

INCIDENCES DE LA CRISE SANITAIRE LIÉE À LA COVID-19 SUR LES HABITUDES DE VOYAGE



Comment évolue le comportement de la demande touristique suisse dans le contexte de crise sanitaire lié à la Covid-19, et plus particulièrement en Suisse romande ?

TRAVAIL DE BACHELOR 2020

Filière	Tourisme
Module	786b
Étudiante	Noémie Reymond
Professeur	Ralph Lugon
Date de dépôt	23 novembre 2020

Noémie Reymond

Source de l'illustration de la page de titre :

<https://www.letemps.ch/economie/cet-hiver-casque-rimera-masque-stations>

Résumé

En 2020, la société connaît une situation de pandémie mondiale inédite qui évolue de façon très rapide pour de nombreux de secteurs. La situation économique et les restrictions découlant des mesures visant à lutter contre la Covid-19 représentent des défis majeurs pour l'industrie touristique. La fermeture de certaines frontières, l'obligation d'effectuer des quarantaines et la fermeture des établissements culturels notamment, réduisent drastiquement l'accès aux voyages et aux sorties.

Ce travail a comme objectif de présenter les différentes études menées durant l'année concernant la demande touristique et de les confronter à une analyse qualitative effectuée en octobre et novembre au moyen d'entretiens semi-dirigés. Ces derniers ont relevé à plusieurs reprises les termes « vie d'avant » inédits puisque l'on parle d'une situation encore valable il y a moins d'une année. Ce travail démontre en quoi la vie actuelle est différente de la vie d'avant en matière d'envies et d'habitudes de voyage. Il s'agit d'une photographie actuelle en novembre 2020 de la demande touristique.

Les résultats montrent que les Suisses sont moins inquiets en novembre qu'au printemps à propos du virus lui-même. La plupart ont réalisé un ou plusieurs courts séjours durant la saison estivale et sont principalement restés en Suisse en raison du risque de mise en quarantaine au retour d'autres pays. La montagne et la nature ont été nettement privilégiées au tourisme urbain. L'état d'esprit est très différent en approche de la deuxième vague, l'envie de partir reste très modérée. La distance sociale joue un rôle déterminant dans les envies de sorties et de voyages. La visite de la famille ou d'amis sera probablement au cœur des premiers voyages effectués lorsque ce sera à nouveau possible. L'influence la plus grande de la crise sur les habitudes de voyage réside dans la planification qui relève de l'impossible et empêche de pouvoir effectuer des prédictions sur les mois à venir. Compte tenu de la rapidité de l'avancement de la pandémie, personne n'a l'assurance de pouvoir partir à une date précise, car « tout dépend de l'évolution de la situation ». En raison de toutes ces incertitudes, la planification laisse place à une plus grande spontanéité.

Mots clés : Demande touristique suisse, Voyages, Sorties, Pandémie, Covid-19

Avant-propos et remerciements

Ce travail constitue la dernière étape de trois années de formation à la Haute Ecole de Gestion et de Tourisme de Sierre. Le thème de ce travail a été proposé par l'Institut Tourisme ce printemps et m'a particulièrement inspirée. L'analyse des comportements est un sujet qui ne cesse d'évoluer et dans le cadre actuel de pandémie de Covid-19, tout est remis en question car de nombreuses incertitudes planent au quotidien.

Des difficultés ont été rencontrées lors de la rédaction de ce travail, d'une part en raison de son actualité. L'information éphémère du fait de l'évolution constante et très rapide caractérisent particulièrement la situation dans laquelle ce travail a été rédigé. La grande quantité de données très récente a aussi joué un rôle dans le temps accordé à la recherche qui a nécessité un tri rigoureux. Cela demandait de garder un certain recul pour ne prendre en compte que les éléments factuels étudiables, et laisser de côté toutes les hypothèses qui malgré leur intérêt ne faisaient plus partie de la même réalité les jours qui suivaient.

Je tiens à remercier toutes les personnes qui m'ont accordé du temps et qui ont facilité la réalisation de ce travail. Ralph Lugon, professeur à la HES-SO pour son suivi tout au long de la rédaction, pour son soutien et sa disponibilité lors de mes questionnements mais aussi pour m'avoir partagé ses points de vue en tant que collaborateur à l'Observatoire Valaisan du Tourisme ainsi que pour la confiance qu'il m'a accordée. Merci également à Roland Schegg, Coordinateur de recherche à l'Institut de Tourisme et professeur à la HES-SO de Sierre, pour m'avoir également guidée dans ce vaste thème de recherche. Merci à toutes les personnes qui m'ont accordé leur temps afin de répondre à mes questions. Enfin, je remercie ma famille et mon entourage pour le soutien qu'ils m'ont apporté.

