



DÉPARTEMENT DE L'ÉCONOMIE-DEC  
SERVICE DE L'ÉCONOMIE, DU LOGEMENT ET DU TOURISME-SELT



Office du Tourisme  
du Canton de Vaud



# Résumé

L'importance du tourisme  
pour l'économie vaudoise

LIBERTÉ  
ET  
PATRIE

Novembre 2004

rütter+partner  
concertgroup

HEC  
LAUSANNE

UNITÉ D'ENSEIGNEMENT ET DE RECHERCHE EN TOURISME

**Mandants**Importance du tourisme pour l'économie vaudoise

Etat de Vaud: Département de l'économie (DEC),  
Service de l'économie, du logement et du tourisme (SELT)

Office du Tourisme du canton de Vaud (OTV)

Tourisme d'affaires dans l'agglomération lausannoise

Lausanne Tourisme

Ville de Lausanne

Tourisme d'affaires dans la région de Montreux-Vevey

Montreux-Vevey Tourisme

**Mandataire**

Rütter+Partner - concertgroup, Rüschtikon

**Auteurs**

Heinz Rütter, chef du projet

Adrian Berwert

Francis Scherly (résumé)

Ursula Rütter-Fischbacher

Sabine Schneiter

**Conseil externe et études de terrain**

Prof. Francis Scherly, Université de Lausanne Ecole des HEC (UERT)

Vincent Matthey, Université de Lausanne Ecole des HEC (UERT)

**Comités de pilotage**Importance du tourisme pour l'économie vaudoise

Philippe Sordet, Sandra Mordasini, SELT

Charles-André Ramseier, Claude-Alain Blanc, OTV

Jean Campiche, Christina Maier, SCRIS

Tourisme d'affaires dans l'agglomération lausannoise et dans la région de Montreux-Vevey

Claude Petitpierre, Lausanne Tourisme

Harry John, Montreux-Vevey Tourisme

**Rapport principal**

Disponible sous forme de PDF auprès de: [www.economie.vd.ch](http://www.economie.vd.ch)

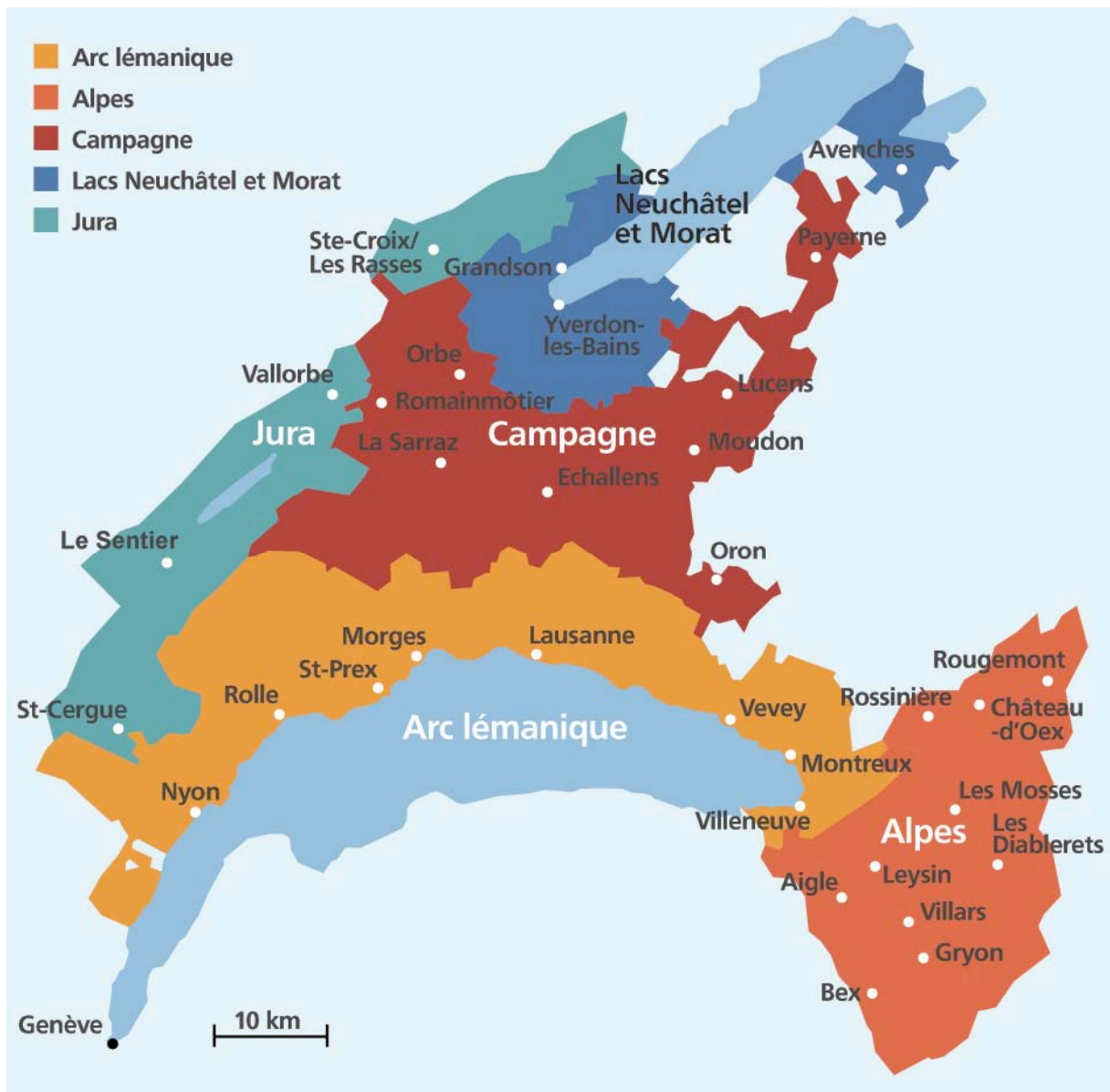
**Adresse des auteurs**

Rütter+Partner  
Weingartenstrasse 5  
8803 Rüschtikon  
[info@ruetter.ch](mailto:info@ruetter.ch)  
[www.ruetter.ch](http://www.ruetter.ch)  
044 724 27 70

Prof. Francis Scherly  
Interconsulting  
Case Postale 9  
1820 Montreux  
[interconsult@vtx.ch](mailto:interconsult@vtx.ch)  
021 960 24 03

# L'importance du tourisme pour l'économie vaudoise

**Le canton de Vaud: cinq régions touristiques, une Suisse en résumé!**



Sources: OTV, SCRIS

## Propos liminaire

La grande diversité géographique et culturelle qui caractérise le canton de Vaud agit clairement sur la variété de son offre touristique. Grâce à ses nombreuses infrastructures réparties au sein de ses régions bien typées, d'excellentes conditions sont réunies pour répondre en toutes saisons aux attentes des catégories de visiteurs les plus diverses.

Mais pour pouvoir mieux encore exploiter et mettre en valeur le potentiel touristique et satisfaire les besoins multiples des hôtes, il est indispensable de disposer d'une large base d'informations et de données. Conséquemment, le Département de l'Economie (DEC), le Service de l'Economie, du Logement et du Tourisme (SELT), en partenariat avec l'Office du Tourisme du canton de Vaud (OTV), ont ressenti le besoin d'ordonner la présente étude qui a examiné – de façon particulièrement fouillée et rigoureuse – les caractéristiques de l'offre et de la demande du tourisme vaudois sur près de deux ans d'investigations.

L'objectif principal de cette recherche a été de déterminer l'importance économique du tourisme dans le canton de Vaud et ses cinq régions touristiques: *Arc lémanique, Alpes, Campagne, Lacs Neuchâtel et Morat et Jura*. La base d'informations et de données ainsi constituée sera mise à disposition des futurs décideurs en matière de politique du tourisme et de marketing.

Ce résumé du document principal aborde successivement:

L'importance du tourisme pour l'économie vaudoise	1
Le canton de Vaud: cinq régions touristiques, une Suisse en résumé!	1
<b>1. Thématique générale</b>	<b>3</b>
1.1 Les résultats globaux du canton: une première photographie en quatre tableaux	3
1.2 Les résultats régionaux: cinq tableaux pour cinq régions	5
1.3 Les résultats cantonaux: par secteurs économiques principaux	8
1.4 Les résultats régionaux: par secteurs économiques principaux	10
1.5 Approche-marché: typologie de la demande, saisonnalité et profils-clients	13
1.6 Approche non-économique: quelques résultats	21
<b>2. Thématiques spécifiques</b>	<b>23</b>
2.1 Le tourisme d'affaires: examen particulier de la région Lausanne/Montreux-Vevey	23
2.2 Le poids des institutions et manifestations sportives et culturelles (événementiel)	29
<b>3. Enseignements-clefs de l'étude en un coup d'oeil</b>	<b>35</b>
3.1 A l'échelon cantonal	35
3.2 A l'échelon régional	36
<b>4. Outils de compréhension du rapport</b>	<b>38</b>
4.1 Méthodologie utilisée	38
4.2 Bibliographie	39
4.3 Glossaire & définitions	41

# 1. Thématique générale

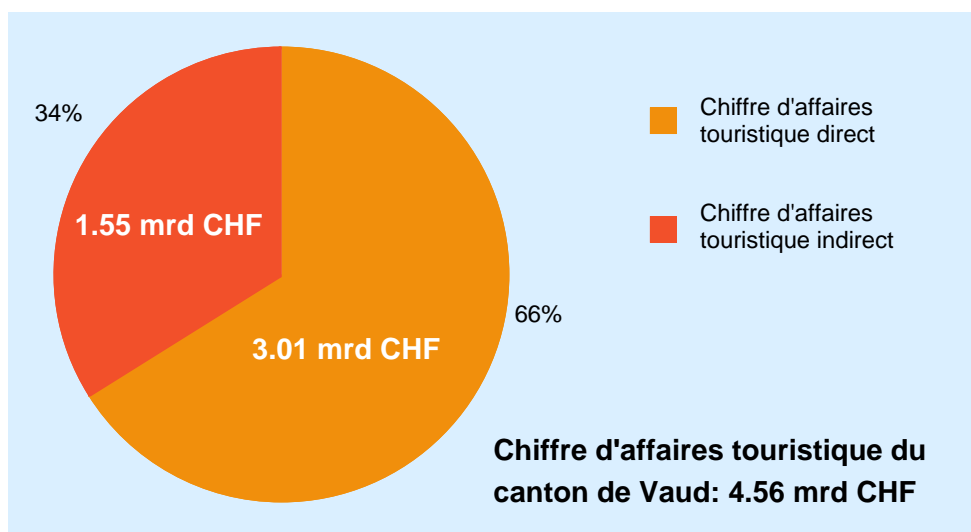
## 1.1 Les résultats globaux du canton: une première photographie en quatre tableaux

La plupart des secteurs économiques tirent profit de l'apport du tourisme par les encaissements directs des prestataires touristiques auprès des visiteurs, qui génèrent du chiffre d'affaires et des emplois et créent de la valeur ajoutée<sup>1</sup>. A ces *effets directs* du tourisme viennent s'ajouter, sous forme de consommation intermédiaire et d'effet de revenu, des *effets indirects* (effet multiplicateur).

### Chiffre d'affaires total du tourisme

Sur l'année 2002, l'activité touristique a généré – pour l'ensemble des prestations économiques directes et indirectes intéressant le canton de Vaud – un volume de retombées économiques total de *4.56 mrd CHF* (66% d'effets directs issus des dépenses des visiteurs et 34% d'effets indirects).

**Illustration 1:** chiffre d'affaires touristique direct et indirect dans le canton de Vaud, 2002.



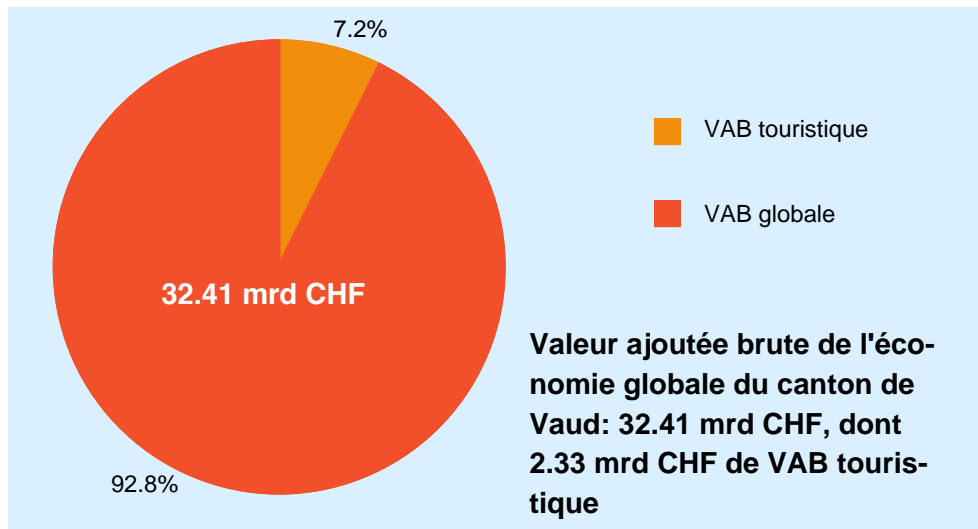
Sources: calculs et estimations Rütter + Partner

### Valeur ajoutée totale

Le volume de chiffre d'affaires direct et indirect généré par le tourisme et la valeur ajoutée brute (VAB) qui en résulte au sein des différentes activités économiques peuvent être mis en relation avec le *produit intérieur brut (PIB)* cantonal ou régional. Le chiffre d'affaires touristique générant dans le canton de Vaud une valeur ajoutée brute touristique d'environ 2.33 mrd CHF, la contribution totale (directe et indirecte) du tourisme au produit intérieur brut cantonal est de 7.2%.

<sup>1</sup> Pour les définitions terminologiques, se référer au *Glossaire* en fin de rapport

**Illustration 2:** contribution de la VAB touristique à la VAB globale dans le canton de Vaud, 2002/03

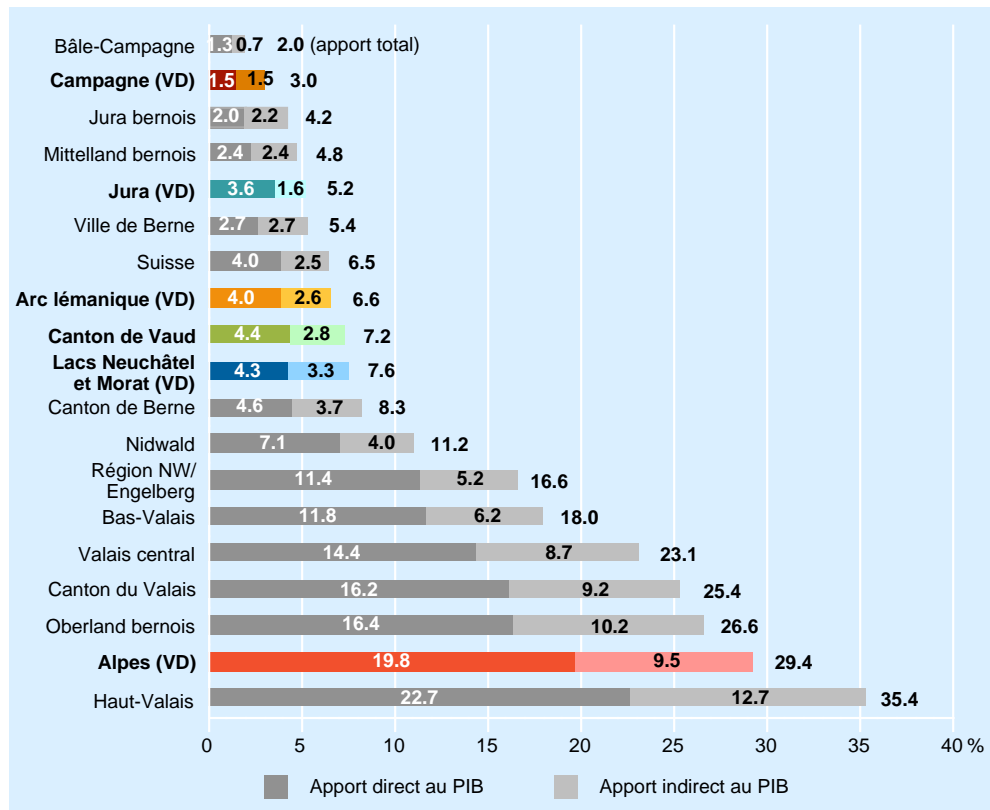


Sources: calculs et estimations Rütter + Partner

**Contribution du tourisme vaudois au PIB: positionnement en bref**

L'importance économique du tourisme – mesurée à 7.2% pour le canton de Vaud à l'aune de sa contribution au produit intérieur brut (PIB) – est supérieure à la part estimée pour la Suisse (env. 6.5%).

**Illustration 3:** comparaison régionale des contributions du tourisme au PIB en %



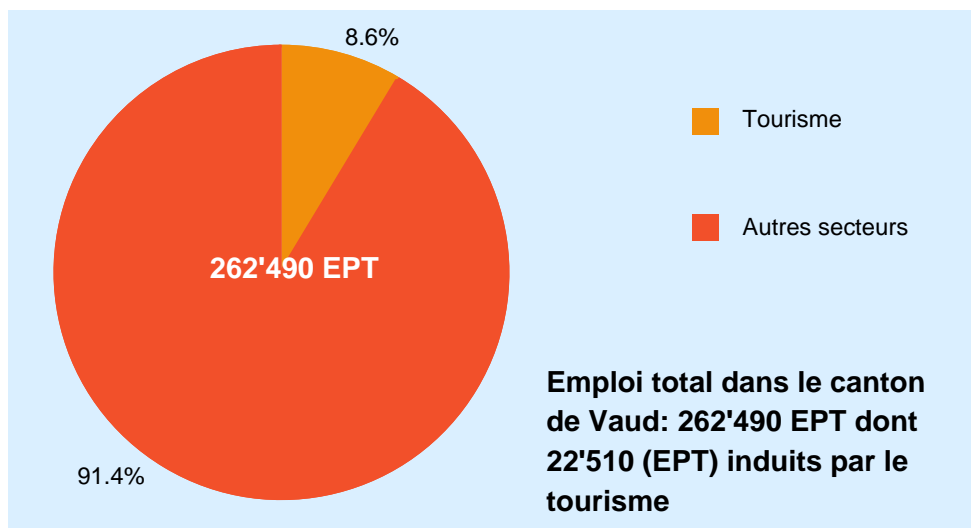
Sources: calculs et estimations Rütter + Partner

Elle est toutefois – selon deux études récentes à base comparable – sensiblement moins élevée qu'en Valais (25.4%) ou encore légèrement plus basse que celle calculée dans le canton de Berne (8.3%).

### Contribution à l'emploi

Avec 22'510 employés EPT (Equivalence Plein Temps), le tourisme apporte une contribution totale (directe et indirecte) de 8.6% à l'ensemble de l'emploi dans le canton (262'490 EPT). On observe que l'apport à l'emploi des prestataires touristiques est plus élevé que leur contribution à la valeur ajoutée, respectivement au PIB. Ces différences au niveau des contributions à l'emploi total et à celui du produit intérieur brut s'expliquent essentiellement par la *productivité du travail* (valeur ajoutée brute par EPT), généralement plus basse chez les prestataires touristiques.

