

VAUD 

Office du Tourisme
du Canton de Vaud

**OBSERVATOIRE
DU TOURISME
VAUDOIS**

Rapport détaillé

**Résultats de la 1^{ère} année d'enquête sur
le comportement touristique**



Suisse.

TABLE DES MATIÈRES

1.	RÉSUMÉ EXÉCUTIF	3
2.	INTRODUCTION	4
3.	CONTEXTE ET OBJECTIFS	5
4.	MÉTHODOLOGIE	5
5.	SYNTHÈSE DES RÉSULTATS GLOBAUX	8
6.	RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE	11
	A/ PROFILS DES VISITEURS	11
	B/ INDICATEURS DU COMPORTEMENT TOURISTIQUE	15
	C/ ZOOMS SPÉCIFIQUES	23
7.	CONCLUSION ET SUITE DE L'ENQUÊTE	39

1. RESUME EXECUTIF

Les visiteurs du canton se concentrent sur les trois grands pôles touristiques - Montreux Riviera, Lausanne et la région de Villars / Gryon / Les Diablerets / Bex - et proviennent de trois principaux marchés - domestique (principalement des Vaudois), de proximité (français) et britannique.

Les excursions représentent près de 20% des visites du canton, notamment lorsque les personnes viennent seules ou avec des amis. Parmi les hôtes hébergés, les courts séjours sont les plus fréquents et les longs séjours d'au moins 8 nuits sont privilégiés par les familles.

Le canton de Vaud est choisi comme destination à l'unanimité pour la beauté de ses paysages (8 visiteurs sur 10, et ce quelle que soit la région), pour son climat et son enneigement : ces atouts incitent les visiteurs à pratiquer principalement des loisirs (73% des cas).

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 la thématique Gastronomie/Vin (37% des répondants).

Peu dépensiers, du fait notamment d'un grand nombre d'activités réalisées dans la nature (55% dépensent moins de 100 CHF/jour/personne), les visiteurs du canton sont largement satisfaits de l'offre touristique proposée (6 visiteurs sur 10 sont enchantés).

D'autres résultats ressortent de l'analyse de cette première année :

L'hébergement par la famille ou les amis ressort au même niveau que l'hôtellerie : ce type d'hébergement est même privilégié dans les Alpes Vaudoises.

Les visiteurs établis principalement à Lausanne sont enclins à se déplacer dans d'autres destinations du canton - utilisant notamment la carte d'hôte pour les transports publics. Ils visitent aussi Montreux Riviera, La Côte (Morges et Nyon) et les régions de Moudon et Echallens - au contraire des visiteurs de Montreux Riviera, restant principalement sur cette destination (pour rappel, le taux d'excursionnistes est plus important sur Montreux Riviera).

Des différences apparaissent selon les profils de visiteurs : les vaudois et romands n'ont par exemple pas les mêmes attentes que les Suisses allemands, de même que les Français en visite à Lausanne ne sont pas les mêmes que ceux qui visitent les Alpes vaudoises.

Avec une insatisfaction légèrement plus marquée et la difficulté à capter cette population, la clientèle d'affaires ressort clairement comme un enjeu important de l'Observatoire.

2. 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 : « 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.

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

3. CONTEXTE ET OBJECTIFS

Lors de l'analyse des besoins réalisée en 2016, 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
- Dépenses moyennes quotidiennes
- Satisfaction générale

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

- 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

4. 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 enquête barométrique est menée en ligne tous les ans afin de mesurer dans le temps l'évolution du comportement touristique.

La première année d'enquête a été réalisée du 1^{er} avril 2018 au 31 mars 2019 et proposée en 3 langues (français, anglais, allemand).

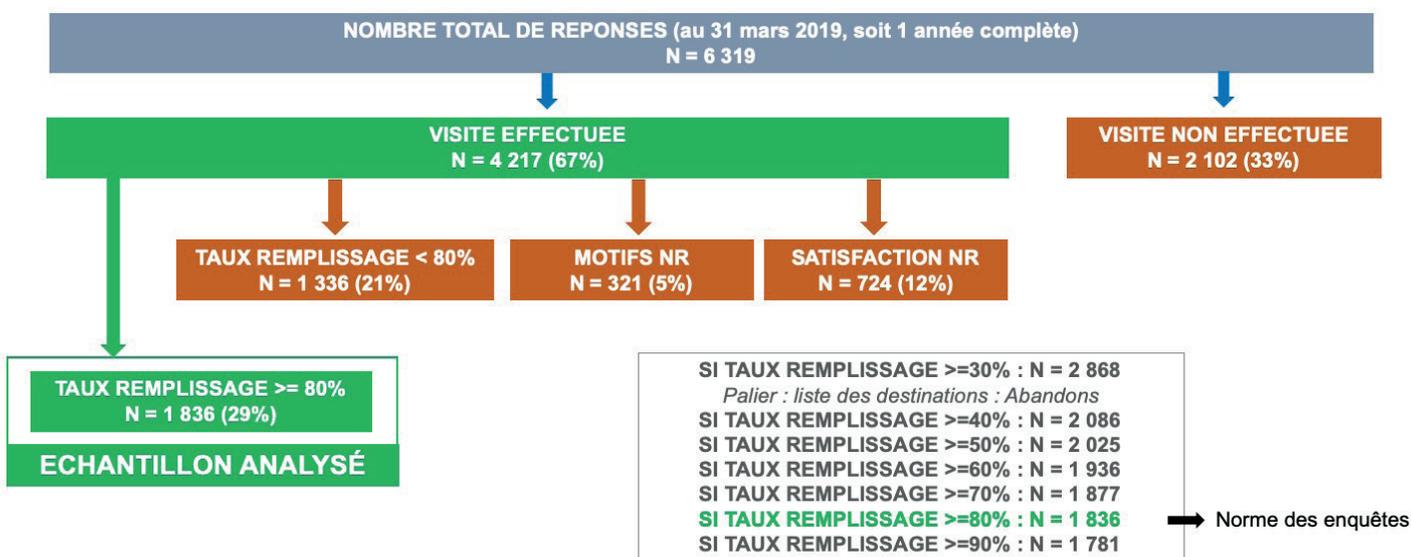
Afin d'optimiser le taux de réponse, l'enquête a été diffusée sur plusieurs modes de diffusion : une adresse URL directe (www.enquete-vaud.ch), des outils digitaux (QR Code, widgets, banners), papiers (flyers) et interactifs (bornes).



Les outils développés ont été mis à disposition de l'ensemble des prestataires touristiques vaudois, invités par l'OTV à rejoindre le Réseau Observatoire afin de contribuer à la diffusion du questionnaire d'enquête.

Sur les 6 319 réponses recueillies sur la période précitée, un échantillon de 1 836 réponses a été retenu pour l'analyse sur la base des critères spécifiques 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).

Cet échantillon de 1 836 répondants est représentatif en termes de profil des répondants et de réponses par rapport à l'ensemble des répondants.



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 1 836 répondants en termes de destinations visitées et de type de visiteurs est donc la suivante :

Destination	Nombre	%
Aigle - Leysin - Les Mosses	121	7%
Avenches	45	2%
Château d'Oex / Pays d'Enhaut	58	3%
Echallens Région	9	0%
Lausanne Agglomération	335	18%
Montreux Riviera	500	27%
Morges Région	61	3%
Moudon Région	24	1%
Nyon Région	144	8%
Payerne / Estavayer-le-Lac	44	2%
Vallée de Joux	78	4%
Villars-Gryon-Les Diablerets-Bex	244	13%
Yverdon-les-Bains Région	173	9%
TOTAL	1836	

Type de visiteurs	Nombre	%
Excursionnistes	349	19%
Hôtes hébergés	1487	81%
TOTAL	1836	

Le questionnaire proposé aux visiteurs pour cette première année est composé en partie des six indicateurs prioritaires du comportement touristique mentionnés précédemment (voir Chapitre 3 Contexte et objectifs, page 5). Afin de comprendre davantage les résultats sur ces indicateurs, des questions plus spécifiques sur le profil des visiteurs ont également été présentées : la fidélité au canton, le statut de visite (venu seul ou avec parents/enfants, amis, etc.), le nombre de nuitées, la carte d'hôte, le pays de provenance, le sexe et l'âge.

Ce rapport présente les résultats de toutes les questions consolidés au niveau cantonal et avec les spécificités de profils statistiquement différentes de la moyenne cantonale. Ces différences significatives sont calculées selon le test statistique du khi-deux, permettant de mesurer la corrélation entre deux questions.

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 et sur la cohérence entre les activités réalisées et les Domaines d'Activités Stratégiques (DAS).

Le détail des résultats de l'enquête peuvent être visualisés sur une plateforme de reporting en ligne. Cette plateforme permet aux utilisateurs de naviguer dans les résultats de l'enquête et d'appliquer différents filtres d'affichage à ceux-ci, comme par exemple un filtre par destination ou par motif de séjour. L'accès à cette plateforme de reporting se fait depuis la page « Enquêtes » du portail de l'Observatoire (www.observatoire-vaudtourisme.ch), en mode sécurisé. Il faut donc entrer ses informations d'identification pour accéder à cette partie sécurisée du site (login et mot de passe OTVNET ou Réseau Observatoire).

5. SYNTHÈSE DES RESULTATS GLOBAUX

1. Des visiteurs largement satisfaits de l'offre touristique du canton de Vaud (94% satisfaits dont 60% très satisfaits).

2. Une concentration des visites sur 3 pôles touristiques :

- Montreux Riviera : des touristes plutôt mono-destination (restent sur Montreux Riviera)
- Lausanne : des touristes plutôt multi-destination du fait de la position centrale de la ville (se rendent aussi sur Montreux Riviera, Nyon, Morges, Moudon, Echallens, profitant de la carte d'hôte pour les transports publics pour circuler)
- Villars/Gryon/Les Diablerets/Bex

3. Une prédominance de 3 marchés – d'où l'importance de proposer les informations en 3 langues :

- Domestique (57%, principalement les Vaudois)
- Français (17%, plutôt les habitants de Paris et sa région)
- Anglophones (8%, USA/Canada/Royaume-Uni).
- Les visiteurs germanophones (principalement suisses alémaniques et allemands), représentent tout de même 15% de l'échantillon.

4. Deux typologies de touristes :

- 19% d'excursionnistes, près de la moitié d'entre eux étant venus sur Montreux Riviera
- **81% d'hôtes hébergés** (principalement sur Montreux Riviera, Lausanne, Villars / Gryon / Les Diablerets / Bex) : **l'hôtel** (31%, notamment pour des courts séjours), et **l'hébergement chez la famille/les amis** (27%, notamment pour les visiteurs venus en famille, et pour des longs séjours) comme modes d'hébergement privilégiés, les locations meublées n'étant citées que par 12% des répondants, malgré le développement de plateformes comme AirBnB.

5. Un facteur de choix de la destination principalement environnemental :

la beauté des paysages et le climat/enneigement sont des atouts recherchés par les voyageurs dans le canton de Vaud (respectivement 80% et 23%). L'offre touristique en terme d'activités est recherchée ensuite, notamment les lieux de loisirs/détente (17%), l'offre culturelle (15%) et l'offre gastronomique (13%). La facilité d'accès est également évoquée par 15% des répondants.

6. Des visiteurs venus essentiellement pour des loisirs (73%), et pour certains pour une visite de la famille/des amis (19%).

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

- Les activités réalisées sont globalement cohérentes avec les priorités DAS des destinations.
 - DAS Nature pour Château-d'Oex/Pays-d'Enhaut/Morges/Vallée de Joux
 - DAS Art De Vivre pour Morges/Montreux Riviera
 - DAS Culture, Tradition et Patrimoine pour Lausanne/Yverdon-les-Bains
 - DAS Activités Hivernales pour les Alpes vaudoises/Vallée de Joux
 - DAS Évènements et Festivals pour Avenches
- L'attrait pour les paysages se vérifie au regard des activités en lien avec la nature comme **la visite d'un site naturel** (28%) et **la randonnée** (27%) qui sont les deux activités les plus pratiquées
- La thématique Gastronomie/Vin arrive en seconde position, notamment avec la **cuisine régionale** (18%), **la dégustation de produits du terroir** (16%) ou encore les **repas gastronomiques** (15%)
- Les activités Culture et Patrimoine comme **la visite d'un site architectural** (27%) ou **la visite d'un musée** (23%) sont également fréquemment pratiquées
- A noter que les visiteurs cherchent à combiner des activités Nature avec des activités Patrimoine, Sport et Gastronomie

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

- Les moins dépensiers (55%, dépensant moins de 100 CHF/jour/personne) sont plutôt des excursionnistes, des visiteurs venus pour voir la famille/les amis, des romands et des visiteurs de la Vallée de Joux
- Les dépensiers «moyens» (32%, entre 100 CHF et 199 CHF) sont des hôtes hébergés, des visiteurs Loisirs, des Suisses alémaniques ou anglophones et des visiteurs de Lausanne
- Les «gros» dépensiers (13%, 200 CHF et plus) sont plutôt des hôtes hébergés, des suisses alémaniques et des visiteurs de Villars / Gryon / Les Diablerets / Bex

9. Tendances sur les principaux marchés, SUISSE et FRANCE (résultats à affiner après 2 ans d'enquête) :

- **Vaudois** : plutôt des familles / excursionnistes ou hôtes hébergés par la famille-les amis / activités sportives / Montreux Riviera et Lausanne / dépenses faibles
- **Autres Romands** : plutôt des couples / excursionnistes ou hôtes hébergés par la famille-les amis / activités nature / Montreux Riviera, Alpes Vaudoises et Lausanne / dépenses moyennes
- **Suisses alémaniques** : plutôt des couples seniors / hôtes hébergés à l'hôtel / Montreux Riviera / activités nature et gastronomie / dépenses moyennes