Table des matières

Liste des tableaux.....	VII
Liste des figures	VIII
Liste des abréviations	IX
Introduction	1
Chapitre 1 - Revue littéraire.....	2
1.1 Importance du secteur touristique.....	2
1.2 La demande touristique	2
1.2.1 Définitions	2
1.2.2 La demande touristique au travers des crises	5
1.2.3 L'influence des crises sur les habitudes de voyage	7
1.3 Crise sanitaire de la Covid-19	8
Chapitre 2 - Problématique	12
2.1 Contexte et définition du sujet	12
2.2 Description de l'importance du problème.....	12
2.2.1 La problématique du tourisme	12
2.2.2 Etat actuel de la demande touristique	15
2.2.3 Contexte socio-économique	26
2.2.4 But du travail.....	27
2.3 Objectifs et hypothèses de la recherche	28
Chapitre 3 - Méthodologie	29
3.1 Justification de la méthode et de la technique	29
3.2 Echantillonnage	29
Forces et limites du travail.....	30
3.3 Collecte des données.....	31
Chapitre 4 - Présentation et analyse des entretiens	32
4.1 Analyse lexicale des entrevues	32
4.2 Présentation et analyse des résultats.....	34
4.2.1 Niveau de préoccupation vis-à-vis de la situation pandémique	34
4.2.2 Impact de la pandémie sur le quotidien	36
4.2.3 Vacances effectuées cette année.....	38

4.2.4	Effet des mesures de précautions sur les sorties effectuées.....	42
4.2.5	Perspectives de séjours touristiques pour l'hiver 2020/2021	45
4.2.6	Désirs de voyage.....	48
4.2.7	Manière de voyager après la crise	49
4.3	Témoignages de vacances effectuées à l'étranger cet été	51
4.3.1	Séjour dans un petit village au Nord de l'Italie	52
4.3.2	Séjour touristique en Grèce, sur l'île de Paros	52
4.4	Une autre vision de la demande touristique	53
4.4.1	Point de vue d'une responsable événementiel à Genève :	53
4.4.2	Point de vue d'un cadre dans le milieu horloger à Genève	55
4.4.3	Point de vue d'un prestataire touristique	56
4.5	Synthèse de l'analyse qualitative	58
	Conclusion.....	61
	Références	63
	Annexe I : Echantillonnage.....	Erreur ! Signet non défini.
	Annexe II : Guide des entretiens qualitatifs semi-dirigés	Erreur ! Signet non défini.
	Annexe III : Retranscription entrevue No 1	Erreur ! Signet non défini.
	Annexe IV : Retranscription entrevue No 2.....	Erreur ! Signet non défini.
	Annexe V : Retranscription entrevue No 3.....	Erreur ! Signet non défini.
	Annexe VI : Retranscription entrevue No 4.....	Erreur ! Signet non défini.
	Annexe VII : Retranscription entrevue No 5	Erreur ! Signet non défini.
	Annexe VIII : Retranscription entrevue No 6	Erreur ! Signet non défini.
	Annexe IX : Retranscription entrevue No 7	Erreur ! Signet non défini.
	Annexe X : Retranscription entrevue No 8.....	Erreur ! Signet non défini.
	Déclaration de l'auteure	69

Liste des tableaux

Tableau 1 : Les principales méthodes de mesure des flux touristiques	4
Tableau 2 : Historique des crises ayant impacté le tourisme international depuis 2000	5
Tableau 3 : Chronologie de la propagation de la Covid-19 en Suisse (déc. 2019 - oct. 2020).....	9
Tableau 4 : Profil des répondants de l'analyse qualitative	34
Tableau 5 : Etat général vis à vis de la crise	34
Tableau 6 : Impact de la pandémie sur le quotidien et la situation professionnelle	36
Tableau 7 : Impact sur les revenus et le budget sorties/voyages	36
Tableau 8 : Eventuelles annulations de voyages et leurs causes	38
Tableau 9 : Destinations choisies pour les vacances effectuées et raisons du choix	39
Tableau 10 : Type de vacances effectuées	40
Tableau 11 : Durée des vacances effectuées.....	40
Tableau 12 : Type de transport privilégié	41
Tableau 13 : Type d'hébergement choisi.....	41
Tableau 14 : Qualité des expériences vécues	42
Tableau 15 : Types des sorties privilégiés	43
Tableau 16 : Influence de la crise sur l'évolution des sorties	43
Tableau 17 : Avis concernant le port du masque dans les sorties	44
Tableau 18 : Perspective générale à l'idée de voyager prochainement.....	45
Tableau 19 : Type de voyage envisagé.....	45
Tableau 20 : Durée du voyage envisagé Tableau 21 : Destination du voyage envisagé	46
Tableau 22 : Manière de planifier le voyage envisagé	46
Tableau 23 : Critères d'influence principaux	47
Tableau 24 : Perspectives de ski malgré le port du masque obligatoire	47
Tableau 25 : Niveau d'envie de voyage.....	48
Tableau 26 : Eléments qui manquent principalement en ce moment	49
Tableau 27 : Premier voyage en perspective si la situation s'améliore	49
Tableau 28 : Effet possible de la crise sur la manière de voyager	50
Tableau 29 : La vision du monde et du futur	51
Tableau 30 : Provenance des caravaniers dans une petite région de montagne, Vaud.....	57