**Illustration 4:** Contribution touristique à l'emploi dans le canton de Vaud, 2002



Sources: calculs et estimations Rütter + Partner

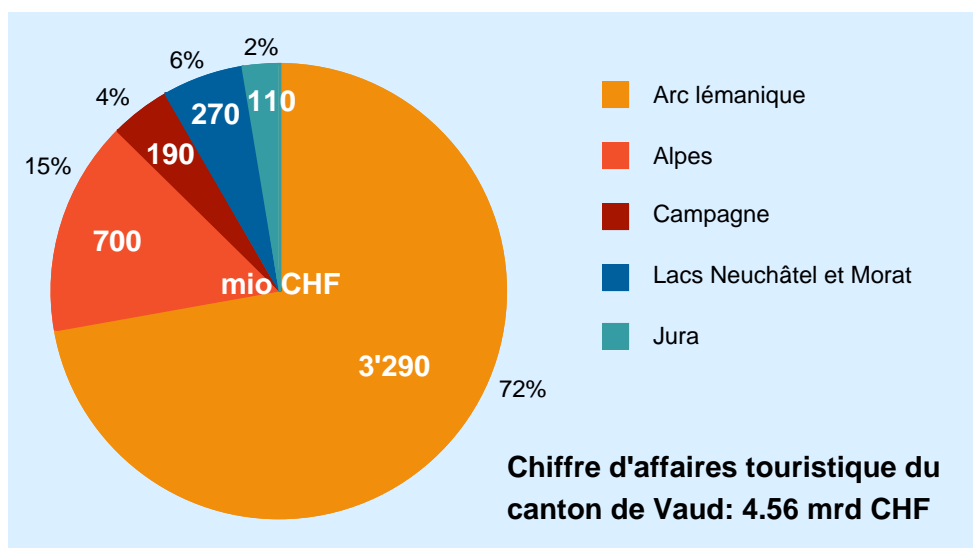
## 1.2 Les résultats régionaux: cinq tableaux pour cinq régions

### Chiffre d'affaires par région

Tout au long de ce travail, l'un des objectifs majeurs des chercheurs fut de cerner l'importance économique globale du tourisme vaudois et ses caractéristiques régionales au moyen d'indicateurs pertinents.

Traduite en chiffres relatifs, la répartition régionale du chiffre d'affaires touristique confirme une logique de disparité: près des trois quarts du chiffre d'affaires réalisé dans le canton de Vaud est le fait de *l'Arc lémanique* (3.29 mrd CHF), 15% de la région *Alpes* (700 mio CHF), le solde provenant des autres régions, soit 6% dans la région *Lacs Neuchâtel et Morat* (270 mio CHF), 4% dans *la Campagne* (190 mios CHF) et 2% dans *le Jura* (110 mio CHF). La contribution de ces trois dernières régions est donc quantitativement sensiblement plus faible, même si elle peut représenter une activité vitale pour une région donnée.

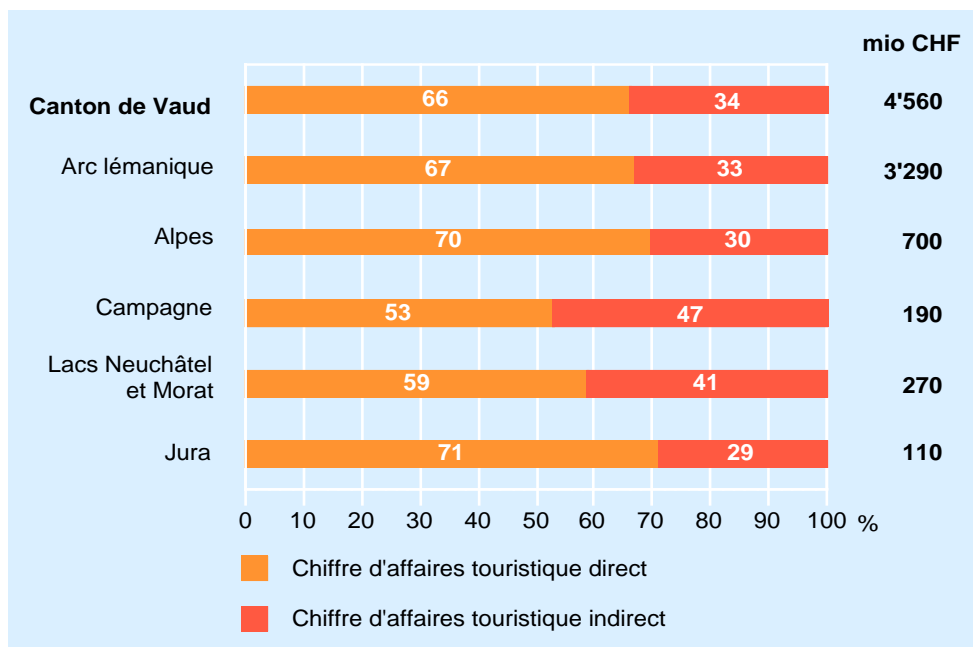
**Illustration 5:** chiffre d'affaires touristique dans le canton de Vaud et ses cinq régions, 2002



Sources: calculs et estimations Rütter + Partner

Examinée sous l'angle géotouristique, *la structure des chiffres d'affaires* (effets directs et indirects) présente, à peu de choses près, le même ratio qu'au niveau cantonal, soit deux tiers pour les effets directs et un tiers pour les effets indirects; la *Campagne* fait toutefois exception en approchant la parité.

**Illustration 6:** chiffre d'affaires touristique direct et indirect dans les différentes régions et dans le canton de Vaud, 2002



Sources: calculs et estimations Rütter + Partner

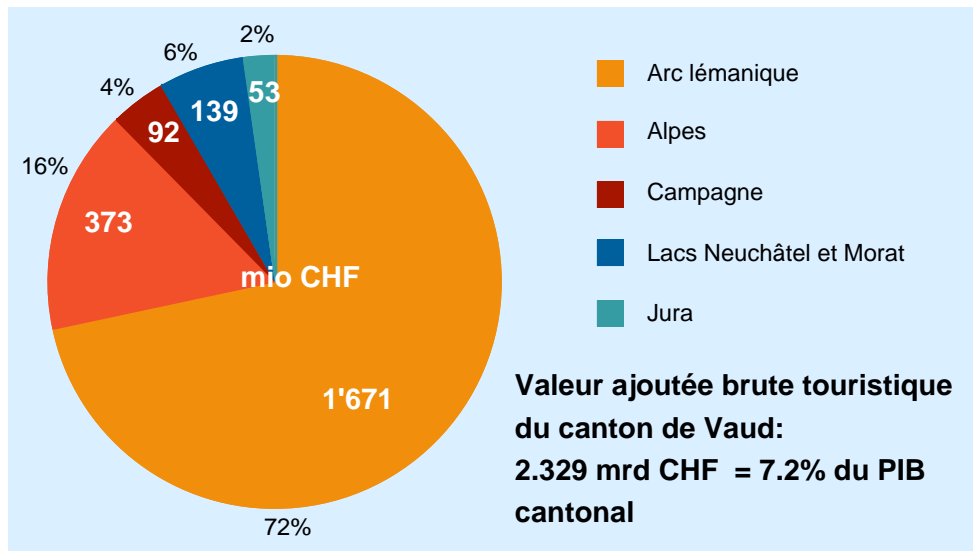
### Valeur ajoutée du tourisme par région

La répartition régionale de la valeur ajoutée et de l'emploi générés par le chiffre d'affaires touristique rappelle la répartition régionale du chiffre d'affaires. Avec environ 1.67 mrd CHF (72%), la plus grosse part de la valeur ajoutée brute touristique revient à l'*Arc lémanique* tandis que 16% de la valeur ajoutée brute



touristique cantonale provient des *Alpes*. Le poids des autres régions est de 4% pour la *Campagne*, 6% pour les *Lacs Neuchâtel et Morat* et enfin de 2% pour le *Jura*.

**Illustration 7:** contribution du tourisme au produit intérieur brut (PIB) dans le canton de Vaud et ses cinq régions, 2002

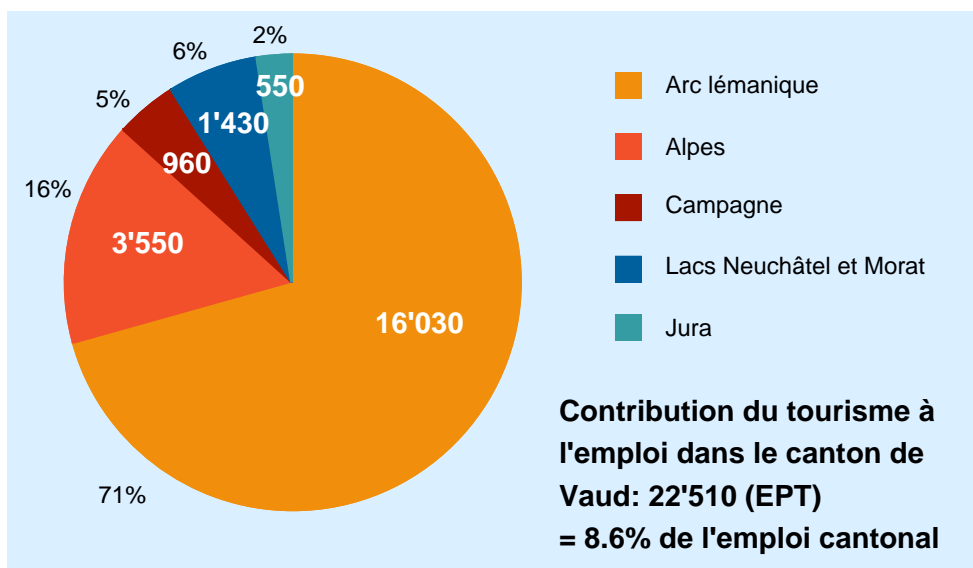


Sources: calculs et estimations Rütter + Partner

### Effets sur l'emploi au sein des régions

Comme pour la valeur ajoutée générée, la part d'emploi touristique de loin la plus importante intéresse à nouveau l'*Arc lémanique* (71%) avec environ 16'030 EPT. La région *Alpes* totalise, elle, 16% de l'emploi touristique cantonal. Les parts des autres régions s'affichent à 6% pour les *Lacs Neuchâtel et Morat*, à 5% pour la *Campagne* et enfin à 2% pour le *Jura*.

**Illustration 8:** contribution du tourisme à l'emploi (EPT) dans le canton de Vaud et ses cinq régions, 2002



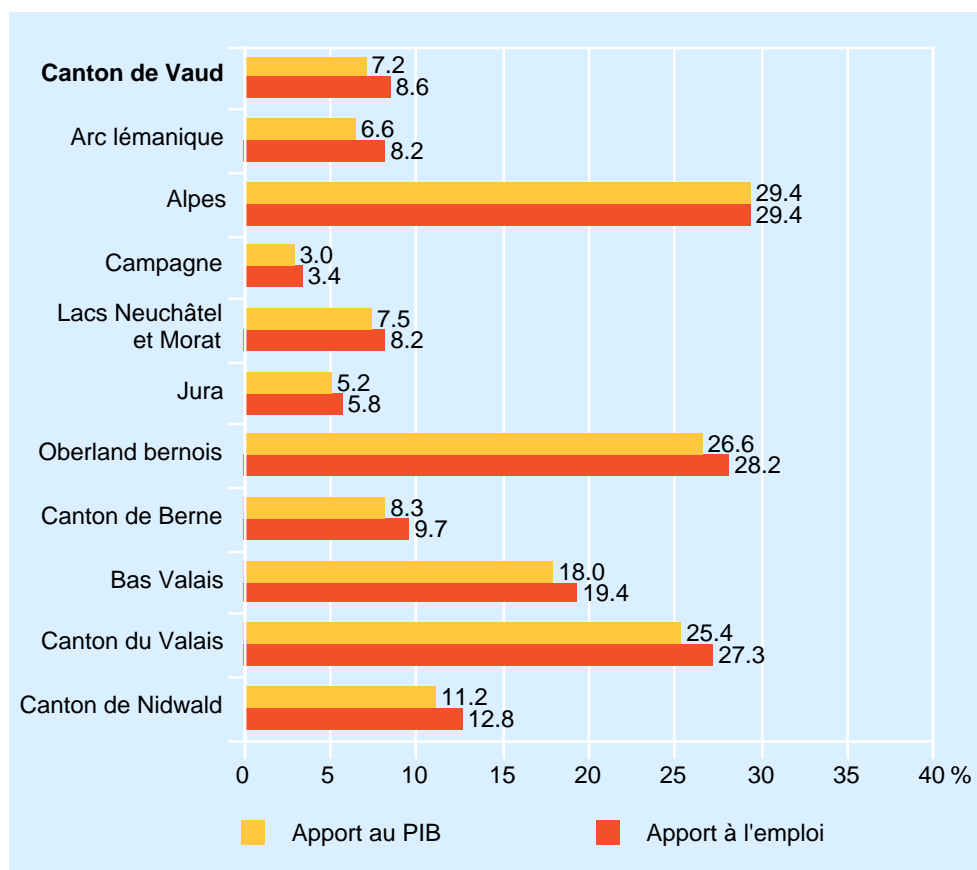
Sources: calculs et estimations Rütter + Partner

### Apports régionaux au produit intérieur brut et à l'emploi: approche «benchmark»

En orientant la recherche vers *le positionnement de diverses régions touristiques* dans l'optique de leur contribution au produit intérieur brut et à l'emploi, on retrouve l'influence économique appréciable du tourisme dans la région *Alpes* (29.4%), sensiblement plus forte que celle de la région voisine du Bas-Valais (respectivement 18.0% et 19.4%) et même plus élevée encore que celle de l'autre région pratiquement contiguë, celle de l'Oberland bernois (26.6% et 28.2%).

Par contre, le Haut-Valais (avec 35.4%, voir illustration 3) présente une contribution touristique au PIB plus significative que la région *Alpes* ou le Valais central (23.1%). Il faut toutefois relever ici que l'espace *Alpes* – en Pays de Vaud – englobe également la plaine chablaisienne dans le district d'Aigle (voir rapport spécial *ARDA*).

**Illustration 9:** comparaison des contributions du tourisme au PIB et à l'emploi dans le canton de Vaud et ses régions, ainsi que dans d'autres régions suisses



Sources: calculs et estimations Rütter + Partner

## 1.3 Les résultats cantonaux: par secteurs économiques principaux

### Contribution à la valeur ajoutée brute

Le chiffre d'affaires généré directement par le tourisme dans les entreprises du canton de Vaud (analysées au sein des différentes régions) est de l'ordre de trois

milliards de francs et génère une valeur ajoutée brute touristique directe de 1.428 mrd CHF, ce qui correspond à une *contribution* de 4.4% au *PIB du canton*.

Par leur offre différenciée et leurs nombreux services, les prestataires touristiques du canton induisent à eux seuls près de la moitié de cette VAB (49% ou 693 mio CHF). En fait, par l'exercice de leur activité économique, ils créent *les conditions de base* utiles au fonctionnement de l'ensemble de l'économie touristique.

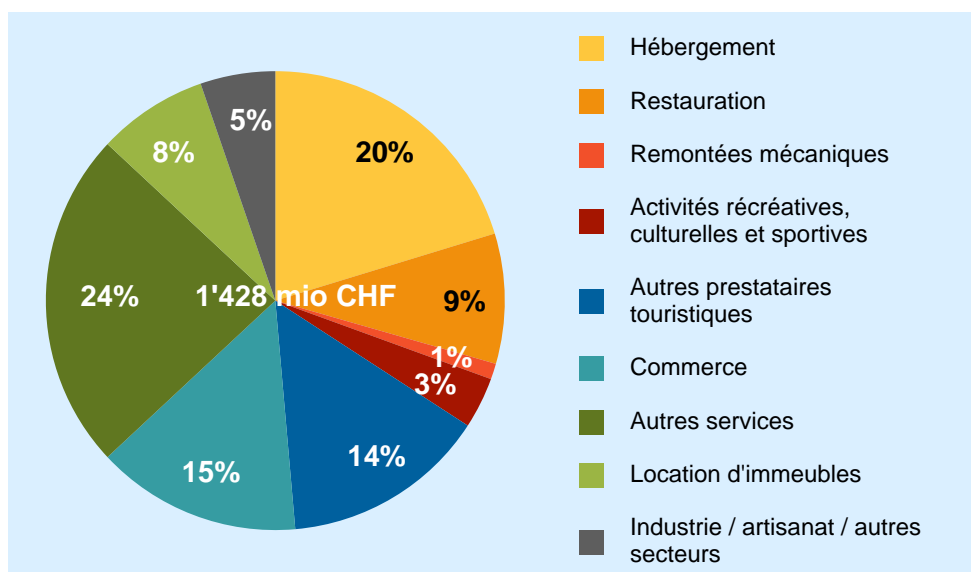
La valeur ajoutée brute touristique directe (à savoir de 1.428 mrd CHF) se répartit comme suit dans les principaux secteurs:

- la part de *l'hébergement* se situe autour de 20% et occupe donc le premier rang dans l'économie touristique (s'y ajoute l'apport des chalets et appartements de vacances appartenant à des ménages de particuliers qui représentent le 8% de la valeur ajoutée brute directe).
- celle de la *restauration* contribue à hauteur de 9% à la valeur ajoutée brute touristique directe
- tandis qu'avec une part cantonale de 1%, les *remontées mécaniques* ne jouent un rôle substantiel que pour la région des *Alpes* (6%).
- le commerce en général, et plus particulièrement le *commerce de détail*, est d'une importance essentielle pour l'offre touristique et se traduit par une part élevée de 15% dans le canton de Vaud.
- enfin les *autres services*, regroupés sous forme d'un secteur économique hétérogène, contribuent aussi considérablement à la palette d'offres touristiques (24% en moyenne cantonale).

Ces résultats montrent qu'en plus des prestataires touristiques, de nombreuses autres activités économiques profitent du tourisme<sup>2</sup>.

Les chiffres ci-dessus ont été calculés sur la base des effets directs enregistrés et ne tiennent pas compte des effets indirects qui se font sentir par répercussion auprès d'un nombre très élevé d'autres branches économiques.

**Illustration 10:** contribution des différentes activités économiques à la valeur ajoutée brute touristique directe dans le canton de Vaud, 2002



Sources: calculs et estimations Rütter + Partner

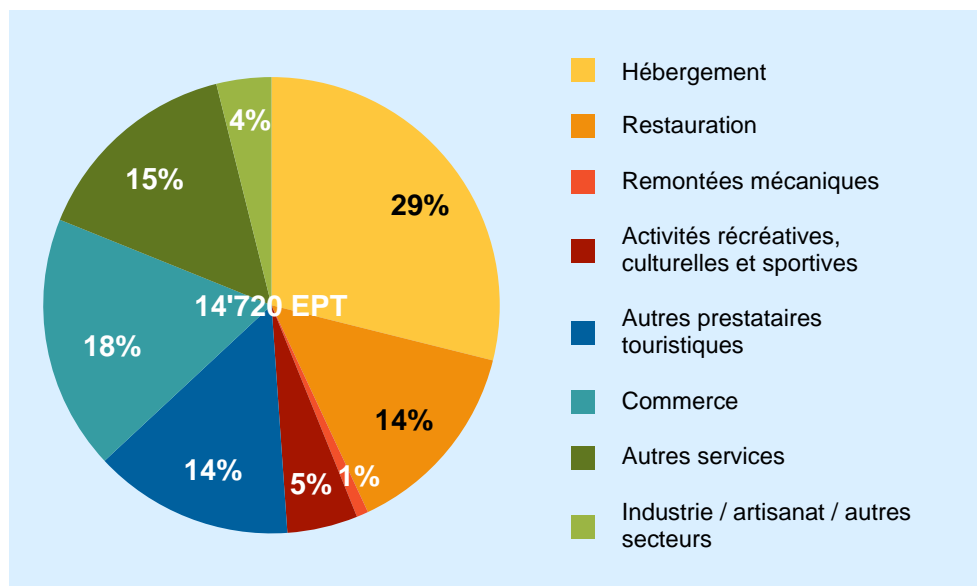
<sup>2</sup> L'importance de l'impact économique des visiteurs en transit ou de shopping est mise en évidence dans le chapitre 5.5 de l'étude principale.

