

# ANALYSE QUALITATIVE DE LA DEMANDE TOURISTIQUE DANS LE CANTON DE VAUD

## RAPPORT DE SYNTHÈSE



**NOVEMBRE 2012**

## **IMPRESSUM**

### **ANALYSE QUALITATIVE DE LA DEMANDE TOURISTIQUE DANS LE CANTON DE VAUD**

#### **MANDANT**

Service de la promotion économique et du commerce (SPECo), Etat de Vaud, pour le compte du Conseil d'Etat

#### **PORTEUR DU PROJET**

Office du tourisme du canton de Vaud (OTV)

#### **COMITÉ DE PILOTAGE**

Sandra Mordasini, SPECo

Gil Campart, Statistique Vaud

Andreas Banholzer, OTV

François Michel, OTV

Florence Wagnier, OTV

#### **MANDAT D'ACCOMPAGNEMENT (ANALYSE, CONSEIL ET RÉDACTION)**

Claude-Alain Blanc, consultant indépendant

#### **MANDATAIRE**

M.I.S Trend SA, Institut de recherches économiques et sociales

#### **AUTEUR**

Corina Fleischhacker, M.I.S Trend SA

#### **PHOTOGRAPHIE DE COUVERTURE**

© Sébastien Staub

#### **RAPPORT PRINCIPAL ET RÉSUMÉS RÉGIONAUX**

<http://www.vd.ch/dossiers-tourisme>

<b>TABLE DES MATIÈRES</b>	<b>PAGE</b>
<b>1. PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE</b>	<b>2</b>
1.1. Contexte général et objectifs de l'étude	2
1.2. Approche méthodologique	3
1.2.1. Une étude en face-à-face	3
1.2.2. Le déroulement sur le terrain	3
1.2.3. Le questionnaire	4
1.3. Présentation de l'échantillon	4
1.3.1. Définition du touriste	4
1.3.2. Définition géographique	5
1.3.3. Approche méthodologique par sites	6
1.3.4. Échantillon	6
1.4. Structure du rapport de synthèse	8
<b>2. RÉSULTATS A : EXCURSIONNISTES-LOISIRS DANS LE CANTON DE VAUD</b>	<b>10</b>
<b>3. RÉSULTATS B : HÔTES HÉBERGÉS-LOISIRS DANS LE CANTON DE VAUD</b>	<b>12</b>
<b>4. RÉSULTATS AB1 : GROUPES CIBLE LOISIRS "ALPES VAUDOISES"</b>	<b>14</b>
<b>5. RÉSULTATS AB2 : GROUPES CIBLE LOISIRS "EEPAM"</b>	<b>16</b>
<b>6. RÉSULTATS AB3 : GROUPES CIBLE LOISIRS "LAUSANNE AGGLOMÉRATION"</b>	<b>18</b>
<b>7. RÉSULTATS AB4 : GROUPES CIBLE LOISIRS "MONTREUX RIVIERA"</b>	<b>20</b>
<b>8. RÉSULTATS AB5 : GROUPES CIBLE LOISIRS "NYON-MORGES RÉGION"</b>	<b>22</b>
<b>9. RÉSULTATS AB6 : GROUPES CIBLE LOISIRS "Y-L-B RÉGION - VDJ"</b>	<b>24</b>
<b>10. RÉSULTATS C : TOURISTES D'AFFAIRES "LAUSANNE AGGLOMÉRATION", "MONTREUX RIVIERA" ET "NYON-MORGES RÉGION"</b>	<b>26</b>
<b>11. RÉSULTATS D : ÉTUDIANTS "LAUSANNE AGGLOMÉRATION"</b>	<b>28</b>
<b>12. CONCLUSION ET REMERCIEMENTS</b>	<b>30</b>
12.1. Conclusion	30
12.2. Remerciements	30

## 1. PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE

### 1.1. CONTEXTE GÉNÉRAL ET OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

La première analyse économique du tourisme vaudois a été réalisée en 2002 par le Service de la promotion économique et du commerce (SPECo), Statistique Vaud et l'Office du tourisme du canton de Vaud (OTV). Cette étude a permis de mesurer l'importance économique du tourisme pour le canton de Vaud, en relation avec les chiffres d'affaires engendrés par le tourisme de loisirs, le tourisme d'affaires, le tourisme lié à des événements culturels et sportifs ou les excursions. Le produit intérieur brut (PIB) et le nombre d'emplois engendrés par le tourisme ont ainsi pu être établis et comparés avec ceux d'autres secteurs d'activités et d'autres régions suisses<sup>1</sup>.

Si les résultats de l'étude ont été utiles à un niveau de politique économique, ils se sont en revanche avérés insuffisants pour fournir des informations qualitatives aux professionnels du tourisme. A titre d'exemple, les résultats obtenus n'ont pas pu être utilisés pour des actions de promotion, notamment en raison du découpage régional non adapté à la réalité des destinations touristiques, de la représentativité insuffisante de certains échantillons régionaux ou de l'absence d'évaluation de certaines variables touristiques.

Dans ce contexte général, le SPECo, Statistique Vaud et l'OTV ont souhaité mener une enquête d'ordre qualitatif permettant d'affiner la connaissance de la clientèle touristique dans le canton de Vaud en récoltant des informations sur le profil des hôtes, leurs comportements, leurs motivations, leurs attentes et leur niveau de satisfaction.

En effet, même s'il existe un certain nombre de données marketing sur le plan touristique, ces dernières restent générales et ne permettent pas d'identifier les spécificités locales ou régionales, surtout dans une région aussi diversifiée que le canton de Vaud. Il convenait par conséquent de compléter les données de base par des éléments spécifiques aux destinations touristiques pour mieux répondre à l'objectif d'adéquation entre "demande", "offre" et "promotion" touristiques.

La réalisation d'une enquête de terrain d'envergure afin de mieux connaître qualitativement la demande touristique du canton de Vaud, principalement à des fins de marketing, visait les objectifs généraux suivants :

- nuancer les résultats des études marketing de base (enquêtes Suisse tourisme, OMT, etc.) en regard du contexte propre au canton de Vaud et à ses destinations touristiques
- cerner qualitativement le marché du tourisme vaudois avec ses destinations, en matière de pratiques touristiques et d'attentes.

---

<sup>1</sup> Rütter+Partner (2004) - *L'importance du tourisme pour l'économie vaudoise*.

## 1.2. APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

### 1.2.1 UNE ÉTUDE EN FACE-À-FACE

L'étude a été réalisée au moyen d'interviews en face-à-face, menées par du personnel d'enquête dûment sélectionné et instruit, qui s'est déplacé dans un certain nombre de sites correspondants aux activités touristiques des différentes régions touristiques (cf. les zones géographiques définies en page 5) du canton<sup>2</sup>.

L'organisation du terrain a été la suivante :

- déplacement d'un ou plusieurs enquêteurs sur chacun des sites retenus à des dates fixées en fonction des saisons ou des manifestations
- réalisation sur place des interviews dans les lieux d'hébergement, de loisirs, d'enseignement, d'affaires ou d'information définis.

Les saisons ayant une évidente influence sur les flux du tourisme en général, et du tourisme vaudois en particulier, une distinction "Été - Hiver" a été prise en considération pour mener cette étude, qui s'est déroulée :

- entre le 1<sup>er</sup> mai et le 31 octobre 2010, pour la saison d'été
- entre le 1<sup>er</sup> novembre 2010 et le 30 avril 2011, pour la saison d'hiver.

Les deux tiers des interviews ont eu lieu du lundi au vendredi et le solde les week-ends, ce qui représente une légère surpondération des samedis et dimanches en raison de manifestations spéciales ou de lieux plus fréquentés ces jours-là, particulièrement en hiver. En outre, trois interviews sur quatre ont été réalisées l'après-midi.

Afin d'éviter le manque d'affluence sur certains sites, mais aussi une influence néfaste des conditions météorologiques sur la satisfaction enregistrée, 68% des interviews ont été réalisées par beau temps et 5% seulement par temps pluvieux ; pour le solde, il s'agit d'un temps nuageux mais sec.

### 1.2.2 LE DÉROULEMENT SUR LE TERRAIN

Les différentes étapes de réalisation ont été les suivantes :

- courrier préliminaire émanant du SPECo et de l'OTV à tous les acteurs partenaires du projet pour les prévenir du déroulement de l'enquête
- courrier aux représentants des différents sites retenus
- prise de contact téléphonique avec chaque site par le chef de terrain afin de présenter l'institut M.I.S Trend et de convenir des dates les plus appropriées pour la venue sur place des enquêteurs
- planification des interviews à réaliser par site, par jour et par semaine ; attribution des interviews à réaliser aux divers enquêteurs engagés sur le projet
- premier briefing oral à tous les enquêteurs : présentation détaillée du contexte et des objectifs de l'étude par l'OTV, puis instructions sur le questionnaire et les plans de réalisation
- mise en place d'un système d'encadrement permanent des enquêteurs sur le terrain et de débriefings intermédiaires réguliers.

