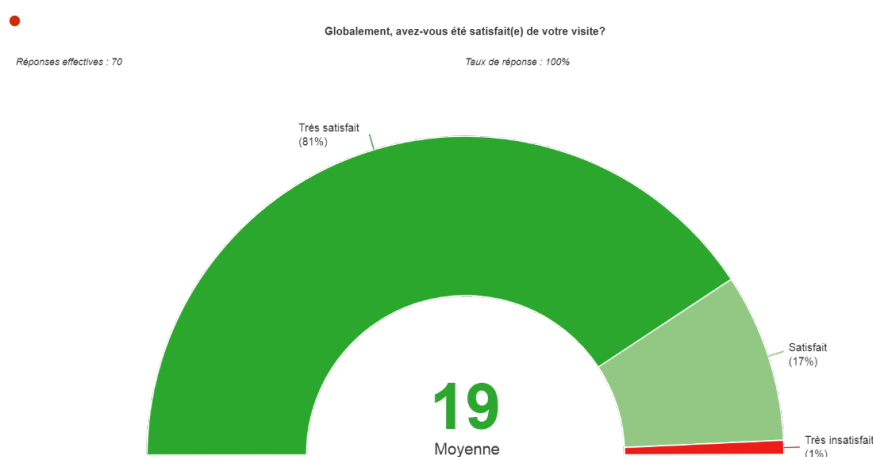


Figure 32: Satisfaction globale, Les Français

Synthèse des résultats

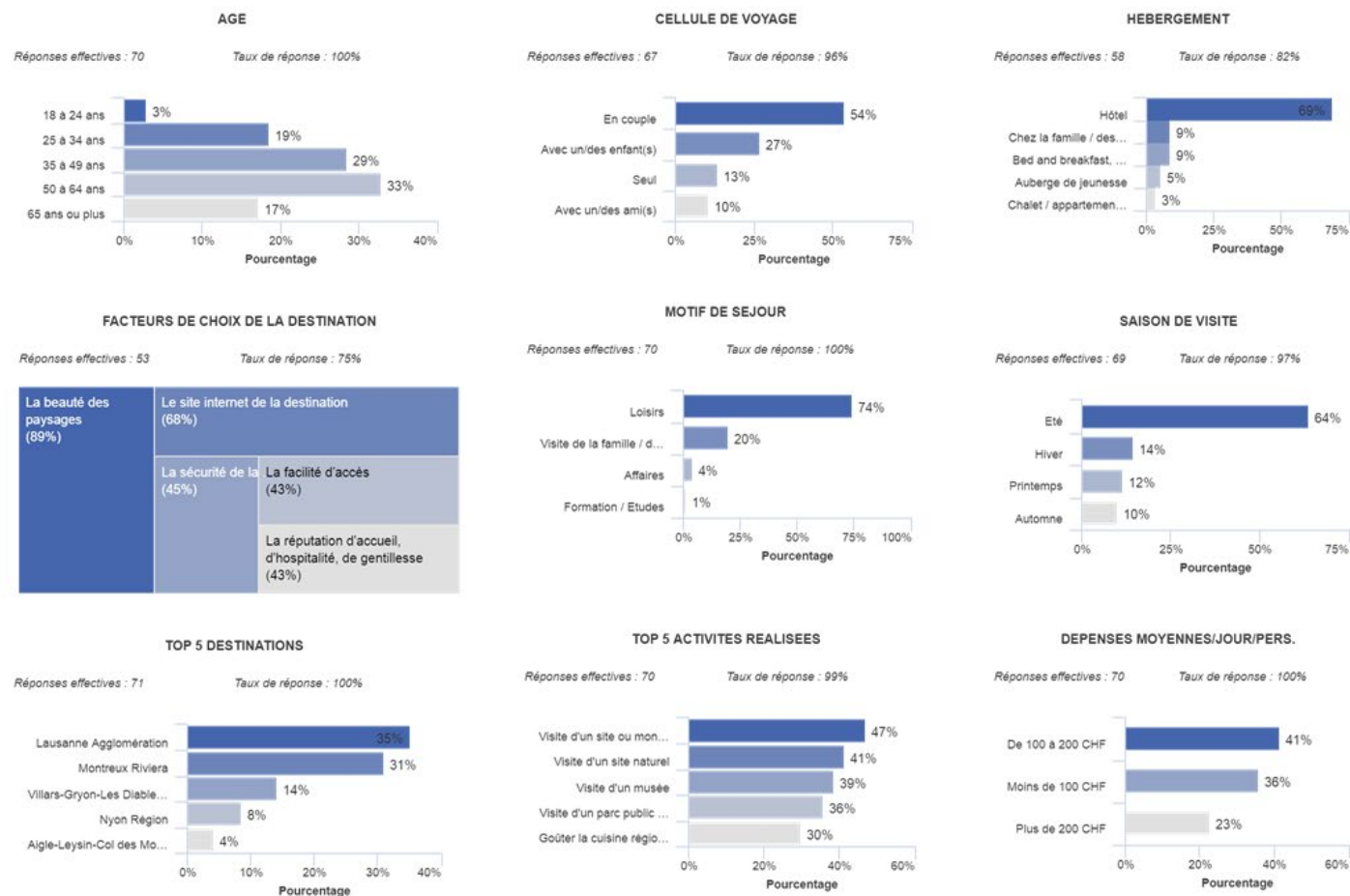


Figure 33: Tableau de synthèse, Les Français

LES FRANÇAIS VISITANT LAUSANNE

Les visiteurs Français visitant Lausanne (N=122, sur 3 années d'enquête⁵) ont plutôt le profil suivant :

- Âgés pour près d'un tiers de 50 à 64 ans (27%) et de 25 à 34 ans pour 23%
- Venus pour plus de la moitié (55%) en couple
- Originaires d'Ile de France (25%) et de Haute-Savoie (11%)
- Hébergés à l'hôtel (40%) ou chez des proches (33%)
- La beauté des paysages (87%), la facilité d'accès (33%), le site internet de la destination (32%) ou encore l'offre culturelle (30%) comme facteurs de choix principaux
