

Impact de la crise de la Covid-19 sur la demande touristique en Suisse

Rapport de synthèse d'une étude
longitudinale sur les habitudes de
voyage

04.06.2020 / Miriam Scaglione, Blaise Larpin,
Julien Mabillard & Roland Schegg

Institut Tourisme, HES-SO Valais-Wallis, Sierre



Plan du rapport

- **Résumé**
- L'enquête
- Les résultats
 - Perception des risques liés au coronavirus
 - Décision de voyager
 - Voyages et situation économique
 - Profil des répondants
- Contact

- Les **limitations de la liberté de mouvement** décidées par de nombreux gouvernements à travers le monde pour lutter contre la propagation du coronavirus ont affecté non seulement l'offre du secteur touristique, mais également la demande touristique. **L'envie de vacances et le processus même de leur planification ont été fortement touchés.**
- Au début des restrictions, il était **difficile d'envisager des vacances**, de par la **difficulté de prévoir la date de la fin des mesures** ainsi que de s'éloigner de son lieu de résidence habituel en raison du confinement. Ensuite, les pertes massives de chiffre d'affaires de tous les secteurs économiques ont **péjoré la situation économique de nombreuses personnes actives**, qu'ils s'agissent de salariés ou de travailleurs indépendants. Bien que les premiers aient pu bénéficier des indemnités de chômage de manière immédiate, grâce à une base légale préexistante, les seconds ont vécu des moments d'incertitude avant que des mesures spéciales les concernant soient décidées.

Objectifs de l'étude

- Cette recherche a un double objectif :
 1. Analyser **l'effet des mesures progressives d'allègement du confinement sur le processus de planification des vacances.**
 2. Analyser **l'influence de la situation économique de la population, affectée ou non par la pandémie, sur le processus de planification des vacances.**
- L'Institut Tourisme (ITO) de la HES-SO Valais-Wallis a mené, **entre mars 2020 et fin mai 2020, trois enquêtes** dans le but de suivre l'évolution de la demande touristique. Il l'a fait indirectement en sondant un échantillon de personnes, dont le lieu de domicile correspond à la répartition des marchés touristiques suisses, dans le but d'évaluer sa disposition à voyager. La représentativité de l'échantillon devait permettre de suivre l'évolution de la demande touristique pour la Suisse et le Valais.
- La **série de trois enquêtes réalisées par l'ITO** montre l'évolution de la demande après les différentes annonces du gouvernement suisse.

Résumé: mesures de confinement et désir de voyager

- Les **résidents suisses se sentent moins menacés par la Covid-19** que le répondant moyen de l'échantillon total. Le niveau d'inquiétude pour l'ensemble de l'échantillon est de près de 80%*, sans fléchissement entre les enquêtes. En revanche, pour les résidents suisses, il est de 72%* ; après les annonces du Conseil fédéral (CF) du 27 mai, ce pourcentage tombe même à 61%.
- Le même constat peut être fait à propos de l'affirmation « Il est encore trop tôt pour penser à de futures vacances », 75%* de tous les sondés sont d'accord avec elle, contre environ 62%* des résidents suisses, proportion qui n'a pas baissé suite aux annonces du CF du 27 mai.
- Une **grande inertie du désir de voyager apparaît**. En effet, **l'envie de partir en vacances, évaluée entre 0 (aucune envie) et 100 (très envie), est légèrement inférieure à 50*** pour l'ensemble des sondés, sans changement notable entre les enquêtes.
- Pour les **résidents en Suisse**, les résultats sont similaires à ceux de l'échantillon total et aucune différence significative après les annonces du CF du 27 mai n'est visible, **la moyenne plafonnant à 53**.

Résumé: mesures de confinement et planification de voyages

- Le **pourcentage des sondés planifiant des vacances est faible (moins de 13%*)**. Les résultats spécifiques aux **résidents suisses** montrent **un rebond significatif entre les deux premières enquêtes** (respectivement 16% et 18%) et les annonces du CF du 27 mai (24%).
- **Une progression du stade de planification des vacances** est perceptible au fil des enquêtes. Lors de la première enquête, tant l'échantillon total que les résidents suisses se trouvaient au stade du rêve. Puis, lors de la deuxième enquête, l'échantillon total est passé au stade de la recherche d'informations, tandis **que les résidents en Suisse sont au stade de la réservation**, ce qui indiquerait une activité transactionnelle.
- Pour les sondés ne planifiant pas de vacances bien que leurs revenus n'aient pas diminué, on n'observe pas de préférences significatives parmi les propositions de retour à la normale pouvant les inciter à planifier de nouvelles vacances.
- Cependant, pour les résidents suisses, le caractère incitatif de l'assouplissement des restrictions aux voyages internationaux (de 42% à 64%) et du rétablissement des vols internationaux (de 37% et 54%) a fortement augmenté après les annonces du CF du 27 mai.

Résumé : crise et finances

- Lorsqu'on leur **demande l'impact de la crise de la Covid-19 sur leur niveau de revenu, 57% des sondés déclarent ne pas avoir subi de changement, tandis que 31% ont vu leurs revenus diminuer.**
 - Pour le reste, les revenus de 6% des sondés ont fortement diminué, alors qu'ils sont peu nombreux à avoir bénéficié d'une augmentation (5%) ou d'une forte augmentation (1%) de leurs revenus. Il n'y pas de différences significatives entre l'échantillon total et les résidents en Suisse ou entre les résultats des différentes enquêtes.
- En ce qui concerne la **capacité d'épargne, 76% des résidents en Suisse déclarent qu'elle est inchangée**, ce taux est significativement plus élevé que celui de l'échantillon total (68%). La capacité d'épargne a augmenté pour 18% de l'échantillon total, ce qui est significativement plus grand que pour les sondés habitant en Suisse (13% dans la deuxième enquête et 9% dans la troisième).

Résumé : crise, finances et voyage

- **Les sondés dont les revenus n'ont pas diminué ont été invités à déterminer l'évolution de leur budget de vacances.** Celui-ci reste inchangé pour 75% d'entre eux, alors qu'ils sont 14% à l'avoir diminué et seulement 7% à l'avoir augmenté. On n'observe pas de différences significatives entre les différents échantillons ni entre les différentes enquêtes.
- A la question de savoir **dans quels domaines l'argent épargné va être utilisé, l'option « épargne (compte d'épargne, investissement financier, actions en bourse, etc.) » est citée par près de 8 sondés sur 10**, sans qu'il n'y ait de différence entre l'échantillon total et les sondés vivant en Suisse.
- Ensuite, viennent **les dépenses pour des « vacances dans mon pays » et des « activités de loisirs » au même niveau (73%)**. Une différence significative ressort entre la deuxième et la troisième enquête pour les résidents suisses, l'option « épargne (compte d'épargne, investissement financier, actions en bourse, etc.) » perd en attrait, passant de 83% à 71%.
- Nous pouvons ainsi formuler l'hypothèse que les annonces du CF du 27 mai ont eu un effet modérateur sur la volonté d'épargner et accélérateur sur la consommation.

Les principaux effets des annonces du CF du 27 mai sur les résidents suisses

- L'inquiétude causée par la Covid-19 a diminué de 72% à 61% entre les deux premières enquêtes et la dernière.
- La **proportion de résidents en Suisse planifiant des vacances est passée de 18% à 24%**. Le processus de planification des vacances a progressé du stade de la « recherche d'informations » à celui de la « réservation », donc de la transaction.
- La part des résidents suisses préférant conserver leur argent économisé sous forme d'épargne a reculé de 83% à 71%, il semble ainsi qu'une certaine **réactivation de la consommation se dessine**.
- Il n'y a **pas de signe d'un effet rebond** car la proportion des sondés qui prévoient une augmentation de leur budget de vacances n'a pas significativement changé après les annonces du 27 mai.
- **Les sondés ne planifiant pas de vacances et n'ayant pas subi de baisse de leurs revenus sont devenus plus sensibles à une évolution favorable des mesures relatives aux voyages internationaux**. Ainsi, un assouplissement des restrictions aux voyages internationaux aurait un effet incitatif pour 64% d'entre eux (contre 42% avant le 27 mai) et le rétablissement des vols internationaux pour 54% (contre 37%). Cette catégorie de sondés semble fondamentalement attirée par les voyages hors de Suisse.