---

<sup>2</sup> L'objectif initial était de compléter l'étude en face-à-face par une consultation Internet. Cependant, les enquêteurs ont eu du mal à relever les adresses e-mail des répondants, qui se sont avérés ensuite peu nombreux à répondre au questionnaire. La méthode a donc été abandonnée au profit du recueil des informations en face-à-face, de sorte que seuls 260 répondants par Internet font partie du total des 6'790 interviews réalisées.

### 1.2.3 LE QUESTIONNAIRE

Sur la base d'un projet de questionnaire élaboré par les acteurs du marché, le Comité de pilotage et l'institut M.I.S Trend ont procédé à des ajustements, avant de réaliser un pré-test afin de mieux appréhender la compréhension de chaque question, détecter d'éventuelles erreurs d'interprétation, simplifier les formulations trop complexes et vérifier la logique et l'exhaustivité des propositions de réponses.

Ce travail a permis de procéder à des corrections avant d'établir les versions finales (versions différenciées selon le public-cible, à savoir les touristes d'affaires, les étudiants, les hôtes hébergés-loisirs, les excursionnistes-loisirs), qui abordent les thèmes suivants :

- profil des visiteurs (sexe, âge, provenance, activité professionnelle, hôte privé ou d'affaires, hôte individuel ou en groupe)
- raisons de la visite et critères du choix de la région
- sources d'information sur la région et pratiques des visiteurs en matière d'organisation pour les réservations et l'hébergement
- activités pratiquées lors du séjour
- satisfaction globale et détaillée exprimée par le visiteur.

Les questionnaires étaient disponibles en trois langues, à savoir en français, en allemand et en anglais. Ils ont été administrés par des enquêteurs pour le moins bilingues. Au total, les trois quarts des interviews ont été réalisées en français (5'030), alors que 875 l'ont été en allemand et 885 en anglais.

## 1.3. PRÉSENTATION DE L'ÉCHANTILLON

### 1.3.1 DÉFINITION DU TOURISTE

Pour les touristes, nous avons essentiellement fait recours au terme hôtes, auquel nous avons appliqué la définition suivante :

- **les hôtes** : toutes les personnes qui visitent la région étudiée, à l'exclusion des personnes qui habitent (résidence principale) ou travaillent dans un rayon de 30 km autour du site étudié.

Les hôtes se subdivisent en deux principales catégories :

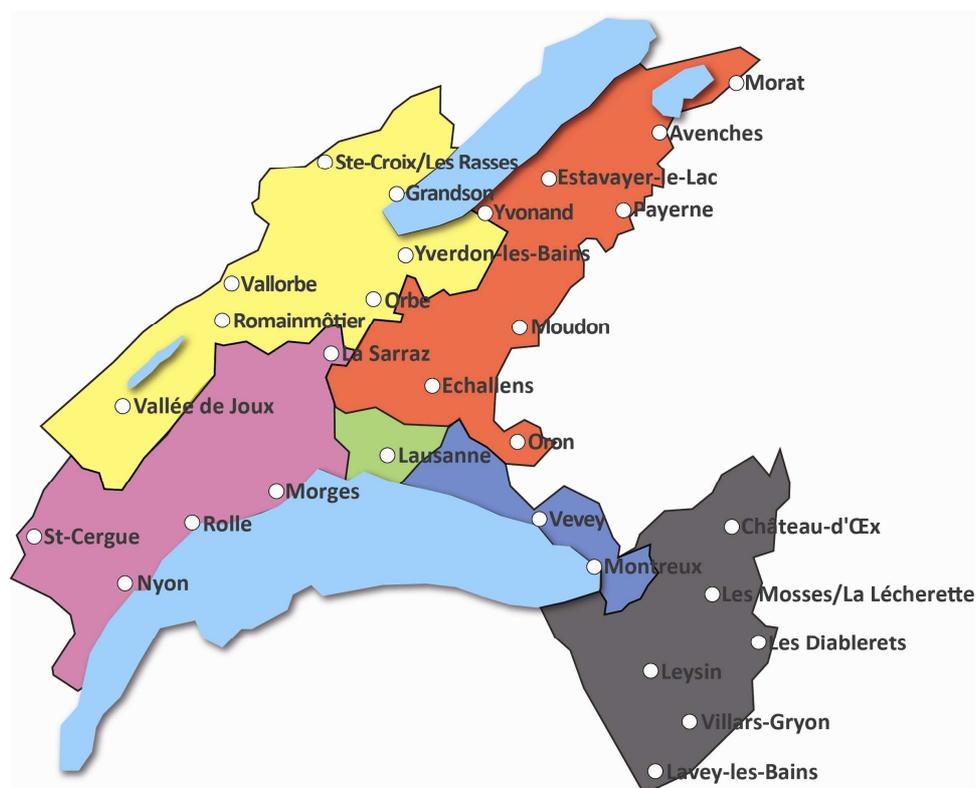
- **les excursionnistes** : hôtes qui se trouvent le jour de l'enquête dans la région examinée mais qui n'y sont pas logés
- **les hôtes hébergés** : hôtes qui logent dans la région examinée.

### 1.3.2 DÉFINITION GÉOGRAPHIQUE

Le canton de Vaud se présente, touristiquement parlant, comme une **"Suisse en résumé"**. En effet, la diversité de son offre touristique en fait le miroir de la Suisse touristique dans son entier, regroupant tous les aspects du tourisme national, soit les villes, la montagne, la campagne et les lacs.

Pour les besoins de l'étude, cette diversité géographique vaudoise a exigé de procéder à un découpage régional, qui a abouti aux **six zones suivantes** :

- Alpes vaudoises
- Echallens - Estavayer - Payerne - Avenches - Morat (EEPAM)<sup>3</sup>
- Lausanne agglomération
- Montreux Riviera
- Nyon-Morges Région
- Yverdon-les-Bains Région - Vallée de Joux (Y-I-B Région - VdJ)<sup>4</sup>.



<sup>3</sup> Compte tenu du nombre de destinations composant cette zone, l'acronyme "EEPAM" est utilisé pour définir cette zone dans la suite de ce document afin d'en alléger la lecture.

<sup>4</sup> Dans une même logique, cette zone est définie par l'acronyme "Y-I-B Région - VdJ" tout au long de ce document.

### 1.3.3 APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE PAR SITES

Le canton de Vaud connaît une offre touristique vaste et diversifiée, qu'il s'agisse des hébergements, des activités sportives ou culturelles, des centres de congrès, des lieux éducatifs ou de santé. En conséquence, les matrices de sondage élaborées par l'OTV, en collaboration avec les représentants des six groupes de destinations (cf. les zones géographiques définies en page 5) et les services de l'Etat de Vaud, ont abouti à une liste de 312 sites d'interviews à visiter en été ou en hiver (91 en été uniquement, 33 en hiver uniquement et 188 en été et en hiver).

Ces sites ont permis de s'adresser à des touristes aux objectifs différents et de composer ainsi un échantillon varié. Le nombre de sites à visiter par région devait répondre à la diversité de l'offre plutôt qu'à un objectif lié au nombre d'interviews à réaliser ; ainsi, certaines régions ont compté plus d'interviews que d'autres. L'étude ayant une vocation qualitative, le nombre de personnes interrogées par site était identique, quelle que soit la région considérée, soit 13 à 15 visiteurs.

Finalement, 263 sites ont pu être visités durant la saison d'été et 219 en hiver.

### 1.3.4 ÉCHANTILLON

Il résulte de cette approche méthodologique par sites l'échantillon suivant :

Par région	Nombre d'interviews		
	Été	Hiver	Total
Alpes vaudoises	821	890	1'711
EEPAM	538	348	886
Lausanne agglomération	646	646	1'292
Montreux Riviera	377	417	794
Nyon-Morges Région	437	350	787
Y-I-B Région - VdJ	642	678	1'320
<b>Total</b>	<b>3'461</b>	<b>3'329</b>	<b>6'790</b>

En raison de la nature des sites fournis, l'échantillon total s'est réparti de la façon suivante :

- 5'966 touristes privés "loisirs"
- 824 touristes professionnels "affaires".

Etant donné l'absence de données sur l'univers considéré, c'est-à-dire sur l'ensemble des touristes du canton de Vaud, il est impossible de construire un échantillon représentatif vaudois. C'est pourquoi, le total des interviews n'est pas exploité, au contraire de chaque région, qui peut être analysée pour elle-même. En effet, chaque région compte un nombre différent d'hôtes, avec ou sans hébergement, et de visiteurs "loisirs" ou "professionnels", ceci en raison de leur nature mais aussi des sites retenus.