- Les loisirs (57%) et la visite de la famille / les amis (34%) comme principaux motifs de séjour : la visite d'un musée (45%), d'un site ou d'un monument architectural (41%), d'un parc public/jardin botanique (39%) ou encore la visite d'un site naturel (38%) comme principales activités
- Dépenses faibles (moins de CHF 100.- par jour et par personne) pour la moitié d'entre eux (52%) à modérées (entre 100 CHF et 200 CHF /jour/pers.) pour un peu plus d'un tiers (37%).

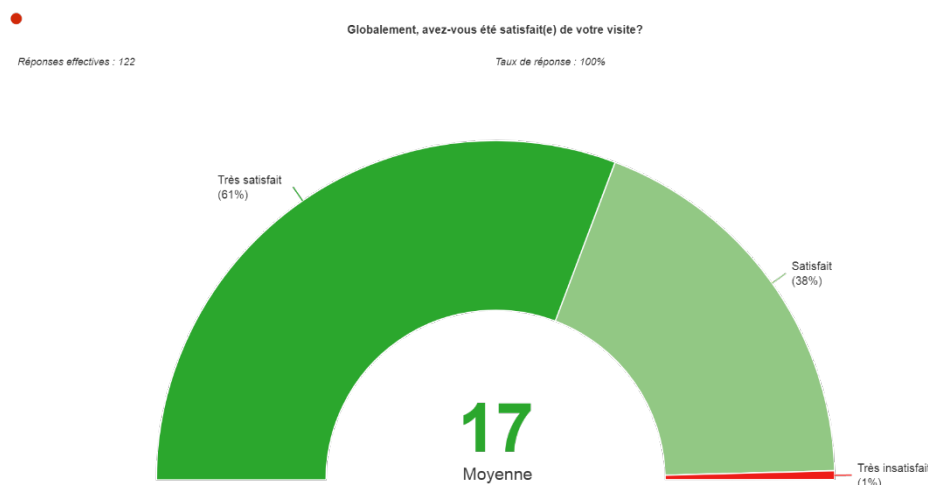


Figure 34: Satisfaction globale, Les Français à Lausanne

⁵ Le nombre de répondants français ayant séjourné principalement à Lausanne n'est pas suffisant (N=25) sur la 3^{ème} année d'enquête pour présenter les résultats détaillés de ce marché. Sont ainsi présentés ici les résultats cumulés des trois années d'enquête.