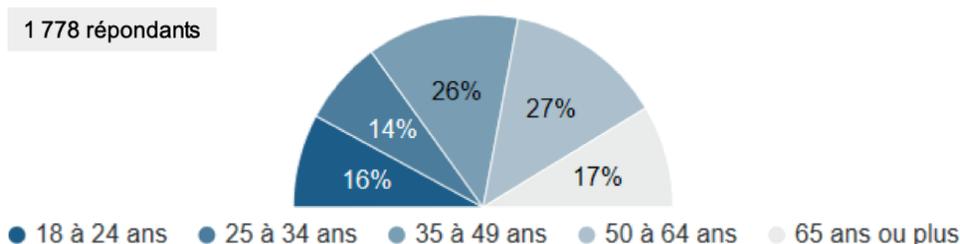
- **Montreux Riviera** : plutôt des familles sans enfant/excursionnistes ou hôtes hébergés par la famille-les amis ou à l'hôtel / Paris et Haute-Savoie / activités nature / dépenses faibles / paysages et climat
- **Lausanne** : plutôt des couples / hôtes hébergés par la famille-les amis ou à l'hôtel / Paris / activités variées (nature, culture, gastronomie) / dépenses moyennes / paysages et facilité d'accès
- **Alpes Vaudoises** : plutôt des jeunes familles / hôtes hébergés par la famille-les amis ou en location / Paris et Haute-Savoie / activités sport / dépenses élevées / paysages, climat et offre de loisirs

6. RESULTATS DE L'ENQUETE

A/ PROFILS DES VISITEURS

Age des répondants

Q. Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

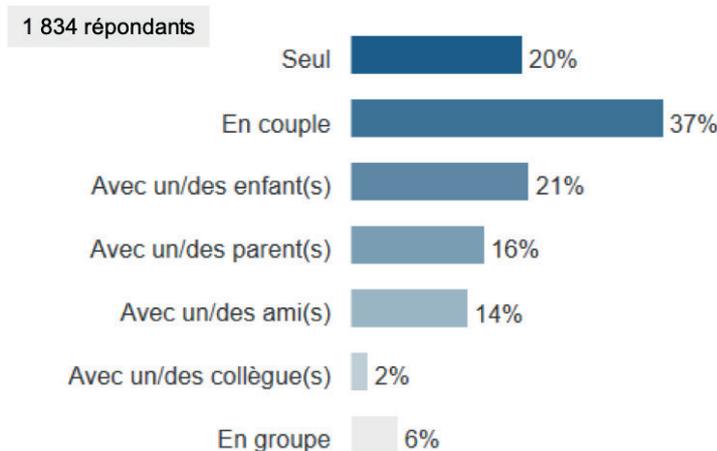


Les catégories d'âge les plus représentées parmi les visiteurs du canton de Vaud sont les 50-64 ans (27% des visiteurs) et les 35-49 ans (26%).

Les populations les plus jeunes (18-24 ans, 16% des visiteurs) et les plus âgées (65 ans et plus, 17%) sont moins nombreuses à visiter le canton.

Statut de la visite

Q. Etes-vous venu(e) ?

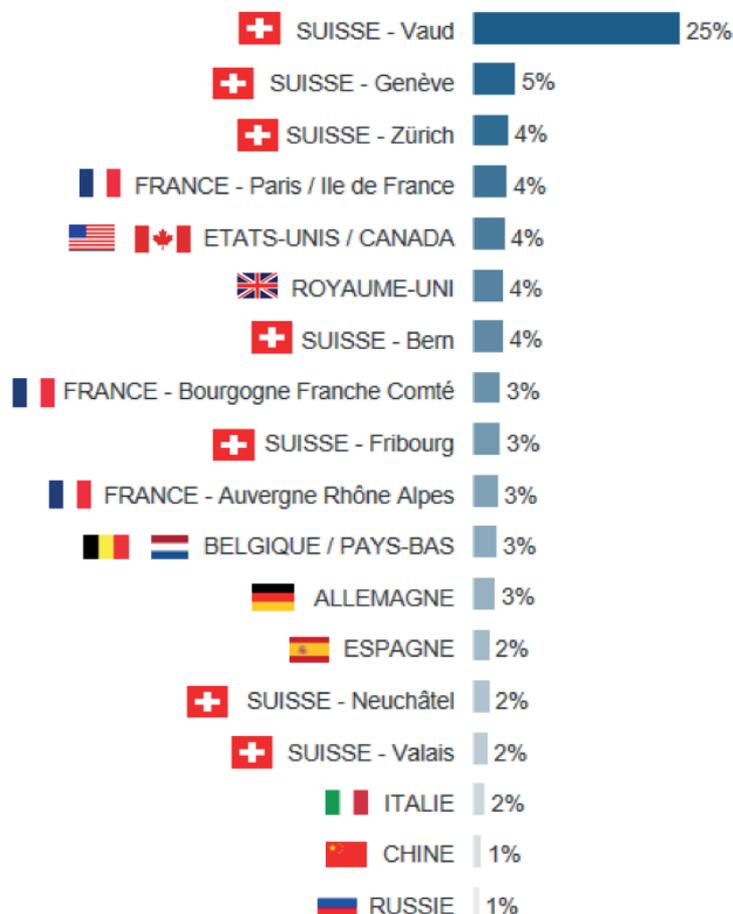


37% des visiteurs sont venus en couple, notamment les 25-34 ans (43%) et les plus de 50 ans (45%). Les visites avec des enfants se font dans 21% des cas, notamment parmi les 35-49 ans (40%), et les visites avec des parents dans 16% des cas, notamment chez les 18-24 ans (43%).

Provenance

Q. Quel est votre pays de résidence ?

1 836 répondants



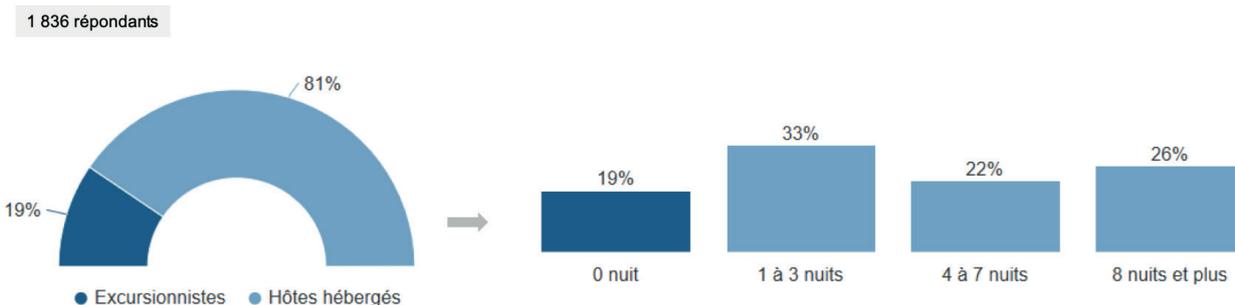
Le marché Suisse prédomine parmi les visiteurs du canton de Vaud : 1 visiteur sur 4 est issu du marché domestique (résidents vaudois), devant les Genevois (5%) et les Zurichois (4%).

La France est le deuxième pays de provenance (17%), principalement l'Île-de-France (4%) et les régions frontalières de la Bourgogne-Franche-Comté (3%) et Auvergne-Rhône-Alpes (3%).

L'Amérique du Nord (USA et Canada, 8%), le Royaume-Uni (4%), l'Allemagne (3%) et l'Italie (2%) sont des marchés assez peu présents parmi les visiteurs du canton de Vaud.

Nuitées

Q. Combien de nuits avez-vous passé dans la destination ?

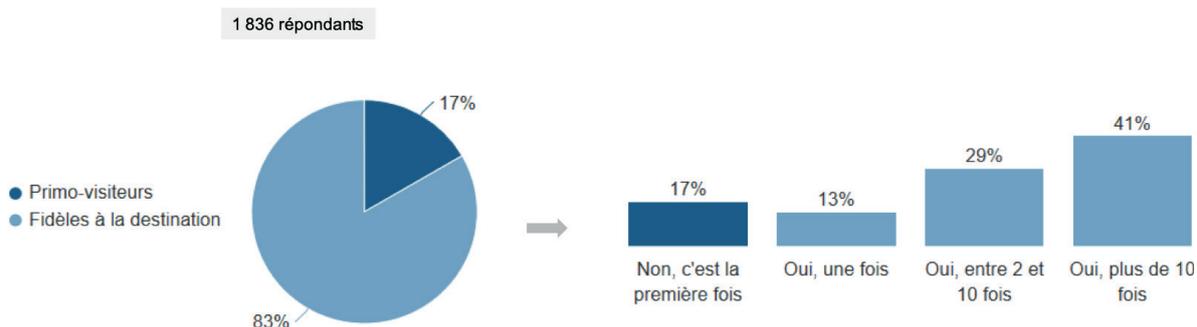


Près de 20% des répondants sont des excursionnistes, notamment les résidents du canton de Vaud (27% d'excursionnistes) et du Jura (42%). On trouve davantage d'excursionnistes parmi les visiteurs venus seuls (27%) ou avec des amis (24%).

Les hôtes hébergés (8 visiteurs sur 10) sont davantage des personnes venues en couple (87%), ou en famille (avec enfants, 87%, avec parents (85%). Les voyageurs du Royaume-Uni sont principalement des hôtes (96%).

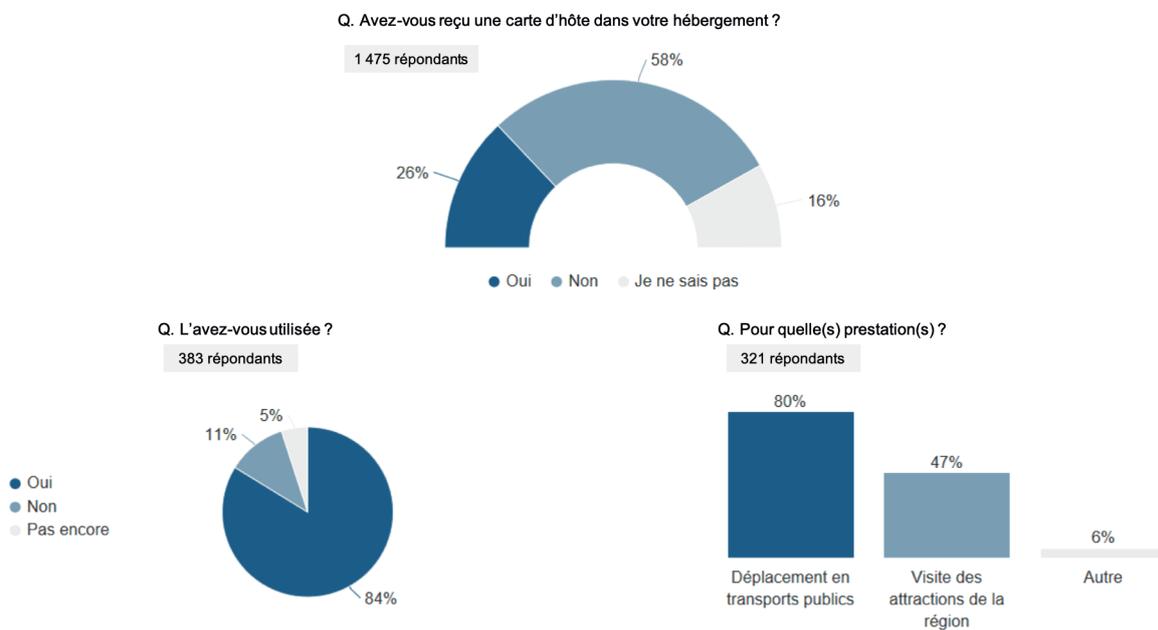
Fidélité à la destination

Q. Etes-vous déjà venu dans la région auparavant ?



8 visiteurs sur 10 sont fidèles au canton de Vaud – une majorité d'entre eux est même déjà venue plus de 10 fois, notamment les 65 ans et plus (87% de fidèles), les résidents des cantons de Fribourg (100%), Genève (97%) et Vaud (96%).

Les primo-visiteurs (17%) sont plutôt 25-34 ans (25%), des Français (27%) ou Nord-Américains (49%).



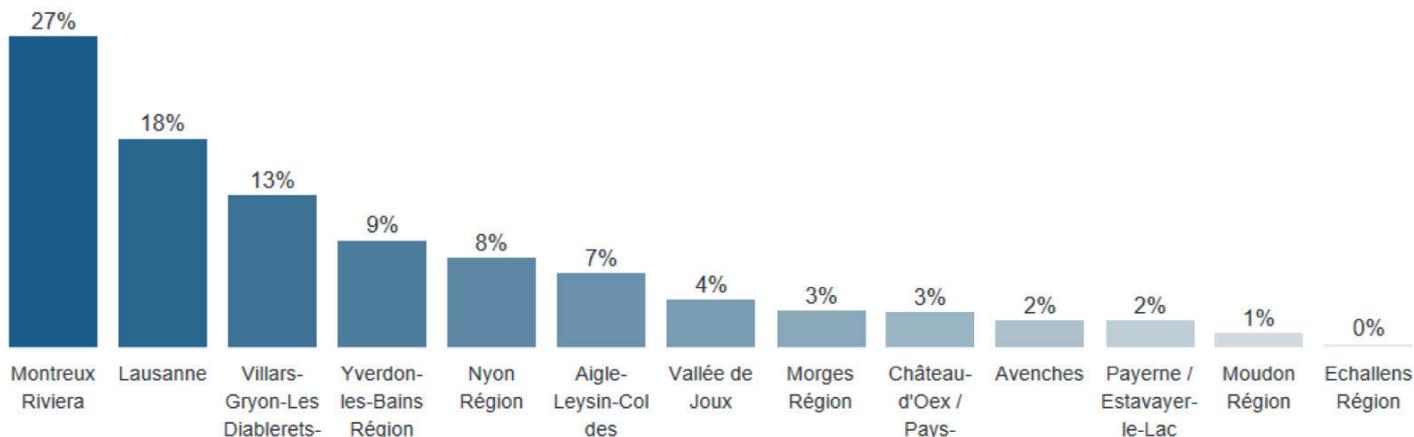
26% des visiteurs déclarent avoir reçu une carte d'hôte dans leur hébergement. Parmi eux, 84% l'ont utilisée, principalement pour se déplacer avec les transports publics.