Pour aller plus loin

Les résultats détaillés avec les graphiques peuvent être consultés grâce à deux tableaux de bord interactifs de l'Observatoire Valaisan du Tourisme (www.touobs.ch) disponibles sur son site consacré au Covid-19 (coronavirus.touobs.ch) :

- [Résultats complets des deuxième et troisième enquêtes](#)
- [Comparaison des questions communes aux trois enquêtes](#)



COVID-19 : Impact de la crise sur la demande touristique

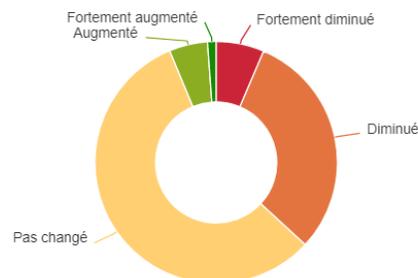


Intentions de voyage et situation économique

Répercussions de la crise sur le budget et l'épargne

A cause de la crise du coronavirus, vos revenus ont :

Réponses effectives : 702



Plan du rapport

- Résumé
- **L'enquête**
- Les résultats
 - Perception des risques liés au coronavirus
 - Décision de voyager
 - Voyages et situation économique
 - Profil des répondants
- Contact

La méthodologie de l'étude en bref

- L'Institut Tourisme (ITO) de la HES-SO Valais-Wallis a mené **trois enquêtes entre mars et mai 2020 dans le but de suivre l'évolution de la demande**. Il l'a fait indirectement en sondant un échantillon de personnes, dont le lieu de domicile correspond à la répartition des marchés touristiques suisses, dans le but d'évaluer leur disposition à voyager. La représentativité de l'échantillon devait permettre de **suivre l'évolution de la demande touristique pour la Suisse et le Valais**.
- Dans ce cadre, l'ITO a mis sur pied une étude sous la forme d'un **panel longitudinal**, c'est-à-dire en suivant les mêmes individus au cours du temps, utilisé pour les deux premières enquêtes. Par contre, la troisième enquête a été réalisée avec un échantillon différent uniquement composé de résidents suisses.
- La **méthode d'échantillonnage** utilise des quotas pour les trois enquêtes. Dans le cas spécifique du panel longitudinal, en plus de la représentativité des pays de résidence par rapport aux marchés émetteurs de touristes en Suisse, les caractéristiques démographiques de chaque pays, selon les informations officielles des recensements nationaux, ont été prises en compte. Pour la troisième enquête, seuls les quotas relatifs aux aspects démographiques ont été pris en compte car elle ne concernait que des résidents suisses.
- Les **répondants ont été recrutés par CloudResearch**, une entreprise disposant d'une base de données internationale capable d'assurer la qualité des quotas selon les données démographiques nationales.

Timing des enquêtes

Les trois enquêtes ont été menées lors des périodes suivantes :

- **Première enquête : du 27 mars au 10 avril 2020**

Avant le 27 mars, le Conseil fédéral (CF) a renforcé les mesures de protection de la population. Il a qualifié la situation en Suisse de « situation extraordinaire » au sens de la loi sur les épidémies. Tous les magasins, restaurants, bars et établissements de divertissements et de loisirs ont été fermés, à l'exception notamment des magasins d'alimentation et des établissements de santé. Les restrictions d'entrée en Suisse s'appliquent à tous les pays. Les rassemblements de plus de cinq personnes ont été interdits.

Notons que des réponses tardives supplémentaires ont été intégrées à cette enquête, ce qui implique de légers changements par rapport aux résultats analysés lors de notre précédent rapport sur la demande.

- **Deuxième enquête : du 30 avril au 20 mai 2020**

Le 16 avril, le CF annonce l'assouplissement progressif des mesures de protection contre le nouveau coronavirus (réouverture de certains magasins et services dès le 27 avril ; réouverture plus large des magasins et des écoles obligatoires le 11 mai). Ces mesures se concrétisent aux dates prévues, avec, en plus, la réouverture des restaurants au 11 mai ; les transports publics reprennent, en principe, leurs horaires habituels le même jour. Le 13 mai, la Suisse s'entend avec l'Allemagne, l'Autriche et la France sur l'ouverture des frontières dès le 15 juin.

- **Troisième enquête : du 27 mai au 28 mai 2020**

Le 27 mai, le CF communique que les mesures de lutte contre le coronavirus seront largement assouplies à compter du 6 juin 2020. Il est à nouveau possible d'organiser des manifestations réunissant jusqu'à 300 personnes. Quant aux rassemblements spontanés, ils sont aussi à nouveau autorisés jusqu'à 30 personnes. Les établissements de loisirs et les autres attractions touristiques peuvent rouvrir leurs portes. Le Conseil fédéral a également décidé de ne plus considérer la situation comme extraordinaire au sens de la loi sur les épidémies à compter du 19 juin 2020. Le CF fait aussi part de son intention de rétablir la libre circulation des personnes et la liberté de voyage avec tous les États de l'espace Schengen d'ici au 6 juillet 2020.

Cette enquête ne concerne que les résidents suisses, les autres sondés ont été intégrés à la deuxième enquête.

Marge d'erreur

- Le nombre d'observations valides obtenues lors de la première enquête est de 632 pour une marge d'erreur de $\pm 3.9\%$ et un niveau de confiance de 95%.
- Le nombre d'observations valides obtenues lors de la deuxième enquête est de 503 pour une marge d'erreur de $\pm 4.4\%$ et un niveau de confiance de 95%.
- Le nombre d'observations valides obtenues lors de la troisième enquête est de 199 pour une marge d'erreur de $\pm 6.9\%$ et un niveau de confiance de 95%.

Plan du rapport

- Résumé
- L'enquête
- Les résultats
 - Perception des risques liés au coronavirus
 - Décision de voyager
 - Voyages et situation économique
 - Profil des répondants
- Contact

Perception des risques liés au coronavirus

- 79% des sondés de la première enquête et 82% de la deuxième enquête sont tout à fait d'accord ou d'accord avec la proposition « **la situation actuelle liée au coronavirus m'inquiète** » ce qui montre **qu'il n'y a pas de recul du niveau de préoccupation par rapport à la pandémie.**
- Si l'on se focalise sur les répondants habitant en Suisse, ils étaient 70% lors de la première enquête et 75% lors de la deuxième à être d'accord ou tout à fait d'accord avec la proposition susmentionnée, cette différence n'est pas significative.
- Cependant, **le pourcentage de 61% observé dans la troisième enquête est significativement inférieur aux deux enquêtes précédentes, ce qui montre une certaine diminution du niveau d'inquiétude après les annonces du 27 mai, sans pour autant qu'une relation causale puisse être établie.**

Changements des comportements liés au coronavirus : aversion à voyager

- **L'aversion à voyager en avion ou en bateau est significativement plus grande dans le deuxième enquête (88%) que dans la première (77%), de même que l'aversion à voyager en train (71% contre 83%).**
 - Quant à l'aversion à réaliser des voyages dans le pays de résidence, elle varie peu entre la première (67%) et la deuxième (69%) enquête.
- En ce qui concerne les **répondants domiciliés en Suisse**, leur niveau d'aversion à voyager en avion ou en bateau reste stable, autour de 76% en moyenne, entre les trois enquêtes. Par contre, leur aversion à voyager en train diminue significativement lors de la troisième enquête (48%) par rapport aux deux précédentes (62%).
 - Enfin, leur aversion à voyager dans le pays a diminué de manière constante et significative entre les enquêtes, passant de 60% dans la première à 45% dans la deuxième, pour tomber à 28% dans la troisième.

Comportement face aux risques liés au coronavirus : mesures et app mobile de traçage

Les **mesures hypothétiques suivantes**, visant à assurer la sécurité sanitaire, inciteraient les sondés à renoncer à entreprendre un voyage dans des proportions comparables, autour de 3 répondants sur 10. Elles sont classées de la moins à la plus décourageante :

1. Obligation de remplir un formulaire de santé (30%)
2. Obligation de se faire vacciner (dès qu'un vaccin existera) et de montrer son carnet de vaccination (34%)
3. Obligation de présenter un test récent négatif au coronavirus (35%)
4. Obligation de passer un test de santé dans le pays de destination (38%)

Une **éventuelle mise en quarantaine à l'arrivée** dans le pays de destination inciterait significativement plus de sondés à renoncer à leur voyage que les autres mesures, 72% d'entre eux déclarent qu'ils ne voyageraient pas si cette mesure s'appliquait. Il n'y a pas de différences significatives entre l'échantillon total et les répondants habitant en Suisse sur ces aspects.

La possibilité d'installer une **application mobile permettant de recevoir un avertissement** en cas de contact avec une personne infectée par le coronavirus est **considérée favorablement** par 53.7% ($\pm 4.2\%$ de marge d'erreur) des répondants et par 53.3% ($\pm 5.6\%$ de marge d'erreur) des résidents suisses. Ces pourcentages sont semblables tant entre la deuxième et la troisième enquête qu'entre la totalité des répondants et les résidents en Suisse.