### Contribution à l'emploi touristique direct

La contribution directement générée par le tourisme dans l'ensemble de l'emploi du canton atteint 5.6% (14'720 EPT).

Pour des activités économiques présentant une productivité de travail comparativement faible, l'effet d'emploi est généralement plus élevé que l'effet de valeur ajoutée (5.6% contre 4.4%). C'est particulièrement frappant pour l'effet d'emploi direct car, ici, la productivité du travail des activités économiques impliquées est significativement plus basse.

**Illustration 11:** contribution des différents secteurs économiques à l'emploi touristique direct dans le canton de Vaud, 2002



Sources: calculs et estimations Rütter + Partner

## 1.4 Les résultats régionaux: par secteurs économiques principaux

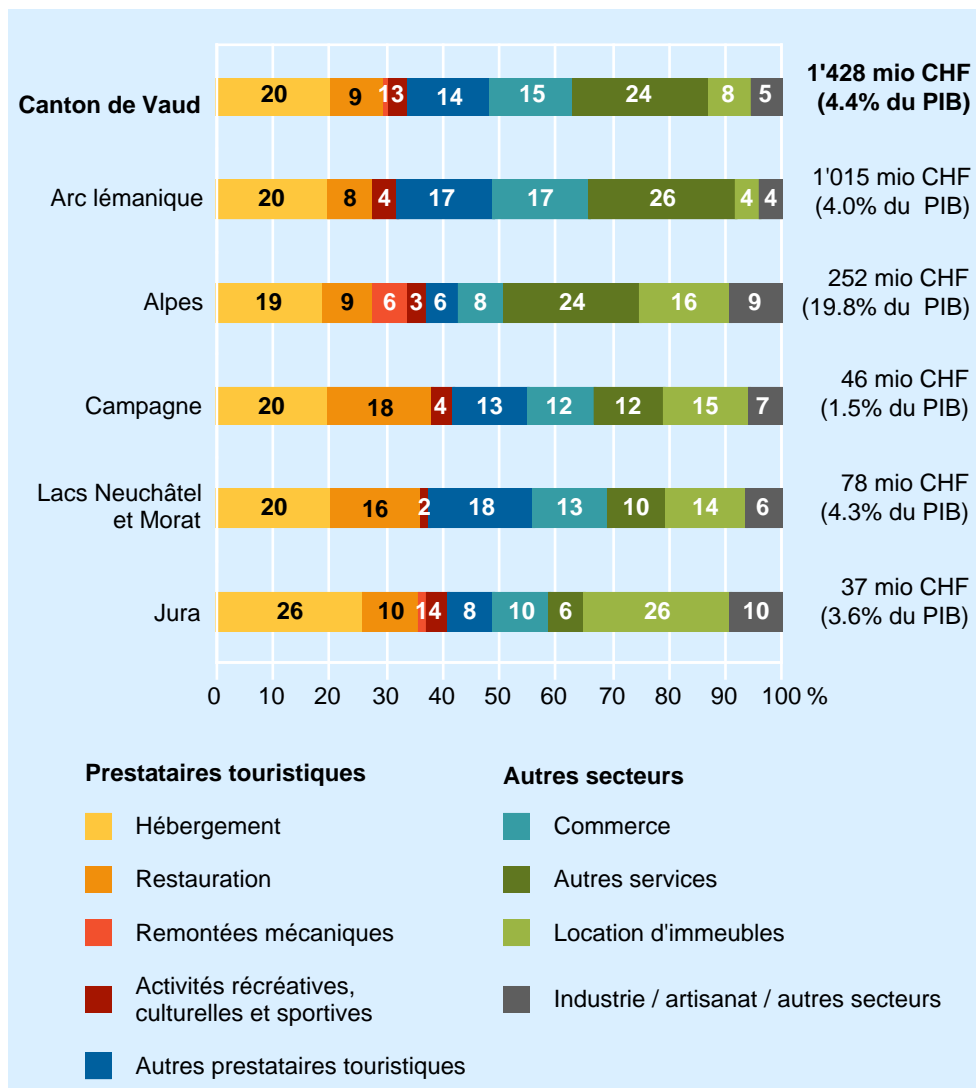
### Valeur ajoutée brute par secteurs d'activité et par régions

- *L'hébergement*: dans toutes les régions, à l'exception du *Jura* (26%), la part de ce secteur se situe autour de 20%. Parmi toutes les activités économiques relevant directement du tourisme, l'hébergement occupe donc le premier rang.
- *La restauration*: ce secteur représente également un important pilier du tourisme et ses parts les plus élevées dans la valeur ajoutée brute touristique régionale sont observées dans la *Campagne* (18%) et les *Lacs Neuchâtel et Morat* (16%).
- Avec une proportion de 6%, les *remontées mécaniques* ne jouent un rôle substantiel que dans la région *Alpes*. Pour les *activités récréatives, culturelles et sportives* – qui contribuent à environ 3% de la valeur ajoutée brute touristique directe – les différences régionales sont relativement faibles.
- En revanche, par rapport au 8% des *Alpes*, l'importance directe du commerce de détail pour l'économie touristique est plus de deux fois plus élevée dans l'*Arc*

*lémanique* (17%), ce qui montre bien l'importance du tourisme de shopping dans cet espace.

- Pour les autres services, *l'Arc lémanique* (26%) et les *Alpes* (24%), avec leurs écoles, cliniques privées et leurs banques, se taillent à nouveau la part du lion et contribuent à un ratio élevé.
- Toujours dans les *Alpes*, la location d'appartements et de chalets de vacances appartenant à des particuliers (ménages) représente un réel intérêt économique (16%). Le *Jura* en contient même une part proportionnellement plus élevée (26%).
- Pour *l'Arc lémanique*, la part correspondante de la location d'appartements de vacances (4%) est certes sensiblement plus faible, mais la valeur ajoutée brute réalisée est nettement supérieure à celle observée dans les autres régions (hormis les *Alpes*).

**Illustration 12:** contribution des différentes activités économiques à la valeur ajoutée brute touristique directe dans le canton de Vaud selon ses cinq régions, 2002 (en %)



Sources: calculs et estimations Rütter + Partner

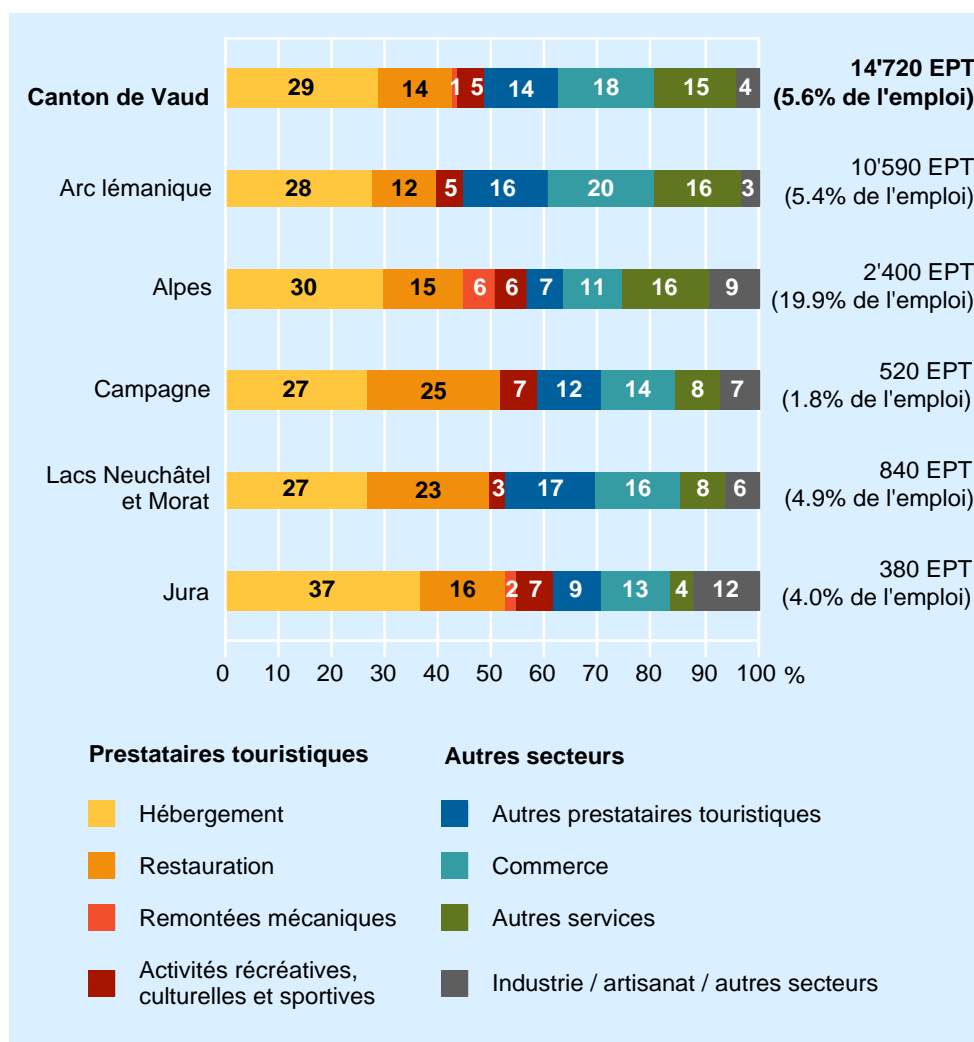
### Emploi touristique direct par région

On recense à ce niveau, pour les *Alpes*, une part directe très significative de 19.9% (2'400 EPT); en d'autres termes, on observe que chaque cinquième place de travail est générée par les dépenses touristiques effectuées dans cette région. Dans les autres régions, l'importance touristique directe sur l'emploi général est plus modeste.

Cette contribution directe à l'emploi (contrairement à l'effet de valeur ajoutée directe) est aussi plus forte dans l'*Arc lémanique* (5.4%, soit 10'590 EPT) que dans la région *Lacs Neuchâtel et Morat* (4.9%, soit 840 EPT).

Enfin, pour le *Jura*, l'emploi directement touristique représente une part de 4.0% (380 EPT) et, dans la *Campagne*, une part de 1.8% (520 EPT).

**Illustration 13:** contribution des différents secteurs économiques à l'emploi touristique direct dans le canton de Vaud, selon ses cinq régions, 2002 (en %)



Sources: calculs et estimations Rütter + Partner

A relever qu'à ce niveau d'observation d'effets sur l'emploi, le *Jura* présente la part la plus élevée pour le secteur de l'hébergement (37%) et la *Campagne* la plus haute pour celui de la restauration (25%). Par ailleurs, la contribution du secteur des remontées mécaniques à l'emploi touristique régional représente 6% pour les *Alpes* tandis que celui du commerce contribue à raison de 20% à l'emploi dans l'*Arc Lémanique*.

**Illustration 14:** contribution directe et indirecte du tourisme au produit intérieur brut (PIB) dans le canton de Vaud et ses cinq régions, 2002 (en %)

Origine de l'apport	Canton de Vaud	Arc lémanique	Alpes	Cam-pagne	Lacs Neuchâtel et Morat	Jura
<b>Apport direct</b>	<b>4.4</b>	<b>4.0</b>	<b>19.8</b>	<b>1.5</b>	<b>4.3</b>	<b>3.6</b>
Prestataires touristiques	2.1	2.0	8.5	0.8	2.4	1.7
Autres activités économiques	2.3	2.1	11.3	0.7	1.9	1.8
<b>Apport indirect</b>	<b>2.8</b>	<b>2.6</b>	<b>9.5</b>	<b>1.5</b>	<b>3.3</b>	<b>1.6</b>
par la consommation intermédiaire	1.3	1.2	4.3	0.9	1.8	0.8
par des investissements	0.3	0.3	1.0	0.1	0.3	0.1
Effet de revenu	1.1	1.0	4.2	0.5	1.2	0.7
<b>Apport total</b>	<b>7.2</b>	<b>6.6</b>	<b>29.4</b>	<b>3.0</b>	<b>7.5</b>	<b>5.2</b>
Valeur ajoutée brute induite par le tourisme en mio de CHF	<b>2'329</b>	1'671	373	92	139	53
Parts en %	<b>100.0</b>	71.8	16.0	3.9	6.0	2.3
<b>PIB régional en mio CHF</b>	<b>32'400</b>	<b>25'200</b>	<b>1'270</b>	<b>3'060</b>	<b>1'840</b>	<b>1'030</b>

Sources: calculs et estimations Rütter + Partner

Ce tableau ne constitue pas une surprise: par rapport aux autres régions, le tourisme revêt une très grande importance économique pour les *Alpes*. En effet, avec une contribution totale au produit intérieur brut régional de 29.4% ou 373 mio de CHF, on observe que près d'un franc sur trois de valeur ajoutée brute est généré par le tourisme dans cet espace géotouristique.

Comparativement toujours, l'activité touristique est même légèrement plus significative pour l'économie régionale dans la région *Lacs Neuchâtel et Morat* (où elle affiche une part de 7.5% (139 mio CHF)) que dans *l'Arc lémanique* (6.6%, 1'671 mio CHF).

## 1.5 Approche-marché: typologie de la demande, saisonnalité et profils-clients

### Contribution des cinq régions aux fréquences des visiteurs

Le canton de Vaud a recensé environ 18.5 mio de fréquences de visiteurs<sup>3</sup> sur l'été 2002 et l'hiver 2002/03.

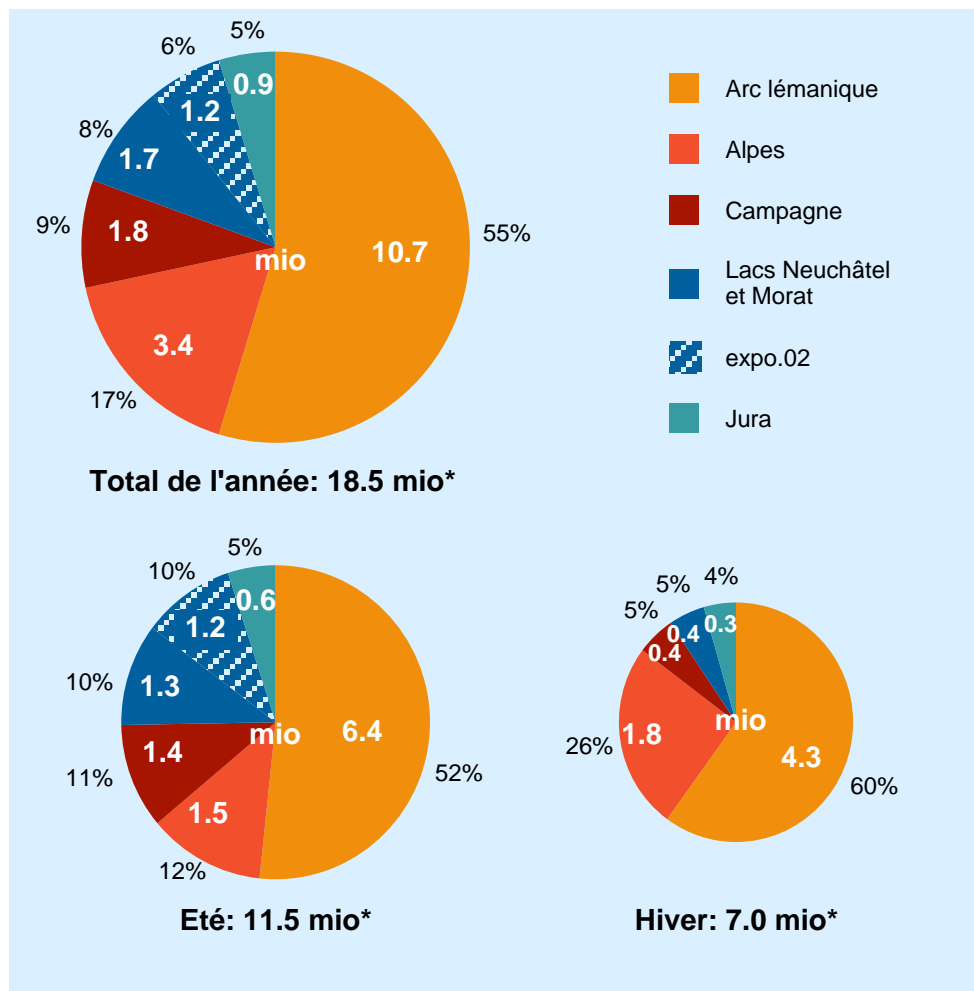
Globalement, avec 62% des fréquences de visiteurs (11.5 mio), la *saison d'été* est nettement plus importante que la *saison d'hiver* (7 mio) dans le canton de Vaud, à l'exception bien sûr des *Alpes* où la saison d'hiver affiche les fréquences les plus élevées (55%).

Cette prédominance de fréquences estivales est logiquement la plus nette dans la région *Lacs Neuchâtel et Morat* qui – avec sa grande part d'hôtes de camping notamment – est clairement focalisée sur l'été (88%). Ceci vaut également pour la *Campagne* (79%). Pour ces deux régions toutefois, il faut ici relever que durant

<sup>3</sup> Visiteur = hôte hébergé au moins une nuit ou excursionniste d'un jour; fréquence de visiteurs = excursionnistes visiteurs d'un jour + hôtes hébergés au moins une nuit. Pour les définitions, se référer aussi au *Glossaire* en fin de rapport.

l'année sous revue, l'effet d'Expo.02 a «boosté» les fréquences d'été, comme le témoigne le graphique ci-dessous.

**Illustration 15:** contribution des cinq régions aux fréquences des visiteurs dans le canton de Vaud, été 2002, hiver 2002/03



Sources: calculs et estimations Rütter + Partner;

\*fréquence de visiteurs = excursionnistes visiteurs d'un jour + hôtes hébergés au moins une nuit

### Approche spécifique des excursionnistes

Plus de la moitié des visiteurs du canton de Vaud étant des excursionnistes (52%), il impliquait de les identifier de plus près. En hiver, leur proportion diminue très légèrement (49%). Avec 28%, les *Alpes* affichent la part d'excursionnistes la plus modeste. A l'opposé, le plus grand nombre de visiteurs de ce type est enregistré dans la *Campagne* (environ 80%) où l'infrastructure d'hébergement est moins développée et les motivations de visite différentes.