Les visiteurs de Château-d'Oex/Pays-d'Enhaut l'ont davantage utilisée pour visiter les attractions de la région (87%), alors que sur Montreux Riviera et Lausanne, la carte a davantage servi pour les transports publics (respectivement 90% et 88%).

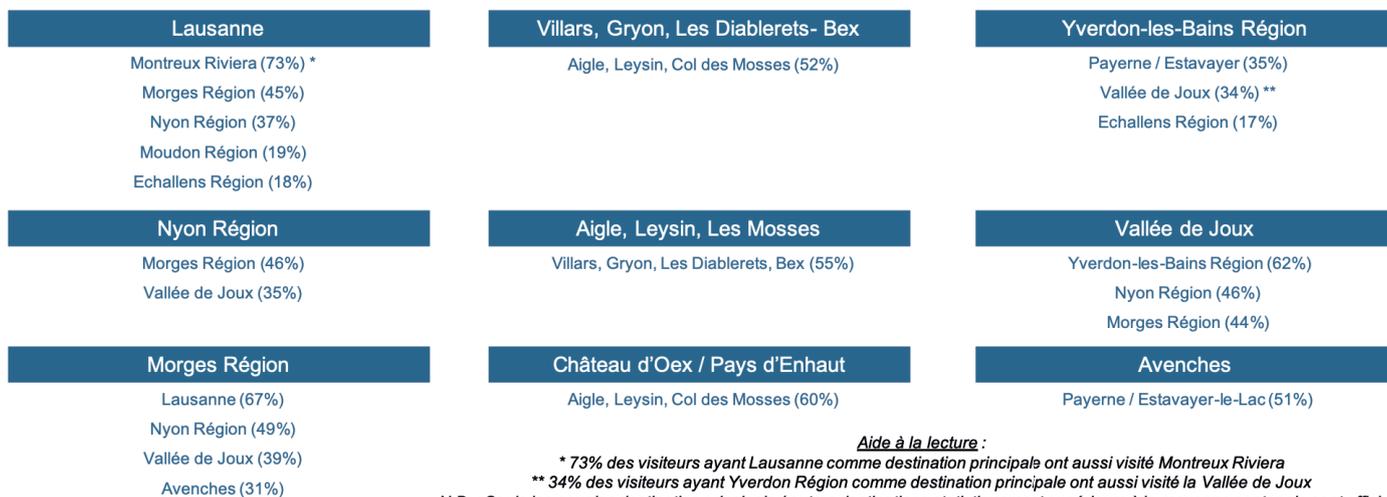
B/ INDICATEURS DU COMPORTEMENT TOURISTIQUE

Destination principale

1 836 répondants

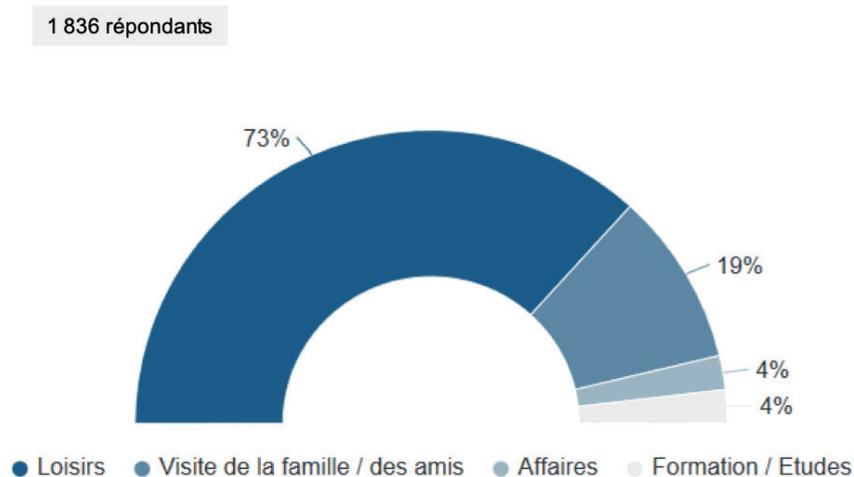


Montreux Riviera est la destination la plus visitée par les touristes dans le canton de Vaud (27% d'entre eux en ont fait leur destination principale), devant Lausanne (18%) et la région de Villars / Gryon / Les Diablerets / Bex (13%). Les autres destinations sont moins visitées (moins de 10% des visiteurs du canton de Vaud).



Les visiteurs de Lausanne (en destination principale) sont plutôt « multi-destination » (Montreux Riviera, Morges/Nyon, Echallens/Moudon) alors que les visiteurs de Montreux Riviera (en destination principale) ne cherchent pas à visiter d'autres destinations.

Motifs de séjour



Les loisirs représentent la majorité des motifs de séjour dans le canton de Vaud (73% des cas) et sont privilégiés par les excursionnistes (83% d'entre eux sont venus pour des loisirs).

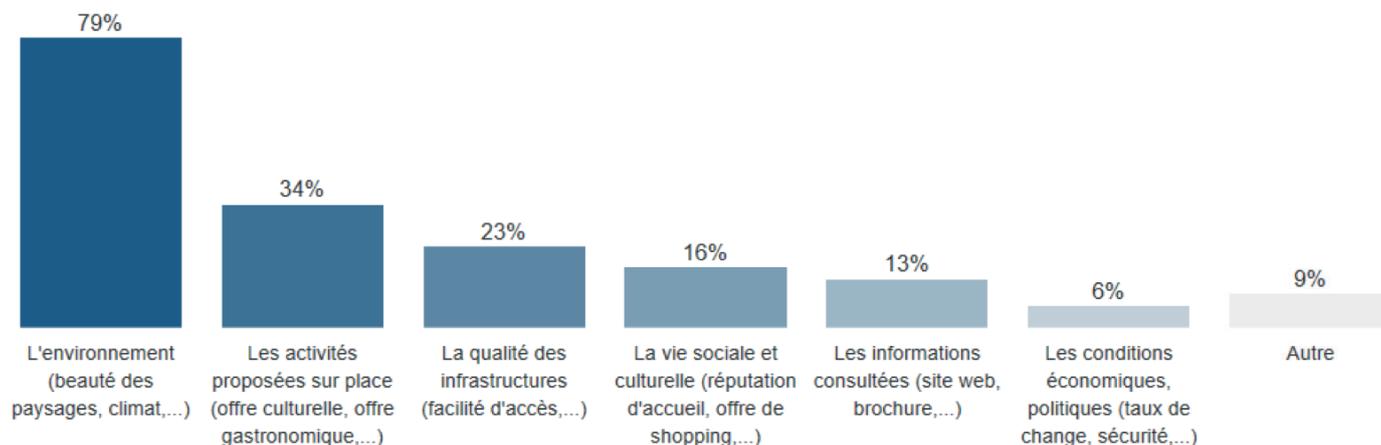
La dimension Famille/Amis n'est pas à négliger puisque près de 20% des répondants sont venus rendre visite à leur entourage, certains étant même des visiteurs fidèles (24% des visiteurs venus pour au moins la 10^{ème} fois viennent rendre visite à leur entourage).

Les clientèles d'affaires et étudiantes sont peu représentées parmi les répondants (4% chacune).

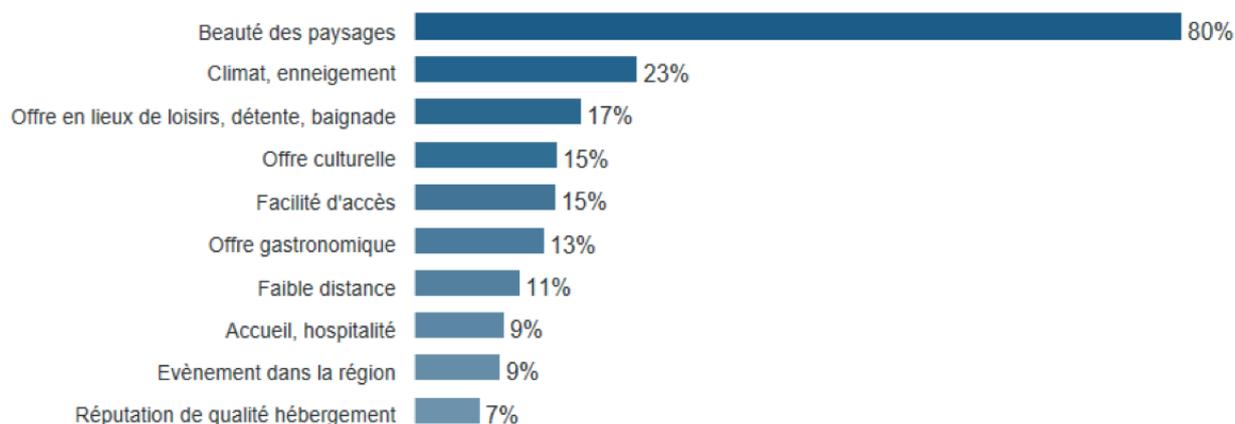
Qualités déterminantes pour le choix de la destination

Q. Est-ce que l'un des facteurs suivants vous a incité à choisir notre région ?

1 349 répondants



1 263 répondants



L'environnement 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 venus pour des loisirs (8 visiteurs sur 10), et dans une proportion moindre le climat et l'enneigement (23%).

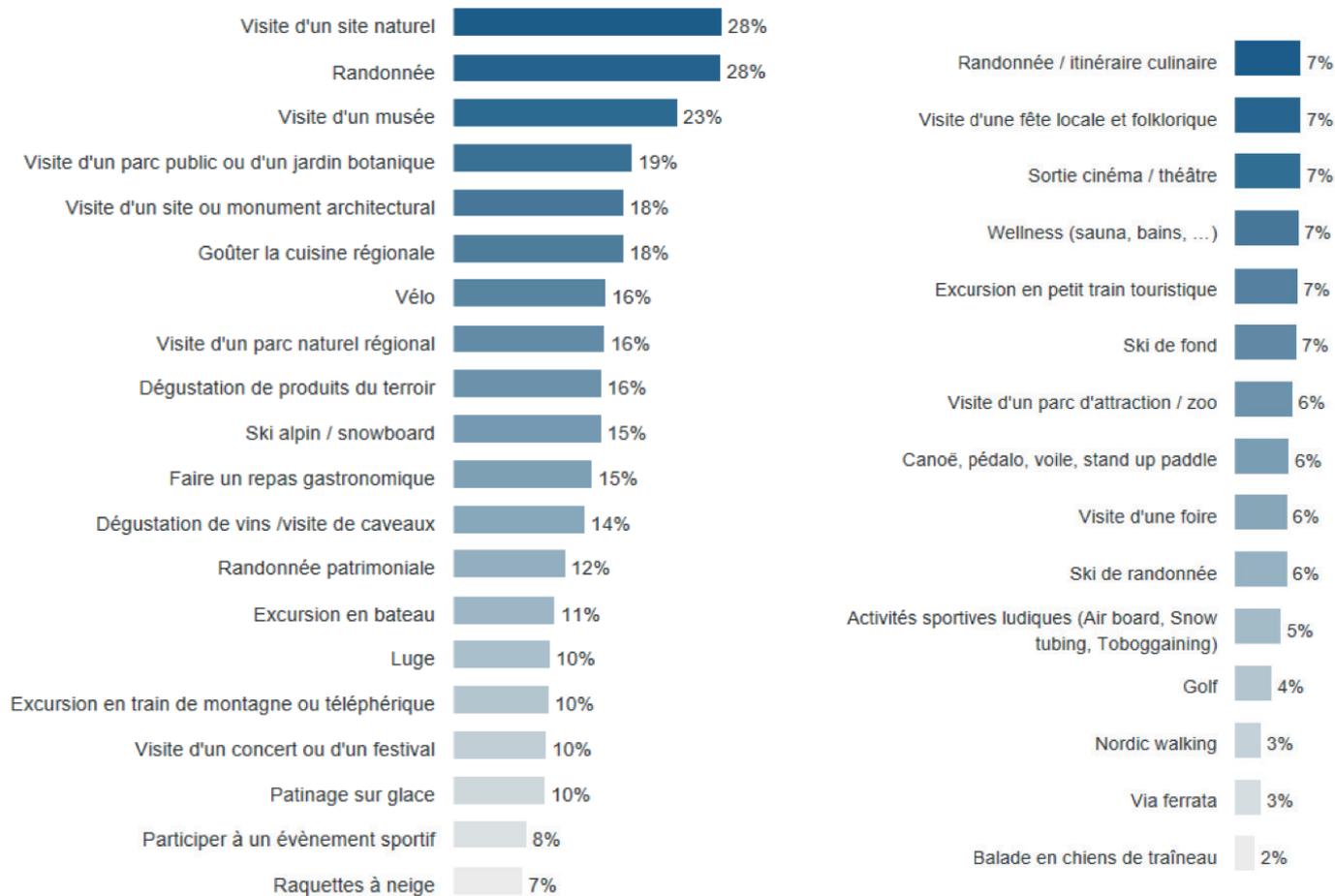
Un tiers des visiteurs évoque l'offre d'activités proposées sur place : les lieux de loisirs / détente / baignade sont cités par 17% des répondants, devant l'offre culturelle (15%) et l'offre gastronomique (13%).

La troisième qualité déterminante dans le choix du canton de Vaud comme destination concerne la qualité des infrastructures, en particulier, la facilité d'accès (15% des visiteurs) ou la faible distance (11%).