Plan du rapport

- Résumé
- L'enquête
- Les résultats
 - Perception des risques liés au coronavirus
 - **Décision de voyager**
 - Voyages et situation économique
 - Profil des répondants
- Contact

Décision de voyager : envie de partir en vacances

- Lorsque les répondants estiment leur **niveau d'envie de partir en vacances** sur une échelle allant de 0, signifiant « aucune envie », à 100, signifiant « très envie », les résultats sont très mitigés dans toutes les enquêtes. En effet, lors de la première enquête, la **moyenne et la médiane coïncidaient à près de 50**, un niveau neutre qui **reflétait une forme d'attentisme**. Ces résultats sont similaires dans la deuxième enquête, avec une moyenne de 48 et une médiane également de 50, entérinant l'attentisme observé lors de la première enquête.
- En ce qui concerne **les répondants domiciliés en Suisse**, lors de la première enquête, lorsque les restrictions étaient les plus strictes, la moyenne était de 46, un niveau similaire à celui de l'échantillon total. Lors de la deuxième enquête la moyenne progresse à 53 sans que cette augmentation ne soit significative. Enfin, lors de la troisième enquête, elle stagne à 53. **Ces résultats montrent que l'annonce de l'ouverture des frontières du 27 mai n'a eu qu'un impact limité, pour le moment, sur l'envie de partir en vacances.**

Décision de voyager : envisager de futures vacances

- Lors de la première enquête, **74% des personnes interrogées étaient d'accord ou tout à fait d'accord avec la proposition « Il est encore trop tôt pour penser à de futures vacances »**, cette proportion (77%) est significativement supérieure dans la deuxième enquête.
- Pour ce qui est des **résidents suisses**, ce taux varie peu. Il était de 62% dans la première enquête, de 63% dans la deuxième et de 62% dans la troisième, ainsi rien ne semble montrer que les annonces du CF du 27 mai aient eu un impact sur le fait d'envisager de futures vacances.

Décision de voyager : planification des voyages

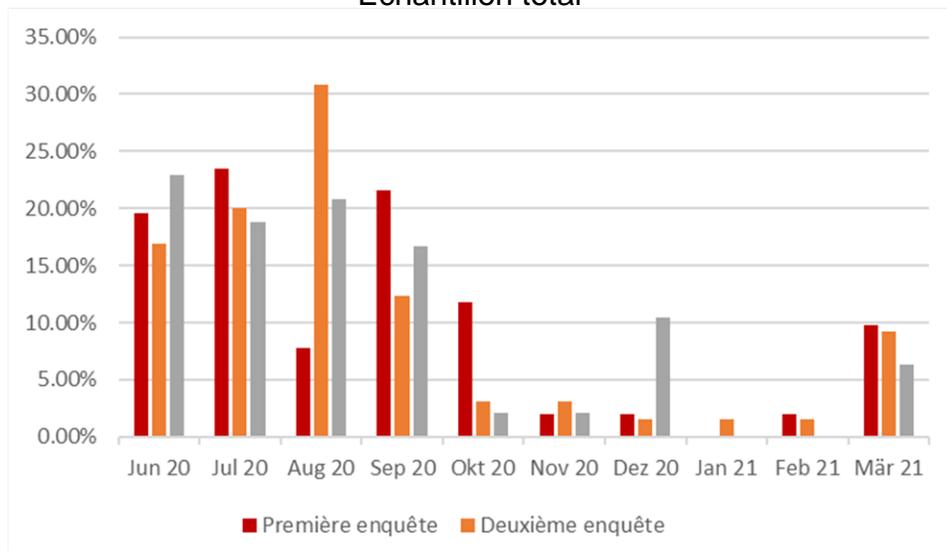
L'étude longitudinale montre que **le désir de voyager est très faible, tant lors de la première que de la deuxième enquête**. En effet, l'analyse des réponses à la question « **Êtes-vous en train de planifier des vacances dans un futur proche ?** » donne les résultats suivants :

- Moins de 10% (58/643) des répondants disaient être **en train de planifier des vacances** dans un futur proche lors de la première enquête, tandis que cette proportion est significativement inférieure, 13% (65/503), lors de la seconde enquête.
- Si l'on se focalise sur les **résidents suisses**, 16% (33/211) d'entre eux disaient être en train de planifier des vacances dans un futur proche lors de la première enquête, ce pourcentage n'avait pas significativement évolué, 18% (18/101), dans la seconde enquête. **Par contre, il atteint 24% (48/199) dans la troisième enquête, une augmentation par rapport à la deuxième enquête qui est statistiquement faiblement significative.**

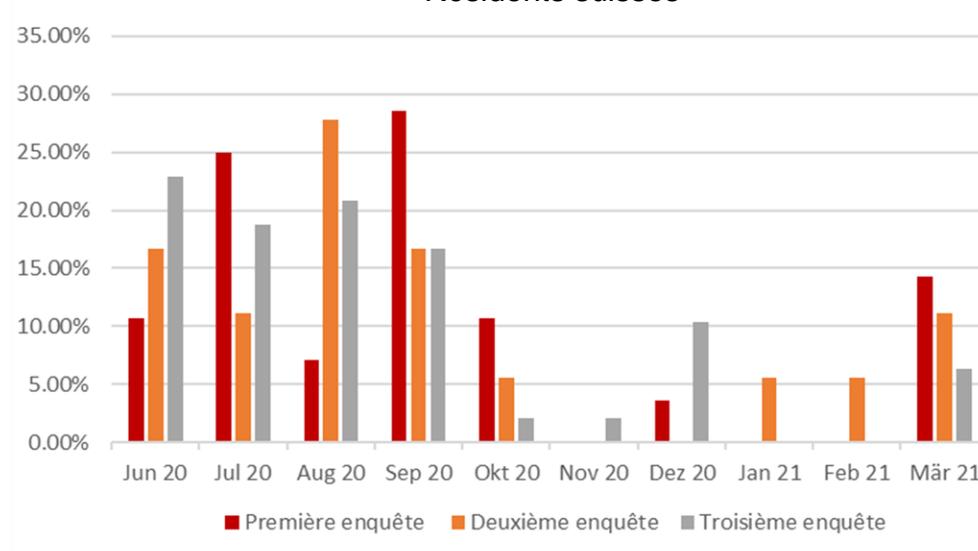
Décision de voyager : date des vacances

La question relative à la date de planification des prochaines vacances ne concernait que les sondés disant être en train de planifier des vacances dans un futur proche. Toutes les proportions mentionnées ci-dessous ont été calculées pour ce sous-échantillon.

Echantillon total



Résidents suisses



Les mois les plus cités sont les mois d'été (juin à août). Si l'on agrège ces trois mois, ils comptent pour 51% lors de la première enquête, ce qui est significativement inférieur aux 66% qu'ils totalisent dans la deuxième. Le mois de septembre perd en importance, passant de 22% dans la première enquête à 12% dans le deuxième, ce recul est statistiquement peu significatif.

Pour les sondés domiciliés en Suisse, le mois de septembre est le plus choisi (29%) dans le premier sondage, mais il recule à 17% lors des deuxième et troisième enquêtes. La proportion de résidents suisses planifiant des vacances pour le mois de juin croît au fil des enquêtes (11%, 17% et 23%), sans que cela ne soit significatif.

Décision de voyager : type et durée des vacances

La question concernant le type des prochaines vacances ne concernait que les sondés disant être en train de planifier des vacances dans un futur proche. Toutes les proportions mentionnées ci-dessous ont été calculées pour ce sous-échantillon.

- Les types de vacances surreprésentés et donc préférés, toutes enquêtes confondues, sont : **les vacances de détente, la visite d'amis / de famille, les vacances nature et les vacances à la mer**. Les types de vacances sous-représentés sont, sans surprise, les séjours privés liés à une occasion professionnelle et les voyages pour une manifestation ou un événement.
- **Les résidents suisses** font des choix similaires. Cependant, **dans la deuxième enquête, le tourisme doux est surreprésenté** alors qu'une tendance accrue vers **les vacances à la mer et les vacances de randonnée / de montagne** est aussi observée. La troisième enquête fait également ressortir une tendance favorisant **les vacances à la mer ainsi que les « circuits / voyages touristiques / visites » et les vacances culturelles**.
- En ce qui concerne la **durée**, les vacances entre **4 jours et 15 jours sont plébiscitées** lors de toutes les enquêtes, avec plus de 85% des réponses, les week-ends et week-ends prolongés suivent et concernent moins de 10% des répondants. Les réponses des résidents suisses sont semblables à celles de l'échantillon total.