Synthèse des résultats

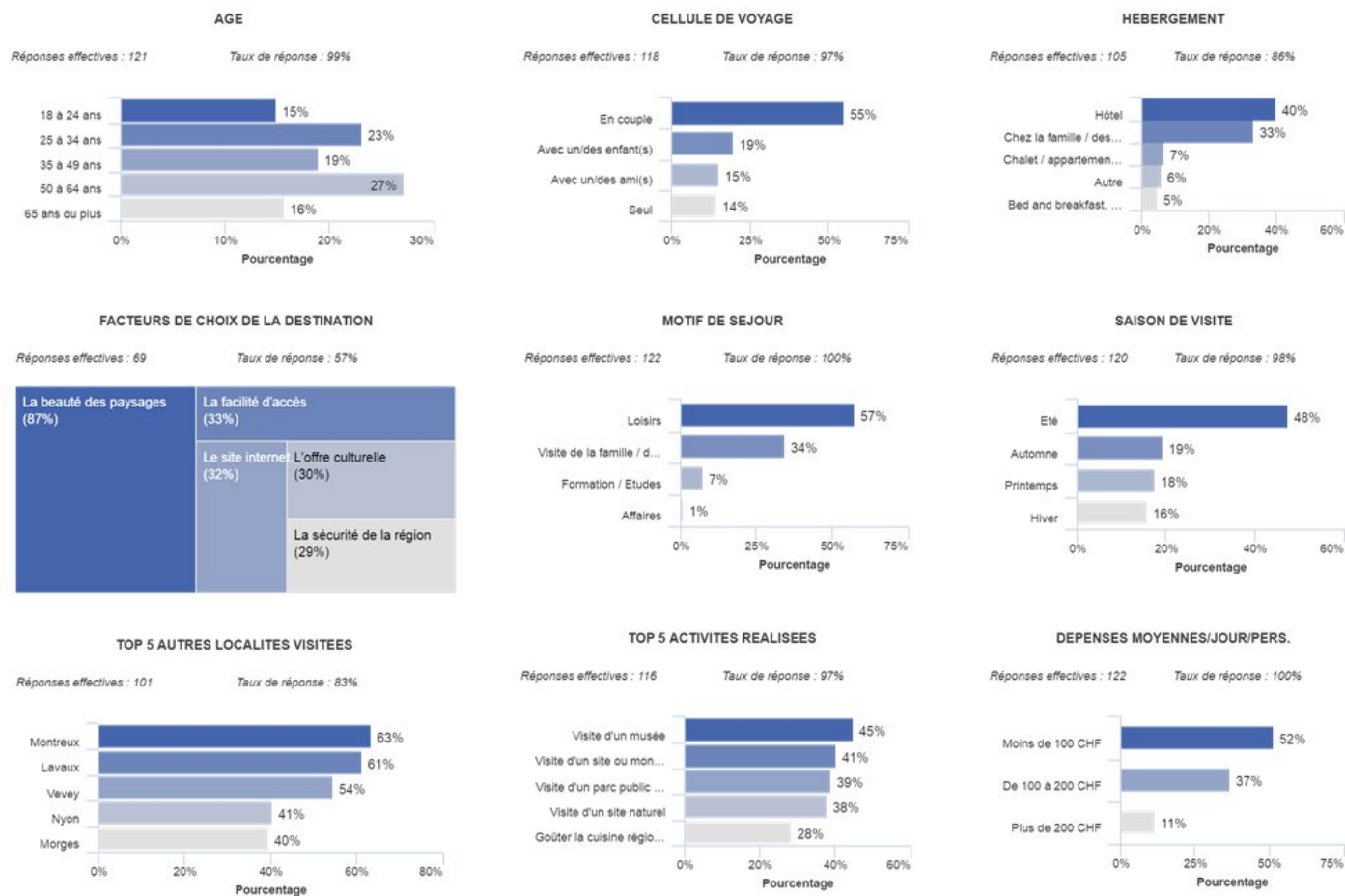


Figure 35: Tableau de synthèse, Les Français à Lausanne

LES FRANÇAIS VISITANT VILLARS-GRYON-LES DIABLERETS-BEX

Les visiteurs Français visitant la région de Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex (N=99, sur 3 années d'enquête⁶) ont plutôt le profil suivant :

- Pour un tiers âgés de 35-49 ans (32%)
- Venus avec un/des enfants (40%) ou en couple (36%)
- Originaires d'Ile de France (22%) ou de Haute-Savoie (16%)
- Hébergés chez des proches (27%) ou, à parts quasi égales, en location (20%) et à l'hôtel (19%)
- La beauté des paysages (80%) et l'offre de loisirs/détente (46%) comme principaux facteurs de choix
- Les loisirs (67%) et la visite de la famille / les amis (30%) comme principaux motifs de séjour : la randonnée (45%), le ski alpin / snowboard (43%) et la visite d'un site naturel (35%) sont leurs principales activités
- Dépenses faibles (moins de CHF 100.-/jour/pers.) pour près de 2 français sur 5 (44%), à modérées (entre 100 CHF et 200 CHF) pour un tiers (33%) d'entre eux