De même, le nombre des touristes de loisirs ou d'affaires interrogés ne correspond pas forcément à la réalité, surtout à Lausanne. Toutefois, cette éventuelle distorsion est sans conséquence majeure, puisque chacune de ces cibles est analysée indépendamment, et comme un tout.

Ainsi, par scission de l'échantillon en sous-groupes homogènes, il est possible de mener une analyse qui, quoique qualitative, apporte des enseignements précieux sur le comportement et les attentes des visiteurs. Les comparaisons entre régions sont valides à l'intérieur de ces sous-groupes.

Dès lors, pour l'analyse des résultats, le choix a été fait de considérer les sous-groupes homogènes suivants :

Par région	Nombre d'interviews			
	Hôtes hébergés-loisirs	Excursionnistes-loisirs	Touristes d'affaires	Etudiants
Alpes vaudoises	1'055	581	/	/
EEPAM	243	613	/	/
Lausanne agglomération	460	477	252	103
Montreux Riviera	302	344	120	/
Nyon-Morges Région	210	418	156	/
Y-I-B Région - VdJ	467	796	/	/
<b>Total</b>	<b>2'737</b>	<b>3'229</b>	<b>528</b>	<b>103</b>

Pour des raisons de fiabilité statistique, les sous-groupes trop faiblement représentés ne sont pas analysés. Ainsi, le tourisme d'affaires n'est pas analysé dans les régions où la base des observations est inférieure à 100. Quant aux étudiants, ils sont relativement peu nombreux et concentrés à Lausanne, où ils sont observés avec fiabilité.

En raison des sites d'interviews attribués à chaque région représentant l'offre touristique, le type de touristes diffère beaucoup selon les régions, notamment :

- **Lausanne agglomération** : beaucoup plus de touristes professionnels que dans les autres régions
- **Y-I-B Région - VdJ** et **EEPAM** : nette prééminence d'excursionnistes
- **Alpes vaudoises** : principalement des touristes de loisirs hébergés.

#### 1.4. STRUCTURE DU RAPPORT DE SYNTHÈSE

L'objectif du présent rapport de synthèse est de mettre en relief les principaux enseignements à tirer de l'enquête.

L'approche des résultats de l'enquête par groupes cible permet de définir dans un premier temps deux chapitres principaux liés au tourisme de "loisirs" : le premier en lien avec les "excursionnistes", le second avec les "hôtes hébergés". Les éléments retenus au niveau de ces deux chapitres sont valables pour les six régions considérées et, partant, pour l'ensemble du canton :

- Résultats A : excursionnistes-loisirs dans le canton de Vaud
- Résultats B : hôtes hébergés-loisirs dans le canton de Vaud.

Dans l'optique de compléter les résultats "vaudois" liés aux deux groupes cibles "loisirs" par des spécificités régionales, six chapitres supplémentaires sont définis :

- Résultats AB1 : groupes cible "loisirs" des Alpes vaudoises
- Résultats AB2 : groupes cible "loisirs" de la région EEPAM
- Résultats AB3 : groupes cible "loisirs" de Lausanne agglomération
- Résultats AB4 : groupes cible "loisirs" de Montreux Riviera
- Résultats AB5 : groupes cible "loisirs" de Nyon-Morges Région
- Résultats AB6 : groupes cible "loisirs" de Y-I-B Région - VdJ.

Pour finir, après le tourisme de loisirs, deux chapitres sont consacrés aux groupes cibles "touristes d'affaires" et "étudiants". A noter que ces développements ne concernent que certaines régions :

- Résultats C : groupe cible "tourisme d'affaires", résultats communs à Lausanne agglomération, Montreux Riviera et Nyon-Morges Région. Compte tenu du nombre des observations, les résultats des "touristes d'affaires excursionnistes" et ceux des "touristes d'affaires hébergés" sont présentés de manière cumulée
- Résultats D : groupe cible "étudiants", résultats qui ne concernent que Lausanne agglomération. Ces "étudiants" sont tous hébergés dans la région.

En résumé, la prise de connaissance des résultats par région touristique se traduit par la lecture des chapitres suivants :

	Chapitre A	Chapitre B	Chapitres AB#	Chapitre C	Chapitre D
Vaud	x	x			
Alpes vaudoises	x	x	x		
EEPAM	x	x	x		
Lausanne agglomération	x	x	x	x	x
Montreux Riviera	x	x	x	x	
Nyon-Morges Région	x	x	x	x	
Y-I-B Région - VdJ	x	x	x		

Chaque chapitre traite d'abord des questions en lien avec le **comportement touristique avant le séjour**, à savoir :

<b>Profil et motivation des visiteurs</b>	<b>Organisation du séjour et information</b>	<b>Réservation de l'hébergement<sup>5</sup></b>	<b>Réservation des activités</b>
Fidélité des visiteurs Composition du ménage touristique Motif de séjour Qualités déterminantes pour le choix de la région	Organisation du séjour Recherche d'information Évaluation des moyens d'information	Réservation de l'hébergement Mode de réservation de l'hébergement Évaluation du mode de réservation de l'hébergement	Réservation des activités

Viennent ensuite traités les développements en relation avec le **comportement touristique pendant le séjour** :

<b>Hébergement<sup>6</sup></b>	<b>Moyens de transport</b>	<b>Activités touristiques</b>	<b>Satisfaction des visiteurs</b>
Hébergement principal Durée du séjour Évaluation de l'hébergement	Moyens de transport utilisés Évaluation des moyens de transport	Visite à l'office du tourisme local Évaluation de l'office du tourisme local Activités réalisées	Éléments de satisfaction Satisfaction globale

De manière générale, quelques commentaires ont été parfois ajoutés en fonction des saisons et de quelques caractéristiques sociodémographiques lorsque cela s'est avéré suffisamment significatif et utile à l'analyse.

Reste à signaler encore que, lorsque les bases des observations par sous-groupe et par région se sont avérées vraiment trop faibles (généralement en dessous d'une vingtaine de répondants), nous avons renoncé à présenter les résultats correspondants, faute de pertinence.

<sup>5</sup> Par définition, ces thématiques ne sont pas abordées dans le groupe cible "Excursionnistes".

<sup>6</sup> Cf. note de bas de page 5.

## 2. RÉSULTATS A : EXCURSIONNISTES-LOISIRS DANS LE CANTON DE VAUD

### FIDÉLITE DES VISITEURS

Les excursionnistes font preuve d'une grande fidélité puisque, selon la région, un tiers à près de la moitié d'entre eux en sont au moins à leur dixième visite.

### COMPOSITION DU MÉNAGE TOURISTIQUE

La grande majorité des excursionnistes voyage accompagnée (en couple, en famille, avec des amis ou des parents), moins de deux personnes sur dix visitant seule chaque région respective.

### MOTIF DE LA VISITE

Les motifs de visite des excursionnistes diffèrent significativement d'une région à l'autre et viennent confirmer la diversité de l'offre touristique vaudoise. *Pour plus de détails, se référer aux fiches liées aux spécificités régionales (cf. Résultats AB#).*

### ORGANISATION DE LA VISITE

Plus de neuf excursionnistes sur dix organisent eux-mêmes leur venue dans la région.

### RECHERCHE D'INFORMATION

La majorité des excursionnistes ne s'est pas renseignée sur la région avant de s'y rendre, la proportion variant de un sur deux à deux sur trois selon la région considérée.

Pour les personnes interrogées qui recherchent tout de même des informations avant le début de leur séjour, Internet s'impose comme la source privilégiée, devançant le bouche à oreille ou l'office du tourisme.

### ÉVALUATION DES MOYENS D'INFORMATION

Les excursionnistes estiment que les informations obtenues par le bouche à oreille ou par l'office du tourisme sont plus satisfaisantes que celles trouvées sur Internet.

### RÉSERVATION DES ACTIVITÉS

Dans l'ensemble du canton, rares sont les excursionnistes qui font des réservations pour leurs activités.

Les personnes interrogées qui réservent tout de même leur activité font directement appel au prestataire ou passent par Internet.

### MOYENS DE TRANSPORT UTILISÉS

La voiture privée se démarque comme le moyen de transport privilégié par les excursionnistes, quelle que soit la région visitée ; la proportion est encore plus prononcée dans les régions les plus rurales du canton.

Le train arrive en deuxième position, notamment dans les régions urbaines de Lausanne agglomération et de Montreux Riviera.

On relèvera finalement le rôle non négligeable joué par le réseau de bus et le métro dans l'agglomération lausannoise.

### ÉVALUATION DES MOYENS DE TRANSPORT

Les excursionnistes sont en majorité satisfaits des conditions de circulation (trafic, orientation, etc.) et des transports publics utilisés (fréquence, confort, prix).

### VISITE À L'OFFICE DU TOURISME LOCAL

Rares sont les excursionnistes qui se rendent dans un office du tourisme lors de leur passage dans la région.