Activités réalisées

Q. Sélectionnez les types d'activités récréatives / touristiques que vous avez réalisés lors de votre visite ?

1 708 répondants



L'attrait pour les paysages vaudois incite les visiteurs à vivre pleinement leur « expérience vaudoise » en couplant des activités dans la nature - principalement la visite d'un site naturel (28%) et la visite d'un jardin public / botanique (19%) - à des activités de découverte de l'offre touristique :

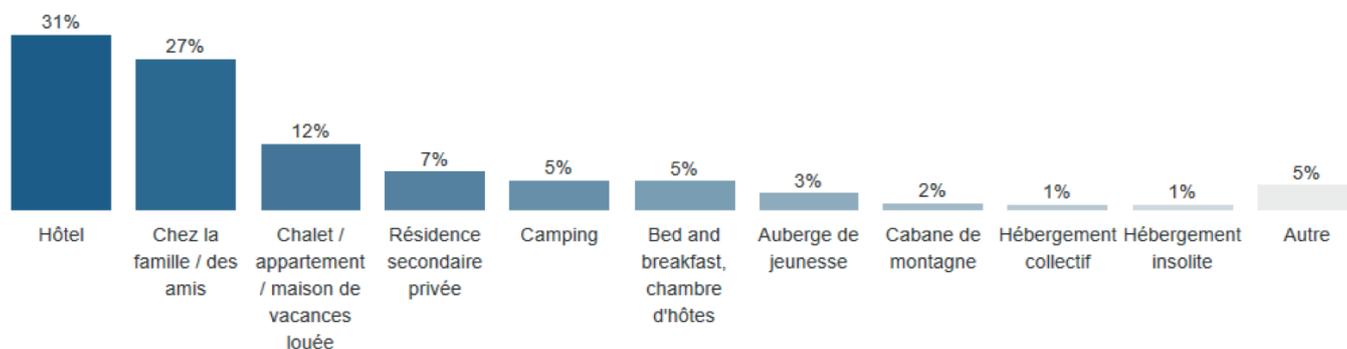
- découverte du patrimoine, en particulier les sites architecturaux (18%, notamment les 65 ans et plus) ou encore une randonnée patrimoniale (12%)
- pratique sportive, notamment la randonnée (28%, plutôt les 25-34 ans), le vélo (16%, plutôt les 18-24 ans et les 35-49 ans) ou le ski / snowboard (15%, plutôt les 18-24 ans et les 35-49 ans)
- découverte de la gastronomie vaudoise, à travers sa cuisine régionale (18%, notamment les 50-64 ans), ses produits du terroir (16%, plutôt les 65 ans et plus), ou encore la dégustation de ses vins (14%)

La notoriété des musées du canton est également mise en avant : si elle représente la troisième activité la plus pratiquée (23%), les visiteurs prennent davantage le temps pour visiter un musée lors d'un séjour d'au moins deux jours (25%) que lors d'une excursion (18%).

Hébergement principal

Q. Quel a été votre hébergement principal lors de votre séjour ?

1 484 répondants



Deux types d'hébergement sont privilégiés des visiteurs du canton de Vaud : en premier l'hôtel (31%), notamment pour des courts séjours (1 à 3 nuits). Les personnes privilégiant ce type d'hébergement sont plutôt des personnes venues en couple (39% d'entre elles ont logé à l'hôtel), les 65 ans et plus (54%), ou encore les visiteurs suisses allemands (54%) et les Nord-Américains (USA/Canada, 46%).

Le deuxième hébergement le plus fréquent concerne la famille / les amis (27%), notamment pour des longs séjours (8 nuits et plus). Les personnes hébergées dans leur entourage sont plutôt des personnes venues avec leurs parents (35%), les 25-34 ans (33%) ou encore les résidents vaudois (34%) et les français (34%).

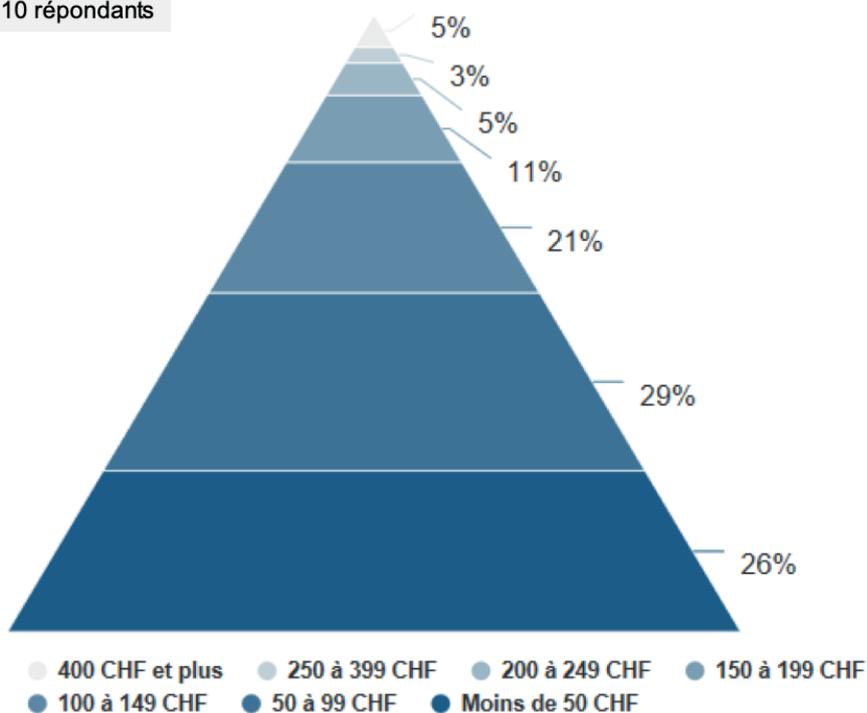
Les locations de chalet ou maison de vacances se font dans 12% des cas : plutôt lorsqu'on se rend avec des enfants (21%) ou privilégié par les 35-49 ans (15%), ou encore lorsque le séjour n'est pas trop long (entre 4 et 7 nuits).

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

Dépenses moyennes quotidiennes

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

1 810 répondants



Globalement, les visiteurs sont assez peu dépensiers lors de leur séjour dans le canton de Vaud : 55% d'entre eux ont dépensé moins de 100 CHF quotidiennement par personne : on trouve notamment les visiteurs romands (62%), les excursionnistes (80%) ou encore les personnes venus rendre visite à leur famille / amis (63%). La Vallée de Joux est notamment concernée par ces faibles dépensiers (66%).

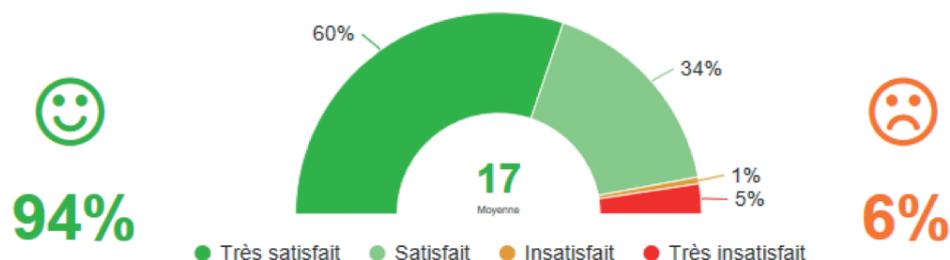
Un tiers des visiteurs a dépensé entre 100 CHF et 199 CHF par jour par personne : ce sont notamment les visiteurs suisses allemands (36%) ou anglophones (USA/Canada, Royaume-Uni, 45%) et les hôtes hébergés (36%), notamment sur Lausanne (38%).

13% des répondants sont des « gros » dépensiers (200 CHF et plus) : en particulier les visiteurs hébergés dans la région de Villars/Gryon/Les Diablerets/Bex (18%), venus de Suisse alémanique (16%).

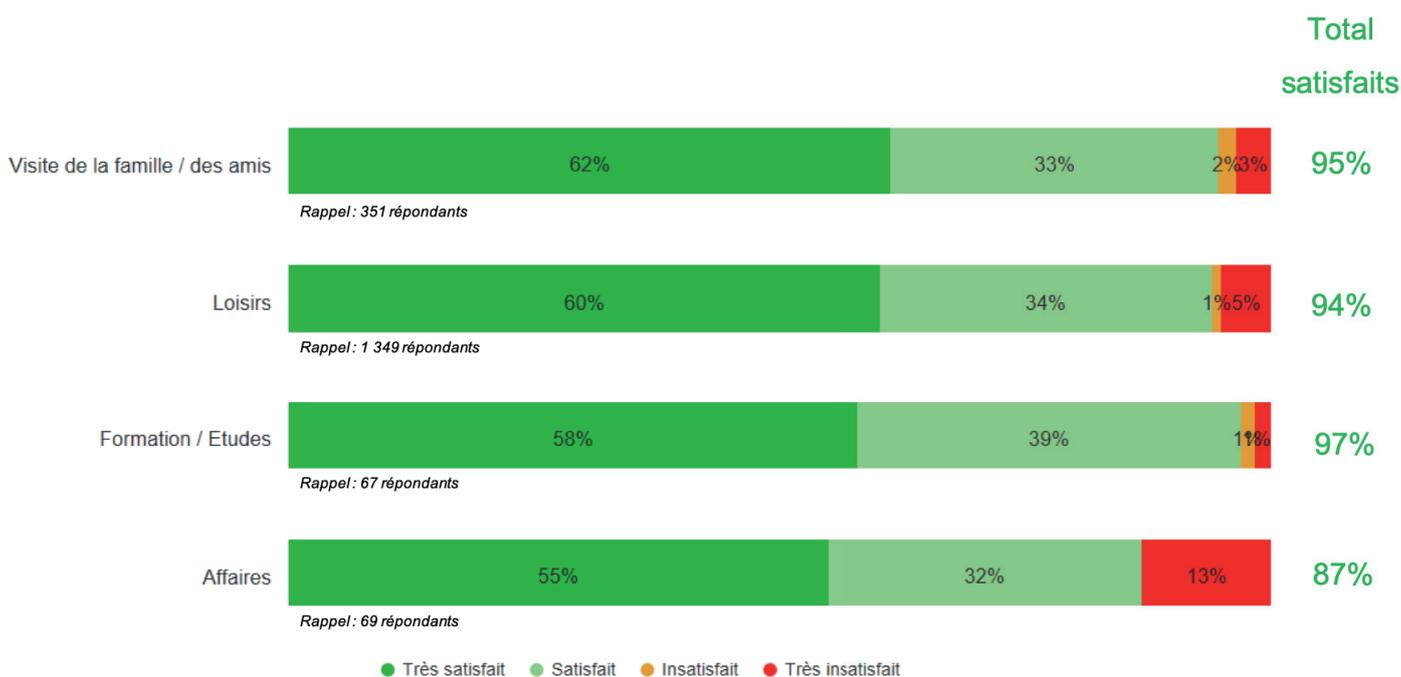
Satisfaction générale

Q. Globalement, diriez-vous que votre visite dans nous région vous laisse ...

1 836 répondants

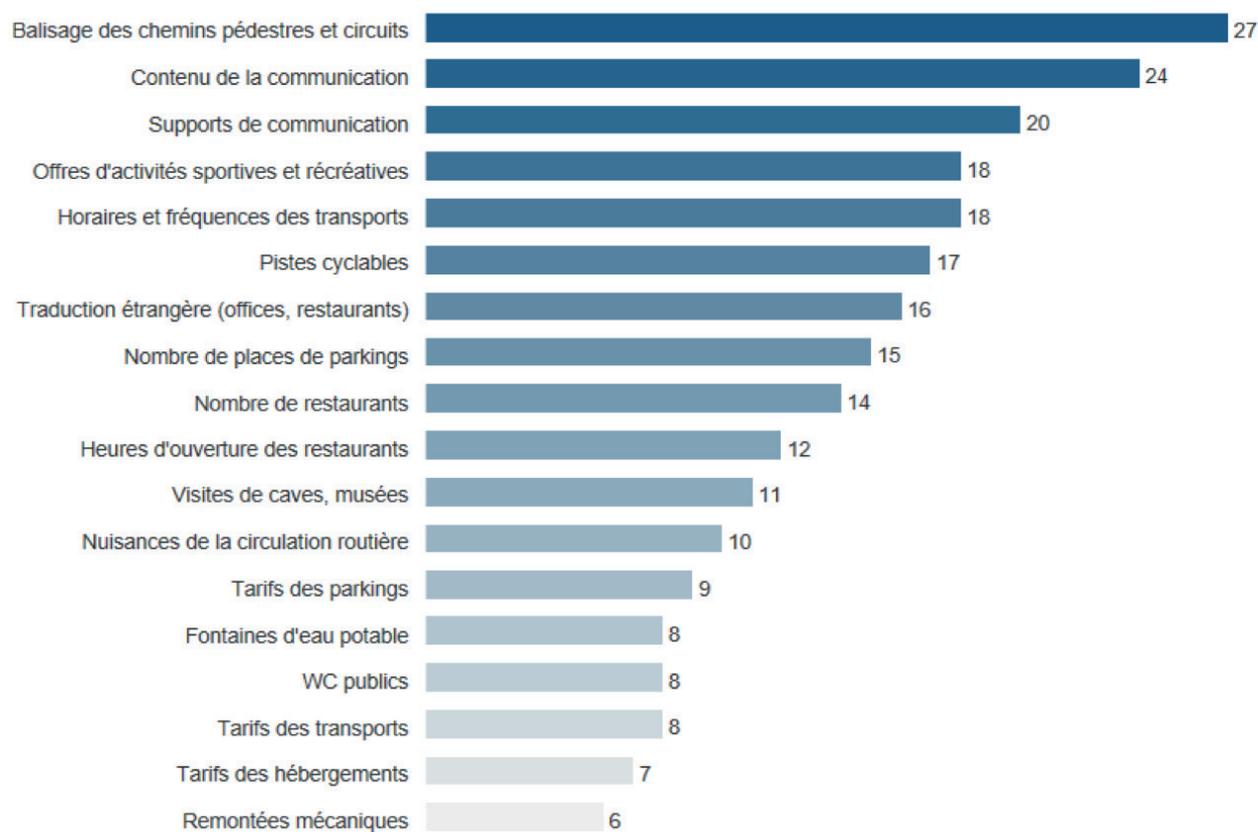


Le canton de Vaud bénéficie d'une excellente image auprès de ses visiteurs : 94% d'entre eux sont globalement satisfaits de leur visite, 6 visiteurs sur 10 en sont même très satisfaits.