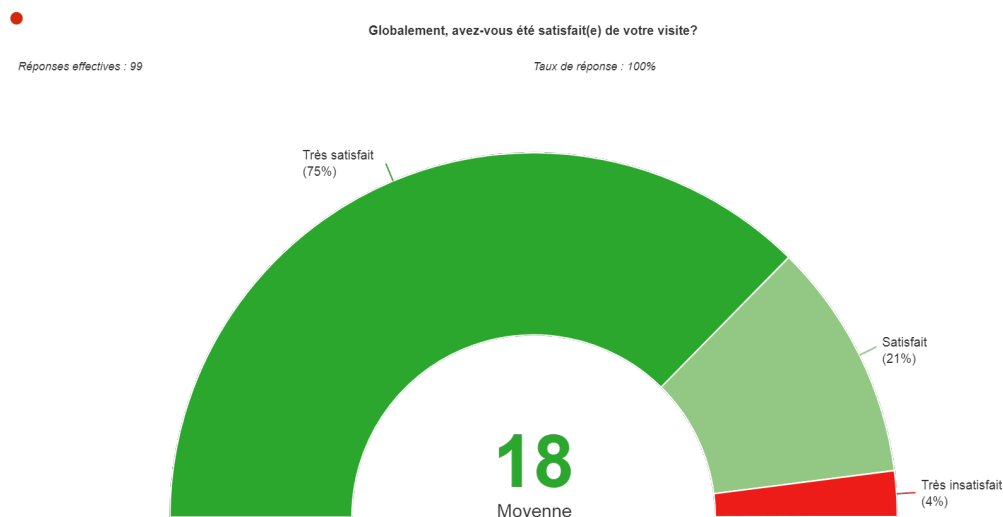


Figure 36: Satisfaction globale, Les Français à Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex

⁶ Le nombre de répondants français ayant séjourné principalement à Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex n'est pas suffisant (N=10) sur la 3^{ème} année d'enquête pour présenter les résultats détaillés de ce marché. Sont ainsi présentés ici les résultats cumulés des trois années d'enquête.