Liste des figures

Figure 1 : Le tourisme comparé à d'autres branches d'activité, en 2014 :.....	2
Figure 2 : Voyages avec nuitées selon le motif	4
Figure 3 : Voyages avec nuitées selon la durée	4
Figure 4 : Impact des grandes crises sur le tourisme mondial	6
Figure 5 : Evolution de la valeur ajoutée brute du tourisme et de l'économie	6
Figure 6 : Chronologie de la Covid-19 de décembre à avril 2020 au niveau international.....	8
Figure 7 : Incidence du semi-confinement sur la mobilité	13
Figure 8 : Rétrospective et prévisions des nuitées effectuées de 2000 à 2022	14
Figure 9 : Répartition des nuitées par zones 2018-2019, prévision pour 2020-2022	14
Figure 10 : Chronologie de la pandémie et des recherches à l'ITO.....	16
Figure 11 : Réponses à l'affirmation « La situation liée au Coronavirus m'inquiète. »	17
Figure 12 : Réponses à l'affirmation « Il est trop tôt pour penser à de futures vacances. »	17
Figure 13 : Perception de l'après-crise du coronavirus : envie de partir en vacances.....	18
Figure 14 : Durée des vacances planifiées des résidents suisses	19
Figure 15 : Planification des prochaines vacances des résidents suisses	19
Figure 16 : Résultats de l'enquête menée par l'agence L'Oeil du Public en été 2020.....	20
Figure 17 : Destinations privilégiées à l'avenir, par zones et fréquence	21
Figure 18 : Situation financière des établissements hôteliers	22
Figure 19 : Analyse lexicale de l'effet de la Covid-19 sur les vacances.....	23
Figure 20 : Commentaires relatifs au port du masque	24
Figure 21 : Composition de l'échantillon des résidents suisses	30
Figure 22 : Méthode de l'analyse qualitative	31
Figure 23 : Analyse lexicale et sémantique des entrevues	32
Figure 24 : Impact de la crise sur les revenus des répondants suisses à l'enquête de l'ITO.....	37

Liste des abréviations

FST	Fédération Suisse du Tourisme
HES-SO	Haute Ecole Spécialisée de Suisse Occidentale
ITO	Institut Tourisme Sierre
OFS	Office Fédéral de la Statistique
OFSP	Office Fédéral de la Santé Publique
OMT	Organisation Mondiale du Tourisme
OT	Offices de Tourisme
ST	Suisse Tourisme
TCS	Touring Club Suisse
Tourops	Observatoire Valaisan du Tourisme
Unil	Université de Lausanne

Introduction

En printemps 2020, les restrictions liées aux déplacements à l'étranger mises en place par de nombreux gouvernements affecte significativement l'offre et la demande touristique. La baisse des cas de Covid-19 a néanmoins permis la réalisation de divers séjours durant l'été, en Suisse et à l'étranger. Toutefois, le paysage du tourisme se révèle tout à fait différent et largement impacté par la crise sanitaire. En conséquence, ce travail présente l'évolution de la demande touristique suisse au travers de la situation pandémique en 2020.