Décision de voyager : comportement en matière de recherches en ligne

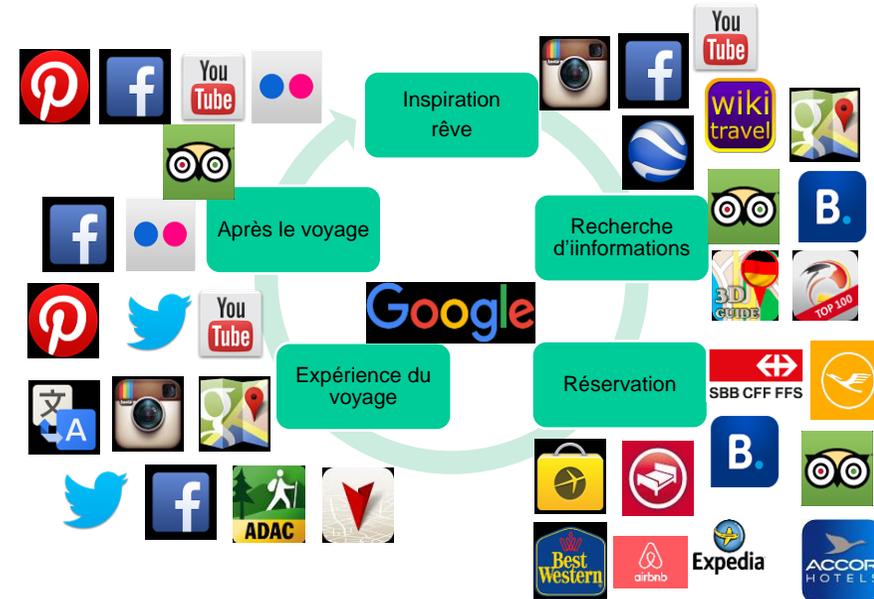
Les questions relatives à la consultations d'offres touristiques en ligne ne concernaient que les sondés disant être en train de planifier des vacances dans un futur proche. Toutes les proportions mentionnées à ce sujet ont été calculées pour ce sous-échantillon.

En exploitant le comportement en matière de recherches en ligne en tant qu'indicateur du désir de voyager, on peut inférer dans lequel des cinq stades du processus de préparation des vacances se trouvent les sondés. **Les éléments en notre possession permettent de mettre en évidence une évolution du stade de l'inspiration à celui de la recherche d'informations, voire de la réservation.**



Première enquête			Deuxième enquête
Moteurs de recherche (Google. Bing. ...)	24.80%		20.30% Moteurs de recherche (Google. Bing. ...)
Sites de conseil aux voyageurs (TripAdvisor)	12.80%	14.50%	Sites d'agences de voyage en ligne (Booking. Expedia. ...)
Sites de compagnies aériennes	9.20%	11.00%	Sites de conseil aux voyageurs (TripAdvisor)
Guides de voyages en ligne (Wikitravel. Lonely Planet. ...)	8.30%	8.10%	Sites d'offices de tourisme
Sites d'offices de tourisme	6.40%	8.10%	Sites d'hôtels ou de chaînes hôtelières (Accor. Best Western. Hyatt. ...)
Sites d'agences de voyage en ligne (Booking. Expedia.)	6.40%	7.00%	Réseaux sociaux (Facebook. Instagram. Pinterest. Twitter. ...)
Sites d'hôtels ou de chaînes hôtelières (Accor. Best Western. Hyatt. ...)	6.40%	5.80%	Guides de voyages en ligne (Wikitravel. Lonely Planet. ...)
Cartes géographiques en ligne (Google Earth. Google Maps. ...)	5.50%	5.80%	Cartes géographiques en ligne (Google Earth. Google Maps. ...)
Réseaux sociaux (Facebook. Instagram. Pinterest. Twitter. ...)	4.60%	5.80%	Sites de compagnies aériennes
Sites de voyagistes ou de tour opérateurs (p. ex. TUI)	4.60%	4.70%	Sites de voyagistes ou de tour opérateurs (p. ex. TUI)
Compareurs en ligne (Trivago. Kayak. ...)	4.60%	4.70%	Plateformes de réservation de parahôtellerie (Airbnb. HomeAway. ...)
Plateformes de réservation de parahôtellerie (Airbnb. HomeAway. ...)	3.70%	2.30%	Compareurs en ligne (Trivago. Kayak. ...)
Sites de compagnies de transport du ou des pays de destination	2.80%	1.70%	Sites de compagnies de transport du ou des pays de destination

Stades de préparation des vacances



Décision de voyager : comportement en matière de recherches en ligne des résidents suisses

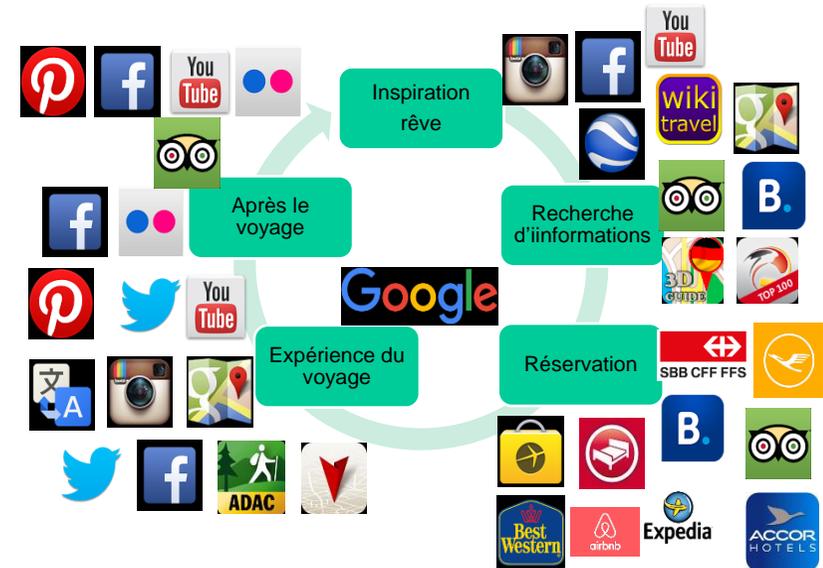
Les types de sites consultés par les résidents suisses lors de la première enquête sont semblables à ceux de l'échantillon total *mutatis mutandis*. Le tableau ci-dessous montre l'évolution des résultats entre la deuxième et la troisième enquête. La progression, lors de la troisième enquête, de la consultation des sites des compagnies aériennes et des plateformes de réservation de parahôtellerie est remarquable. Le recul des sites d'hôtels ou de chaînes hôtelières est quelque peu surprenant et mériterait une analyse approfondie. **Dans tous les cas, il ressort que les résidents suisses sont bien plus proches de la réservation que du premier stade d'inspiration.**

Stade : Recherche d'informations à réservation

Stade : Recherche d'informations, plus proche de réservation

Deuxième enquête			Troisième enquête
Moteurs de recherche (Google. Bing. ...)	21.70%		18.20%
Réseaux sociaux (Facebook. Instagram. Pinterest. Twitter. ...)	13.00%		14.00%
Sites d'agences de voyage en ligne (Booking. Expedia. ...)	13.00%		9.10%
Sites d'hôtels ou de chaînes hôtelières (Accor. Best Western. Hyatt. ...)	10.90%		8.40%
Cartes géographiques en ligne (Google Earth. Google Maps. ...)	8.70%		7.70%
Sites de conseil aux voyageurs (TripAdvisor)	8.70%		7.70%
Guides de voyages en ligne (Wikitravel. Lonely Planet. ...)	4.30%		6.30%
Sites d'offices de tourisme	4.30%		6.30%
Sites de voyagistes ou de tour opérateurs (p. ex. TUI)	4.30%		4.90%
Sites de compagnies aériennes	4.30%		4.90%
Sites de compagnies de transport du ou des pays de destination	2.20%		4.90%
Plateformes de réservation de parahôtellerie (Airbnb. HomeAway. ...)	2.20%		4.20%
Comparateurs en ligne (Trivago. Kayak. ...)	2.20%		3.50%