Synthèse des résultats

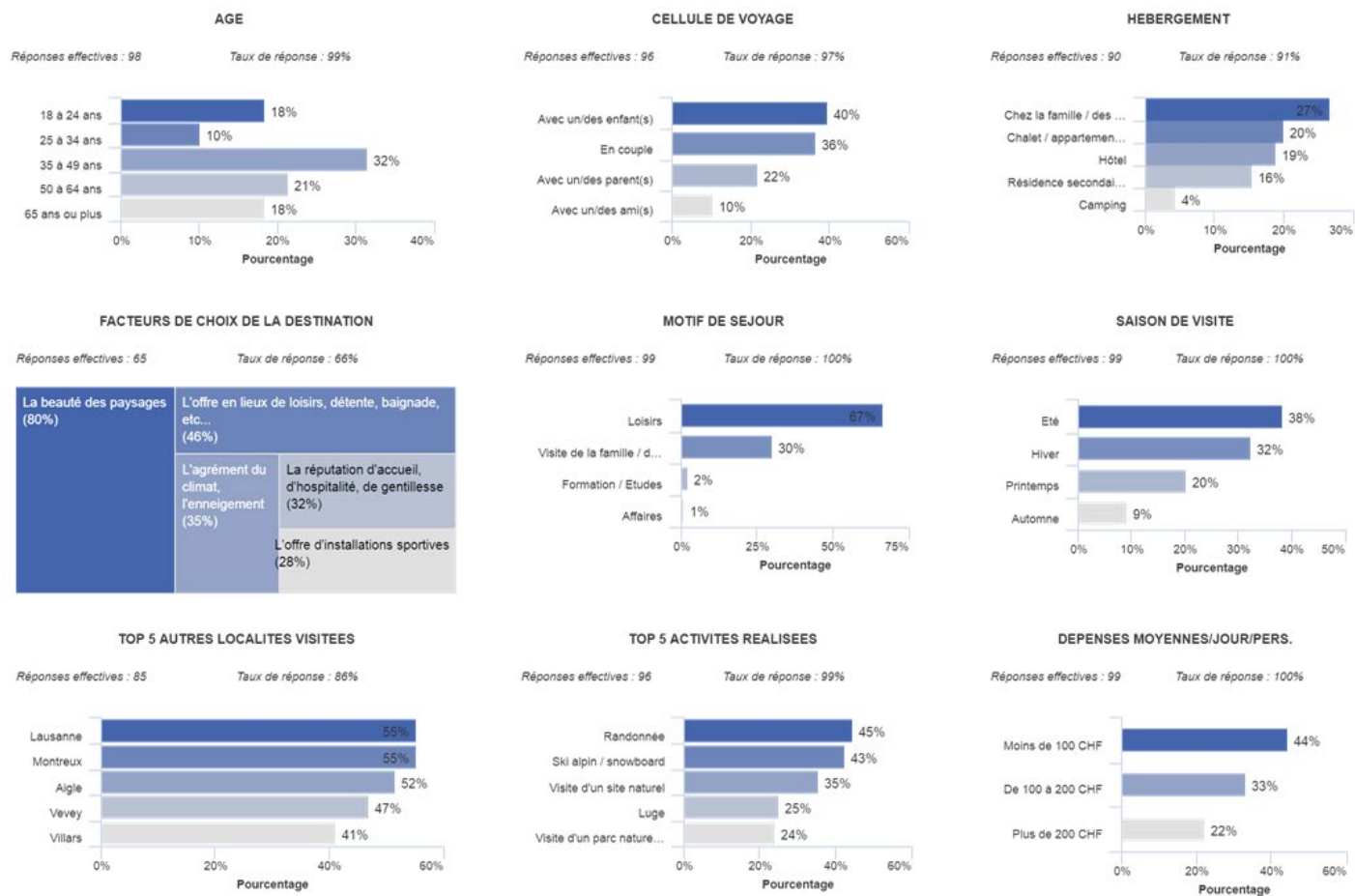


Figure 37: Tableau de synthèse, Les Français à Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex

LES FRANÇAIS VISITANT MONTREUX RIVIERA

Les visiteurs Français visitant la région de Montreux Riviera (N=118, sur 3 années d'enquête⁷) ont plutôt le profil suivant :

- Pour un tiers âgés de 50 à 64 ans (32%) et de 35-49 ans (26%)
- Venus majoritairement avec un/des enfants (40%)
- Originaires d'Île de France (17%) ou de Haute-Savoie (12%)
- Parfois excursionnistes (25%), mais avant tout hébergés (75%), principalement à l'hôtel (39%) ou chez des proches (32%)
- La beauté des paysages comme principal facteur de choix pour la quasi totalité (94%) des répondants ; viennent ensuite le site internet (27%) ou encore l'offre culturelle (26%) de la destination
- Les loisirs (75%) et la visite de la famille / les amis (22%) comme principaux motifs de séjour : la visite d'un site/monument à fort intérêt architectural (41%), d'un site naturel (36%) ou d'un musée (35%) sont leurs principales activités
- Dépenses faibles (moins de CHF 100.-/jour/pers.) pour 6 français sur 10, à modérées (entre 100 CHF et 200 CHF) pour 26% d'entre eux