La satisfaction est plutôt homogène entre les motifs de séjour, même si les séjours d'affaires recueillent une plus forte insatisfaction (13% de très insatisfaits). Avec une population difficile à capter et une insatisfaction plus marquée, les séjours d'affaires ressortent clairement comme un enjeu fort de l'Observatoire du Tourisme Vaudois.

Suggestions d'amélioration



Spontanément, les visiteurs suggèrent en priorité un meilleur balisage des chemins pédestres et circuits (27 mentions), notamment en Lavaux : « Mieux indiquer les chemins, pas bien balisé (...) ».

La communication est aussi un axe majeur pour les visiteurs : que ce soit en terme de contenu (24 mentions) que de supports (20 mentions): « Promotion, la publicité des activités : faudrait une synthétisation des activités », « Plus de webcam des sites touristiques et naturels, et webcam plus facilement/rapidement accessibles, avec panorama plus large ».

Les offres d'activités sportives et récréatives (18 mentions) et les horaires/fréquences des transports publics (18 mentions) font également partie des attentes des visiteurs du canton : « Offres d'activités sportives/actives en cas de pluie », « Plus souvent des petits trains touristiques (plus régulier en semaine) ».

Le vélo, un des sports les plus pratiqués dans le canton, est une problématique importante puisque les pistes cyclables sont évoquées par 17 personnes, en particulier sur l'axe Lausanne-Vevey.

C/ ZOOMS SPÉCIFIQUES

Principaux marchés

Pour rappel, les deux marchés principaux au niveau des répondants de l'enquête sont la Suisse (57% des visiteurs) et la France (17%). Un zoom spécifique est donc présenté dans cette partie pour ces deux pays, ces résultats seront à affiner après deux années d'enquête.

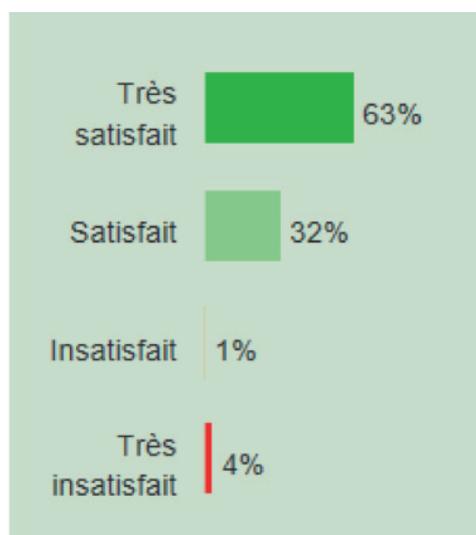


Suisse

Vaudois :

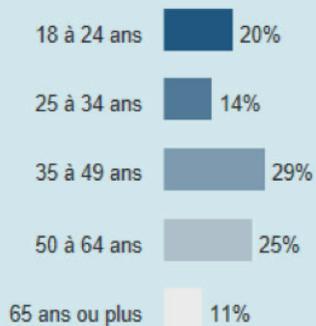
Les Vaudois visitant le canton ont plutôt le profil suivant :

- Âgés de 35-49 ans ou 50-64 ans
- Venus en couple, avec des enfants ou seul
- Excursionnistes (28%) ou hébergés dans la famille / chez les amis
- La beauté des paysages comme facteur de choix
- Les loisirs comme principal motif de séjour : randonnée, visite d'un site naturel, ski alpin et vélo sont leurs principales activités
- Montreux Riviera et Lausanne comme principales destinations
- Dépenses faibles (moins de 50 francs par jour et par personne)

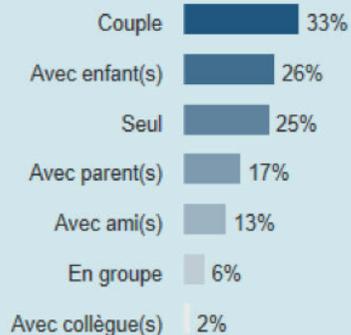


Résultat de satisfaction (voir infographie p.24)

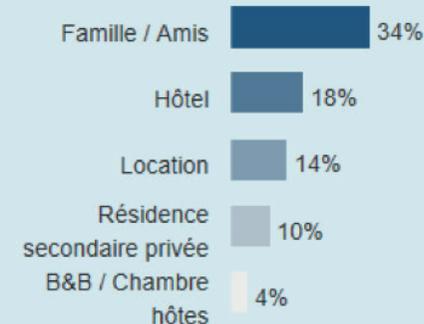
AGE



CELLULE DE VOYAGE

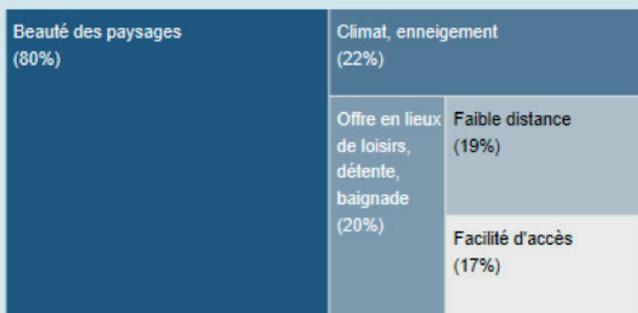


HEBERGEMENT

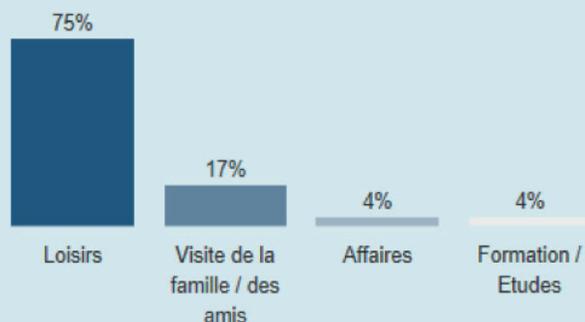


FACTEURS DE CHOIX DE LA DESTINATION

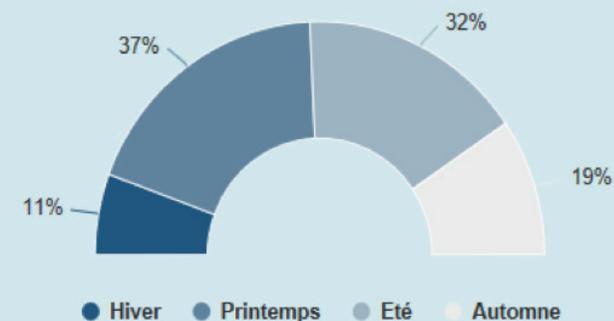
Uniquement en Loisirs



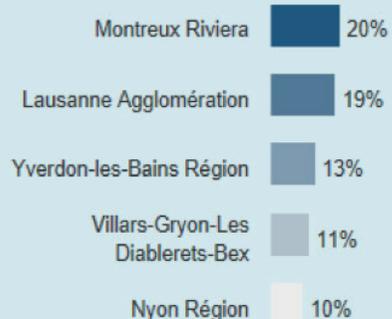
MOTIFS DE SEJOUR



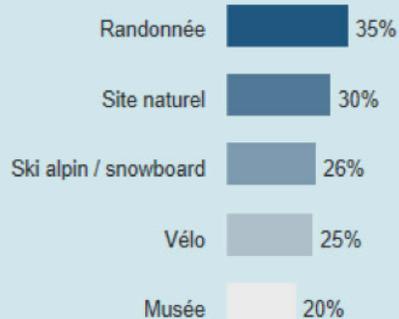
SAISON DE VISITE



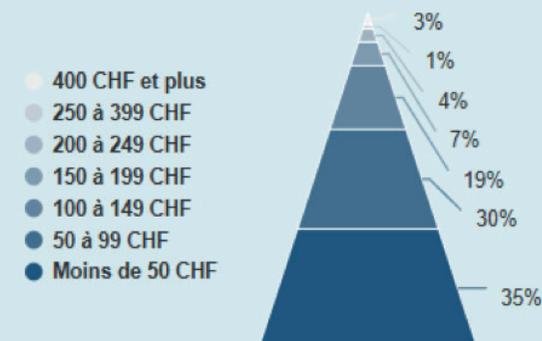
TOP 5 DESTINATIONS



TOP 5 ACTIVITES REALISEES



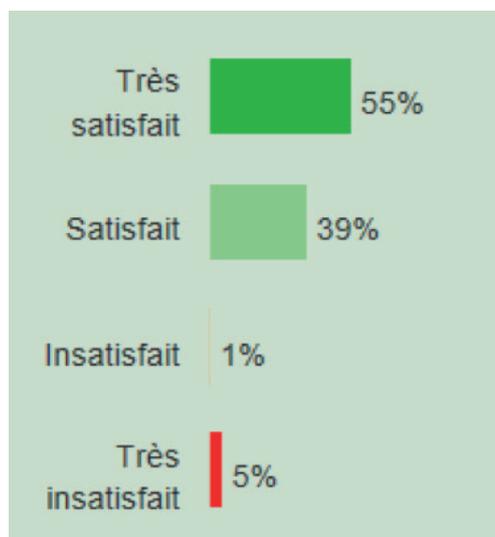
DEPENSES MOYENNES QUOTIDIENNES



Autres Romands :

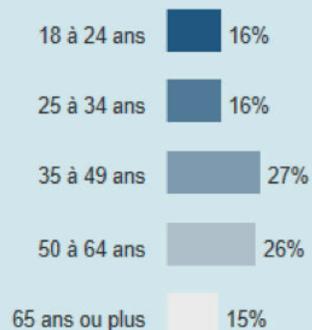
Les visiteurs des autres cantons romands ont plutôt le profil suivant :

- Âgés de 35-49 ans ou 50-64 ans
- Venus en couple
- Excursionnistes (25%) ou hébergés à l'hôtel et dans la famille / chez les amis
- La beauté des paysages et le climat comme facteurs de choix
- Les loisirs comme principal motif de séjour : visite d'un site naturel, randonnée et visite d'un musée sont leurs principales activités
- Montreux Riviera, Villars / Gryon / Les Diablerets / Bex et Lausanne comme principales destinations
- Dépenses plutôt faibles (entre 50 francs et 99 francs par jour et par personne)

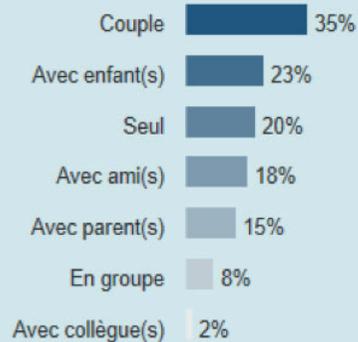


Résultat de satisfaction (voir infographie p.26)