### **ÉVALUATION DE L'OFFICE DU TOURISME LOCAL**

Les quelques excursionnistes qui viennent chercher des informations dans un office du tourisme du canton sont généralement satisfaits du service reçu.

### **ACTIVITÉS RÉALISÉES**

Les activités principales pratiquées par les excursionnistes diffèrent significativement d'une région à l'autre. *Pour plus de détails, se référer aux fiches liées aux spécificités régionales (cf. Résultats AB#).*

### **ÉLÉMENTS DE SATISFACTION**

La beauté des sites apparaît comme l'élément qui enregistre le plus haut degré de satisfaction chez les excursionnistes, aussi bien en été qu'en hiver, quelle que soit la région considérée. Viennent ensuite la facilité d'accès, la qualité d'accueil et le climat (douceur en été et neige en hiver).

### **SATISFACTION GÉNÉRALE**

Lorsqu'il s'agit d'évaluer le séjour de manière globale, les excursionnistes se montrent relativement satisfaits, quelle que soit la région considérée.

Y-I-B Région - VdJ se démarque par une proportion d'opinions très favorables bien plus importante que dans les autres régions. A l'inverse, les Alpes vaudoises se distinguent par un niveau de satisfaction plus nuancé.

### 3. RÉSULTATS B : HÔTES HÉBERGÉS-LOISIRS DANS LE CANTON DE VAUD

#### FIDÉLITÉ DES VISITEURS

Le niveau de fidélité des hôtes hébergés-loisirs diffère significativement d'une région à l'autre. *Pour plus de détails, se référer aux fiches liées aux spécificités régionales (cf. Résultats AB#).*

#### COMPOSITION DU MÉNAGE TOURISTIQUE

La majorité des hôtes hébergés-loisirs voyage accompagnée (en couple, en famille, avec des amis ou des parents).

D'autres éléments liés à la composition du ménage touristique sont également relevés par les répondants, mais de manière différenciée selon les régions. *Pour plus de détails, se référer aux fiches liées aux spécificités régionales (cf. Résultats AB#).*

#### MOTIF DE SÉJOUR

Les motifs de séjour des hôtes hébergés-loisirs diffèrent significativement d'une région à l'autre et viennent confirmer la diversité de l'offre touristique vaudoise. *Pour plus de détails, se référer aux fiches liées aux spécificités régionales (cf. Résultats AB#).*

#### QUALITÉS DÉTERMINANTES POUR LE CHOIX DE LA RÉGION

Quelle que soit la région considérée, la beauté des paysages représente la qualité déterminante la plus régulièrement citée par les hôtes hébergés-loisirs.

D'autres qualités sont également relevées par les personnes interrogées, mais de manière différenciée selon les régions. *Pour plus de détails, se référer aux fiches liées aux spécificités régionales (cf. Résultats AB#).*

#### ORGANISATION DU SÉJOUR

Plus de huit hôtes hébergés-loisirs sur dix organisent eux-mêmes leur venue dans la région.

#### RECHERCHE D'INFORMATION

Un hôte hébergé sur deux affirme avoir recherché de l'information sur la région avant sa venue.

Internet s'impose comme la source privilégiée, devant le bouche à oreille, l'office du tourisme, les guides ou brochures touristiques.

#### ÉVALUATION DES MOYENS D'INFORMATION

Les hôtes hébergés-loisirs estiment que les informations obtenues par le bouche à oreille ou par l'office du tourisme sont plus satisfaisantes que celles trouvées sur Internet.

#### RÉSERVATION DE L'HÉBERGEMENT

Deux tiers à trois quarts des hôtes hébergés réservent leur hébergement avant de visiter la région.

#### MODE DE RÉSERVATION DE L'HÉBERGEMENT

Internet apparaît comme le mode de réservation le plus utilisé, suivi du téléphone ou d'une réservation faite directement sur place.

#### ÉVALUATION DU MODE DE RÉSERVATION DE L'HÉBERGEMENT

L'évaluation des différents modes de réservation de l'hébergement des hôtes hébergés-loisirs diffère significativement d'une région à l'autre. *Pour plus de détails, se référer aux fiches liées aux spécificités régionales (cf. Résultats AB#).*

#### RÉSERVATION DES ACTIVITÉS

Seule une minorité des personnes interrogées a tendance à réserver ses activités, notamment une personne sur dix à une personne sur cinq, selon la région observée.

Lorsqu'ils décident de réserver une activité, les hôtes hébergés-loisirs ont tendance soit à faire directement appel au prestataire, soit à passer par Internet.

#### **HÉBERGEMENT PRINCIPAL**

Si les hôtels sont en majorité sollicités par les hôtes hébergés-loisirs, d'autres types de logements se profilent selon la région considérée. *Pour plus de détails, se référer aux fiches liées aux spécificités régionales (cf. Résultats AB#).*

#### **DURÉE DU SÉJOUR**

La durée du séjour par type d'hébergement des hôtes hébergés-loisirs diffère significativement d'une région à l'autre. *Pour plus de détails, se référer aux fiches liées aux spécificités régionales (cf. Résultats AB#).*

#### **ÉVALUATION DE L'HÉBERGEMENT**

L'évaluation des différents types d'hébergement des hôtes hébergés-loisirs diffère significativement d'une région à l'autre. *Pour plus de détails, se référer aux fiches liées aux spécificités régionales (cf. Résultats AB#).*

#### **MOYENS DE TRANSPORT UTILISÉS**

La voiture privée apparaît comme le moyen de transport privilégié des hôtes hébergés-loisirs du canton, suivie du train.

En outre, les régions EEPAM et Y-I-B Région - VdJ se distinguent par une proportion non négligeable de déplacements à vélo.

On relèvera finalement le rôle non négligeable joué par le réseau de bus et le métro dans l'agglomération lausannoise.

#### **ÉVALUATION DES MOYENS DE TRANSPORT**

Les hôtes hébergés-loisirs sont en majorité satisfaits des conditions de circulation (trafic, orientation, etc.) et des transports publics (fréquence, confort, prix).

#### **VISITE À L'OFFICE DU TOURISME LOCAL**

Un tiers à deux tiers des hôtes hébergés-loisirs se rendent à l'office du tourisme local lors de leur séjour.

#### **ÉVALUATION DE L'OFFICE DU TOURISME LOCAL**

L'évaluation des services reçus à l'office du tourisme local est majoritairement positive, voire enthousiaste, notamment à Y-I-B Région - VdJ.

#### **ACTIVITÉS RÉALISÉES**

Les activités principales pratiquées par les hôtes hébergés-loisirs diffèrent significativement d'une région à l'autre. *Pour plus de détails, se référer aux fiches liées aux spécificités régionales (cf. Résultats AB#).*

#### **ÉLÉMENTS DE SATISFACTION**

La beauté des sites apparaît comme l'élément qui enregistre le plus haut degré de satisfaction chez les hôtes hébergés-loisirs, quelle que soit la région considérée. Viennent ensuite des caractéristiques telles que la sécurité de la région, les facilités d'accès ou les conditions sanitaires, des éléments jugés positivement mais non directement liés aux acteurs touristiques.

Quant à la qualité de l'accueil et à celle de l'offre touristique, plus directement dépendantes des professionnels de la branche touristique, elles sont généralement jugées "bonnes" sur l'ensemble du canton, à l'exception des Alpes vaudoises, qui présentent des résultats plus nuancés.

#### **SATISFACTION GÉNÉRALE**

Lorsqu'il s'agit d'évaluer le séjour de manière globale, les appréciations des hôtes hébergés-loisirs sont globalement positives, les Alpes vaudoises se démarquant toutefois par un niveau de satisfaction plus nuancé.

## 4. RÉSULTATS AB1 : GROUPES CIBLE LOISIRS "ALPES VAUDOISES"

### Excursionnistes

#### MOTIF DE LA VISITE

Plus d'un tiers des excursionnistes interrogés se rendent dans les Alpes vaudoises pour pratiquer une activité sportive.

En revanche, les excursionnistes qui viennent pour un événement ponctuel, des activités de détente ou la découverte d'un paysage sont trois fois moins nombreux ; leur proportion n'en demeure pas moins significative.

#### ACTIVITÉS RÉALISÉES

Les excursionnistes des Alpes vaudoises réalisent majoritairement des activités sportives, des visites de sites naturels ou des activités de détente.

En outre, un répondant sur trois profite de sa venue dans la région pour manger dans un bon restaurant ou faire une excursion.

A noter que certaines activités pratiquées sont fortement corrélées avec la saison :

- les activités sportives et les excursions, plus particulièrement liées à l'hiver
- les visites de sites naturels et les activités de détente, davantage citées en été.