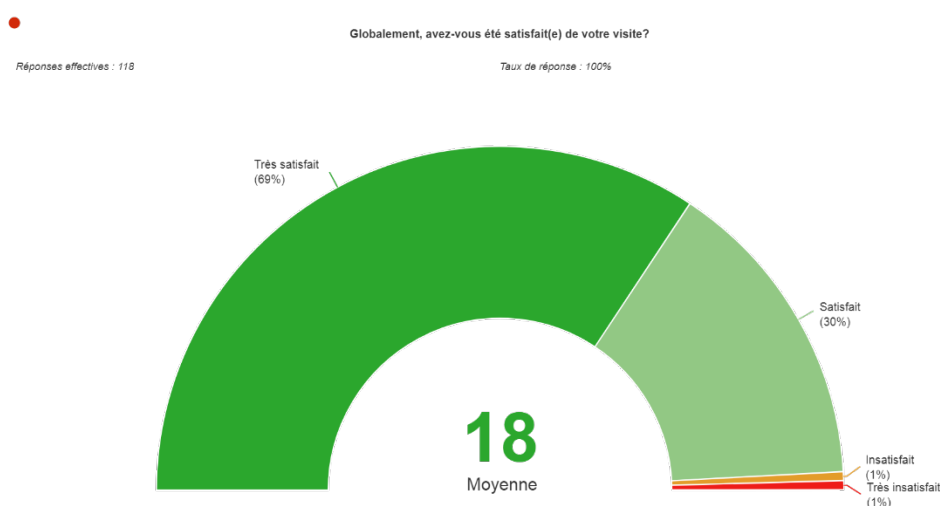


Figure 38: Satisfaction globale, Les Français à Montreux Riviera

⁷ Le nombre de répondants français ayant séjourné principalement à Montreux Riviera n'est pas suffisant (N=22) sur la 3^{ème} année d'enquête pour présenter les résultats détaillés de ce marché. Sont ainsi présentés ici les résultats cumulés des trois années d'enquête.

Synthèse des résultats



Figure 39: Tableau de synthèse, Les Français à Montreux Riviera

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** : si ces activités sont réalisées dans toutes les destinations du canton, elles ressortent encore plus fortement auprès des visiteurs de Château-d'Oex / Pays-d'Enhaut (83%).
- **Les activités ART DE VIVRE sont pratiquées par 54% des visiteurs** : toutes les destinations du canton sont citées par les répondants ayant pratiqué ce type d'activités et particulièrement ceux de Nyon Région (63%), Montreux Riviera (59%) et Lausanne (57%).
- **Les activités CULTURE, PATRIMOINE ET TRADITIONS sont pratiquées par 39% des visiteurs** : se démarquent sur ce DAS en particulier les destinations : Avenches (59%), Lausanne (54%) et Montreux Riviera (49%).
- **Les activités ÉVÈNEMENTS ET FESTIVALS sont pratiquées par 18% des visiteurs** : essentiellement à Lausanne (30%)
- **Les activités HIVERNALES sont pratiquées par 16% des visiteurs** : pour exercer cette activité, les visiteurs se rendent avant tout dans les Alpes vaudoises, principalement à Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex (48%) et Aigle-Leysin-Col des Mosses (42%), dans une moindre mesure ces activités se déroulent également à la Vallée de Joux (36%).

DOMAINES D'ACTIVITES STRATEGIQUES (DAS)

Réponses effectives : 682

Taux de réponse : 99%



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

Evolution sur les 3 années d'enquête

La distribution des réponses en fonction des DAS est restée relativement stable sur les trois années d'enquête, avec en tête des activités citées, celles liées au DAS Nature (72%), puis en seconde position les activités du DAS Art de vivre (41%) ; viennent ensuite les activités du DAS Culture, Patrimoine et Traditions (37%), celles du DAS Evénements et festivals (24%) avec à égalité de points, les activités du DAS Hiver (24%).

Les destinations dont les activités regroupées selon les groupes DAS sont le plus souvent citées sur les trois années d'enquête sont les suivantes :

- **DAS Nature (72%)** : Vallée de Joux (84%), Morges région (81%) et le Pays-d'Enhaut (80%)
- **DAS Art de vivre (41%)** : Morges région (48%), Montreux Riviera (47%) et Lausanne (45%)
- **DAS Culture, Patrimoine et Traditions (37%)** : Lausanne (55%), Avenches (44%), Yverdon-les-Bains Région (42%) et Montreux Riviera (39%)
- **DAS Evénements et Festivals (24%)** : Lausanne (31%) et Avenches (30%)
- **DAS Hiver (24%)** : Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex (57%), Aigle-Leysin-Col des Mosses (48%) et Vallée de Joux (41%)

CONCLUSION

Après trois années d'enquête, la base de données sur le comportement touristique des hôtes du canton de Vaud comporte 3'597 observations valides.

En respectant le seuil limite d'analyse fixé à 30 observations, la base de données de l'enquête est suffisamment conséquente pour pouvoir procéder, selon les besoins exprimés par les partenaires touristiques et les collaborateurs de Vaud Promotion, 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 reste encore insuffisant, N=19)
- 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 touristiques : Eté / Hiver
- Des analyses par motif de séjour
- Sur demande des partenaires, d'autres axes d'analyse peuvent encore être envisagés.

Pour plus d'informations

Vaud Promotion
Observatoire
Avenue d'Ouchy 60 / CP 1125
1001 Lausanne, Suisse
observatoire@vaud-promotion.ch
www.observatoire-vaud.ch

Pour contribuer à la diffusion de l'enquête et accéder à ses résultats complets,
Rejoignez le Réseau Observatoire !

<< Inscription en ligne sur : [la page Réseau Observatoire](#) >>