Stades de préparation des vacances

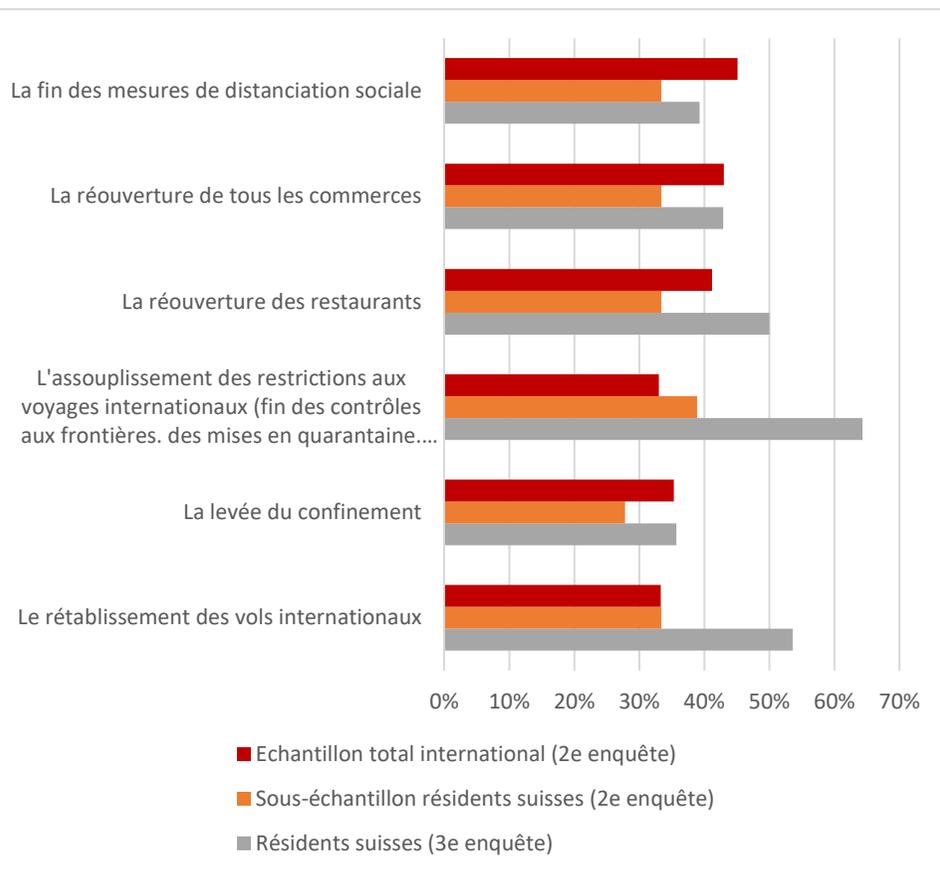


Décision de voyager : possibilité de faire de bonnes affaires

Les sondés étaient invités à donner leur opinion sur la question suivante « **Selon vous, quel impact a la crise du coronavirus sur les possibilités de faire de bonnes affaires en tant que touriste ?** ».

- L'opinion selon laquelle la crise va réduire les possibilités de faire de « bonnes affaires touristiques » est de 43% dans la première enquête et de 45% dans la seconde. La modalité qui progresse le plus sensiblement entre les deux enquêtes, de 15 à 20%, est celle selon laquelle la crise augmente la possibilité de faire de bonnes affaires.
- Le pourcentage de personnes résidant en Suisse qui pensent que la crise va réduire les possibilités de faire de « bonnes affaires touristiques » passe de 51% lors de la première enquête à 48% dans la deuxième, pour s'établir à 44% dans la troisième. La seule modalité qui augmente de manière significative entre les deux premières enquêtes et la troisième, d'environ 15% à 27%, est celle selon laquelle la crise offre des possibilités de faire de bonnes affaires.

Mesures reconnues comme incitatives par les sondés qui ne planifient pas de vacances



« La fin des mesures de distanciation sociale » serait le changement incitant le plus de sondés à planifier des vacances (45%), suivie par « la réouverture des restaurants » et « la réouverture de tous les commerces » tous les deux 41%, ensuite vient « l'assouplissement des restrictions aux voyages internationaux » (39%) et, finalement, « la levée du confinement » (33%) et « le rétablissement des vols internationaux » (33%). Seuls 5 sondés déclarent qu'ils ne planifieront pas de vacances dans tous les cas.

Le sous-échantillon des résidents suisses ne comporte pas de différences significatives lors de la seconde enquête. En revanche, lors de la troisième enquête, l'assouplissement des restrictions aux voyages internationaux (64%) est perçue comme étant le changement le plus incitatif, suivi par le rétablissement des vols internationaux (54%).

Décision de voyager : activités de substitution aux vacances

Les activités de substitution aux vacances choisies par les sondés ne planifiant pas de vacances ne présentent aucune différence significative entre la deuxième et la troisième enquête. Les activités pratiquées par plus de 20% d'entre eux sont les suivantes, par ordre décroissant d'importance :

- | | |
|--|-------|
| 1. Excursions à pied ou à vélo | (46%) |
| 2. Visites de famille / d'amis | (40%) |
| 3. Visites d'attractions naturelles | (30%) |
| 4. Shopping | (29%) |
| 5. Activités culturelles | (27%) |
| 6. Baignade (piscine, mer, bains thermaux) | (24%) |

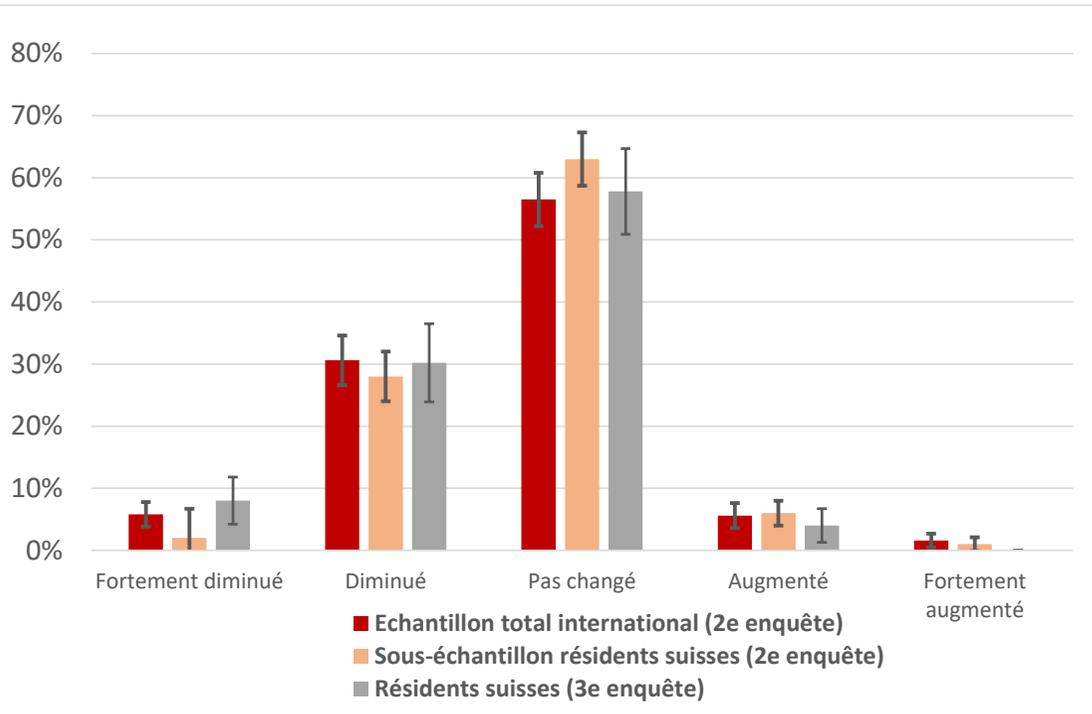
Plan du rapport

- Résumé
- L'enquête
- Les résultats
 - Perception des risques liés au coronavirus
 - Décision de voyager
 - Voyages et situation économique
 - Profil des répondants
- Contact

Analyse de l'impact financier : les vacances

Le suivi mis en place par l'ITO a pour objectif d'analyser l'évolution du désir de voyager en rapport avec l'impact financier de la crise.

- Des questions visant à obtenir des indications sur l'existence d'éventuels « effets rebond », ou « *revenge spending* » en anglais, ont été élaborées. Si une telle situation se produit, alors une explosion de la consommation dès la fin du confinement sera observée en réaction aux frustrations qu'il a provoquées. En effet, **l'impossibilité de partir en vacances pourrait avoir provoqué une augmentation du revenu disponible qui leur est dédié**. Dans ce cas, certaines personnes, dont les revenus n'ont pas ou peu été affectés par la crise, pourraient privilégier une montée en gamme pour compenser cette diminution du nombre de voyages. Si c'est le cas, la Suisse pourrait être l'une des premières destinations à en bénéficier. Il s'agirait, en définitive, d'une manière de rattraper le temps perdu.
- L'autre scénario, qui n'est pas forcément exclusif du précédent, serait la **diminution de la fréquentation touristique ou une descente en gamme provoquée par la précarisation de la situation économique-professionnelle de la population** due aux effets du confinement.
- Ces questions ont été posées dans les deuxième et troisième enquêtes.