### Hôtes hébergés-loisirs

#### FIDÉLITÉ DES VISITEURS

Un peu plus d'un tiers des hôtes hébergés-loisirs visitent les Alpes vaudoises pour la dixième fois et plus.

#### COMPOSITION DU MÉNAGE TOURISTIQUE

Les Alpes vaudoises se distinguent non seulement par une faible proportion de visiteurs venus seuls mais également par une majorité d'hôtes hébergés-loisirs se déplaçant en couple ou avec leurs enfants ou les deux.

#### MOTIF DE SÉJOUR

Les hôtes hébergés-loisirs se rendent principalement dans les Alpes vaudoises pour pratiquer une activité sportive ; citation qui revient quatre fois sur dix.

Les paysages alpins, mentionnés par une personne sur cinq, arrivent en deuxième position.

Les activités de détente, les visites à des connaissances ou la découverte du pays en général, avancées une fois sur dix, restent significatives en regard des autres buts de visite.

#### QUALITÉS DÉTERMINANTES POUR LE CHOIX DE LA RÉGION

La beauté des paysages et des sites représente la qualité déterminante la plus régulièrement retenue par les hôtes hébergés-loisirs.

En complément, le climat et l'enneigement, la proximité ainsi que l'offre en installations sportives apparaissent comme des éléments importants pour les hôtes des Alpes vaudoises.

#### ÉVALUATION DES MODES DE RÉSERVATION DE L'HÉBERGEMENT

Les réservations du lieu d'hébergement faites auprès d'un office du tourisme, d'une agence de voyages ou des hôtels satisfont deux tiers à trois quarts des répondants.

La situation est cependant nettement plus mitigée en ce qui concerne le degré de satisfaction des moyens de réservation via les sites Internet des offices de tourisme.

### **HÉBERGEMENT PRINCIPAL**

Si les hôtels sont en majorité sollicités par les hôtes hébergés-loisirs des Alpes vaudoises, avec une majorité de visiteurs logés dans des hôtels 3 ou 4 étoiles, d'autres types de logements se profilent comme la location d'appartements ou les résidences secondaires.

### **DURÉE DU SÉJOUR**

Les hôtes qui séjournent le plus longtemps dans les Alpes vaudoises, à savoir six nuits et plus, logent dans les résidences secondaires, les logements loués à la semaine et les campings.

Les hôtels, les chambres d'hôtes et les logements d'amis présentent des résultats proches, avec une répartition plus ou moins égale entre les personnes qui y séjournent entre une et quatre nuits et celles qui y restent sept nuits et plus.

### **ÉVALUATION DE L'HÉBERGEMENT**

Les hôtes hébergés dans les chambres d'hôtes des Alpes vaudoises sont particulièrement satisfaits, avec plus de neuf personnes sur dix qui considèrent le rapport qualité-prix comme "bon", voire "très bon".

Concernant les autres types d'hébergement, les avis des hôtes sont plus nuancés, avec un rapport qualité-prix évalué "assez bon" et "moyen à mauvais" nettement plus prononcé.

### **ACTIVITÉS RÉALISÉES**

Les hôtes hébergés-loisirs des Alpes vaudoises réalisent principalement des activités de détente ou sportives ou encore visitent des sites naturels.

La gastronomie et les excursions trouvent également une place de choix auprès d'un répondant sur deux.

A noter que certaines activités pratiquées sont fortement corrélées avec la saison :

- les activités sportives et gastronomiques, liées à l'hiver
- les visites de sites naturels, les activités de détente ou les excursions, davantage citées en été.

## 5. RÉSULTATS AB2 : GROUPES CIBLE LOISIRS "EEPAM"

### Excursionnistes

#### MOTIF DE LA VISITE

La participation à un événement représente le but de visite le plus important des excursionnistes interrogés dans la région EEPAM ; suit le désir de pratiquer une activité sportive.

#### ACTIVITÉS RÉALISÉES

Les activités des excursionnistes sont majoritairement liées à la visite de sites naturels ou à la participation à un événement, activités réalisées par quatre excursionnistes sur dix. En outre, un répondant sur trois profite de son séjour dans la région pour se détendre.

Certaines activités pratiquées sont fortement corrélées avec la saison :

- les visites de sites naturels, les événements et le sport, plus particulièrement cités en hiver
- les visites de monuments historiques, d'expositions et les excursions, davantage mentionnées en été.

### Hôtes hébergés-loisirs

#### FIDÉLITÉ DES VISITEURS

Quatre hôtes hébergés-loisirs sur dix découvrent cette région pour la première fois.

#### COMPOSITION DU MÉNAGE TOURISTIQUE

La région se distingue non seulement par une faible proportion de visiteurs venus seuls mais également par une majorité de répondants venus en couple ou avec leurs enfants ou les deux.

#### MOTIF DE SÉJOUR

La participation à un événement représente également le but de visite le plus important des hôtes hébergés-loisirs interrogés ; autres buts de visite : le souhait de découvrir la région et ses paysages ou de se détendre.

#### QUALITÉS DÉTERMINANTES POUR LE CHOIX DE LA RÉGION

La beauté des sites et paysages représente la qualité déterminante la plus régulièrement mentionnée par les hôtes hébergés-loisirs ; suit l'offre en événements.

#### ÉVALUATION DU MODE DE RÉSERVATION DE L'HÉBERGEMENT

Près des deux tiers des hôtes hébergés se montrent particulièrement satisfaits des démarches faites auprès des agences de voyages consultées pour réserver leur hébergement.

Les réservations via les sites Internet des hôtels ou auprès d'un office du tourisme sont également bien notées, mais avec moins d'engouement.

#### HÉBERGEMENT PRINCIPAL

Si les hôtels sont en majorité sollicités par les hôtes hébergés-loisirs dans la région, avec une majorité de visiteurs logés dans des hôtels 3 étoiles, d'autres types de logements se profilent comme les campings, les chambres d'hôtes ou les hébergements collectifs.

#### DURÉE DU SÉJOUR

Les hôtels de la région hébergent en majorité des hôtes-loisirs venus pour de courts séjours, la moitié d'entre eux n'y passant qu'une seule nuit, auxquels s'ajoute un bon quart des répondants venus pour deux nuits.

Les séjours les plus longs se passent en camping, avec près des deux tiers des hôtes interrogés qui annoncent rester plus de cinq nuits.

### **ÉVALUATION DE L'HÉBERGEMENT**

Les hôtes hébergés dans des chambres d'hôtes se montrent très satisfaits, avec plus de neuf répondants sur dix qui considèrent le rapport qualité-prix de leur hébergement comme "bon" à "très bon".

Les résultats des campings et des hôtels sont plus modérés, avec un rapport qualité-prix qualifié de "moyen à mauvais" plus prononcé.

Quant aux hébergements collectifs, ils déçoivent particulièrement leurs clients, avec près de six répondants sur dix qui jugent leur rapport qualité-prix "moyen à mauvais".

### **ACTIVITÉS RÉALISÉES**

Les hôtes hébergés-loisirs de la région se déplacent principalement pour visiter des sites naturels ou pour se détendre.

La visite de sites historiques ainsi que la participation à des événements ponctuels représentent également des activités régulièrement pratiquées, puisqu'elles sont mentionnées par un quart à un tiers des personnes interrogées.

La gastronomie et les activités sportives viennent ensuite, relevées par un peu moins d'un répondant sur quatre.

La participation à un événement et la vie nocturne constituent des activités plus particulièrement courues en hiver. La visite de sites naturels et les activités de détente ou sportives sont, quant à elles, davantage liées à la saison estivale.

## 6. RÉSULTATS AB3 : GROUPES CIBLE LOISIRS "LAUSANNE AGGLOMÉRATION"

### Excursionnistes

#### MOTIF DE LA VISITE

Avec plus d'un répondant sur quatre, les excursionnistes se rendent principalement dans la région lausannoise pour visiter une exposition.

La participation à un événement ponctuel ou la visite de la ville plus globalement arrivent en deuxième position, et sont mentionnées par un visiteur sur six.

#### ACTIVITÉS RÉALISÉES

Les activités des excursionnistes sont majoritairement liées à la visite d'expositions, à la détente, à la découverte de sites naturels ou à la visite de sites historiques ; ces activités sont réalisées par trois à quatre personnes interrogées sur dix.

En outre, environ deux excursionnistes sur dix profitent aussi pour faire du shopping, participer à un événement ou découvrir les restaurants de la région.

A noter que les activités de détente, la visite de sites naturels ou le shopping sont plus particulièrement réalisés en hiver.

### Hôtes hébergés-loisirs

#### FIDÉLITÉ DES VISITEURS

Un hôte hébergé-loisirs sur deux découvre la région lausannoise pour la première fois.

#### COMPOSITION DU MÉNAGE TOURISTIQUE

La région se distingue par une majorité de répondants venus seuls ou en couple (sans enfants).