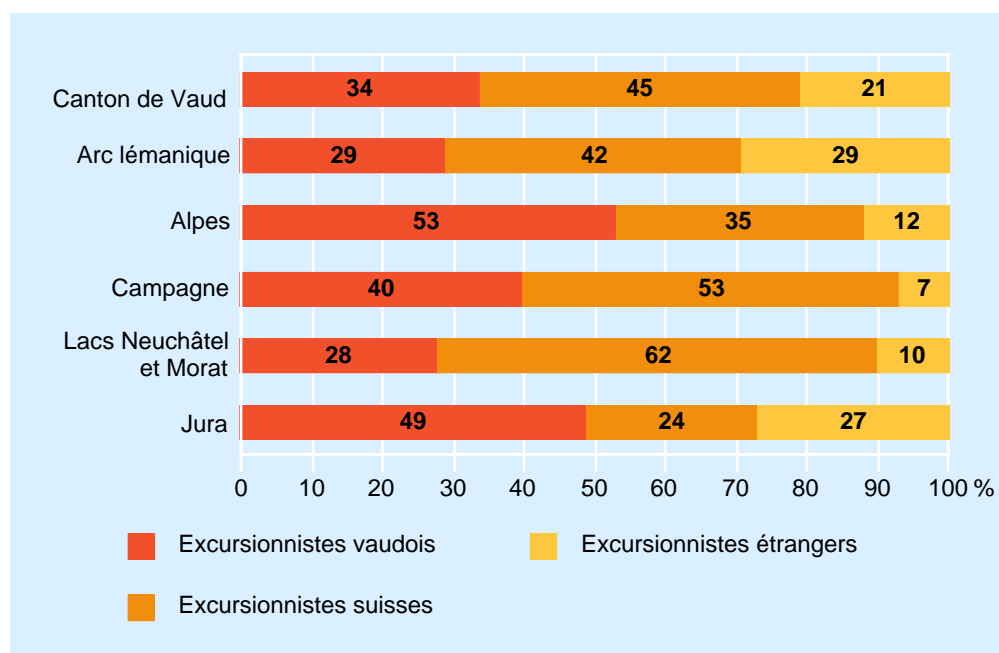
Près d'un tiers des excursionnistes proviennent du canton de Vaud lui-même. Ce sont surtout les régions *Jura* et *Alpes* qui ont la préférence des Vaudois pour leurs excursions, avec respectivement 49% et 53% des mouvements.

Les régions *Campagne* et *Lacs Neuchâtel et Morat* sont des destinations visitées surtout par des excursionnistes originaires du reste de la Suisse (résultat toutefois influencé par l'Expo.02 comme vu plus haut).



Près d'un cinquième des excursionnistes provient de l'étranger; enfin, la part la plus élevée d'excursionnistes étrangers fréquente l'*Arc lémanique*.

**Illustration 16:** provenance des excursionnistes dans le canton de Vaud, 2002/03



Sources: calculs et estimations Rütter + Partner

### Type d'hébergement choisi: canton et régions

Une part considérable des hôtes hébergés du canton de Vaud (2.5 mio de nuitées, 28%) loge à l'hôtel.

L'*hôtellerie* est surtout représentée dans l'*Arc lémanique* où elle enregistre plus d'un tiers des fréquences avec 1.7 mio de nuitées (36%). La région *Alpes* dispose également d'une hôtellerie forte (600'000 nuitées, ou 25%).

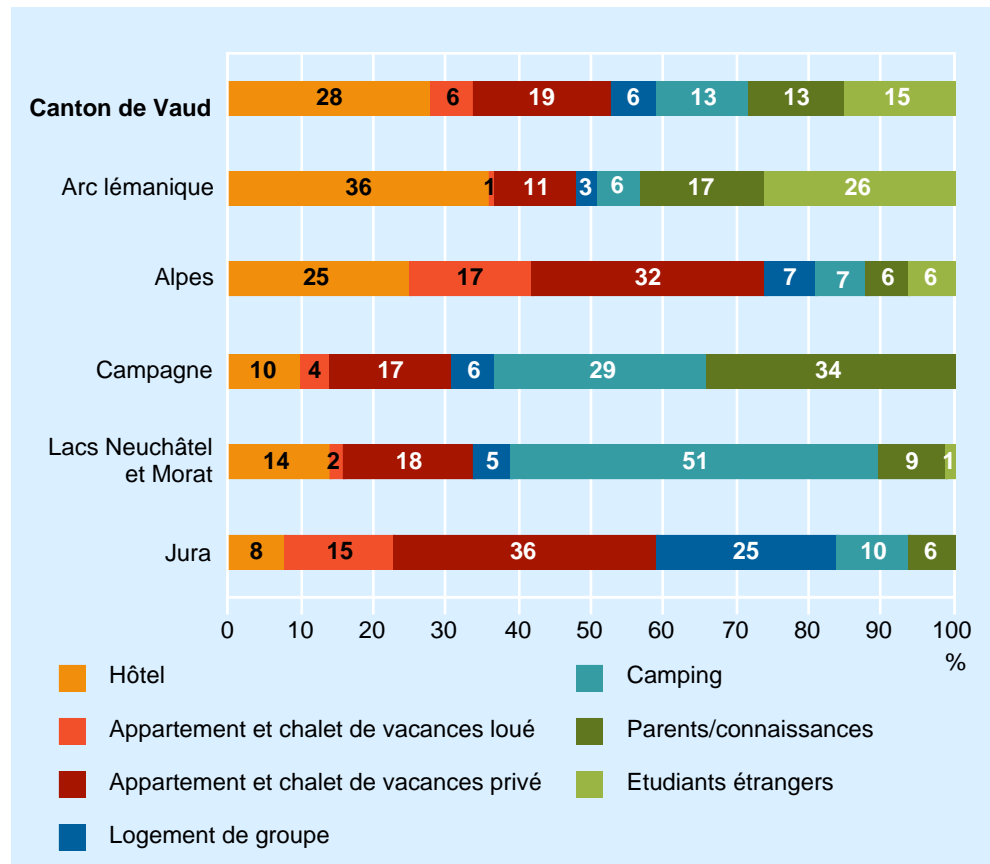
Dans les régions *Campagne* et *Lacs Neuchâtel et Morat*, les *campings* occupent logiquement une place plus considérable, représentant respectivement 96'000 nuitées ou 29% et 560'000 nuitées (51%) des hôtes hébergés.

Dans les *Alpes*, les *appartements et chalets de vacances loués et privés* jouent un rôle important, avec environ 1.2 mio de nuitées (49%).

Dans le *Jura*, les nuitées les plus fréquentes le sont en *appartements et chalets de vacances loués et privés* (230'000 ou 51%) ainsi qu'en logements de groupe (114'000 ou 25%).

Les *élèves et étudiants étrangers* sont également recensés comme touristes (hôtes hébergés) et leurs dépenses globales, y compris les frais de scolarité, participent aux dépenses touristiques; ainsi, dans l'*Arc lémanique*, cette catégorie de visiteurs est très importante: elle représente à elle seule plus du quart de toutes les nuitées (1.2 mio ou 26%); elle l'est un peu moins dans les *Alpes* (147'000 ou 6%).

**Illustration 17:** fréquences (nuitées) des hôtes hébergés dans les différentes catégories d'hébergement (moyenne annuelle) dans le canton de Vaud, 2002/03

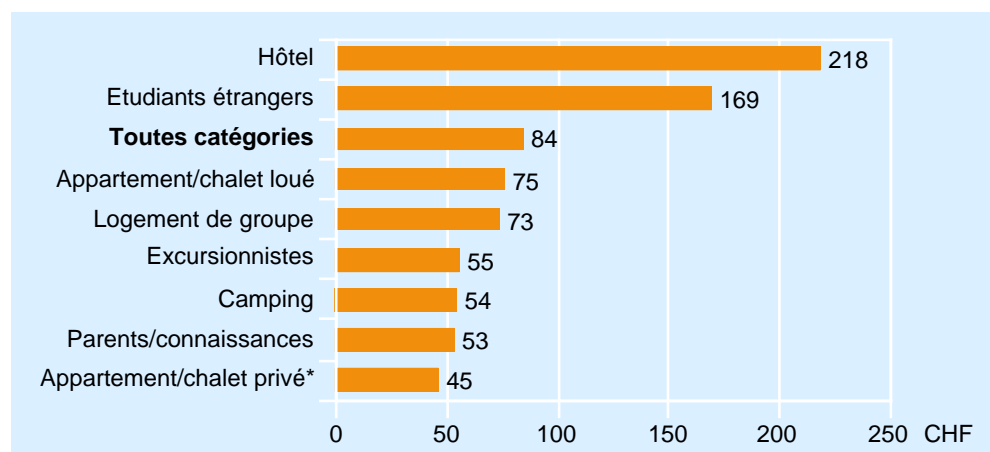


Sources: calculs et estimations Rütter + Partner

### Canton: quelles dépenses pour quelles catégories de visiteurs?

Les hôtes hébergés en hôtel se démarquent très largement des autres catégories, avec des *dépenses journalières* cinq fois supérieures aux touristes logés en appartement de vacances ou en chalet. A noter l'importance des dépenses des écoliers/étudiants étrangers dont le débours journalier moyen (frais scolaires inclus) a été recensé aux trois-quarts de celui des hôtes hébergés en hôtels.

**Illustration 18:** dépenses journalières moyennes de différentes catégories de visiteurs dans le canton de Vaud, 2002/03



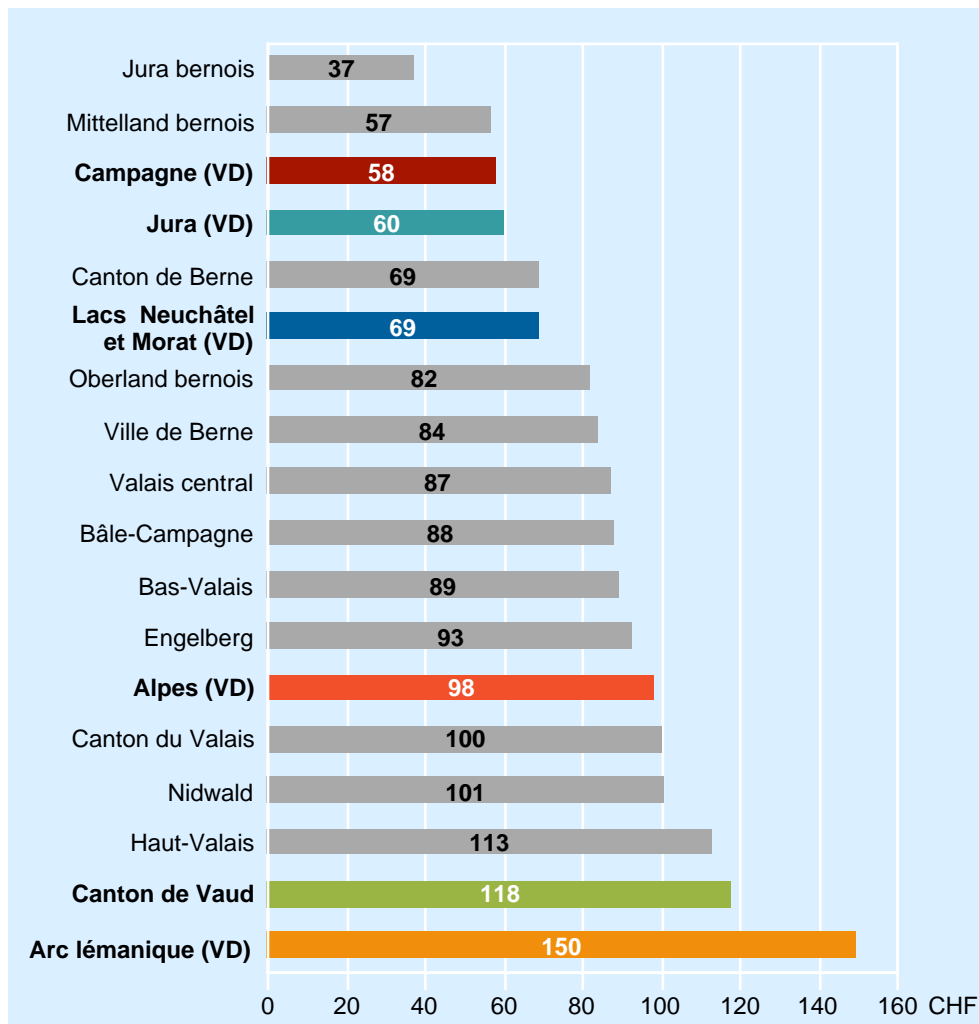
Sources: calculs et estimations Rütter + Partner ; \* sans les dépenses pour le logement

### Dépenses des hôtes hébergés

Les hôtes hébergés – dont les dépenses sont largement influencées par le type d'hébergement choisi (hôtes hébergés à l'hôtel, au camping, dans les appartements et chalets de vacances, etc.) – dépensent en moyenne 118 CHF par jour dans le canton de Vaud, avec de grandes *disparités régionales*. Ces chiffres régionaux participent en effet à la composition des dépenses. Comme l'on pouvait s'y attendre, ce sont les hôtes hébergés dans l'*Arc lémanique* qui dépensent le plus, avec 150 CHF, suivis des hôtes hébergés dans la région *Alpes*, avec 98 CHF. Dans les autres régions du canton de Vaud, les dépenses journalières des hôtes hébergés se situent entre 60 et 70 CHF.

L'illustration ci-dessous démontre que d'une manière générale, les montants des dépenses des hôtes hébergés du canton de Vaud se placent nettement au-dessus de ceux des hôtes des cantons voisins du Valais et de Berne, ou encore des cantons de Nidwald et de Bâle-Campagne.

**Illustration 19:** comparaison entre les dépenses journalières moyennes des hôtes hébergés dans différentes régions suisses, aux prix de 2002

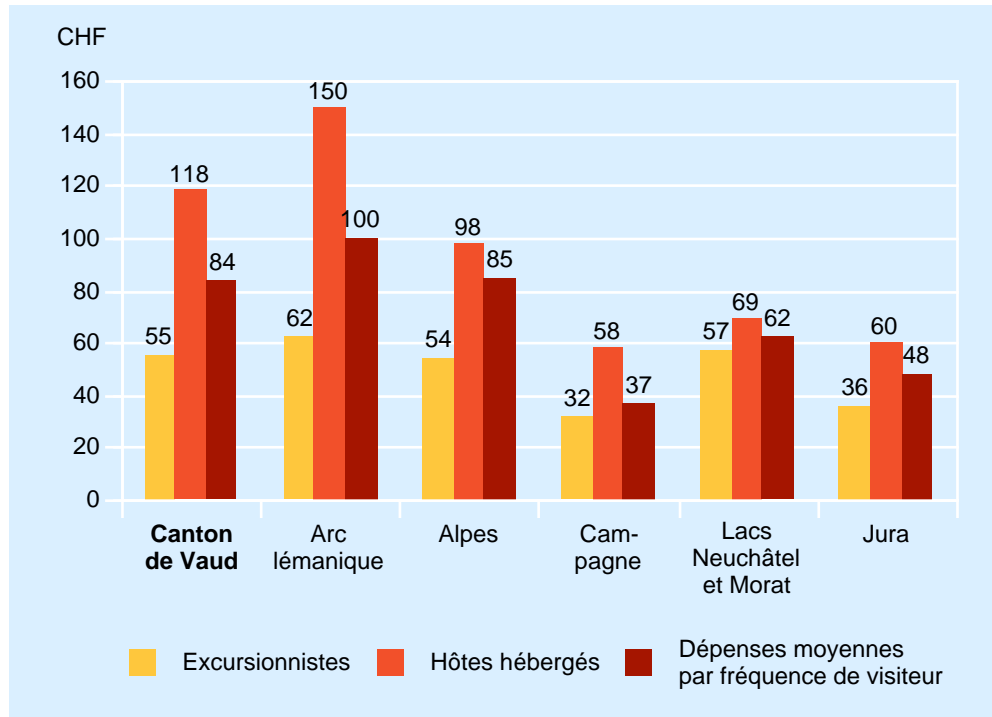


Sources: calculs et estimations Rütter + Partner

### Dépenses des excursionnistes

L'illustration ci-dessous permet – en un coup d'œil – de comparer les dépenses des excursionnistes et des autres catégories de visiteurs; elle situe encore le niveau des dépenses moyennes des divers visiteurs à l'échelon du canton et de ses régions.

**Illustration 20:** dépense journalière moyenne des visiteurs, en CHF



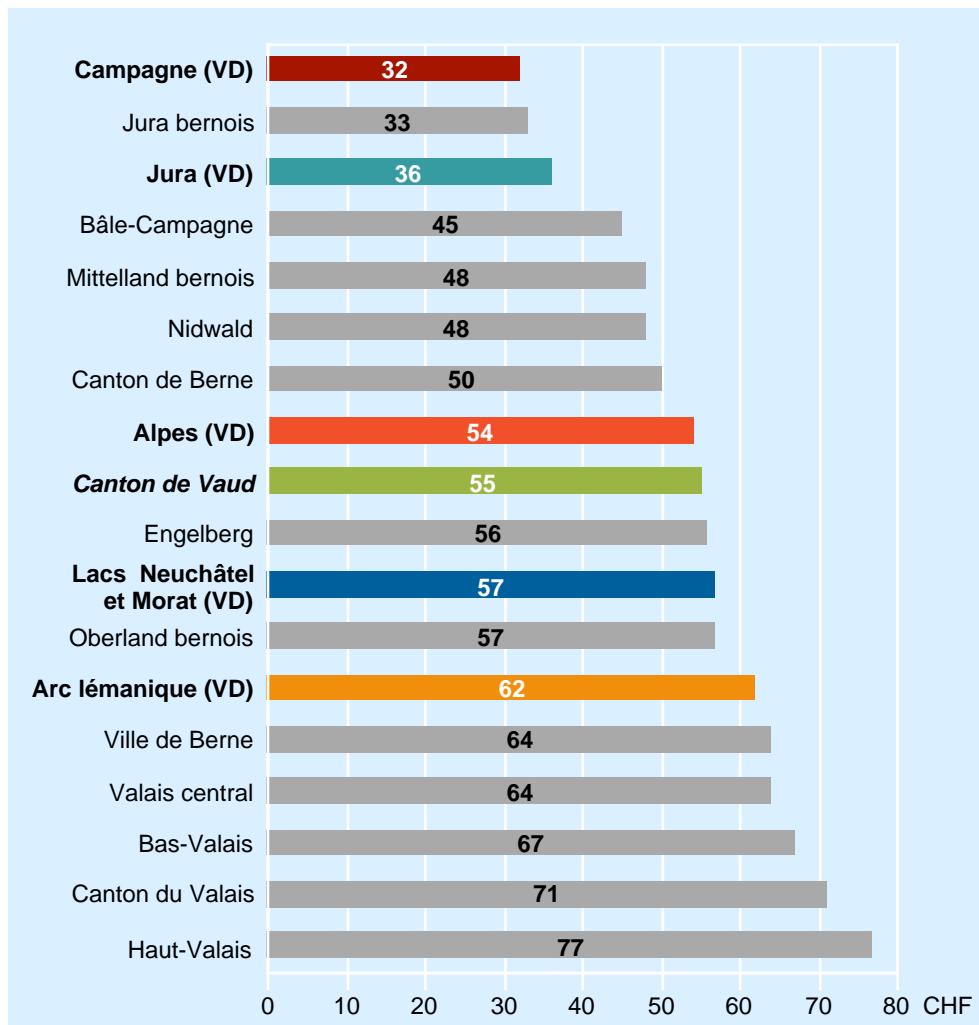
Sources: calculs et estimations Rütter + Partner

On observe que les excursionnistes dépensent en moyenne 55 CHF par jour et par personne dans le canton de Vaud. Avec 62 CHF, resp. 57 CHF, les deux régions *Arc lémanique* et *Lacs Neuchâtel et Morat* s'inscrivent au-dessus de la moyenne cantonale, suivies par la région *Alpes* (54 CHF). Dans la *Campagne* et le *Jura*, les dépenses atteignent resp. 32 CHF et 36 CHF.

### Dépenses des visiteurs: approche inter-régionale

D'une manière générale, le niveau des dépenses moyennes journalières des visiteurs excursionnistes dans le canton de Vaud soutient aisément la comparaison avec les autres régions touristiques de la Suisse.