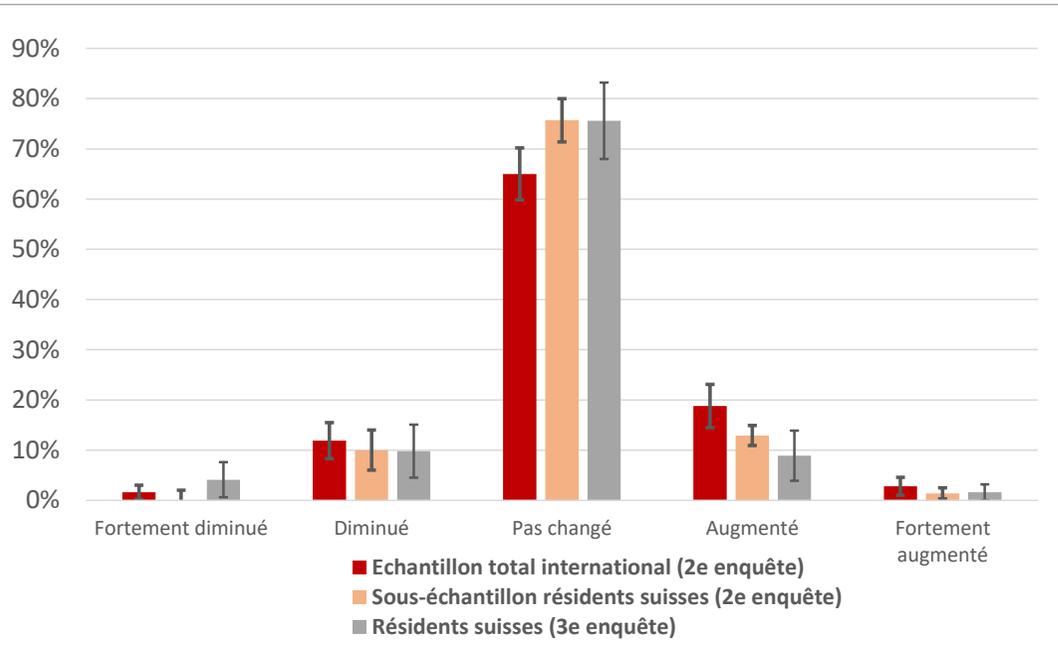
Le graphique montre la distribution des modalités avec les intervalles de confiance (95%) à la question : « **A cause de la crise du coronavirus, vos revenus ont** ».

Les réponses sont ventilées entre l'échantillon international de la deuxième enquête, le sous-échantillon des résidents suisses de la deuxième enquête et les résidents suisses de la troisième enquête.

Dans tous les cas, la situation la plus fréquente, 59% en moyenne, est celle de revenus restés stables.

Les revenus d'environ 30% des sondés ont diminué, sans différences significatives entre les réponses de l'échantillon international et les résidents en Suisse.

Analyse de l'impact financier : l'épargne



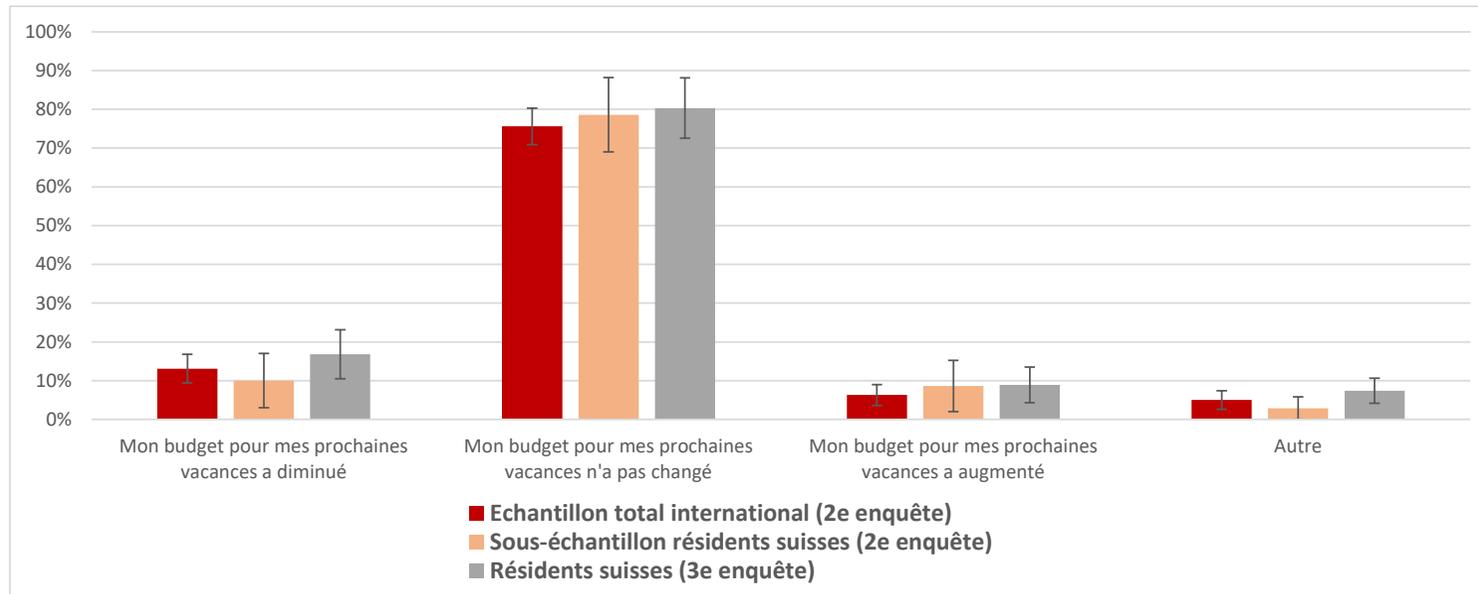
Le graphique montre la distribution des modalités avec les intervalles de confiance (95%) à la question : « **A cause de la crise du coronavirus, votre épargne a** ».

Seuls les sondés dont les revenus n'ont pas diminué ont été invités à répondre à cette question.

La modalité « ma capacité d'épargne n'a pas changé » est la plus citée, 72% en moyenne. Ce pourcentage est significativement plus élevé pour les deux échantillon de résidents en Suisse.

La deuxième modalité la plus citée indique que l'épargne a diminué pour 13% des sondés en moyenne. Ce pourcentage est significativement plus élevé pour l'échantillon international que pour les deux échantillons de résidents en Suisse.

Analyse de l'impact financier : budget vacances

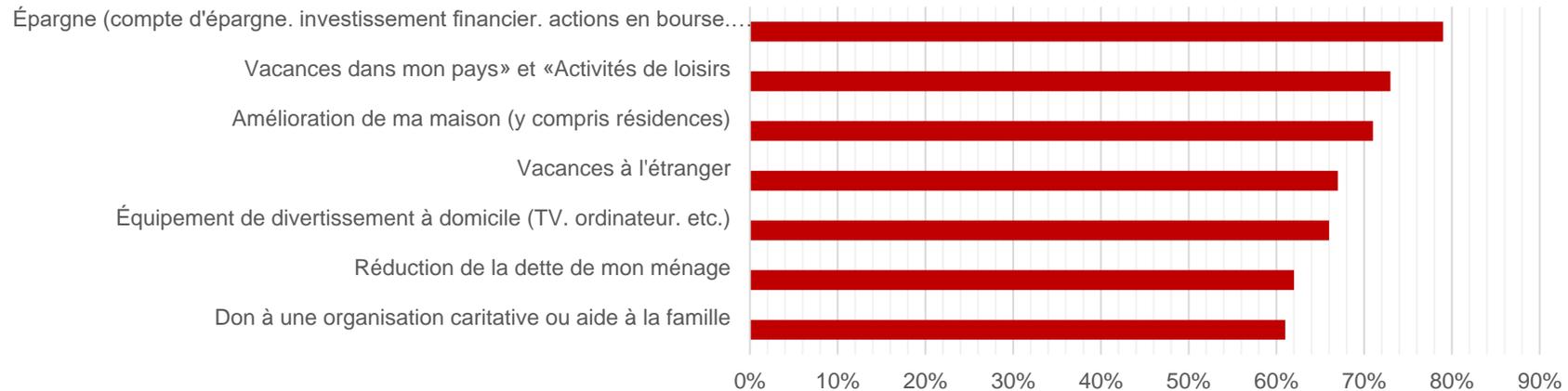


Le graphique montre la distribution des modalités avec les intervalles de confiance (95%) à la question : « Suite à la crise du coronavirus, laquelle de ces propositions correspond le mieux à votre situation ? ». Seuls les sondés dont les revenus n'ont pas diminué ont été invités à répondre à cette question.

Pour tous les échantillons, la situation la plus fréquente est celle d'un budget vacances n'ayant pas changé, en moyenne 78%.

La deuxième modalité la plus citée indique une diminution du budget vacances pour 13% des sondés en moyenne. Son augmentation concerne, en moyenne, 8% d'entre eux. Enfin, la modalité « autre » est choisie, en moyenne, par 5% des répondants en moyenne, la raison majoritairement invoquée est qu'ils n'envisagent pas de partir en vacances.

Analyse de l'impact financier : utilisation de l'argent épargné



Les sondés dont la capacité d'épargne est restée égale ou a augmenté ont été invités à choisir la destination des sommes épargnées.