#### MOTIF DE SÉJOUR

Avec plus d'un répondant sur quatre, les hôtes hébergés se rendent principalement dans la région lausannoise pour visiter des connaissances.

La visite de la Suisse en général, la découverte de la ville ou la visite de sites naturels ne sont citées qu'ensuite, avec moins d'une mention sur cinq visiteurs.

#### QUALITÉS DÉTERMINANTES POUR LE CHOIX DE LA RÉGION

La beauté des sites et des paysages représente la qualité déterminante la plus régulièrement mise en avant par les hôtes hébergés-loisirs ; suit la présence de la famille ou d'amis dans la région.

#### ÉVALUATION DU MODE DE RÉSERVATION DE L'HÉBERGEMENT

Quel que soit le moyen de réservation évalué, la satisfaction est jugée majoritairement "bonne" à "très bonne" par les hôtes hébergés-loisirs.

#### HÉBERGEMENT PRINCIPAL

Si les hôtels sont en majorité sollicités par les hôtes hébergés-loisirs de l'agglomération lausannoise, avec une majorité de visiteurs logés dans des hôtels 3 ou 4 étoiles, d'autres types de logements se profilent comme l'hébergement chez des amis ou des parents.

#### DURÉE DU SÉJOUR

Les hôtels de la région lausannoise hébergent en majorité des hôtes-loisirs venus pour de courts séjours, la moitié d'entre eux n'y passant qu'une ou deux nuits, auxquels s'ajoute un tiers des répondants venus pour trois, quatre ou cinq nuits.

Les séjours les plus longs se passent en camping ou chez des connaissances, avec près de la moitié des hôtes interrogés qui annoncent y rester plus de cinq nuits.

### **ÉVALUATION DE L'HÉBERGEMENT**

Les hôtes hébergés dans la région lausannoise sont plutôt partagés sur le rapport qualité-prix des hôtels et des campings de la région. Si la moitié d'entre eux considèrent ce rapport comme "bon" à "très bon", l'autre moitié est au contraire plus mitigée ; deux répondants sur dix se montrent même critiques face à la question, jugeant le rapport qualité-prix "moyen à mauvais".

### **ACTIVITÉS RÉALISÉES**

La visite de sites naturels, les activités de détente ou la découverte de sites historiques sont les activités les plus pratiquées par les hôtes hébergés-loisirs de la région ; ces activités concernent six à sept répondants sur dix.

En outre, trois à quatre hôtes hébergés sur dix profitent de leur venue dans la région pour découvrir les restaurants, visiter une exposition ou faire du shopping.

A noter la corrélation entre les activités pratiquées et les saisons : la visite de sites naturels ou le shopping sont plus cités en hiver, tandis que les excursions et activités sportives sont davantage mentionnées en été.

## 7. RÉSULTATS AB4 : GROUPES CIBLE LOISIRS "MONTREUX RIVIERA"

### Excursionnistes

#### MOTIF DE LA VISITE

Les motifs de venue des excursionnistes de Montreux Riviera sont relativement diversifiés.

Avec un peu plus d'un répondant sur dix, les excursionnistes se rendent avant tout dans la région pour participer à des événements ponctuels, particulièrement en hiver, ou encore visiter des sites naturels ou urbains, profiter de certaines activités de détente ou découvrir la Suisse en général, mais alors plutôt en été.

#### ACTIVITÉS RÉALISÉES

Les excursionnistes présents dans la région pratiquent essentiellement des activités de détente et visitent des sites naturels, activités réalisées par six répondants sur dix.

En outre, un excursionniste sur trois profite de sa présence dans la région pour faire du shopping ou apprécier l'offre gastronomique.

A noter que certaines activités sont parfois corrélées avec la saison, à l'image des activités de détente et du shopping, particulièrement appréciés en hiver, ou des excursions et des expositions, davantage citées en été.

### Hôtes hébergés-loisirs

#### FIDÉLITÉ DES VISITEURS

Plus de quatre hôtes hébergés-loisirs sur dix découvrent la région pour la première fois.

#### COMPOSITION DU MÉNAGE TOURISTIQUE

La région se distingue par une majorité de répondants venus seuls ou en couple (sans enfants).

#### MOTIF DE SÉJOUR

Avec près d'un répondant sur quatre, les hôtes hébergés-loisirs se rendent principalement dans la région dans le cadre d'une visite de la Suisse en général ou, dans une même proportion, pour rendre visite à des connaissances. Mentionnée par un visiteur sur six, la visite de sites naturels arrive en troisième position.

#### QUALITÉS DÉTERMINANTES POUR LE CHOIX DE LA RÉGION

La beauté des sites et des paysages représente la qualité déterminante la plus régulièrement citée par les hôtes hébergés-loisirs, devant la présence de parenté ou d'amis dans la région, ainsi que la réputation de l'hébergement.

#### ÉVALUATION DU MODE DE RÉSERVATION DE L'HÉBERGEMENT

Les hôtes hébergés-loisirs sont globalement satisfaits des réservations faites via les sites Internet des hôtels, huit répondants sur dix évaluant de "bon" à "très bon" le moyen de réservation utilisé.

#### HÉBERGEMENT PRINCIPAL

Si les hôtels sont majoritairement sollicités sur la Riviera, avec une majorité de visiteurs logés dans des hôtels de 3 ou 4 étoiles, d'autres types de logements se profilent comme l'hébergement chez des amis ou des parents (famille).

**DURÉE DU SÉJOUR**

Les hôtels hébergent en majorité des hôtes-loisirs venus pour de courts séjours (une ou deux nuits).

Un tiers des répondants affirme en outre venir pour une période allant de trois à cinq nuits.

Quant aux séjours les plus longs, ils se passent généralement au camping ou chez des connaissances, avec quatre à cinq répondants sur dix qui annoncent y rester plus de cinq nuits.

**ÉVALUATION DE L'HÉBERGEMENT**

Les résultats des campings et des hôtels sont relativement similaires, avec une majorité de répondants qui jugent "bon" à "très bon" le rapport qualité-prix de leur logement.

Les hôtes résidant en hôtel sont toutefois plus critiques, avec une proportion d'appréciations "moyen à mauvais" deux fois plus importante que celle relevée par les campeurs.

**ACTIVITÉS RÉALISÉES**

Sept à huit hôtes hébergés-loisirs sur dix affirment avoir visité un site naturel ou pratiqué une activité de détente.

Par ailleurs, un répondant sur deux profite de son séjour dans la région pour apprécier l'offre gastronomique.

A noter la corrélation entre les activités pratiquées et les saisons : les activités de détente, les bons restaurants ou le shopping sont plus particulièrement cités en hiver, tandis que les excursions sont davantage mentionnées en été.

## 8. RÉSULTATS AB5 : GROUPES CIBLE LOISIRS "NYON-MORGES RÉGION"

### Excursionnistes

#### MOTIF DE LA VISITE

Les excursionnistes de Nyon-Morges Région présentent des buts de venue très diversifiés.

Avec près d'un répondant sur six, la visite d'expositions ou la participation à des événements ponctuels apparaissent comme étant les premiers motifs de séjour ; suivent des activités de détente ou la visite de sites naturels.

#### ACTIVITÉS RÉALISÉES

Plus d'un excursionniste sur deux profite de la région pour se détendre, plus particulièrement en hiver, un peu moins pour visiter des sites naturels.

En outre, environ un répondant sur trois, notamment en hiver, montre de l'intérêt pour les expositions, les événements, les restaurants ou les sites historiques.

### Hôtes hébergés-loisirs

#### FIDÉLITÉ DES VISITEURS

Quatre hôtes hébergés-loisirs sur dix découvrent la région pour la première fois.

#### COMPOSITION DU MÉNAGE TOURISTIQUE

Nyon-Morges Région se distingue non seulement par une faible proportion de visiteurs venus seuls mais également par une majorité de répondants venus en couple (sans enfants).

#### MOTIF DE SÉJOUR

Citée par un tiers des hôtes hébergés-loisirs interrogés, la visite de proches apparaît comme le premier but de venue dans cette région.

A côté de la visite de proches, un répondant sur six évoque aussi la visite de la Suisse en général, la visite de sites naturels ou la participation à des événements ponctuels.

#### QUALITÉS DÉTERMINANTES POUR LE CHOIX DE LA RÉGION

La beauté des sites et paysages représente la qualité déterminante la plus régulièrement mentionnée par les hôtes hébergés-loisirs, suivie de l'offre en événements.

#### ÉVALUATION DU MODE DE RÉSERVATION DE L'HÉBERGEMENT

Les hôtes hébergés-loisirs sont globalement satisfaits des réservations faites via les sites Internet des hôtels, près de huit répondants sur dix jugeant "bon" à "très bon" le mode de réservation utilisé.