**Illustration 21:** comparaison entre les dépenses moyennes des excursionnistes dans différentes régions suisses, aux prix de 2002

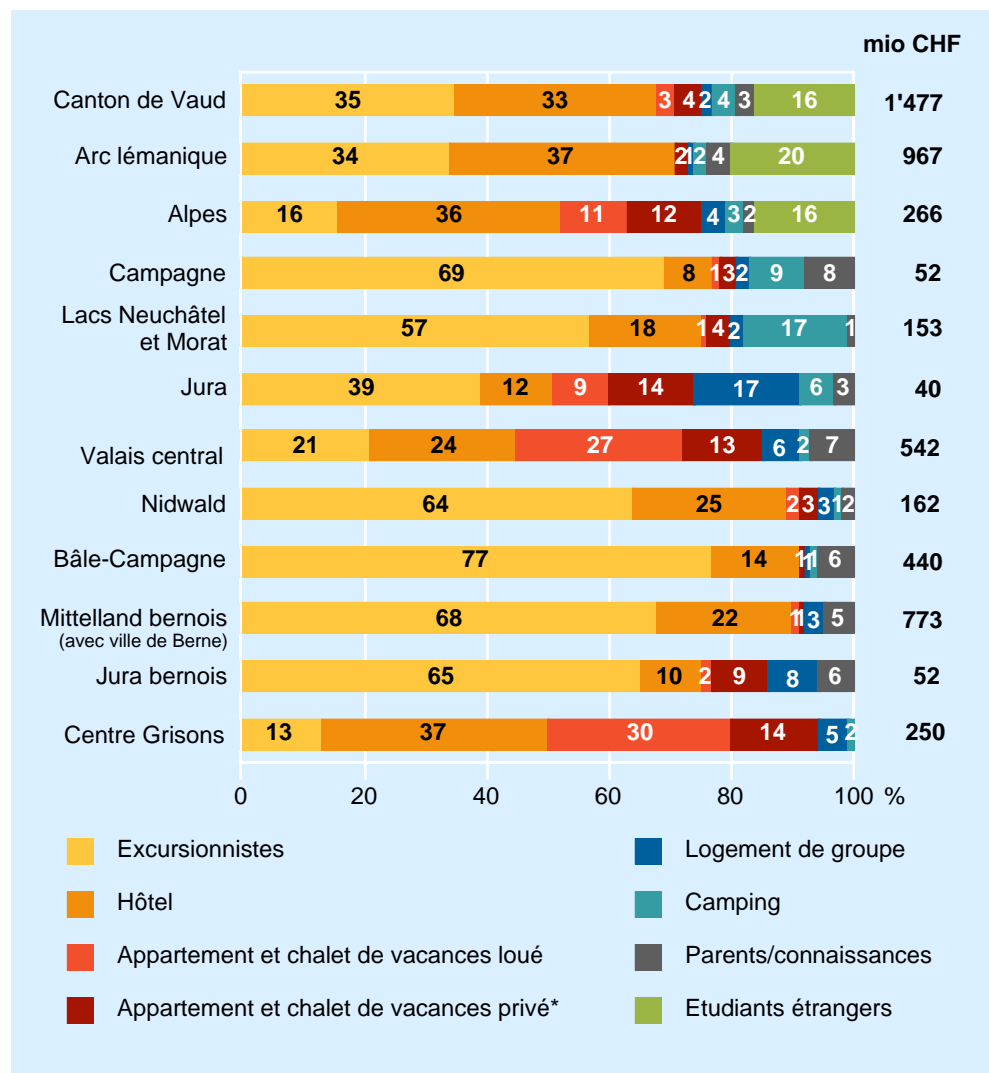


Sources: calculs et estimations Rütter + Partner

### La demande touristique (sans shopping ni transit)

Les *excursionnistes* génèrent à eux seuls le 35% de la demande touristique cantonale (520 mio CHF); les *hôtes hébergés à l'hôtel* suivent avec 33% (environ 490 mio CHF) tandis que les *écoliers/ères et étudiant(e)s étrangers/ères* représentent le 16% de la demande (environ 230 mio CHF), soulignant notamment l'importance du secteur des écoles privées. Les parts des *autres catégories d'hôtes* restent inférieures à 5%.

**Illustration 22:** demande touristique des différentes catégories d'hôtes dans le canton de Vaud et d'autres régions comparatives, 2002/03



Sources: calculs et estimations Rütter + Partner

\* sans les dépenses pour le logement

A l'examen du graphique ci-dessus, on observe qu'en termes de comparaison régionale des visiteurs *excursionnistes*, la région *Alpes* affiche une part légèrement supérieure à celle de la région du Centre des Grisons mais inférieure à celle du Valais central. La *Campagne* tient la comparaison avec celle du Mittelland bernois, des cantons de Bâle-Campagne et de Nidwald tandis que le *Jura* détient, à titre d'exemple, une part d'excursionnistes plus réduite que celle observée dans le Jura bernois.

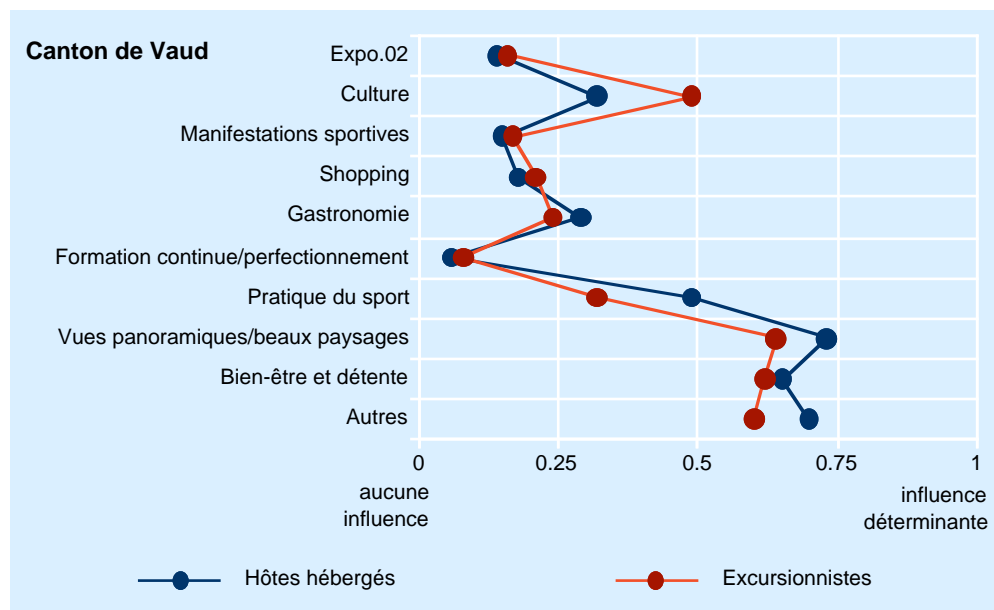
## 1.6 Approche non-économique: quelques résultats

De vastes enquêtes ont été entreprises auprès des visiteurs sur le terrain, durant l'été 2002 et l'hiver 2002-2003, portant sur des informations de type «loisirs-styles»; leurs résultats détaillés peuvent être consultés sous le chapitre 4 du rapport principal. Une très brève synthèse de ce chapitre est présentée ci-dessous par les éclairages suivants:

**Motivations de visites du tourisme de loisirs** (81% des fréquences contre 19% pour le tourisme d'affaires)

En toutes saisons, les points de vue et la beauté des paysages du canton constituent d'importantes sources de motivation pour une majorité des visiteurs (venus accompagnés, principalement en famille); la recherche de bien-être et de détente est tout aussi majoritairement considérée comme importante. Tout spécialement pour l'*Arc lémanique*, la culture revêt une place de choix (l'effet Expo.02 a joué son rôle pour les *Lacs Neuchâtel et Morat*) tandis que la pratique du sport en hiver concerne naturellement les *Alpes* et le *Jura*.

**Illustration 23:** raison de la venue, évaluation de l'influence exercée par diverses institutions et activités sur la décision de voyager dans la région concernée (1=influence déterminante; 0=aucune influence)



Source: enquête auprès des hôtes, été 2002, hiver 2002/03

### Type de voyage (individuel ou organisé)

La plus grande partie des visiteurs ont voyagé de façon indépendante: dans presque toutes les catégories (analysées à la lumière du type d'hébergement choisi ou de la provenance), la part des visiteurs ayant voyagé individuellement dépasse ainsi les 90%.

### Moyens de transport utilisés

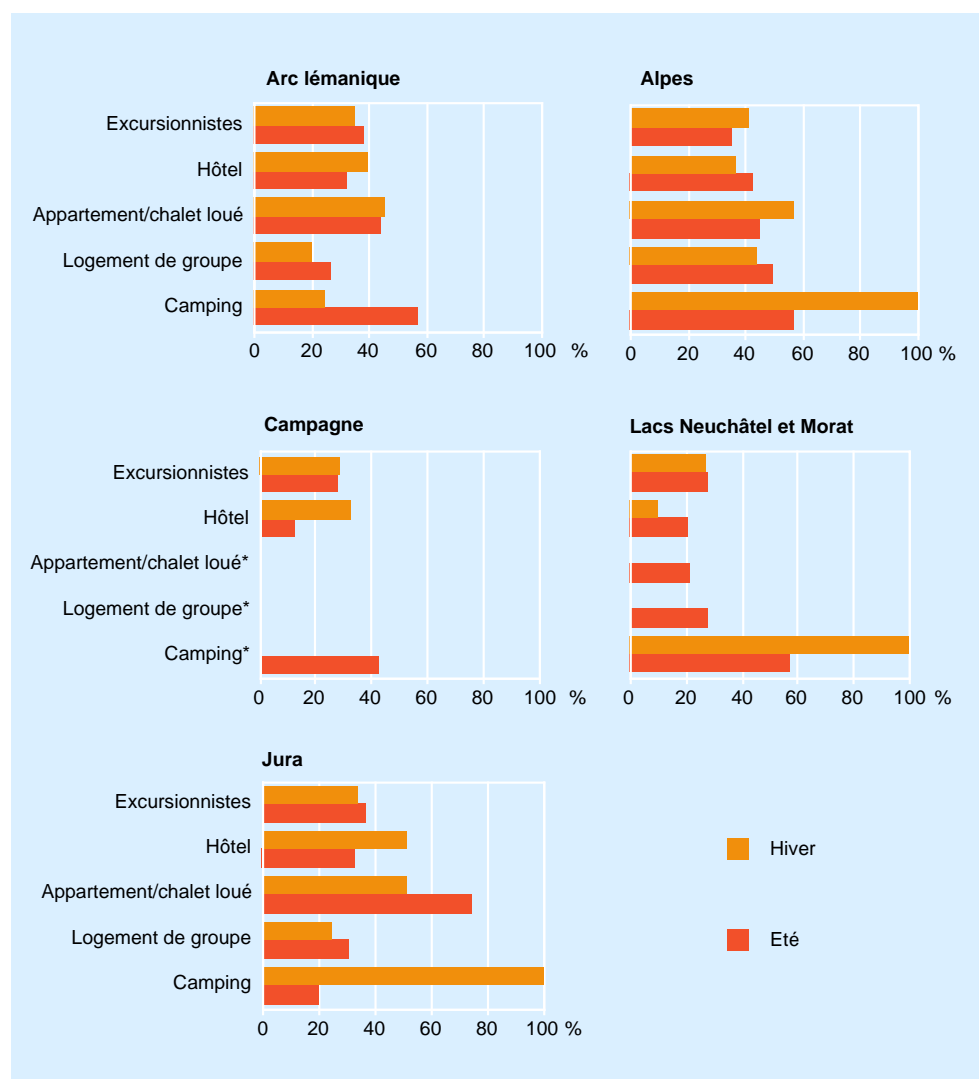
Comme l'on pouvait s'y attendre, la voiture (véhicule privé) est de loin le moyen de transport le plus utilisé: neuf personnes sur dix la privilégient parmi les hôtes

hébergés contre sept personnes sur dix en moyenne pour les excursionnistes (voyages en car).

### Taux de fidélité des visiteurs

Dans la comparaison avec d'autres régions de Suisse et à l'observation des cinq dernières années, on relève un taux de fidélité globalement significatif, avec cependant de grandes variations spatiales et saisonnières.

**Illustration 24:** part des hôtes qui ont déjà passé au moins une nuit, ces cinq dernières années, dans le canton de Vaud, sur le lieu de séjour ou d'excursion concerné, été 2002, hiver 2002/03



Source: enquête auprès des hôtes 2002/03;

\* du fait du faible taux de réponse à cette question, aucune affirmation n'est possible pour certaines catégories des régions *Campagne* et *Lacs Neuchâtel et Morat*.



## 2. Thématiques spécifiques

### 2.1 Le tourisme d'affaires: examen particulier de la région Lausanne/Montreux-Vevey

Cette recherche en profondeur a été réalisée avec l'objectif d'évaluer la part revenant au tourisme d'affaires dans la fréquentation régionale, d'analyser les modes de consommation qu'il induit et d'estimer la signification économique du tourisme d'affaires dans l'espace concerné (effets sur la valeur ajoutée et l'emploi).

L'étude confirme que le tourisme d'affaires exerce une incidence significative sur la dépense quotidienne des hôtes hébergés: les dépenses à motivation d'affaires sont nettement plus élevées; conséquemment, les différences entre les dépenses journalières des touristes d'affaires et des visiteurs qui ne voyagent pas pour raisons professionnelles sont considérables.

Ce phénomène a été observé significativement dans l'ensemble du canton de Vaud. Ainsi, les touristes d'affaires hébergés dépensent en moyenne 282 CHF dans la *région Lausanne/Montreux-Vevey*, soit près du double des autres hôtes hébergés (144 CHF). On comprend dès lors pourquoi, dans le cadre de cette recherche globale de l'impact économique du tourisme vaudois, une analyse détaillée consacrée au tourisme d'affaires a été entreprise sur les deux plus importantes destinations cantonales de tourisme d'affaires: d'une part *l'agglomération lausannoise restreinte* (Crissier, Epalinges, Lausanne, Pully, Lutry, Bussigny-près-Lausanne, Saint-Sulpice) d'autre part la région *Montreux-Vevey* (Blonay, Chardonne, Corseaux, Corsier-sur-Vevey, Jongny, Montreux, St-Légier-La Chiésaz, La Tour-de-Peilz, Vevey, Veytaux).

**Illustration 25:** Région Lausanne/Montreux-Vevey

Agglomération lausannoise restreinte	Région Montreux-Vevey
Crissier Epalinges Lausanne Pully Lutry Bussigny-près-Lausanne Saint-Sulpice	Blonay Chardonne Corseaux Corsier-sur-Vevey Jongny Montreux St-Légier-La Chiésaz La Tour-de-Peilz Vevey Veytaux

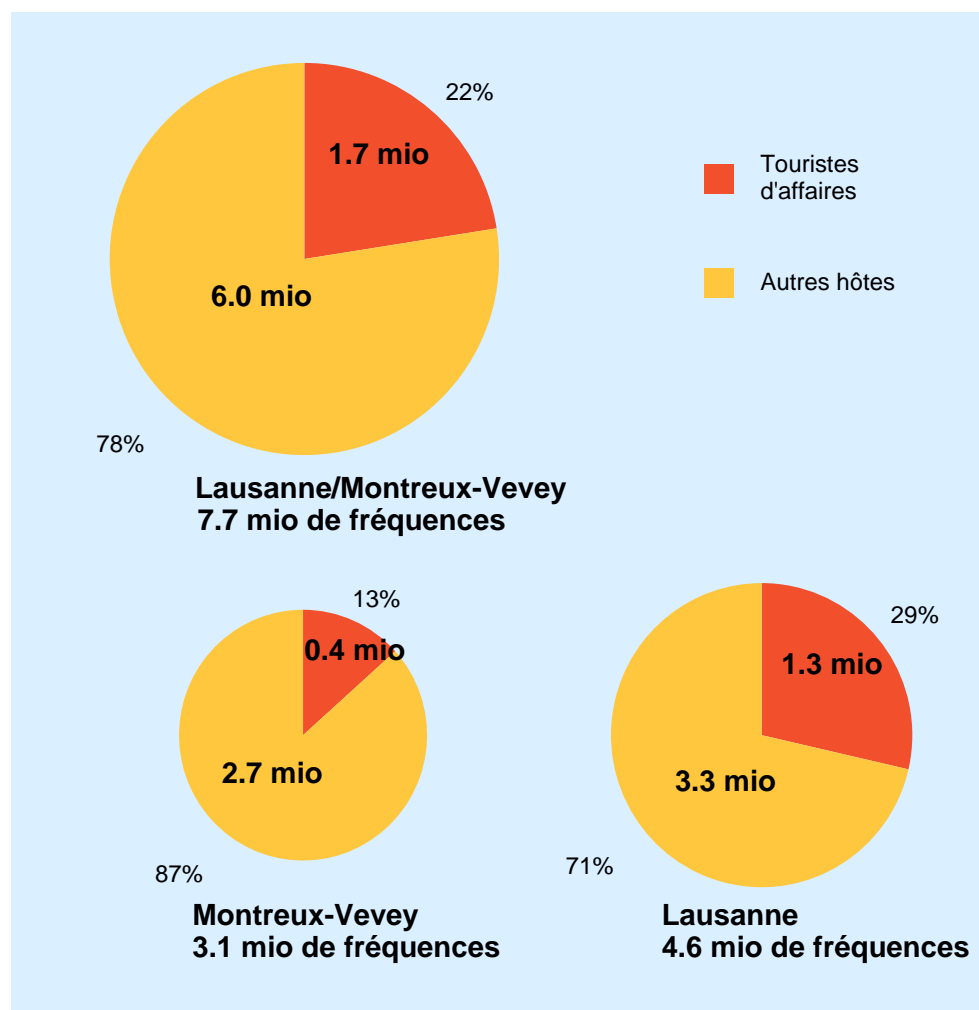
#### Fréquences des touristes d'affaires

Entre mai 2002 et avril 2003, les destinations de Lausanne/Montreux-Vevey enregistrent à elles seules 7.7 mio de fréquences des visiteurs, qui correspondent à 72% des fréquences de la région *Arc lémanique* et à 40% de celles du canton de Vaud. Avec 4.6 mio de ces fréquences, *l'agglomération lausannoise* totalise plus

de la moitié de ces mouvements, alors que la région de *Montreux-Vevey* en enregistre 3.1 mio.

1.7 mio (soit 22% sur un total de 7.7 mio) renvoient à des fréquences liées au tourisme d'affaires et 6.0 mio aux autres hôtes (loisirs). Avec 1.3 mio de fréquences (soit 29% sur 4.6 millions), le tourisme d'affaires est toutefois nettement plus significatif à Lausanne qu'à Montreux-Vevey où il représente tout de même 0.4 mio de fréquences (ou 13% sur 3.1 mio).