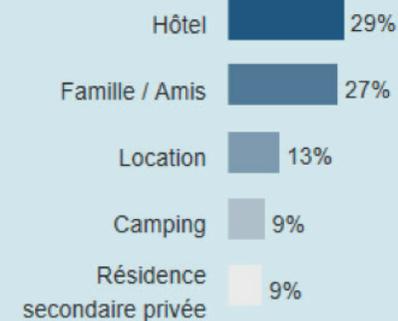
AGE



CELLULE DE VOYAGE

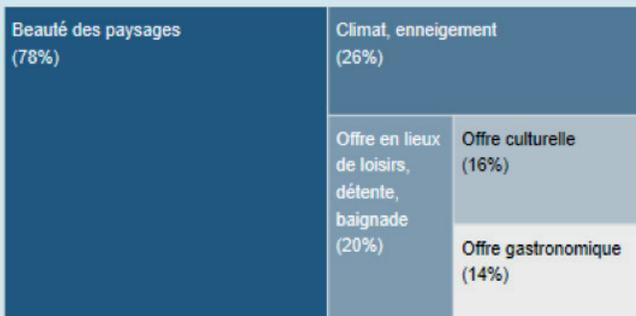


HEBERGEMENT

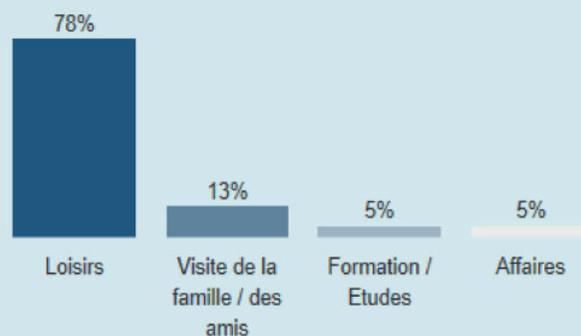


FACTEURS DE CHOIX DE LA DESTINATION

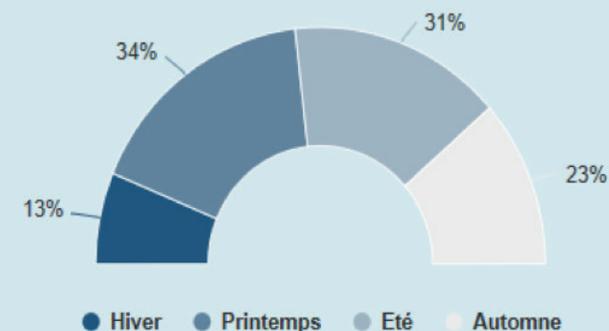
Uniquement en Loisirs



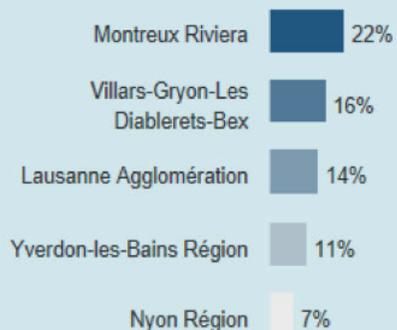
MOTIFS DE SEJOUR



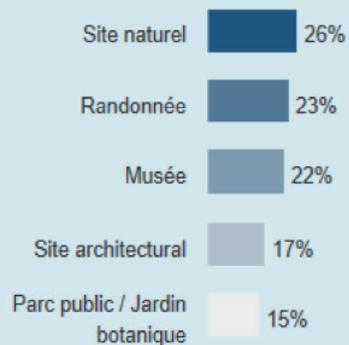
SAISON DE VISITE



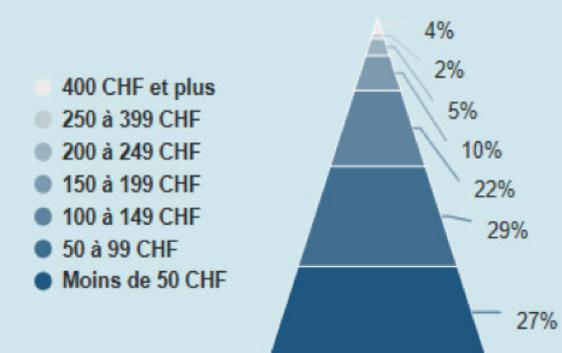
TOP 5 DESTINATIONS



TOP 5 ACTIVITES REALISEES



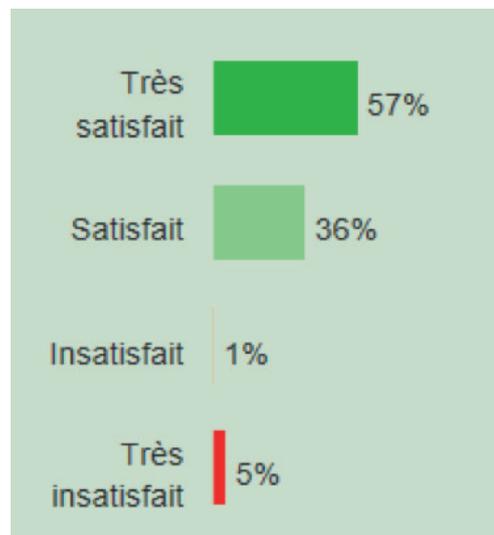
DEPENSES MOYENNES QUOTIDIENNES



Suisses Allemands :

Les visiteurs suisses allemands ont plutôt le profil suivant :

- Âgés de 50-64 ans ou 65 ans et plus
- Venus en couple
- Hébergés à l'hôtel
- La beauté des paysages comme facteur de choix
- Les loisirs comme principal motif de séjour : visite d'un parc public, repas gastronomique, visite d'un musée, visite d'un site naturel ou la cuisine régionale sont leurs principales activités
- Montreux Riviera comme principale destination
- Dépenses plutôt faibles (entre 50 francs et 99 francs par jour et par personne)

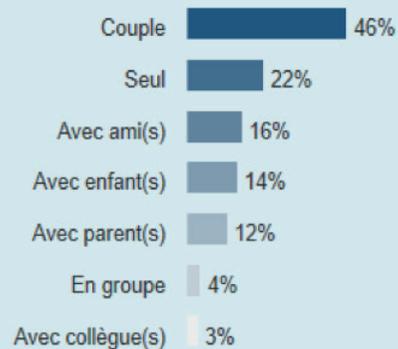


Résultat de satisfaction (voir infographie p.28)

AGE



CELLULE DE VOYAGE

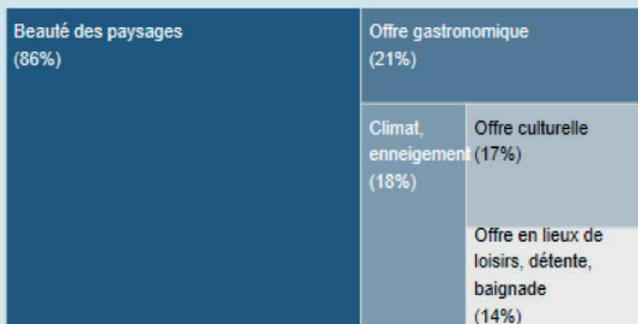


HEBERGEMENT

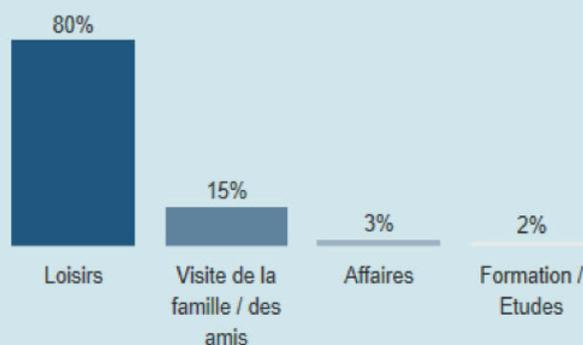


FACTEURS DE CHOIX DE LA DESTINATION

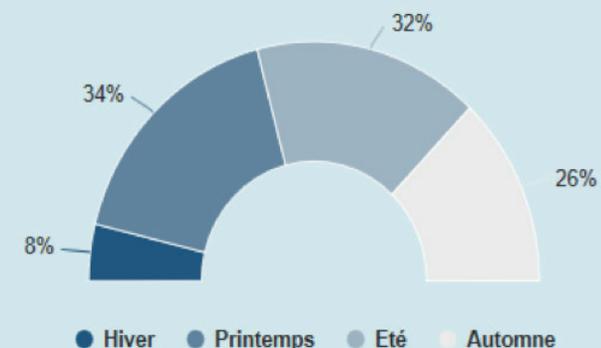
Uniquement en Loisirs



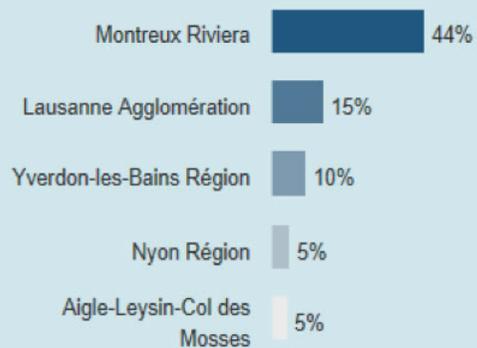
MOTIFS DE SEJOUR



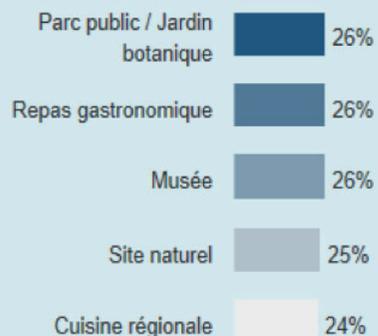
SAISON DE VISITE



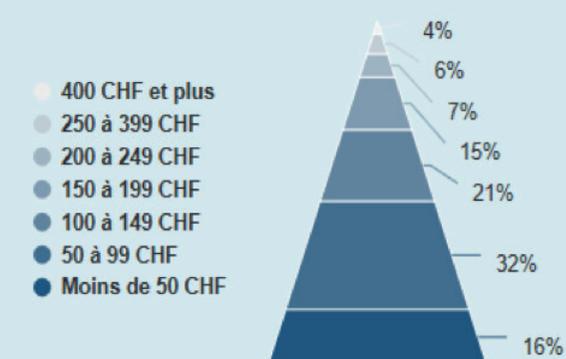
TOP 5 DESTINATIONS



TOP 5 ACTIVITES REALISEES



DEPENSES MOYENNES QUOTIDIENNES



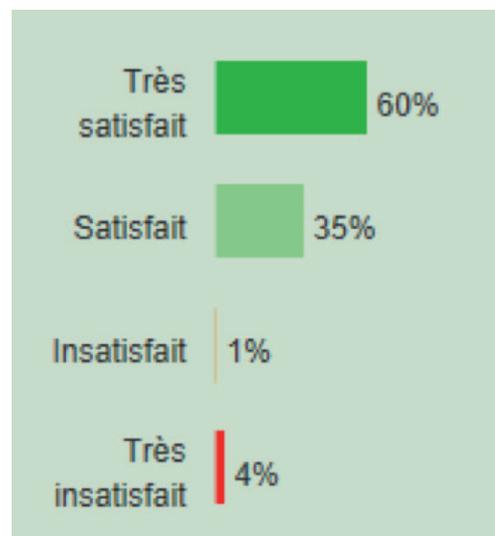


France

Français :

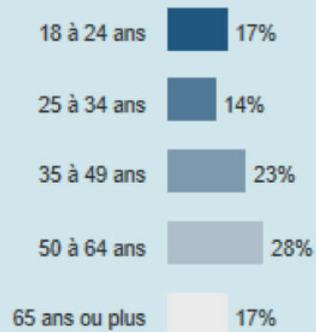
Les visiteurs venus de France ont plutôt le profil suivant :

- Âgés de 35-49 ans ou 50-64 ans
- Venus en couple
- Excursionnistes ou hébergés dans la famille / les amis ou à l'hôtel
- La beauté des paysages et le climat comme facteurs de choix
- Les loisirs et la visite de la famille / les amis comme principal motif de séjour : visite d'un site naturel, randonnée, visite d'un musée, visite d'un site architectural ou visite d'un parc public sont leurs principales activités
- Montreux Riviera, Lausanne et Villars / Gryon / Les Diablerets / Bex comme principales destinations
- Dépenses plutôt faibles (moins de 100 francs par jour et par personne)

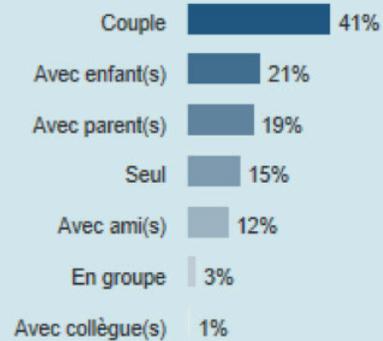


Résultat de satisfaction (voir infographie p.30)

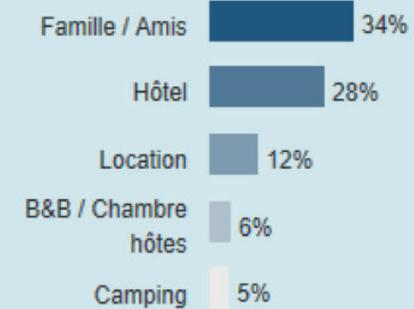
AGE



CELLULE DE VOYAGE

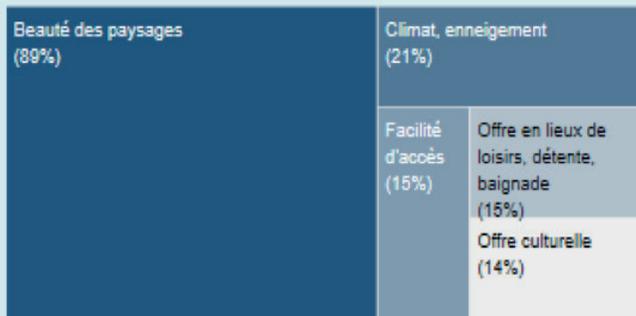


HEBERGEMENT

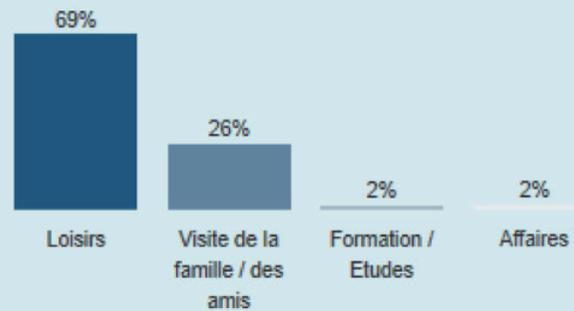


FACTEURS DE CHOIX DE LA DESTINATION

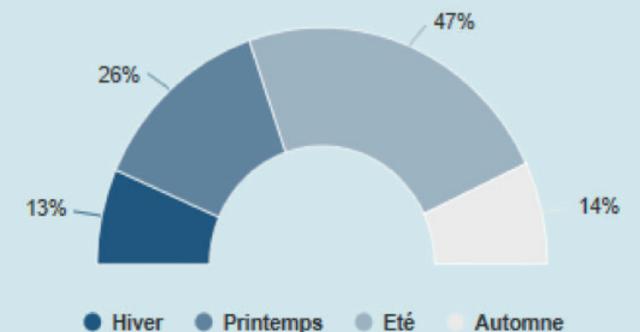
Uniquement en Loisirs



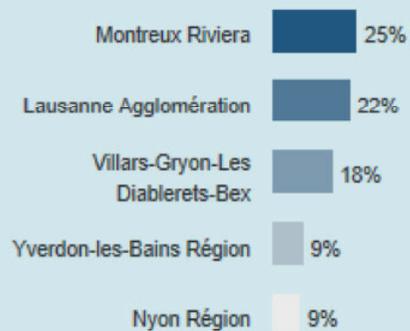
MOTIFS DE SEJOUR



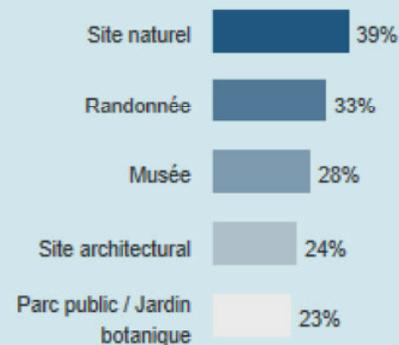
SAISON DE VISITE



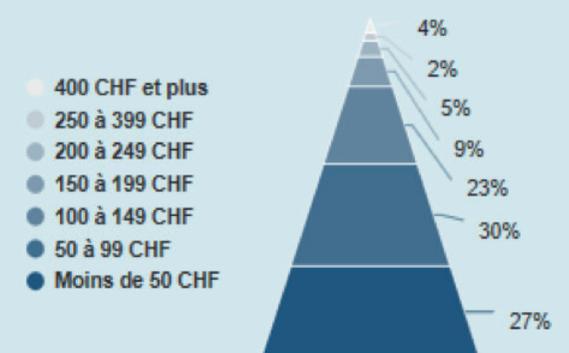
TOP 5 DESTINATIONS



TOP 5 ACTIVITES REALISEES



DEPENSES MOYENNES QUOTIDIENNES



Français visitant Montreux :