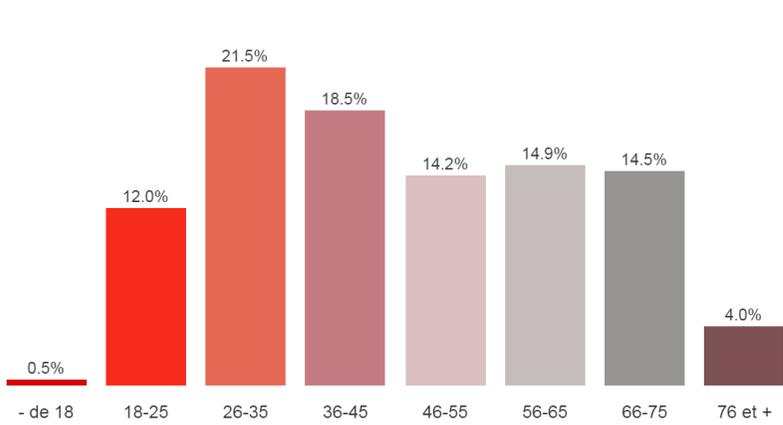
Aucune différence significative n'émerge entre les différents échantillons et sous-échantillons, sauf lorsque l'on compare les réponses des résidents suisses entre la deuxième et la troisième enquête. Dans ce cas, la modalité « épargne », bien que toujours au premier rang des préférences, est significativement moins citée, de 83% dans la deuxième enquête à 71% dans la troisième. **Nous pouvons ainsi formuler l'hypothèse que les annonces du CF du 27 mai ont eu un effet modérateur sur la volonté d'épargner et accélérateur sur la consommation en général.**

Plan du rapport

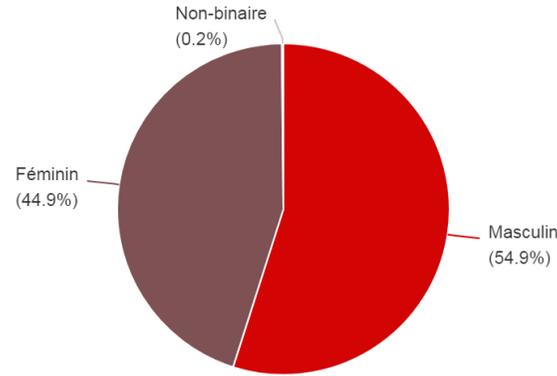
- Résumé
- L'enquête
- Les résultats
 - Perception des risques liés au coronavirus
 - Décision de voyager
 - Voyages et situation économique
 - **Profil des répondants**
- Contact

Profil des répondants à la première enquête

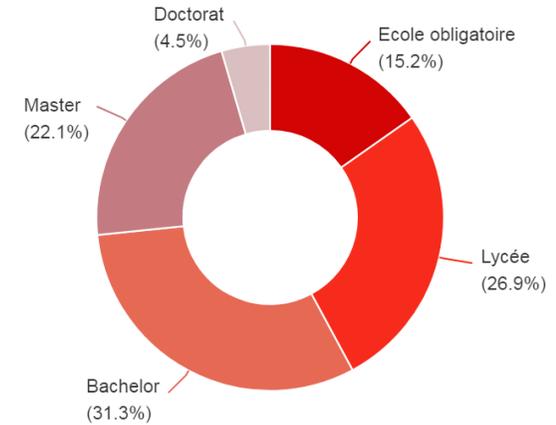
Âge



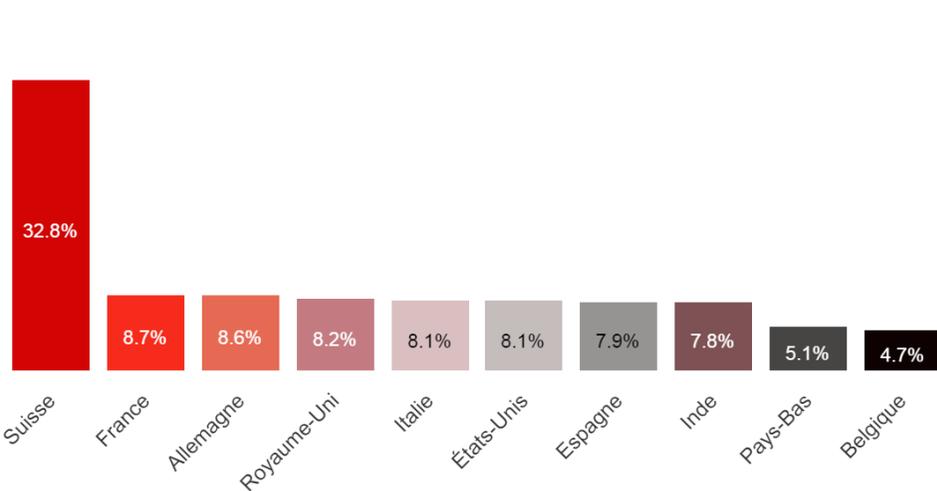
Genre



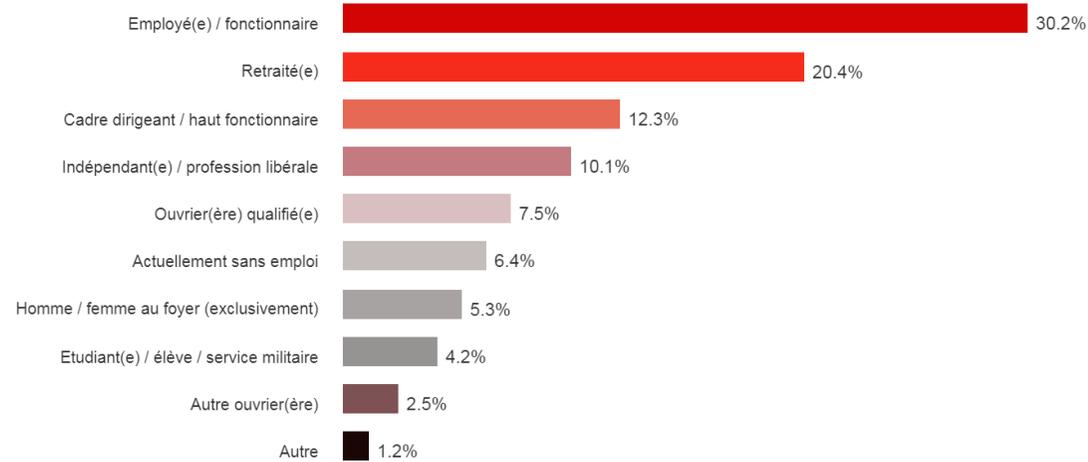
Education (formation la plus élevée)