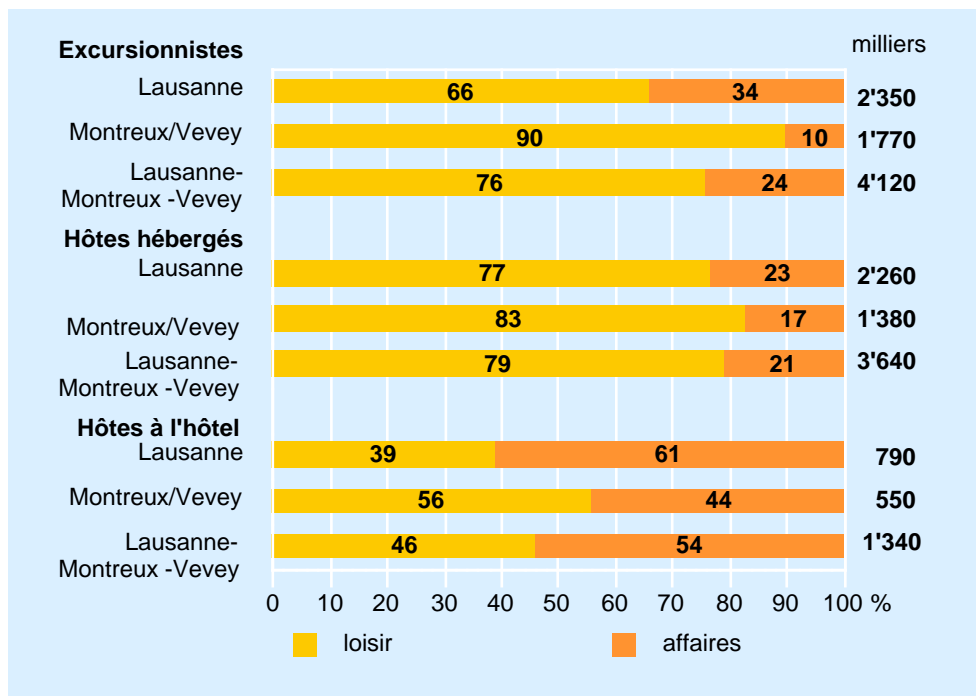
**Illustration 26:** fréquences des visiteurs et part du tourisme d'affaires à Lausanne et Montreux-Vevey, 2002/03



Sources: calculs et estimations Rütter + Partner

Parmi tous les hôtes hébergés à l'hôtel dans la région de Lausanne/Montreux-Vevey (1.34 mio), 54% (720'000) des fréquences reviennent au tourisme d'affaires, dont 61% (480'000) à *Lausanne* et 44% à *Montreux-Vevey* (240'000). Dans les autres catégories d'hébergement, le tourisme d'affaires joue un rôle minime. A relever que le 24% de l'ensemble des excursionnistes (soit pas loin d'un million de personnes) présents dans l'ensemble de la région Lausanne/Montreux-Vevey, le sont pour des raisons professionnelles (34% à Lausanne, soit 810'000 sur 2.35 mio et 10% à Montreux-Vevey, soit 180'000 sur 1.77 mio).

**Illustration 27:** répartition des fréquences des visiteurs dans la région de Lausanne/Montreux-Vevey (affaires vs. loisirs)



Sources: calculs et estimations Rütter + Partner

### Chiffre d'affaires total dans la région de Lausanne/Montreux-Vevey

Dans la région Lausanne/Montreux-Vevey, la demande globale des visiteurs génère un chiffre d'affaires direct et indirect de 2.73 mrd de francs, représentant le 82% du chiffre d'affaires touristique de l'Arc lémanique (3.29 mrd) et le 59% de celui du canton de Vaud (4.56 mrd).

### Demande touristique brute

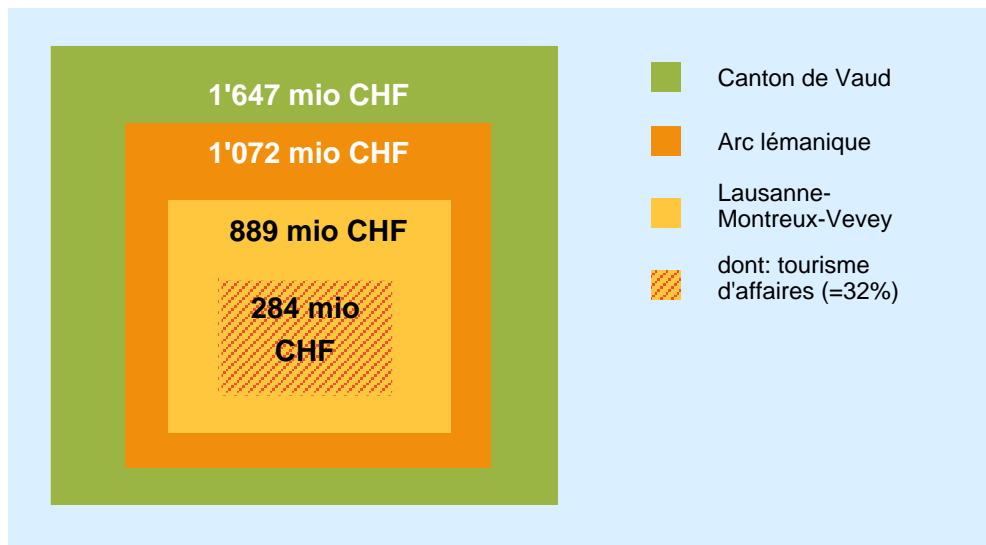
La demande touristique brute (fréquences des visiteurs x dépenses journalières) a été évaluée à 1.65 mrd CHF pour le Canton, à 1.07 mrd CHF pour l'Arc lémanique et à 889 mio CHF pour la seule région de Lausanne/Montreux-Vevey (54% du canton et 84% de l'Arc lémanique).

Dans ce montant de 889 mio CHF, la part du tourisme d'affaires est de 284 millions, part dont l'importance est incontestable puisqu'elle représente près de 32% de la demande touristique brute de la région de Lausanne/Montreux-Vevey.

Dans l'agglomération de Lausanne, sur une demande touristique brute de 546 mio CHF, 196 mio CHF (36%) sont dépensés par les touristes d'affaires et 350 mio CHF (64%) le sont par les autres visiteurs (loisirs).

A Montreux-Vevey, sur un total de 344 mio CHF de demande touristique brute, 88 mio CHF (26%) sont à mettre au crédit des touristes d'affaires et 256 mio CHF (74%) à celui des autres visiteurs (loisirs).

**Illustration 28:** contribution du tourisme d'affaires de la région «*Lausanne/Montreux-Vevey*» à la demande touristique brute du canton de Vaud, de l'*Arc lémanique* et de la région *Lausanne/Montreux-Vevey*, 2002/03

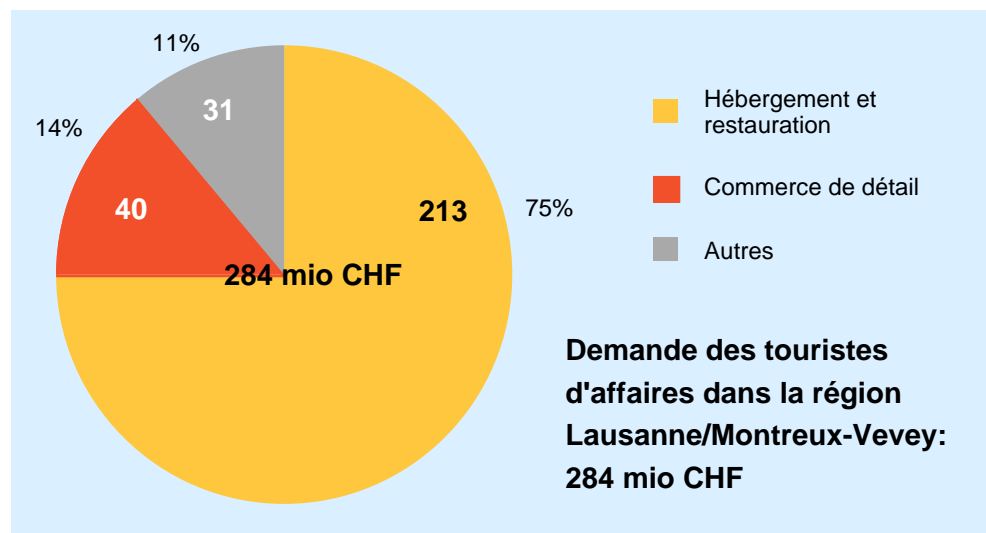


Sources: calculs et estimations Rütter + Partner

#### Répartition par secteurs économiques principaux

Sur les 284 mio CHF générés par la demande des touristes d'affaires dans l'espace Lausanne/Montreux-Vevey, les trois-quarts (213 mio CHF) intéressent l'hôtellerie et la restauration, 40 mio CHF (14%) le commerce de détail et enfin 31 mio CHF (11%) d'autres secteurs de l'économie locale.

**Illustration 29:** demande des touristes d'affaires dans la région de *Lausanne/Montreux-Vevey*, 2002/03



Sources: calculs et estimations Rütter + Partner

Pour l'hôtellerie, le tourisme d'affaires revêt ainsi une importance capitale: 41% des hôtes d'affaires hébergés logent à l'hôtel contre 2% seulement dans les autres catégories d'hébergement (à relever également que le 57% restant est constitué d'excursionnistes). Si ce type de segment de clientèle est aussi vital pour la capitale que pour la Riviera, on observe qu'à Lausanne, le 65% de la demande

d'hôtes hébergés à l'hôtel est représenté par des touristes d'affaires contre 47% pour Montreux-Vevey.

### Chiffre d'affaires généré par le tourisme d'affaires

Le calcul du chiffre d'affaires (direct et indirect) généré par le tourisme d'affaires (*démarchage, visites professionnelles, séminaires, congrès, voyages de motivation*) se base sur la demande touristique brute et sur le multiplicateur du chiffre d'affaires de la région.

L'étude spécifique de la structure économique de l'ensemble de la région *Arc lémanique* ainsi que les enquêtes effectuées auprès des entreprises et des hôtes permettent d'avancer le montant de 520 mio CHF comme chiffre d'affaires émanant des touristes d'affaires (dont 360 mio CHF concernent *Lausanne* et 160 mio CHF pour *Montreux-Vevey*).

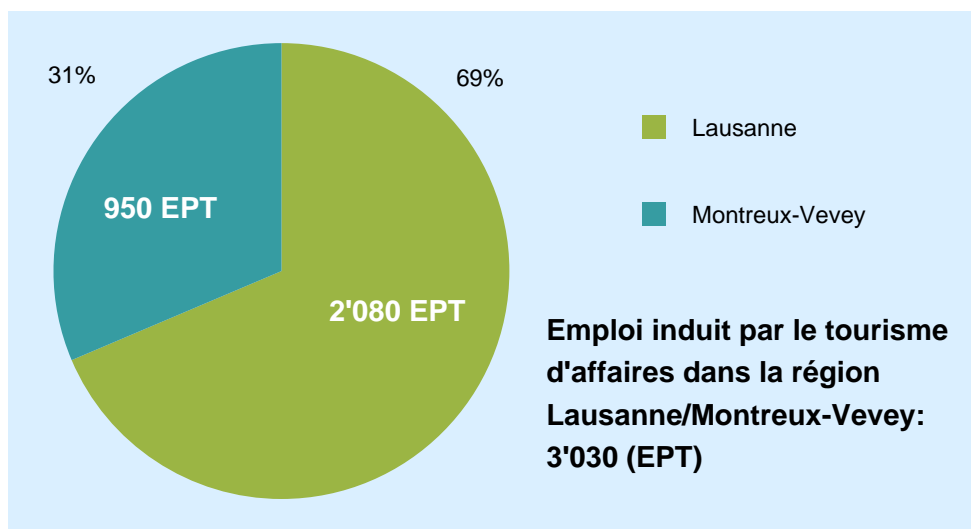
### Valeur ajoutée générée par le tourisme d'affaires

La demande des touristes d'affaires déclenche dans l'économie régionale de *Lausanne/Montreux-Vevey* une valeur ajoutée brute (directe et indirecte) de 270 mio CHF. A *Lausanne*, la valeur ajoutée brute produite directement et indirectement se chiffre à 185 mio CHF. A *Montreux-Vevey*, la valeur ajoutée brute générée par le tourisme d'affaires s'élève à 85 mio CHF.

### Effets du tourisme d'affaires sur l'emploi

Sur le marché du travail des 17 communes, environ 3'030 postes (EPT) sont créés par le tourisme d'affaires. Le volume d'emplois ainsi généré est de l'ordre de 2'080 (EPT) pour *Lausanne* contre environ 950 (EPT) pour *Montreux-Vevey*.

**Illustration 30:** effets d'emploi du tourisme d'affaires dans la région Lausanne/Montreux-Vevey, 2002/03



Sources: calculs et estimations Rütter + Partner

Ce chapitre l'a très spécifiquement souligné: on ne peut manquer d'être frappé par le rôle économique vital joué par le tourisme d'affaires dans l'espace Lausanne/Montreux-Vevey, au sein de l'Arc lémanique.

Le tableau récapitulatif ci-dessous présente ce segment avec plus de détails pour l'espace considéré en le positionnant par rapport au canton et à la région:

**Illustration 31:** principaux résultats chiffrés du tourisme d'affaires au sein du tourisme vaudois, pour l'espace Lausanne/Montreux-Vevey, 2002/2003

Tous les visiteurs	Canton de Vaud	Arc lémanique	Lausanne/Montreux-Vevey	Lausanne	Montreux-Vevey
<b>Fréquences des visiteurs</b> en milliers					
<b>Total</b>	18'520 *	10'750	<b>7'740</b>	4'600	3'140
Excursionnistes (visiteurs d'un jour)	9'580	6'130	<b>4'120</b>	2'350	1'770
Hôtes hébergés	8'940	4'620	<b>3'640</b>	2'260	1'380
Excursionnistes en % des hôtes	52	57	<b>53</b>	51	56
Répartition en % de l'Arc lémanique	-	100	<b>72</b>	43	29
Répartition en % du canton de Vaud	100	55	<b>39</b>	23	16
<b>Demande touristique</b> en mio CHF					
Demande touristique (brute)	1'647	1'072	<b>889</b>	545	344
Demande touristique globale	2'403	1'682	<b>1'400</b>	860	540
Répartition en % de l'Arc lémanique	-	100	<b>83</b>	51	32
<b>Chiffre d'affaires</b> en mio CHF					
<b>Chiffre d'affaires induit par le tourisme</b> (direct et indirect)	4'560	3'290	2'730	1'670	1'060
<b>Tourisme d'affaires</b>	Canton de Vaud	Arc lémanique	Lausanne/Montreux-Vevey	Lausanne	Montreux-Vevey
<b>Fréquences des touristes d'affaires</b> en milliers					
<b>Total touristes d'affaires</b>	-	-	<b>1'740</b>	1'320	420
Excursionnistes (d'affaires)	-	-	<b>990</b>	810	180
Hôtes hébergés (d'affaires)	-	-	<b>750</b>	510	240
Part d'excursionnistes en %	-	-	<b>57</b>	61	43
<b>Fréquences des touristes d'affaires</b> en % de tous les hôtes					
<b>Total touristes d'affaires</b>	-	-	<b>22</b>	29	13
Excursionnistes (d'affaires)	-	-	<b>24</b>	34	10
Hôtes hébergés (d'affaires)	-	-	<b>21</b>	23	17
Hôtes à l'hôtel (d'affaires)	-	-	<b>54</b>	61	44
<b>Demande des touristes d'affaires</b> en mio CHF					
Demande touristique (brute)	-	-	<b>284</b>	196	88
en % de la demande touristique (brute) de tout les hôtes	-	-	<b>32</b>	36	26
<b>Chiffre d'affaires</b> induit par le tourisme d'affaires en mio CHF (direct et indirect)					
total	-	-	<b>520</b>	360	160
en % du chiffre d'affaires total**	-	-	<b>19</b>	22	15
<b>Valeur ajoutée</b> induite par le tourisme d'affaires en mio CHF (direct et indirect)					
total	-	-	<b>270</b>	185	85
<b>Emploi</b> induit par le tourisme d'affaires en mio CHF en EPT (équivalence plein temps); (direct et indirect)					
total	-	-	<b>3'030</b>	2'080	950

Sources: calculs et estimations Rütter + Partner ; \* sans double comptage, \*\* Le chiffre d'affaires global comprend quelques secteurs qui sont sans ou presque sans importance pour les touristes d'affaires (p.ex. chiffres d'affaires des agences de voyage, dépenses pour les investissements et l'entretien des appartements et chalets de vacances, etc.). Pour cette raison, la contribution du tourisme d'affaires au *chiffre d'affaires touristique* est plus faible que la contribution à la *demande touristique* (brute).

## 2.2 Le poids des institutions et manifestations sportives et culturelles (événementiel)

**Les activités récréatives, culturelles et sportives réalisent un chiffre d'affaires total d'environ 445 mio CHF et induisent une VAB de 318 mio CHF.**

Une très *grande interdépendance* caractérise le secteur du *tourisme* et ceux du *sport et de la culture*. D'un côté, les activités déployées par ces deux derniers secteurs conduisent à une intensification de la demande auprès des prestataires touristiques, de l'autre les dépenses des visiteurs d'une région contribuent à l'accroissement des chiffres d'affaires des prestataires d'offres sportives et culturelles qui s'y trouvent.

Les activités récréatives, culturelles et sportives figurent ainsi au nombre des prestataires touristiques importants du canton, et environ 4'530 employés (EPT) peuvent être attribués à l'ensemble de ce secteur.

Le paradigme des relations entre sport, culture et tourisme implique, au sens des chercheurs, un double éclairage sous les angles suivants: d'une part, identifier l'influence des activités récréatives, culturelles et sportives sur le tourisme vaudois; d'autre part, réciproquement, de situer l'importance des activités du tourisme pour ces organisations et activités récréatives, culturelles et sportives. L'illustration 32 présente schématiquement les *principales composantes* du domaine «*sport et culture*».

**Illustration 32:** aperçu schématique des principales composantes du domaine «sport et culture»



Source: représentation Rütter + Partner

- sur fond *bleu*, le secteur économique élargi *activités récréatives, culturelles et sportives* est divisé en cinq catégories thématiques: activités culturelles, activités sportives, activités récréatives, autres activités et enfin les activités non répertoriées par la classification NOGA.
- le fond *jaune* symbolise toutes les autres activités économiques;

- les effets économiques déclenchés par les touristes sportifs et culturels sont encadrés en rouge<sup>4</sup>.

### Importance de la culture et du sport pour l'économie touristique

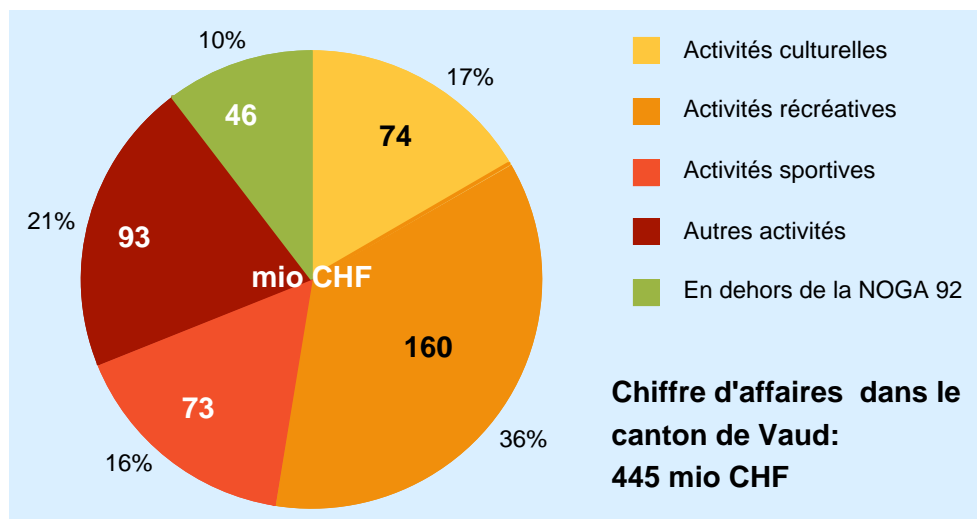
Dans un premier temps, l'étude situe l'importance et l'impact économique des visiteurs qui assistent à une *manifestation sportive ou culturelle*, ou fréquentent une *institution* du même ordre durant leur séjour dans le canton de Vaud. La recherche met non seulement en évidence la part globale de ces touristes ou excursionnistes dans ce type de manifestations ou d'institutions, mais aussi la part directement imputable au sport et à la culture dans l'ensemble de ces dépenses (restauration, hébergement, etc.), puis la valeur ajoutée et l'emploi touristiques directement imputables au sport et à la culture, déterminés sur la base de la demande des visiteurs. La contribution du tourisme culturel et sportif au chiffre d'affaires, à la valeur ajoutée brute et à l'emploi a ainsi été cernée.