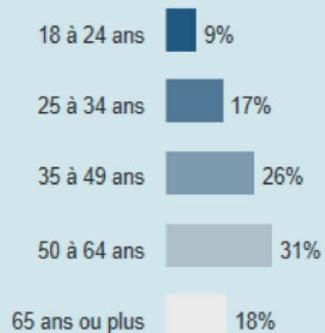
Les visiteurs Français visitant Montreux Riviera ont plutôt le profil suivant :

- Âgés de 35-49 ans ou 50-64 ans
- Venus en couple ou avec des parents
- Originaires de Paris et de Haute-Savoie
- Excursionnistes (24%) ou hébergés dans la famille / chez les amis
- La beauté des paysages et le climat comme facteurs de choix
- Les loisirs comme principal motif de séjour : visite d'un site naturel, visite d'un site architectural, randonnée, visite d'un musée, ou visite d'un parc public sont leurs principales activités
- Dépenses faibles (moins de 50 francs par jour et par personne)

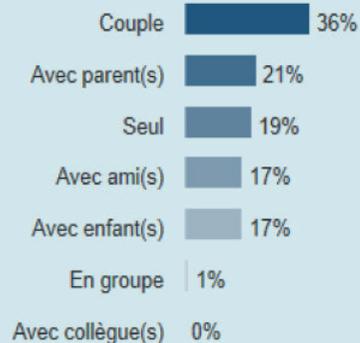


Résultat de satisfaction (voir infographie p.32)

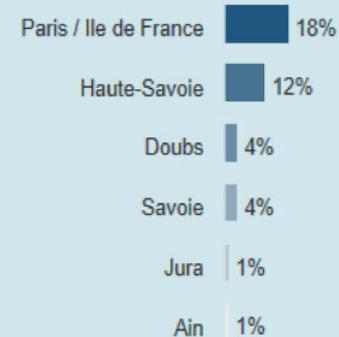
AGE



CELLULE DE VOYAGE

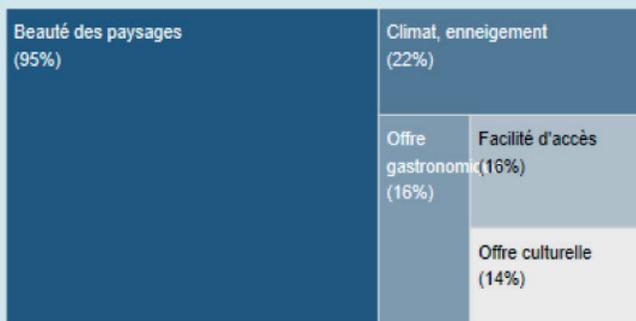


CELLULE DE VOYAGE

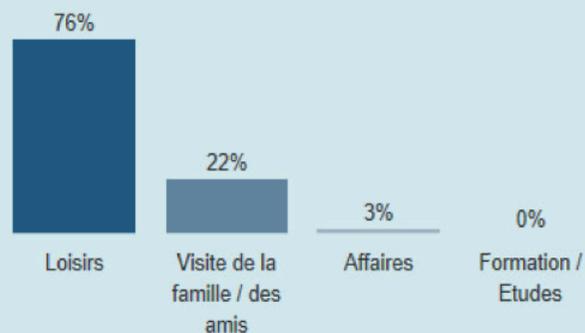


FACTEURS DE CHOIX DE LA DESTINATION

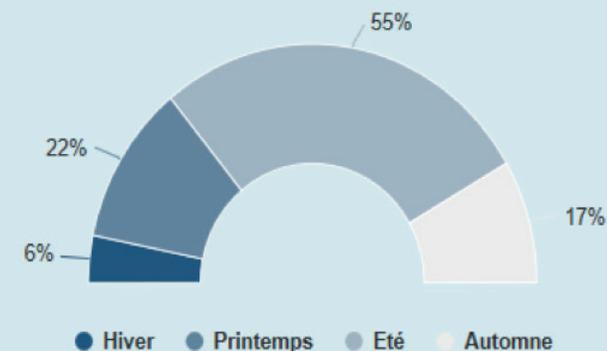
Uniquement en Loisirs



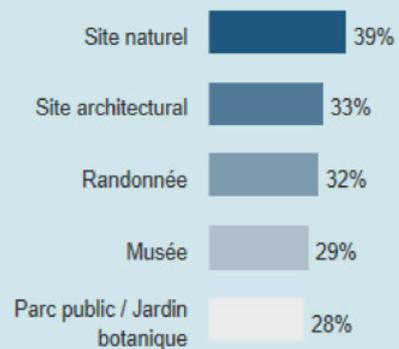
MOTIFS DE SEJOUR



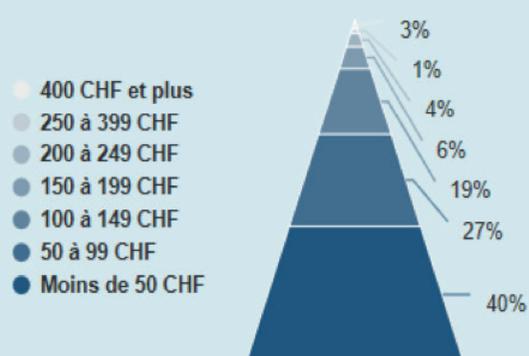
SAISON DE VISITE



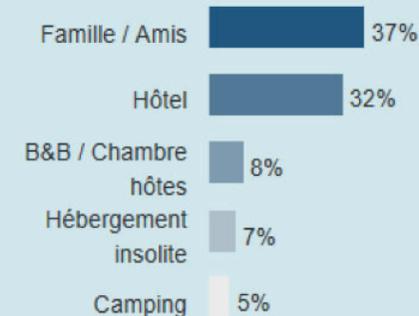
TOP 5 ACTIVITES REALISEES



DEPENSES MOYENNES QUOTIDIENNES



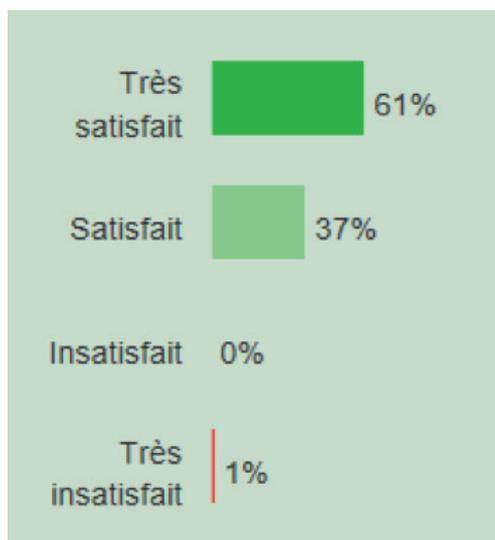
HEBERGEMENT



Français visitant Lausanne

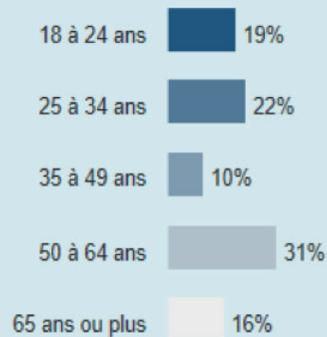
Les visiteurs Français visitant Lausanne ont plutôt le profil suivant :

- Âgés de 50-64 ans
- Venus en couple
- Originaires de Paris et de Haute-Savoie
- Hébergés dans la famille / chez les amis ou à l'hôtel
- La beauté des paysages et la facilité d'accès comme facteurs de choix
- Les loisirs et la visite de la famille / les amis comme principaux motifs de séjour : visite d'un musée, visite d'un site naturel, visite d'un parc public, visite d'un site architectural ou dégustation du produits du terroir sont leurs principales activités
- Dépenses plutôt faibles (entre 50 francs et 99 francs par jour et par personne)

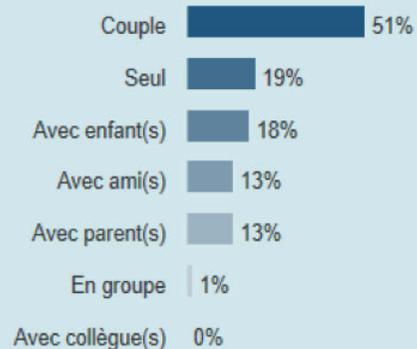


Résultat de satisfaction (voir infographie p.34)

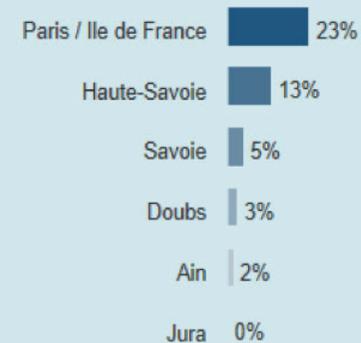
AGE



CELLULE DE VOYAGE

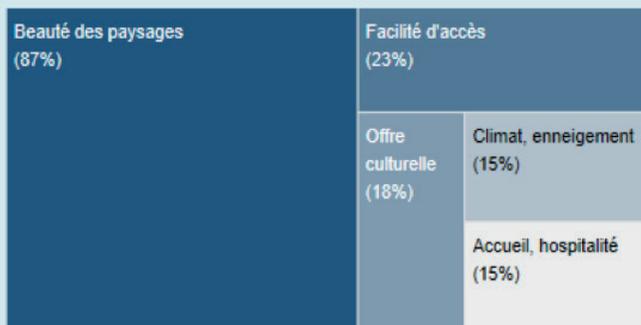


CELLULE DE VOYAGE

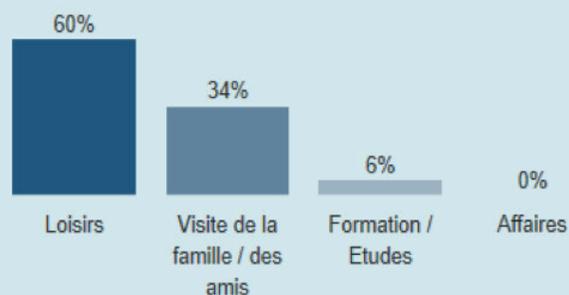


FACTEURS DE CHOIX DE LA DESTINATION

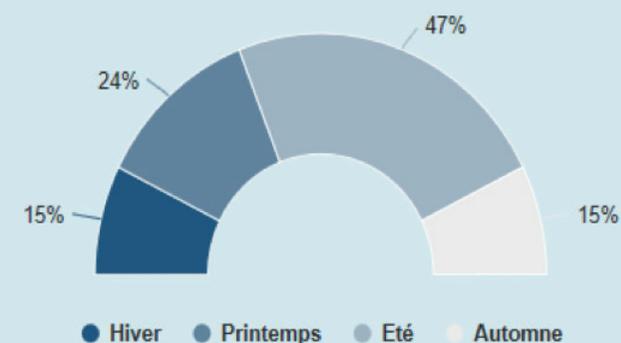
Uniquement en Loisirs



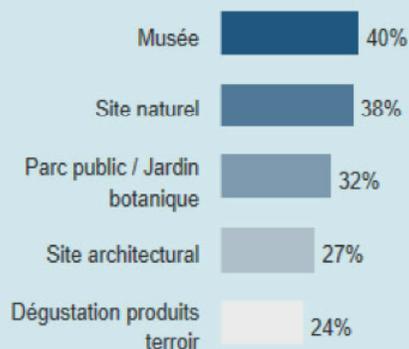
MOTIFS DE SEJOUR



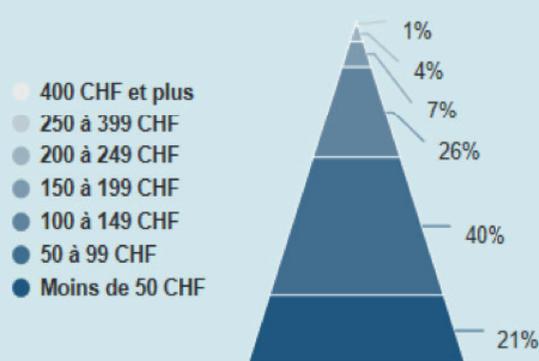
SAISON DE VISITE



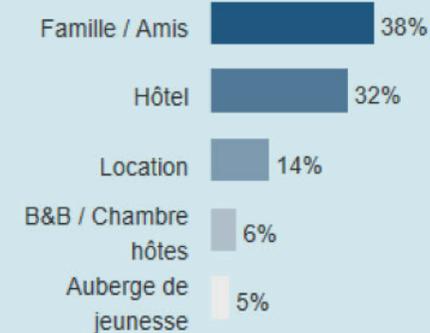
TOP 5 ACTIVITES REALISEES



DEPENSES MOYENNES QUOTIDIENNES



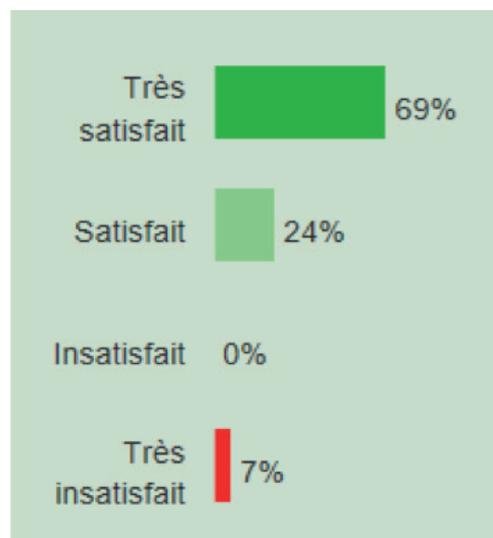
HEBERGEMENT



Français visitant Villars/Gryon/Les Diablerets/Bex

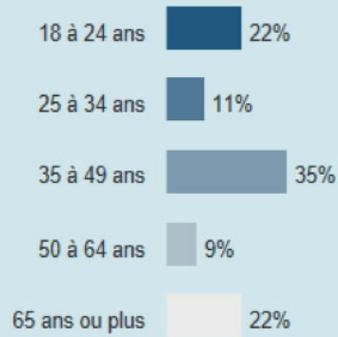
Les visiteurs Français visitant la région de Villars / Gryon / Les Diablerets / Bex ont plutôt le profil suivant :