#### HÉBERGEMENT PRINCIPAL

Si les hôtels sont majoritairement sollicités par les hôtes hébergés-loisirs, avec une majorité de visiteurs logés dans des hôtels 3 ou 4 étoiles, d'autres types de logements se profilent comme l'hébergement chez des amis ou des parents.

#### DURÉE DU SÉJOUR

Les hôtels hébergent majoritairement les hôtes venus pour de courts séjours, quatre répondants sur dix ne passant qu'une ou deux nuits, auxquels s'ajoute un tiers des répondants venus pour une période allant de trois à cinq nuits.

Quant aux séjours les plus longs, ils se passent en camping ou chez des connaissances, avec quatre à cinq répondants sur dix qui annoncent y passer plus de cinq nuits.

**ÉVALUATION DE L'HÉBERGEMENT**

Les résultats des campings et des hôtels sont relativement similaires, avec un répondant sur deux qui juge "bon" à "très bon" le rapport qualité-prix de son hébergement.

A noter que près de deux répondants sur dix évaluent "moyen à mauvais" le rapport qualité-prix de leur hébergement.

**ACTIVITÉS RÉALISÉES**

Les hôtes hébergés-loisirs pratiquent principalement des activités liées à la détente et à la visite de sites naturels.

De plus, quatre personnes interrogées sur dix profitent de l'offre gastronomique lors de leur séjour dans la région.

Pour le reste, on relèvera encore l'intérêt marqué par les hôtes consultés en hiver pour les expositions, les sites historiques, le shopping, les événements ou les excursions.

## 9. RÉSULTATS AB6 : GROUPES CIBLE LOISIRS "Y-L-B RÉGION – VdJ"

### Excursionnistes

#### MOTIF DE LA VISITE

Les raisons ayant motivé la venue des excursionnistes à Y-I-B Région - VdJ sont nombreuses et diversifiées.

Avec près d'une personne interrogée sur cinq, la visite du pays en général apparaît comme étant le premier motif de séjour pour les excursionnistes ; suivent la pratique d'activités sportives, la visite de sites naturels, les activités de détente et la participation à des événements.

#### ACTIVITÉS RÉALISÉES

Six à sept excursionnistes sur dix visitent les paysages et sites naturels de la région ou pratiquent une activité de détente, en particulier en hiver.

Un tiers des personnes interrogées profitent également de leur présence dans la région pour découvrir la gastronomie locale ou pratiquer une activité sportive.

### Hôtes hébergés-loisirs

#### FIDÉLITÉ DES VISITEURS

Y-I-B Région - VdJ présente une situation équilibrée entre les personnes qui visitent la région pour la première fois et celles qui se montrent fidèles, voire très fidèles (dix visites et plus).

#### COMPOSITION DU MÉNAGE TOURISTIQUE

La région se distingue non seulement par une faible proportion de visiteurs venus seuls mais également par une majorité de répondants venus en couple ou avec leurs enfants ou les deux.

#### MOTIF DE SÉJOUR

Avec plus d'un répondant sur quatre, la visite du pays en général apparaît comme étant le premier motif de séjour pour les hôtes hébergés-loisirs ; suivent les activités de détente, la visite à des connaissances, les activités sportives et la découverte de sites naturels.

#### QUALITÉS DÉTERMINANTES POUR LE CHOIX DE LA RÉGION

La beauté des sites et des paysages représente la qualité déterminante la plus régulièrement citée par les hôtes hébergés-loisirs, suivie de la réputation d'accueil et d'hospitalité.

#### ÉVALUATION DU MODE DE RÉSERVATION DE L'HÉBERGEMENT

Les répondants sont particulièrement satisfaits des moyens utilisés pour réserver leur hébergement, que ce soit via Internet, auprès des offices du tourisme ou directement sur place, sept à huit répondants sur dix les jugeant "bons" à "très bons".

#### HÉBERGEMENT PRINCIPAL

Si les hôtels sont largement sollicités par les hôtes hébergés-loisirs, avec une majorité de visiteurs logés dans des hôtels 3 étoiles, d'autres types de logements se profilent comme les campings ou les hébergements collectifs.

#### DURÉE DU SÉJOUR

Les hôtels et les hébergements collectifs de la région accueillent essentiellement des personnes venues pour de courts séjours (une ou deux nuits). Rares sont les hôtes qui choisissent ces établissements pour plus de cinq nuits.

Les séjours plus longs se passent généralement en camping, dans les établissements mis en location ou chez des connaissances (amis, famille).

**ÉVALUATION DE L'HÉBERGEMENT**

Les hôtes hébergés-loisirs interrogés sont satisfaits du rapport qualité-prix de leur hébergement, avec une majorité de répondants qui jugent ce rapport "bon" à "très bon", quel que soit le type d'établissement considéré.

**ACTIVITÉS RÉALISÉES**

Huit hôtes hébergés-loisirs sur dix profitent des paysages et des sites naturels de la région ou pratiquent une activité de détente, surtout en hiver.

Environ quatre répondants sur dix ont par ailleurs profité de leur présence dans la région pour s'adonner à des activités sportives ou découvrir la gastronomie locale, plus particulièrement en hiver.

## **10. RÉSULTATS C : TOURISTES D'AFFAIRES "LAUSANNE AGGLOMÉRATION", "MONTREUX RIVIERA" ET "NYON-MORGES RÉGION"**

### **FIDÉLITÉ DES VISITEURS**

Les touristes d'affaires de Lausanne agglomération, Montreux Riviera et Nyon-Morges Région font preuve d'une grande fidélité puisqu'un tiers à près de la moitié d'entre eux en sont à leur dixième visite professionnelle au moins.

### **COMPOSITION DU MÉNAGE TOURISTIQUE**

Compte tenu du contexte professionnel de la visite, la majorité des touristes d'affaires voyagent seuls, quelle que soit la région considérée.

### **MOTIF DE LA VISITE**

Les touristes d'affaires interrogés à Lausanne agglomération sont venus principalement pour des réunions organisées par leur entreprise ou pour des cours de perfectionnement et, plus rarement, pour des congrès.

La majorité des visites d'affaires de Montreux Riviera est liée à des congrès, foires ou expositions professionnelles.

Nyon-Morges Région se distingue par une grande proportion de visites dues à des réunions organisées par les entreprises.

### **QUALITÉS DÉTERMINANTES POUR LE CHOIX DE LA RÉGION**

Quelle que soit la région analysée, la majorité des touristes d'affaires répond ne pas avoir eu le choix de la destination. Ce constat est à mettre en relation avec le lieu où se déroule l'événement, véritable facteur déterminant les visites professionnelles.

### **ORGANISATION DU SÉJOUR**

Pour les déplacements à caractère professionnel, les séjours sont, pour la plupart, organisés de manière individuelle, même si une proportion importante des personnes interrogées ont tendance à déléguer l'organisation du voyage (à une agence par exemple), notamment à Nyon-Morges Région.

### **RECHERCHE D'INFORMATION**

La majorité des personnes interrogées n'ont pas ressenti le besoin de s'informer sur la région.

Pour les touristes d'affaires qui ont tout de même recherché des informations avant leur venue, Internet s'impose comme la principale source, suivi du bouche à oreille.

### **ÉVALUATION DES MOYENS D'INFORMATION**

Les touristes d'affaires estiment que les informations obtenues par le bouche à oreille sont plus satisfaisantes que celles trouvées sur Internet.

### **RÉSERVATION DE L'HÉBERGEMENT**

Un peu plus de deux tiers des touristes d'affaires interrogés réservent leur hébergement avant leur venue.

### **MODE DE RÉSERVATION DE L'HÉBERGEMENT**

Internet représente le moyen privilégié par les touristes d'affaires pour réserver leur hébergement.

### **RÉSERVATION DES ACTIVITÉS**

La majorité des touristes d'affaires interrogés ne réservent pas leurs activités.

Les rares touristes d'affaires qui réservent une activité font généralement appel au prestataire concerné ou, de manière moins marquée, à Internet.

### **HÉBERGEMENT PRINCIPAL**

La quasi-totalité des touristes d'affaires consultés logent à l'hôtel, principalement dans des hôtels 3 et 4 étoiles, rares étant ceux qui optent pour un autre type d'hébergement.

### **DURÉE DU SÉJOUR**

La moitié des touristes d'affaires passe une ou deux nuits dans les hôtels des régions d'accueil. Pour le reste, deux à trois répondants sur dix affirment séjourner plus de cinq nuits dans la région.

### **ÉVALUATION DE L'HÉBERGEMENT**

La moitié des touristes d'affaires est satisfaite du rapport qualité-prix de son hôtel.

L'autre moitié ne partage pas cette opinion, avec notamment environ un quart des répondants s'exprimant de manière plus modérée ("assez bon"), un à deux répondants sur dix se montrant même relativement critiques ("moyen à mauvais").