### Approche «offre»

#### Chiffre d'affaires et emploi pour les activités récréatives, culturelles et sportives:

Les trois illustrations qui suivent présentent d'une part, pour le canton et les régions, le niveau de *chiffre d'affaires* réalisé d'après la *répartition en cinq catégories* adoptée par cette étude (distinction est faite entre chiffre d'affaires total et chiffre d'affaires directement touristique); d'autre part, le *nombre* d'employés (EPT) concernés par ces activités au niveau cantonal.

**Illustration 33:** chiffre d'affaires par catégorie d'activités récréatives, culturelles



Source: calculs et estimations: Rütter Partner

<sup>4</sup> Outre les activités relevant du secteur économique élargi activités récréatives, culturelles et sportives – entrées, souvenirs, etc. – ils englobent également ceux imputables aux autres activités économiques, telles que l'hébergement, la restauration, les transports, etc.

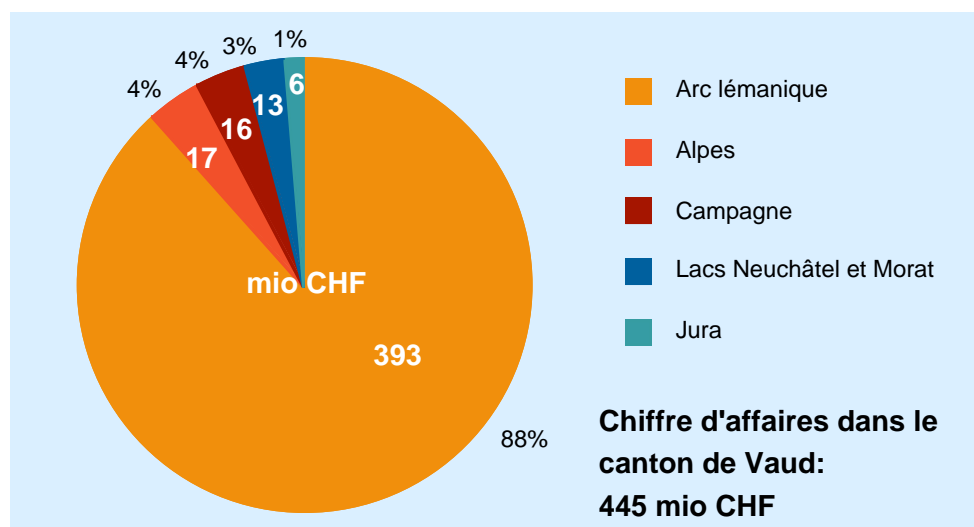


- Avec respectivement 74 mio CHF et 73 mio CHF, les *activités culturelles* et les *activités sportives* présentent des chiffres d'affaires relativement similaires. Pour ces deux catégories, la part du chiffre d'affaires est sensiblement plus faible que celle de l'emploi, avec des valeurs qui atteignent respectivement 17% (activités culturelles) et 16% (activités sportives).

Les autres activités génèrent un chiffre d'affaires d'environ 93 mio CHF, ce qui correspond à une part de chiffre d'affaires de 21%.

Enfin, avec 46 mio CHF, 10% du chiffre d'affaires du secteur élargi activités récréatives, culturelles et sportives concerne le poste en dehors de la NOGA 92.

**Illustration 34:** répartition régionale du chiffre d'affaires total des activités récréatives, culturelles et sportives



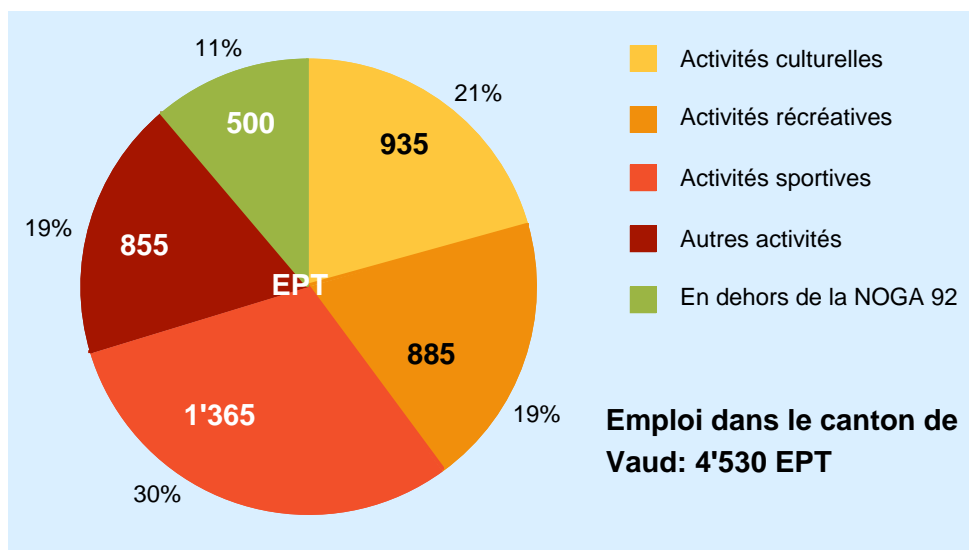
Sources: calculs et estimations Rütter Partner

On observe qu'avec 393 mio CHF, l'*Arc lémanique* présente de loin la contribution la plus importante au chiffre d'affaires (88%). Les chiffres d'affaires dans les autres régions évoluent entre 6 mio CHF pour le Jura (1%) et 17 mio CHF pour les Alpes (4%).

Avec 1'365 employés (EPT), les *activités sportives* n'absorbent qu'un tiers à peine de l'emploi (30%). Avec une part de 21%, les *activités culturelles* présentent environ 935 employés (EPT). Un cinquième (19%) de tous les employés (EPT) travaillent dans les activités récréatives. Les *autres activités* englobent également 19% de l'ensemble de l'emploi. Par ailleurs, 500 EPT supplémentaires sont recensés sous le poste en *dehors de la NOGA 92*. Cela représente 11% des employés (EPT).

A souligner que l'ensemble du domaine des activités récréatives, culturelles et sportives se caractérise par une part de l'emploi à temps partiel plus élevée que la moyenne enregistrée dans les autres activités économiques: en conséquence, le nombre total des employés est donc sensiblement plus élevé que le nombre d'emplois présenté en équivalence plein temps.

Avec 160 mio CHF, plus d'un tiers (36%) du chiffre d'affaires total des activités récréatives, culturelles et sportives (445 mio CHF) renvoie aux *activités récréatives*. Cette part est nettement plus élevée que celle de l'emploi (19%).

**Illustration 35:** employés (EPT) par catégorie d'activités récréatives, culturelles

Sources: calculs et estimations Rütter + Partner

### Approche «demande»

Près d'un tiers (29%) de la demande touristique (brute) du canton est générée par des *visiteurs* qui fréquentent des *manifestations* ou des *institutions sportives* ou culturelles: ces visiteurs engendrent une demande de 484 mio CHF. Par effet de cascade, cette demande déclenche à son tour une valeur ajoutée brute de 409 mio CHF (dont 256 directe) et un nombre d'emplois de 5'380 EPT (dont 3'590 directs).

### Nombre d'entrées aux manifestations et institutions sportives ou culturelles

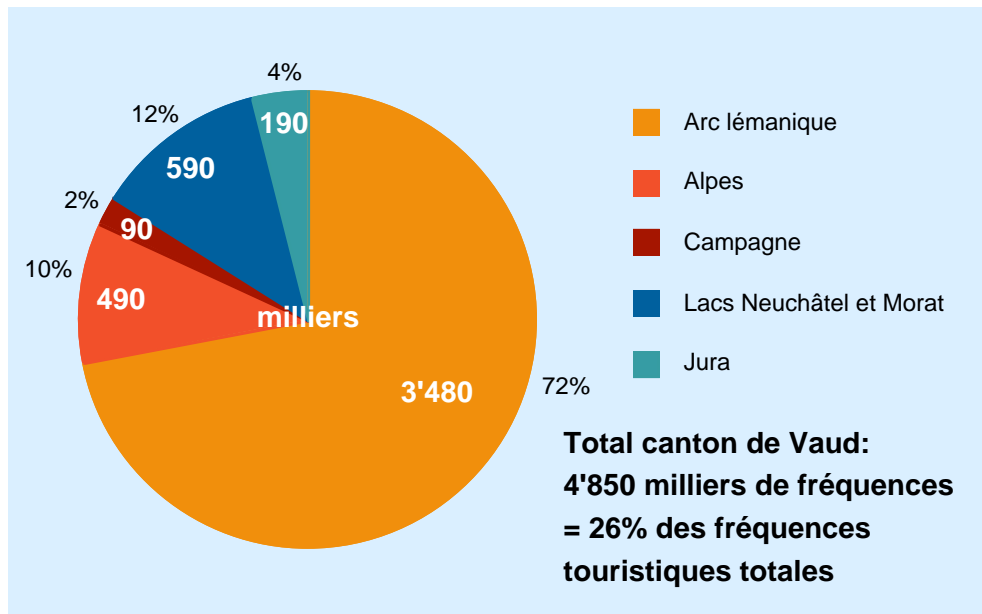
Dans le canton de Vaud, environ 5.7 mio de personnes ayant assisté à une manifestation sportive ou culturelle ou visité une institution du même ordre ont été recensés durant l'année 2002/03. Parmi ces adeptes de sport et culture, 61% (3.5 mio) étaient des *hôtes*, dont 2.6 mio d'excursionnistes (45%) et un peu moins d'un mio (16%) d'hôtes hébergés .

### Fréquences des visiteurs imputables au sport et à la culture:

Sur la base des fréquences de visiteurs, l'étude estime à 4.9 mio les fréquences des touristes sportifs et culturels *du canton de Vaud*.

- Près des trois quarts des fréquences des hôtes occasionnées par le sport ou la culture (3.5 mio) reviennent à *l'Arc lémanique*.
- Le 12% des fréquences (590'000) est généré dans la région *Lacs Neuchâtel et Morat* (sans Expo.02).
- On trouve ensuite *les Alpes*, avec 10% des fréquences (490'000).
- Avec respectivement 2% et 4% des fréquences, *la Campagne* et *le Jura* ferment la marche.

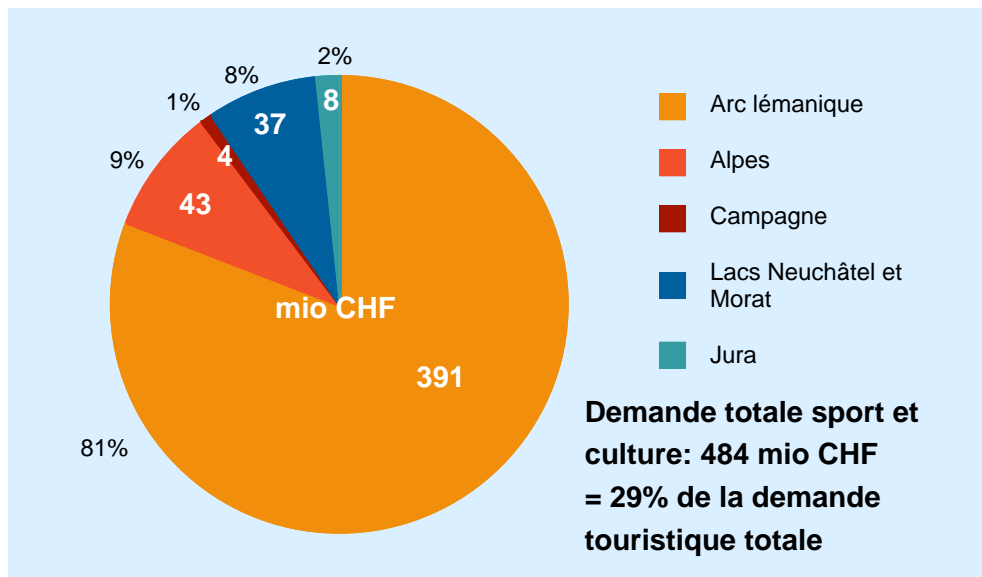
**Illustration 36:** fréquences des visiteurs imputables au sport et à la culture dans le canton de Vaud, 2002/03



Source: enquête auprès des hôtes et des entreprises

La plus grande partie de cette demande (81%, soit 391 mio CHF) revient à l'*Arc lémanique*. Le 9% (43 mio CHF) est généré dans *les Alpes* et environ 8% (37 mio CHF) dans la région *Lacs Neuchâtel et Morat*. Les deux régions *Campagne* et *Jura* ont une portée nettement moins grande et contribuent respectivement à 1% (4 mio CHF) et 2% (8 mio CHF) de la demande touristique imputable au sport et à la culture dans le canton de Vaud.

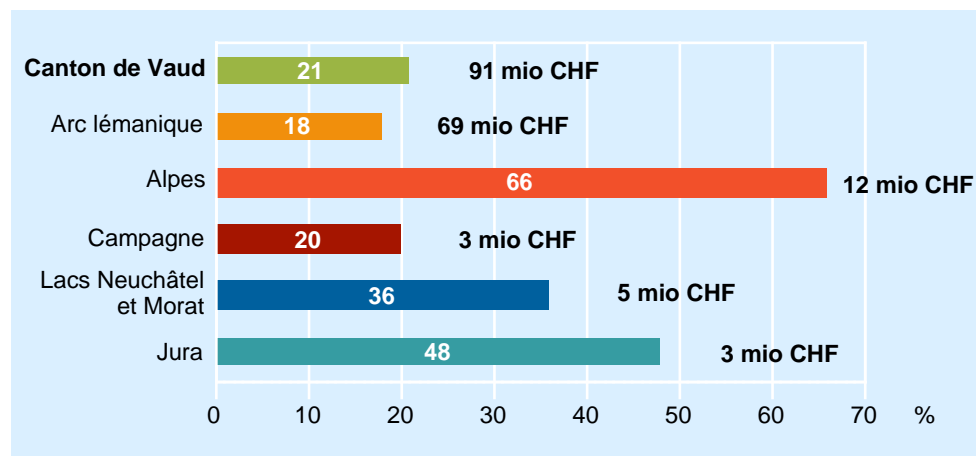
**Illustration 37:** répartition régionale de la demande touristique imputable au sport et à la culture, canton de Vaud, 2002/03



Sources: enquête auprès des hôtes et enquête des entreprises

### Impact du tourisme sur les chiffres d'affaires des entreprises d'activités récréatives, culturelles et sportives pour le canton et les régions:

**Illustration 38:** contribution directe du tourisme au chiffre d'affaires pour le secteur des activités récréatives, culturelles et sportives, 2002



Sources: calculs et estimations Rütter + Partner

- Dans le *canton*, la part touristique directe atteint 21% dans le secteur des activités récréatives, culturelles et sportives. Ce chiffre souligne clairement l'importance du tourisme pour la branche.
- Dans l'*Arc lémanique*, cette part (18%) est légèrement inférieure à celle du canton.
- Les *Alpes* présentent, quant à elles, la part directement touristique de loin la plus élevée (66%).
- Le secteur «sport et culture» affiche dans la région *Campagne* une proportion touristique directe de 20%, comparable à la moyenne cantonale.
- Avec 36%, celle de la région *Lacs Neuchâtel et Morat* est supérieure à la moyenne cantonale.
- Finalement, avec une part touristique directe de 48%, on observe que près de la moitié des activités récréatives, culturelles et sportives du *Jura* sont liées au tourisme.

Cette synthèse met clairement en évidence une problématique largement développée dans le chapitre 7 du rapport principal: qu'elles soient événementielles, ponctuelles ou répétitives, les activités récréatives, culturelles et sportives identifiées dans le canton sont très hétérogènes et revêtent des valeurs économiques fort diverses.

L'intérêt effectif et stratégique – notamment représenté par les plus significatives d'entre elles – justifiait d'appréhender ce secteur d'une façon spécifique dans le présent rapport. Enfin, les auteurs tiennent à relever le caractère tout à fait novateur – au niveau suisse – d'une telle recherche.

### 3. Enseignements-clefs de l'étude en un coup d'oeil

#### 3.1 A l'échelon cantonal

- Avec un *chiffre d'affaires global* de 4.56 mrd CHF, un emploi de 22'510 EPT et une valeur ajoutée brute générée de 2.33 mrd CHF, le secteur économique du tourisme, par ses effets directs et indirects, contribue à 7.2% du PIB et à 8.6% de l'emploi cantonal global. L'importance du tourisme pour l'économie cantonale vaudoise est confirmée; sa contribution au PIB cantonal est supérieure à celle de la moyenne suisse (6.5%).
- Dans le canton, 18.5 mio de fréquences touristiques (excursionnistes + hôtes hébergés presque à parité) déclenchent une demande globale des hôtes de 2.403 mrd CHF, qui génère à son tour un *chiffre d'affaires touristique direct* de 3.010 mrd CHF.
- La *dépense journalière moyenne* des hôtes hébergés présente en outre la particularité – avec CHF 118 par jour – d'être sensiblement supérieure à la moyenne des autres régions suisses étudiées.
- Parmi ces hôtes hébergés, ceux qui le sont à l'hôtel contribuent de façon déterminante à la demande touristique. Il faut relever que la catégorie des hôtes hébergés prend aussi en compte les *écoliers et étudiants étrangers hébergés en écoles privées* (en fait, les jeunes étrangers fréquentant ces institutions publiques ou privées du canton – principalement dans l'Arc lémanique et les Apes – représentent un segment économique tout à fait appréciable pour le tourisme vaudois).
- Pas loin d'un tiers (30%) de la demande touristique brute du canton de Vaud est générée par des visiteurs qui fréquentent des *manifestations ou des institutions sportives ou culturelles*.
- Les *prestataires touristiques* réalisent un chiffre d'affaires de 1.24 mrd CHF, contribuant ainsi à 30% de l'ensemble de la valeur ajoutée brute touristique: les *autres activités économiques* contribuent à 70% de la valeur ajoutée brute touristique.
- L'étude démontre de manière incontestable que le tourisme représente un modèle unique de *branche transversale* à effets économiques structurants élevés, qui ne doit pas seulement – à titre d'exemple – être mis en relation avec l'hébergement, la restauration ou les remontées mécaniques, car ces effets s'inscrivent bien au-delà. Ainsi, bon nombre d'entreprises de *diverses branches économiques* (commerces de détail, entreprises de services et conseils, professions libérales, banques ou assurances, etc...) bénéficient remarquablement de la présence des visiteurs ou des initiatives prises par les prestataires des branches directement touristiques. A l'observation des chiffres, force est de constater que ces interactions économiques sont très significatives et que néanmoins, leur perception de la part des autorités et du grand public reste encore souvent confidentielle.
- L'étude a également souligné – avec de nombreuses preuves à l'appui – que l'importance du tourisme dans le tissu économique vaudois est considérable. Dans une optique de *benchmark* objectif, on observe qu'elle est même

légèrement supérieure à l'impact observé dans plusieurs autres régions touristiques suisses étudiées.