Pays de domicile

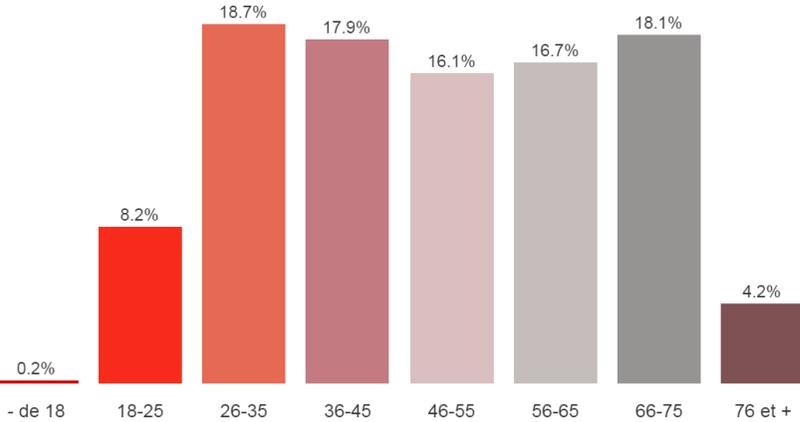


Catégorie socio-professionnelle

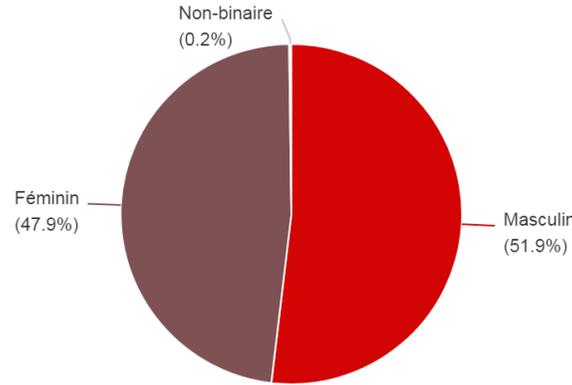


Profil des répondants à la deuxième enquête

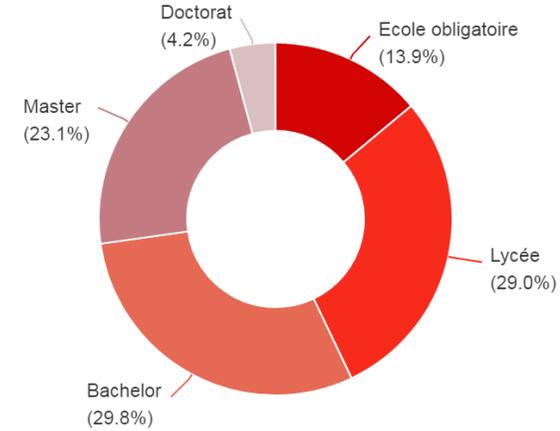
Âge



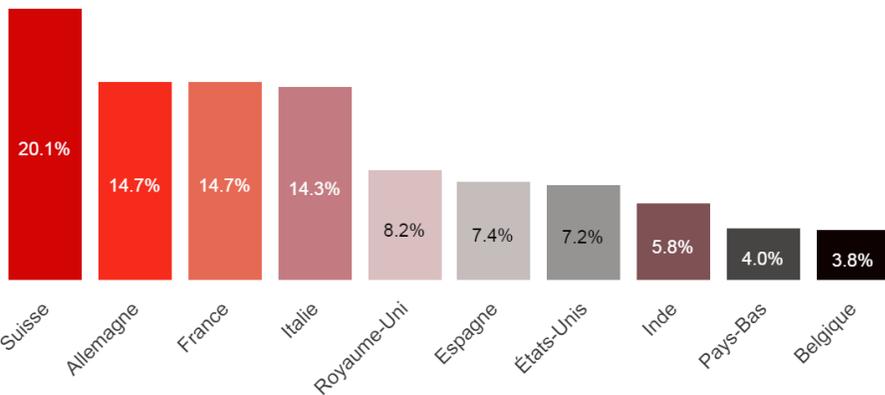
Genre



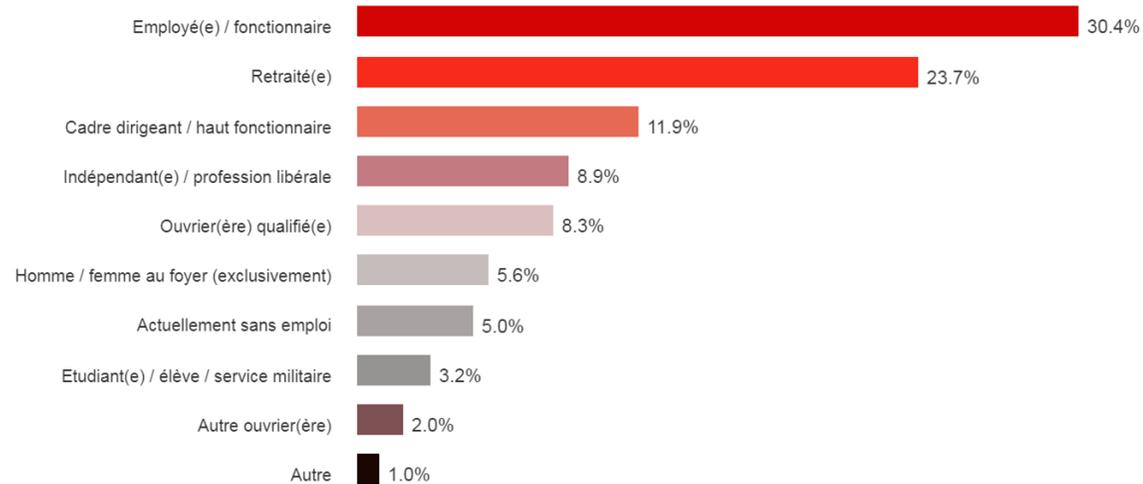
Education (formation la plus élevée)



Pays de domicile

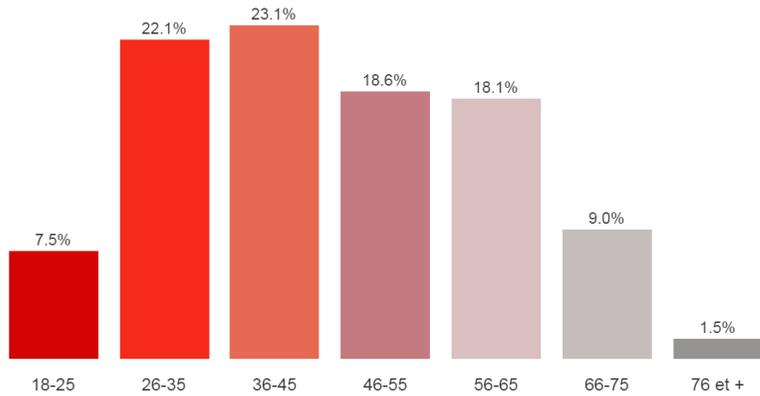


Catégorie socio-professionnelle

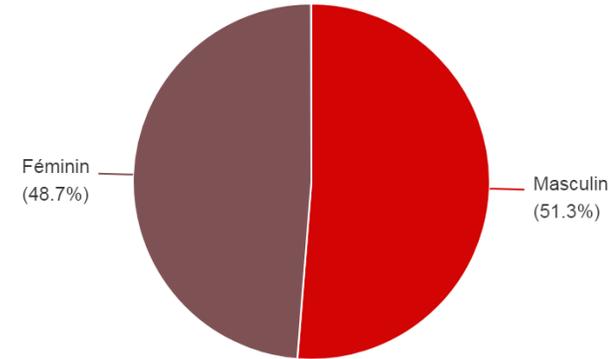


Profil des répondants à la troisième enquête (résidents suisses)

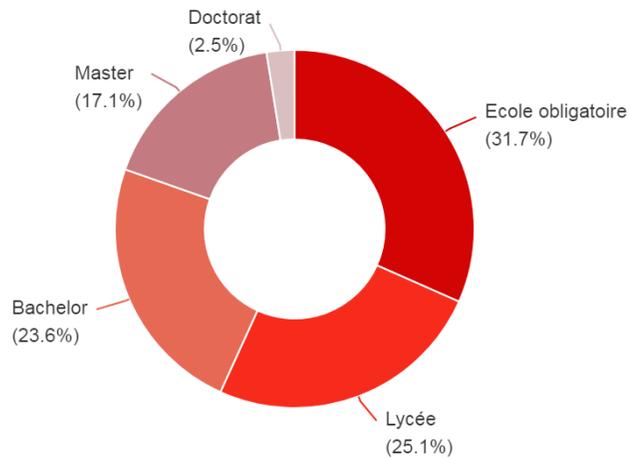
Âge



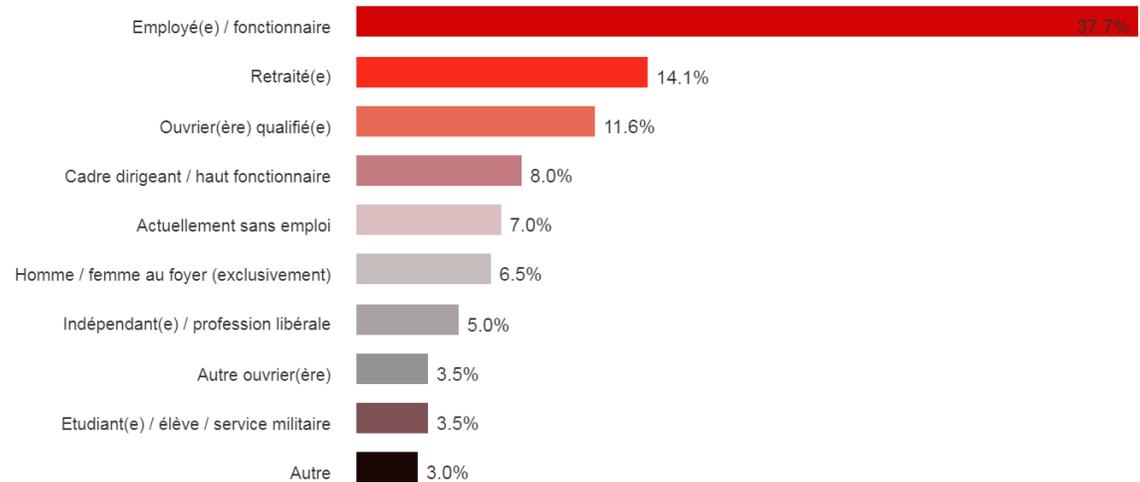
Genre



Education (formation la plus élevée)



Catégorie socio-professionnelle



Plan du rapport

- Résumé
- L'enquête
- Les résultats
 - Perception des risques liés au coronavirus
 - Décision de voyager
 - Voyages et situation économique
 - Profil des répondants
- **Contact**

Contact

Prof. Miriam Scaglione

HES-SO Valais-Wallis
Haute Ecole de Gestion
Institut Tourisme (ITO)
Technopôle 3
CH-3960 Sierre / Siders, Suisse

Tél. : +41 (0)58 606 90 84
+41 (0)76 346 07 36

Mail : miriam.scaglione@hevs.ch

Google scholar : <http://scholar.google.ch/citations?user=oadtFygAAAAJ&hl=fr>

Researchgate : http://www.researchgate.net/profile/Miriam_Scaglione

HES-SO Valais : <https://www.hevs.ch/fr/rad-instituts/institut-tourisme/collaborateurs/professeure-hes/scaglione-785>

Orcid : <http://orcid.org/0000-0002-0930-4014>

Web : www.hevs.ch / www.tourobs.ch