- Âgés de 18-24 ans ou 35-49 ans
- Venus en couple, avec des enfants ou avec des parents
- Originaires de Paris
- Hébergés dans la famille / chez les amis ou en location
- La beauté des paysages, le climat et l'offre de loisirs comme facteurs de choix
- Les loisirs et la visite de la famille / les amis comme principaux motifs de séjour : ski alpin / snowboard, randonnée, visite d'un site naturel, luge ou patinage sont leurs principales activités
- Dépenses élevées (plus de 100 francs par jour et par personne)

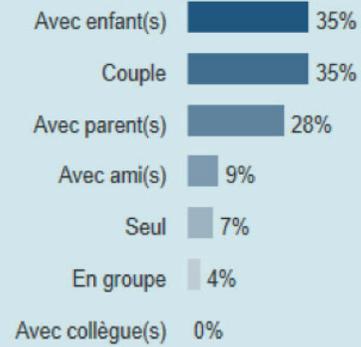


Résultat de satisfaction (voir infographie p.36)

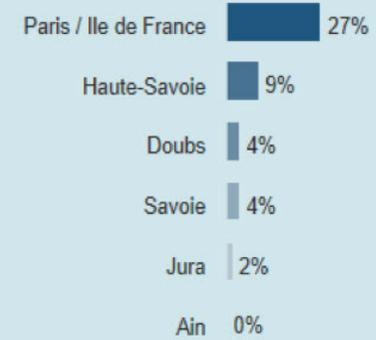
AGE



CELLULE DE VOYAGE

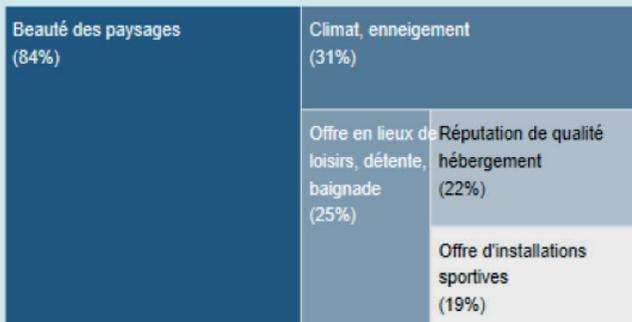


CELLULE DE VOYAGE

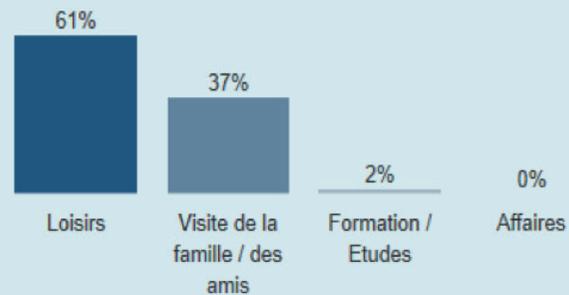


FACTEURS DE CHOIX DE LA DESTINATION

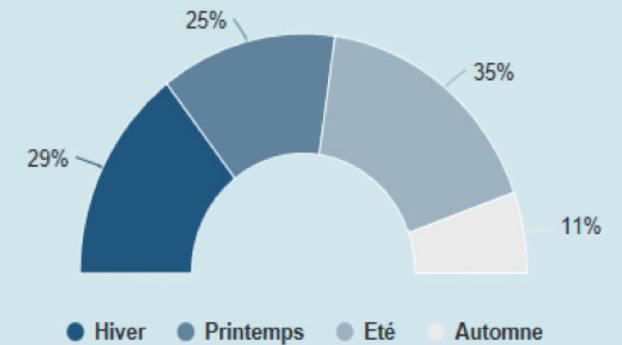
Uniquement en Loisirs



MOTIFS DE SEJOUR



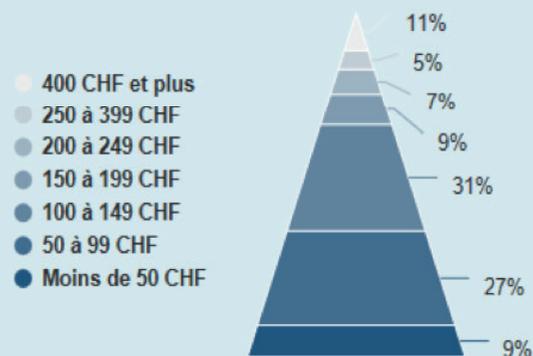
SAISON DE VISITE



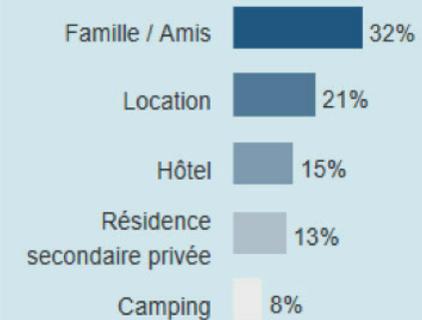
TOP 5 ACTIVITES REALISEES



DEPENSES MOYENNES QUOTIDIENNES



HEBERGEMENT

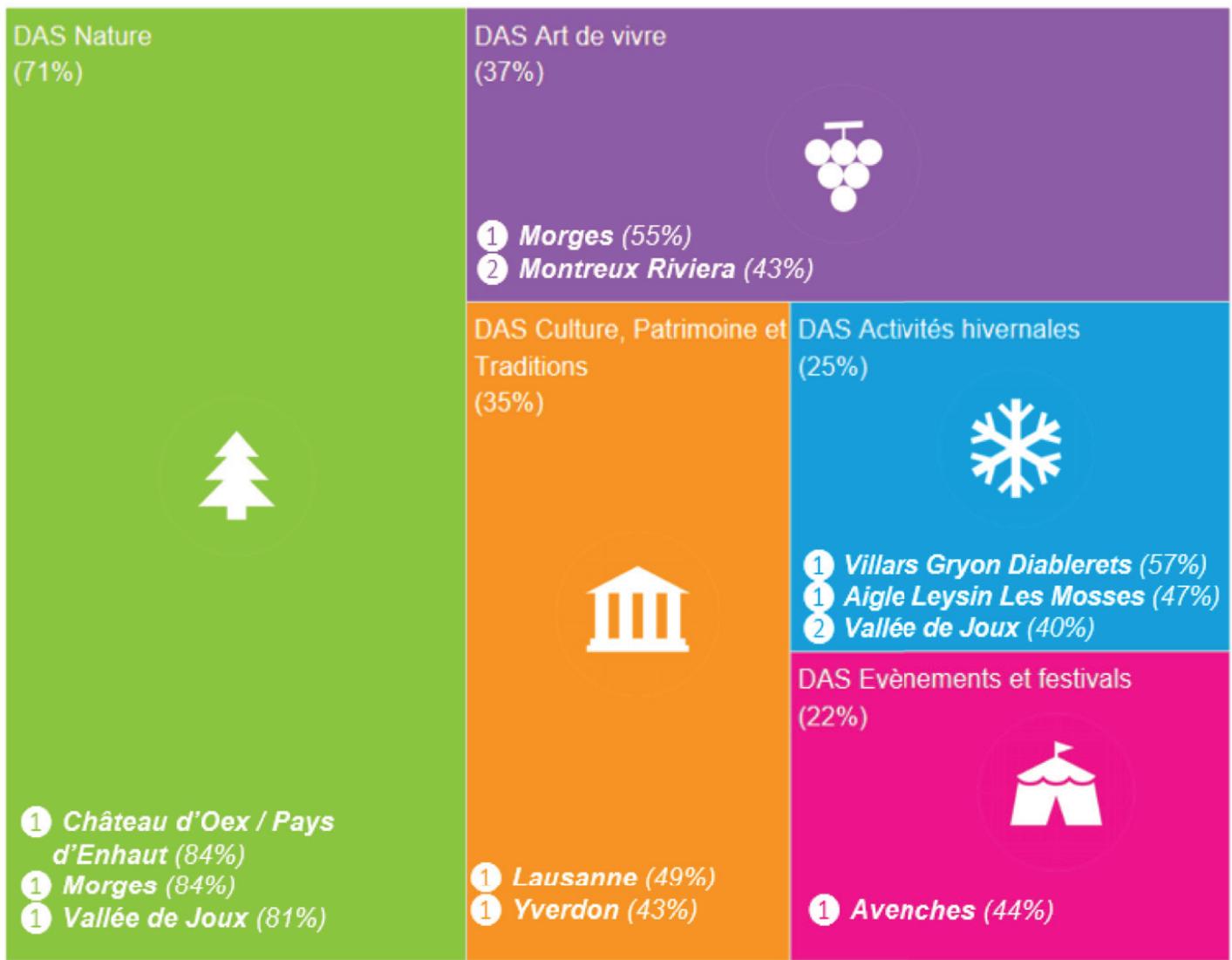


Domaines d'activités stratégiques (DAS)

Les activités réalisées par les visiteurs du canton de Vaud sont globalement cohérentes avec les priorités des destinations définies dans les Domaines d'activités stratégiques (DAS) :

- **Les activités NATURE sont pratiquées par 71% des visiteurs** : ce taux est de 84% sur Château-d'Oex/Pays-d'Enhaut et Morges et de 81% sur la Vallée de Joux, ce DAS étant priorité 1 sur ces 3 destinations.
- **Les activités ART DE VIVRE sont pratiquées par 37% des visiteurs** : 55% sur la région de Morges, pour laquelle le DAS Art de Vivre est priorité 1. 43% des visiteurs de Montreux Riviera ont réalisé une activité Art de Vivre (priorité 2).
- **Les activités CULTURE, PATRIMOINE ET TRADITIONS sont pratiquées par 35% des visiteurs** : 49% sur Lausanne (DAS priorité 1) et 43% sur Yverdon-les-Bains Région (DAS priorité 1).
- **Les activités HIVERNALES sont pratiquées par 25% des visiteurs** : ils se rendent dans les régions de Villars / Gryon / Les Diablerets / Bex (57%) et d'Aigle/Leysin/Les Mosses (47%) où le DAS est priorité 1. 40% des visiteurs se rendent dans la Vallée de Joux pour ce type d'activités (priorité 2).
- **Les activités ÉVÈNEMENTS ET FESTIVALS sont pratiquées par 22% des visiteurs** : essentiellement dans la région d'Avenches (44%, DAS priorité 1).

Le nombre de visiteurs ayant répondu à cette 1^{ère} année d'enquête, qui sont venus pour affaires dans le canton de Vaud, n'est pas suffisamment élevé (69 répondants) pour pouvoir exploiter leurs résultats. Pour la 2^{ème} année d'enquête qui va être lancée très prochainement, le défi pour l'Observatoire du tourisme vaudois et ses partenaires touristiques sera de trouver des points de contact permettant de capter cette clientèle, afin de pouvoir augmenter la taille de leur échantillon et en utiliser les résultats.



7. CONCLUSION ET SUITE DE L'ENQUETE

Cette première année d'enquête permet d'apporter de précieux renseignements concernant le comportement et le profil des hôtes ayant visité le canton de Vaud. La récolte de ces données est rendue possible grâce à la participation des partenaires touristiques vaudois, délégués de l'Observatoire et membres du Réseau Observatoire, qui contribuent à la diffusion de l'enquête auprès des hôtes.

Dans la perspective du lancement de la 2^{ème} année d'enquête cet été, les pistes d'amélioration suivantes ont été identifiées:

I/ Optimisation du questionnaire d'enquête :

- Sur la forme :
 - Plus de couleurs, plus de pictogrammes, moins de texte, changement de police
 - Rappel de la localité visitée afin de recentrer les indicateurs sur la destination principale
- Sur le fond :
 - Ordre des questions
 - Reformulation de questions
 - Nouvelles questions : intention de recommandation, intention de revisite, connaissance de la localité, satisfaction détaillée

II/ Développement de nouveaux supports de diffusion : conception graphique repensée, mise en place de totems (en 3 langues) dans les sites touristiques stratégiques, chevalets de table (en 3 langues), cartes postales (en 3 langues) avec volet détachable

III/ Extension du Réseau Observatoire

IV/ Recherche de solution pour diffuser l'enquête auprès des touristes d'affaires et des hôtes présents pour des raisons de formation

POUR PLUS D'INFORMATIONS

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

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

observatoire@region-du-leman
www.observatoire-vaudtourisme.ch



**Office du Tourisme
du Canton de Vaud**
Avenue d'Ouchy 60
CP 1125
1001 Lausanne
Suisse

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