- Le rôle joué par le *tourisme d'affaires* dans l'espace *Lausanne/Montreux-Vevey* au sein de la région de l'*Arc lémanique* est très significatif, comme l'a démontré l'analyse spéciale consacrée à cette problématique. Ainsi, à *Lausanne*, le 29% des *fréquences touristiques* sont imputables à ce segment contre 13% pour *Montreux-Vevey*. A titre d'exemple, avec une part de 65% de la demande pour *Lausanne*, ce *tourisme d'affaires* prend une valeur pratiquement existentielle pour la branche *hôtelière* locale.
- Pour la première fois en Suisse, les interactions entre *activités récréatives, culturelles et sportives* et le *tourisme* ont été explorées en profondeur; il en résulte un constat d'interdépendance énorme: 26% des *fréquences touristiques* du canton sont imputables à ces activités; elles génèrent de la *valeur ajoutée* de l'ordre de 409 mio CHF et des incidences sur l'emploi évaluées à 5'380 EPT. Inversement, les activités touristiques représentent aussi un apport élevé pour les branches récréatives, sportives et culturelles: près de 21% du chiffre d'affaires réalisé provient des visiteurs touristiques ou excursionnistes.
- Le *tourisme vaudois* est souvent présenté – à juste titre – comme une «*Suisse en miniature*»; dans l'environnement économique actuel, il n'est sans doute pas inapproprié de rappeler ici que le Pays de Vaud touristique présente un double avantage: une Suisse en miniature, certes, mais construite sur des activités économiquement «non-délocalisables».

## 3.2 A l'échelon régional

### Principaux résultats de la région *Arc lémanique*

- Avec un *chiffre d'affaires* total de 3.29 mrd CHF et une valeur ajoutée brute générée de 1.671 mrd CHF, le *tourisme* dans son ensemble contribue à 6.6% du PIB et à 8.2% de l'emploi régional.
- L'économie touristique est très active sur l'*Arc lémanique*; on y enregistre le 55% de toutes les *fréquences touristiques* cantonales, avec une part élevée de *tourisme sportif et culturel*. Tout aussi significatif dans cet espace est le poids des *commerces* et celui des *écoles*, avec des apports respectifs de 18% et de 6% de valeur ajoutée brute touristique.
- Chiffrée à 1.682 mrd CHF, la *demande globale des visiteurs* (excursionnistes et hôtes hébergés) génère un *chiffre d'affaires* touristique direct de 2.18 mrd CHF qui débouche sur une contribution directe du *tourisme* s'élevant à 4.0% du PIB régional et à 5.4% de l'emploi. On estime les effets indirects du *tourisme* à 2.6% du PIB et à 2.8% de l'emploi.

### Principaux résultats de la région *Alpes*

- Chiffrée à 395 mio CHF, la *demande globale* des hôtes génère un volume de *chiffre d'affaires* touristique direct de 485 mio CHF et indirect de 215 mio CHF; comparativement, les effets économiques généraux du *tourisme* sur l'économie régionale sont environ quatre fois plus importants dans les *Alpes* que dans l'*Arc lémanique*.

- En effet, avec une contribution touristique au PIB régional et à l'emploi de 29.4% (direct et indirect), près d'un franc sur trois de chiffre d'affaires généré dans les *Alpes* a pour origine le tourisme, qui contribue directement à 19.8% du PIB régional et à 19.9% de l'emploi total.
- A relever qu'avec une part de 72%, l'intensité du *tourisme hébergé* est plus marquée dans les *Alpes* que dans les autres régions du canton; enfin, la moitié des nuitées observées dans cet espace est le fait d'hôtes hébergés en logements de vacances.

### Principaux résultats de la région *Campagne*

- La *demande globale des visiteurs*, chiffrée à 73 mio CHF, génère dans cet espace un volume de chiffre d'affaires touristique direct de 100 mio CHF et indirect de 90 mio CHF; 3.0% du PIB régional et 3.4% de l'emploi renvoient au tourisme.
- On observe une part comparativement modeste enregistrée chez les *prestataires touristiques* (25%) ce qui souligne l'importance économique relativement faible du tourisme. En revanche, avec une part de 81% des fréquences touristiques, les *excursionnistes* y sont présents en force.
- Logiquement, les *dépenses quotidiennes moyennes* des visiteurs sont en général faibles dans la *Campagne*; il en résulte que c'est dans cette région du canton que l'importance économique du tourisme est la moins sensible.

### Principaux résultats de la région *Lacs Neuchâtel et Morat*

- La *demande globale* des visiteurs de cette région – soit 185 mio CHF sur la période d'observation – a généré un volume de *chiffre d'affaires touristique* direct de 160 mio CHF et indirect de 110 mio CHF, correspondant à une part de PIB de 7.5% et une part d'emploi de 8.2% (ensemble des effets du tourisme).
- La contribution du *tourisme excursionniste* aux fréquences touristiques présente là aussi, avec 61%, un niveau supérieur à la moyenne.
- *Effet Expo.02* aidant, on observe, en terme de contribution touristique au PIB (7.5%), que le tourisme occupe la deuxième place du canton dans cet espace.

### Principaux résultats de la région *Jura*

- Chiffrée à 67 mio CHF, la *demande globale* des visiteurs dans le *Jura* génère un volume de *chiffre d'affaires touristique direct* de 80 mio CHF et *indirect* de 30 mio CHF; la somme des effets directs et indirects des activités touristiques se traduit par une contribution au PIB régional de 5.2% et un apport à l'emploi de 5.8%.
- Le *Jura* est la région qui accueille le moins d'excursionnistes et d'hôtes hébergés, avec un peu moins d'un million de fréquences touristiques enregistrées sur la période.
- Si, en chiffres absolus, l'impact économique du tourisme est identifié comme étant le plus faible du canton dans cette région, la remarque doit d'emblée être nuancée à l'observation de sa très significative contribution au PIB régional. Par ailleurs, le fait que plus de la moitié des nuitées réalisées par les hôtes hébergés le sont dans des logements de vacances, n'est pas étranger à ce résultat; enfin, ce constat quantitatif s'explique aussi eu égard à l'espace proportionnellement restreint du *Jura* dans l'offre touristique cantonale.

## 4. Outils de compréhension du rapport

### 4.1 Méthodologie utilisée

Dans le présent rapport, l'importance économique du tourisme a été établie au moyen d'un examen approfondi de la *structure économique régionale* et de la détermination du *produit intérieur brut* pour le canton et ses cinq régions touristiques, ainsi que par la prise en compte des mouvements d'offre et de demande au moyen de *sondages* effectués auprès *des visiteurs* entre mai 2002 et avril 2003 ainsi qu'auprès *des entreprises* sur l'exercice 2002. Une démarche rigoureuse permettant de contrôler et coordonner les résultats obtenus a été utilisée à cet effet.

- **Optique «offre»:** les bases permettant le calcul du chiffre d'affaires directement induit par le tourisme et l'évaluation des effets directs agissant sur la valeur ajoutée et l'emploi ont été recueillies dans le cadre de l'enquête auprès des entreprises (part du chiffre d'affaires directement réalisé avec les touristes, chiffre d'affaires ou valeur ajoutée brute par employé) ou au moyen d'indicateurs et extrapolés pour obtenir des données économiques globales.
  
- **Optique «demande»:** les éléments nécessaires au calcul de la demande touristique globale (comme les fréquences et les dépenses journalières des visiteurs) proviennent des statistiques sur le tourisme de l'OFS et des enquêtes réalisées auprès des hôtes; les enquêtes auprès des visiteurs ont reposé sur trois piliers: d'une part sur une *enquête par listes à cocher* (recensement des fréquences), d'autre part sur une *enquête orale et écrite* par le biais de questionnaires (dépenses des visiteurs) ; enfin, sur une *enquête écrite* effectuée auprès *des propriétaires de logements de vacances* (dépenses et fréquences).

Ce n'est qu'au terme d'une récolte de données très considérable, qui a pris en compte l'ensemble des effets directs et indirects du tourisme, qu'il a été possible de déterminer la contribution totale du tourisme au produit intérieur brut régional ou cantonal et à l'emploi total régional ou cantonal (valeur ajoutée obtenue par l'addition de toutes les activités économiques sur l'ensemble des régions considérées).



## 4.2 Bibliographie

### Statistiques

- Annuaire statistiques du canton de Vaud 2001. Service cantonal de recherche et d'information statistiques (SCRIS).
- Compte de production 2001, Office fédéral de la statistique (OFS), Neuchâtel.
- Enquête sur la structure des salaires 2002, Office fédéral de la statistique (OFS), Neuchâtel.
- Enquête sur les revenus et la consommation 1998 de la Confédération, Office fédéral de la statistique (OFS), Neuchâtel.
- Population résidante permanente par commune (différentes années), Office fédéral de la statistique (OFS), Neuchâtel.
- Recensement des entreprises 2001, Office fédéral de la statistique (OFS), Neuchâtel.
- Registre des entreprises et des établissements, Office fédéral de la statistique (OFS), Neuchâtel.
- Recensement des entreprises dans le 1er secteur économique 2000, 2002, Office fédéral de la statistique (OFS), Neuchâtel.
- Relevé des bâtiments et des logements 2000, Office fédéral de la statistique (OFS), Neuchâtel.
- Statistique de l'emploi (secteurs secondaire et tertiaire), 01/2001 – 04/2002 Office fédéral de la statistique (OFS), Neuchâtel.
- Statistiques des nuitées (différentes années), Statistique touristique, Office fédéral de la statistique (OFS), Berne.
- OFS (2000): Relevé des bâtiments et des logements.
- OTV, Statistiques hôtelières (2000): La région du Léman et ses destinations.
- SCRIS: Statistique de la population des communes (2003), au 31 décembre.

### Etudes

- Antille Gaillard, G., Rütter, H., Berwert, A. (2003): Satellitenkonto Tourismus der Schweiz – Grundlagen, Methodik und Ergebnisse. Bundesamt für Statistik, seco. Neuchâtel, Bern.
- Bellwald, A., et al. (1999): Ferienwohnungen im Wallis. Eine Analyse mit Massnahmen zur besseren Nutzung. Finanz- und Volkswirtschaftsdepartement. Dienststelle für Tourismus und Wirtschaftsförderung. Sitten.
- Berwert, A., Rütter, H., Rütter-Fischbacher, U. (2002a): L'importance du tourisme pour l'économie vaudoise – Première analyse dans le cadre de l'étude d'impact du tourisme sur l'économie vaudoise. Sur mandat du Département de l'économie de l'Etat de Vaud et de l'Office du Tourisme du Canton de Vaud. Document interne.
- Berwert, A., Rütter-Fischbacher, U., Rütter, H. (2002b): Der Tourismus im Kanton Basel-land. Wertschöpfungsstudie.
- Cunha, A., Gigon, N. (1992): Tourisme et économie dans la région Lausannoise. Estimation des incidences économiques du tourisme.
- Lausanne Tourisme: Rapport Annuel (2000, 2001, 2002).
- Maillat, D., Voillat, F., Kebir, L., Katz Blumenkrantz C. (2002): Bienne et expo.02. Effets de développement et impacts économiques.
- Maillat, D., Voillat, F., Bataini, S.H., Katz Blumentrantz, C.: (2002): Neuchâtel et expo.02. Effets de développement et impacts économiques.
- Nilles, D. (1995): Université de Lausanne: son impact économique. Cahiers de recherches économiques. deep, département d'économétrie et d'économie politique.

- Peytregnet, A. (1997): L'impact économique des institutions culturelles. Analyse des institutions culturelles: Théâtre de Vidy, Opéra de Lausanne, Bédart Ballet Lausanne, Orchestre de Chambre de Lausanne. Service des affaires culturelles de la Ville de Lausanne.
- OFS (1995): Nomenclature générale des activités économiques. Berne: Office fédéral de la statistique.
- Rütter, H., Müller, H., Guhl, D., Stettler, J. (1995): Tourismus im Kanton Bern. Wertschöpfungsstudie.
- Rütter, H., Guhl, D., Müller, H. (1996): Wertschöpfer Tourismus. Ein Leitfaden zur Berechnung der touristischen Gesamtnachfrage, Wertschöpfung und Beschäftigung in 13 pragmatischen Schritten.
- Rütter, H., Berwert, A., Rütter-Fischbacher, U., Landolt, M. (2001): Le tourisme en Valais. Etude sur la valeur ajoutée. Canton du Valais. Département de l'économie, des institutions et de la sécurité. Service de la promotion touristique et économique.
- Rütter-Fischbacher, U., Berwert, A., Rütter, H., de Bary, A. (2004): Der Tourismus im Kanton Nidwalden und in Engelberg. Wertschöpfungsstudie.
- Sanroma, J-C., Heughebaert, S., Ledgard, F. (1997): Etude: Impact économique du C.I.O. et du Musée Olympique sur la ville de Lausanne. Ecole des HEC de l'Université de Lausanne, Cours MBA 1995-96.
- Schmid et al. (1993) – Chalets und Ferienwohnungen. Eine Untersuchung des Chalet- und Ferienwohnungsmarktes im Val d'Anniviers. STF, Sierre, CRAT Centre de Recherches Appliquées au Tourisme.
- UBS (2003): UBS Outlook – Branchenspiegel 2003, Strukturen und Trends in der Schweizer Wirtschaft
- United Nations, World Tourism Organization (1993): Recommendations on Tourism Statistics. New York.
- UERT, Unité d'enseignement et de recherche en tourisme (2000) L'impact des écoles privées membres de l'AVDEP sur l'économie et le tourisme.
- UERT, Unité d'Enseignement et de Recherche en Tourisme (2002): L'impact du Montreux Jazz Festival 2002 dans une optique de développement durable.
- Willi, St. (2003); Tourismusaufgaben im Kanton Waadt. Diplomarbeit an der Zürcher Hochschule Winterthur. Studiengang Datenanalyse und Prozessdesign.
- Zegg, R., Rütter, H. (1993): Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in der Region Mittellanden, Grischconsulta, Chur.
- Zegg, R., Dietz, K., Posti, M. (1997): Das Unternehmen Arosa, Eine kleine (Logier-) Nachtmusik über die touristische Wertschöpfung, Grischconsulta, Chur.
- Zegg, R., Dietz, K. (1998): Wirtschaftsfaktor Ferien- und Zweitwohnungen. Wertschöpfungsstudie und Expertenhearing. Bedeutung von Ferien- und Zweitwohnungen am Beispiel des Oberengadins. Grischconsulta, Chur.
- Zegg, R. et al. (2000): Wertschöpfung 2000 Bergbahnen Graubünden. Wie aus Natur, Technik und Emotionen Einkommen entsteht. Grischconsulta AG, Chur.

## 4.3 Glossaire & définitions

**Chiffre d'affaires touristique direct** = tous les chiffres d'affaires que les entreprises réalisent directement avec les visiteurs.

**Chiffre d'affaires touristique indirect** = somme des chiffres d'affaires résultant de la consommation intermédiaire (entreprises tiers) et des investissements induits par le tourisme, ainsi que des effets de revenu de personnes travaillant dans le tourisme.

**Consommation intermédiaire** = biens et services achetés à des tiers.

**Demande touristique brute** = fréquences des visiteurs (excursionnistes + hôtes hébergés) x dépenses journalières.

**Demande touristique** = toutes les dépenses des visiteurs (excursionnistes et hôtes hébergés) pendant leur séjour dans la région considérée.

**Demande touristique globale**: comprend en sus d'autres éléments de la demande, qui ne sont ni saisonniers, ni spécifiques aux touristes, comme par exemple les dépenses des visiteurs dans les hôpitaux ou les dépenses des propriétaires pour leur logement de vacances.

**Emploi (EPT)** = emploi mesuré en équivalence plein temps.

**Etudiants et écoliers**: la définition des étudiants figurant parmi les touristes renvoie à la détermination utilisée dans la balance touristique de l'OFS. Selon celle-ci, uniquement les étudiants étrangers sont considérés comme touristes.

**Excursionniste** > voir *visiteur*.

**Facteur événementiel** = mesure de l'influence d'une manifestation ou d'une institution sur la décision d'un hôte de voyager dans la région.

**Fréquences des visiteurs** = excursionnistes + nuitées hôtes hébergés.

**Multiplicateur** = coefficient de chiffre d'affaires supplémentaire généré par un franc de chiffre d'affaires créé directement par le tourisme. (Par analogie, le *multiplicateur de la valeur ajoutée* correspond à la proportion existant entre la valeur ajoutée touristique totale et la valeur ajoutée touristique directe).

**NOGA** = *Nomenclature générale des activités économiques*.

**Prestataires de services touristiques** = entreprises d'hébergement, de restauration, transports ferroviaires, remontées mécaniques, transports routiers de voyageurs, autres transports de voyageurs, agences de voyages, offices du tourisme, ainsi que les activités issues d'entreprises culturelles, sportives et récréatives.

**Produit intérieur brut de la région (PIB)** = somme totale des valeurs ajoutées brutes des entreprises, respectivement des activités économiques de l'ensemble de la région.

**Produit total de l'entreprise**: correspond en général au chiffre d'affaires d'une entreprise. Les différences existantes entre la production brute et le chiffre d'affaires résultent du fait que, pour les activités économiques commerce de détail, commerce de gros et stations-service, la production brute correspond à la marge commerciale brute et non au chiffre d'affaires. C'est pourquoi le chiffre d'affaires généré par le tourisme est plus élevé que la production brute.

**Productivité du travail** = valeur ajoutée brute obtenue par employé (EPT).

**Touriste d'affaires** = visiteur présent dans la région pour raisons professionnelles.

**Touristes sportifs et culturels** = visiteurs prenant part à des manifestations sportives ou culturelles ou visitant des institutions sportives et culturelles. Sont considérées également comme manifestations sportives et culturelles les marchés, foires-expositions, courses populaires et autres manifestations pour lesquelles aucune entrée n'est exigée. Sont classés également parmi les institutions sportives et culturelles, les zoos, parcs animaliers, parcs d'attraction, parcours de golf, centres sportifs, etc. Ne sont pas compris ici l'Expo.02, les cinémas, les discothèques et les cours de sport.

**Valeur ajoutée** = accroissement de valeur généré par une entreprise/branche pendant une période déterminée.

**Valeur ajoutée brute (VAB)** = produit total de l'entreprise (chiffre d'affaires) moins la consommation intermédiaire.

**Valeur ajoutée nette (VAN)** = VAB moins les amortissements. La VAN est répartie entre les collaborateurs (salaires et leurs répercussions en cascade), l'état (impôts), les fournisseurs de capitaux tiers (intérêts), les fournisseurs de capitaux propres (dividendes) ainsi que sur l'entreprise elle-même (bénéfices).

**Valeur ajoutée brute par employé** = *productivité du travail*.

**Visiteurs** = toutes les personnes qui séjournent dans la région étudiée, mais pas celles qui habitent dans les environs immédiats de la région examinée, ni celles qui y travaillent. Les visiteurs se subdivisent en deux catégories: les excursionnistes et les hôtes hébergés (dans le rapport principal visiteur = hôte).

**Excursionnistes** = visiteurs qui se trouvaient le jour de l'enquête dans la région examinée (hors des environs proches de leur lieu de résidence/de travail), mais qui n'y étaient pas logés.

**Hôtes hébergés** = visiteurs logeant dans la région examinée, laquelle n'est pas leur lieu de résidence.