### **MOYENS DE TRANSPORT UTILISÉS**

La voiture privée et le train se démarquent comme les moyens de transport privilégiés des touristes d'affaires.

La question du transport à Lausanne agglomération souligne également l'importance du réseau de bus et du métro.

### **ÉVALUATION DES MOYENS DE TRANSPORT**

Les touristes d'affaires sont majoritairement satisfaits des conditions de circulation (trafic, orientation) et des transports publics (fréquence, confort, prix).

### **VISITE À L'OFFICE DU TOURISME LOCAL**

Moins de deux touristes d'affaires sur dix se rendent dans un office du tourisme pendant leur séjour.

### **ÉVALUATION DE L'OFFICE DU TOURISME LOCAL**

Sur la base des quelques visiteurs d'affaires qui se rendent tout de même dans un office du tourisme, le niveau de satisfaction apparaît comme majoritairement "bon" à "très bon", avec néanmoins certaines critiques enregistrées à Lausanne agglomération.

### **ACTIVITÉS RÉALISÉES**

Venus en priorité pour réaliser l'activité liée à leur motif de séjour professionnel, les touristes d'affaires pratiquent peu d'activités, en dehors de la fréquentation de restaurants, de la pratique d'activités de détente et du shopping.

Montreux Riviera se distingue notamment par une plus grande proportion de touristes d'affaires profitant des sites naturels et des paysages de la région.

### **ÉLÉMENTS DE SATISFACTION**

La beauté des sites apparaît comme l'élément de satisfaction majeur, aussi bien en été qu'en hiver.

Viennent ensuite la qualité d'accueil, la facilité d'accès et le climat.

### **SATISFACTION GÉNÉRALE**

Les trois régions concernées par le tourisme d'affaires recueillent une évaluation jugée "bonne" à "très bonne" par les personnes interrogées.

## 11. RÉSULTATS D : ÉTUDIANTS "LAUSANNE AGGLOMÉRATION"

### FIDÉLITÉ DES VISITEURS

Quatre étudiants sur dix découvrent la région Lausanne agglomération pour la première fois.

### COMPOSITION DU MÉNAGE TOURISTIQUE

Compte tenu du contexte spécifique de la visite, soit un voyage pour études, la majorité des étudiants voyage seule.

### MOTIF DE SÉJOUR

Le motif de séjour des étudiants est de manière logique associée à la nature même de ce groupe cible, soit les études.

### QUALITÉS DÉTERMINANTES POUR LE CHOIX DE LA RÉGION

Les qualités déterminantes quant au choix de venir dans la région sont principalement liées à la réputation de l'offre en formation.

A noter que près de deux étudiants sur cinq répondent ne pas avoir choisi leur lieu d'études.

### ORGANISATION DU SÉJOUR

Les étudiants de la région organisent, dans leur grande majorité, leur séjour de manière individuelle.

On notera toutefois qu'environ un quart des répondants ont tendance à déléguer l'organisation de leur voyage, par exemple en passant par une agence.

### RECHERCHE D'INFORMATION

Sept étudiants sur dix s'informent sur la région avant leur venue.

Cité plus d'une fois sur deux, Internet se détache clairement comme le moyen d'information privilégié, suivi du bouche à oreille (discussions avec des proches).

### ÉVALUATION DES MOYENS D'INFORMATION

Les étudiants estiment que les informations obtenues par le bouche à oreille sont plus concluantes que celles trouvées sur Internet.

### RÉSERVATION DE L'HÉBERGEMENT

Les trois quarts des étudiants interrogés procèdent à une réservation pour leur logement.

### MODE DE RÉSERVATION DE L'HÉBERGEMENT

Les étudiants privilégient Internet, puis leur réseau (amis, famille, employeur) pour réserver leur logement.

En outre, un étudiant sur six s'adresse directement à son centre de formation pour procéder à une réservation.

### RÉSERVATION DES ACTIVITÉS

Les étudiants ne font guère de réservations pour leurs activités. Le cas échéant, ils s'adressent directement aux prestataires concernés, par téléphone ou en se rendant sur place.

### HÉBERGEMENT PRINCIPAL

Les étudiants de la région résident essentiellement dans des logements en location, voire dans les chambres des différents campus existants.

### **DURÉE DU SÉJOUR**

Les hôtels hébergent en majorité des personnes en formation présentes dans la région pour une courte durée (une à cinq nuits) ; rares sont ainsi les étudiants qui choisissent des hôtels pour plus d'une semaine.

A l'inverse, les séjours les plus longs se passent dans les autres types d'hébergement recensés (locations, campus ou chez des connaissances).

### **ÉVALUATION DE L'HÉBERGEMENT**

Les étudiants interrogés sont clairement déçus du rapport qualité-prix de leur logement, notamment concernant les campus, avec un répondant sur trois qui les juge "moyen à mauvais".

### **MOYENS DE TRANSPORT UTILISÉS**

Les transports publics, représentés par le bus, le métro ou le train, se démarquent comme les moyens de transport les plus utilisés par les étudiants de la région.

La voiture privée, quant à elle, n'en est pas moins mentionnée par un étudiant sur quatre.

### **ÉVALUATION DES MOYENS DE TRANSPORT**

Les étudiants sont majoritairement satisfaits des transports publics (fréquence, confort, prix) et des conditions de circulation (trafic, orientation, etc.).

### **VISITE À L'OFFICE DU TOURISME LOCAL**

Seul un étudiant sur sept affirme avoir visité un office du tourisme pour chercher des informations sur la région.

### **ACTIVITÉS RÉALISÉES**

A côté de leurs études, les activités pratiquées par les étudiants sont fort variées : sport, vie nocturne, shopping, détente et restaurants, notamment.

### **ÉLÉMENTS DE SATISFACTION**

La beauté des sites ressort comme l'élément le plus apprécié de la région, plus particulièrement en été, loin devant toute une série d'autres éléments comme l'accessibilité, la vie nocturne (en hiver spécialement), l'accueil, les installations sportives, le shopping, les lieux de loisirs, la sécurité, le climat ou l'offre culturelle.

### **SATISFACTION GÉNÉRALE**

Les étudiants sont globalement satisfaits de leur séjour dans la région, avec près de deux répondants sur trois qui jugent celui-ci "bon" à "très bon".

## 12. CONCLUSION ET REMERCIEMENTS

### 12.1. CONCLUSION

Face au manque de données fiables et constantes<sup>7</sup> utiles au suivi du mouvement touristique vaudois et à la mise à jour des différentes stratégies opérationnelles, les résultats de cette enquête viennent apporter de précieuses informations aux professionnels de la branche.

Les entretiens réalisés auprès de quelque 6'800 hôtes interrogés dans le canton de Vaud, durant la période de mai 2010 à avril 2011, permettent notamment de mieux cerner le profil des visiteurs, leurs comportements, motifs de séjour, attentes ou niveau de satisfaction.

L'analyse des données récoltées permet en outre de mieux cerner des spécificités relatives aux régions et groupes cibles du canton de Vaud<sup>8</sup>. Globalement, la connaissance de la clientèle touristique du canton de Vaud s'en trouve renforcée.

Le caractère novateur des données récoltées nécessite toutefois de leur accorder une attention particulière en vue d'une utilisation efficace des principaux constats établis. A ce titre, il conviendra de s'interroger :

- sur l'importance de communiquer ces nouvelles informations aux différents partenaires de la branche touristique ;
- sur les conséquences opérationnelles à inscrire dans la continuité des résultats de l'enquête (mesure du niveau d'adéquation entre les résultats de l'étude et les actions de promotion existantes ; analyse des marges d'amélioration existantes ; ajustements stratégiques, ...).

Au-delà de la valeur ajoutée de cette étude, les enjeux spécifiques au tourisme (évolution de la demande, planification et développement de l'offre, monitoring de la concurrence, ...) restent nombreux. A ce titre, la perspective d'un observatoire du tourisme vaudois permettra de poursuivre la démarche initiée et d'affiner encore un peu plus la connaissance de la clientèle touristique des destinations du canton de Vaud.

### 12.2. REMERCIEMENTS

Nous aimerions conclure ce rapport en remerciant tout particulièrement

- les représentants des six groupes de destinations
- les responsables des sites qui ont particulièrement bien accueilli les enquêteurs
- et, bien entendu, les nombreux visiteurs du canton de Vaud qui ont consacré un peu de leur temps pour répondre à toutes nos questions.

---

<sup>7</sup> Connaissance insuffisante de la demande touristique (déclencheurs et motivations des séjours, hôte hébergé/ excursionniste, ...) ; outils de mesure du tourisme insatisfaisants en regard des besoins des analyses de marché, en particulier dans la para-hôtellerie ou l'excursionnisme ; indicateur "Nuitées hôtelières" non représentatif de l'importance économique du tourisme ; ...

<sup>8</sup> Cf. Synthèses des différents chapitres du rapport.