Ce travail retrace les différentes études menées ce printemps et durant l'été, relatives à la demande touristique, en particulier l'étude longitudinale menée par l'Institut Tourisme de Sierre (ITO) entre les mois d'avril et juin, qui s'est déroulée en trois étapes. À ce moment-là, la Suisse sortait progressivement des mesures de semi-confinement. Ce travail apporte un complément qualitatif à ce qui a déjà été réalisé, une manière d'expliquer certains phénomènes relevés ou non lors des enquêtes menées ce printemps et au travers d'une étape suivante, l'arrivée de la deuxième vague de coronavirus. Ainsi, plusieurs entretiens qualitatifs ont été réalisés et servent à étudier sur un échantillon romand l'expérience personnelle des personnes interrogées vis-à-vis des éléments suivants : le déroulement de l'été, les types de voyages réalisés et la qualité des expériences vécues, mais aussi sur l'évolution des habitudes de voyage au travers du sentiment actuel, de l'impact de la pandémie sur le quotidien et la situation professionnelle, l'influence de ces éléments sur l'envie actuelle de voyager et des perspectives de séjours des mois à venir.

Ce travail mettra en lumière également d'autres points de vue de la demande touristique, à savoir l'expérience professionnelle des personnes suivantes :

- Une responsable événementiel d'un établissement genevois fait part de son expérience avec ses différentes clientèles Privée et Business lors des événements réalisés cet été ;
- Un cadre dans une grande entreprise horlogère à Genève qui fait part de son point de vue vis-à-vis de la probable évolution des voyages professionnels en conséquence de la crise ;
- Un gérant de location de pédalos, également percepteur des taxes de séjour des caravanes d'une petite région de montagne dans le canton de Vaud.

Grâce à ces différents objets d'analyse, ce travail permet d'avoir un point de vue général de plusieurs changements significatifs de la demande touristique en Suisse dans un contexte de pandémie mondiale et des incertitudes omniprésentes y relatives.

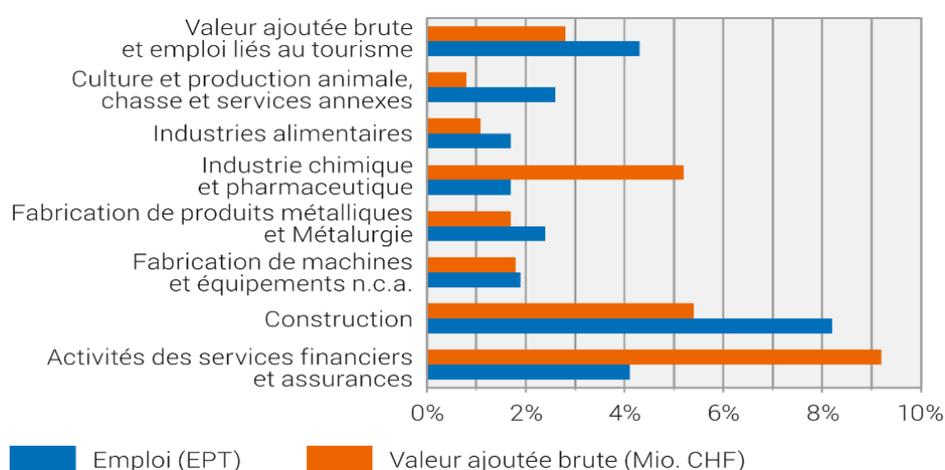
Chapitre 1 - Revue littéraire

1.1 Importance du secteur touristique

Le tourisme constitue l'une des plus grandes parties de l'économie suisse ne serait-ce qu'en termes de nombres d'emplois liés à la branche, selon l'Office Fédéral de la Statistique (OFS), (2018).

Le graphique ci-dessous illustre la position conséquente du tourisme en termes d'emplois et de valeur ajoutée, en comparaison aux autres secteurs importants dans l'économie suisse :

Figure 1 : Le tourisme comparé à d'autres branches d'activité, en 2014 :



Source : OFS - Tourisme (2018)

Il est toutefois difficile d'évaluer l'impact réel du tourisme dans la statistique économique. Afin d'avoir une vision sur l'impact de cette branche sur l'économie, les informations sont comptabilisées dans un compte indépendant de la statistique des comptes nationaux, le compte satellite du tourisme.

Pour recenser les informations, le compte satellite s'appuie principalement sur les statistiques de l'hébergement touristique HESTA, le micro-recensement sur les comportements relatifs aux transports, et la statistique structurelle des entreprises. (OFS, 2018)

1.2 La demande touristique

1.2.1 Définitions

Il y a différentes manières de définir la demande touristique. Au sens économique du terme, la demande est définie comme la quantité de biens et services touristiques que les consommateurs sont disposés à acquérir à un moment donné (Michellod, E. Communication personnelle, 2016).

D'un point de vue qualitatif, cela regroupe l'ensemble des comportements de la population en matière de voyage qui est l'axe d'étude de ce travail.

Ce travail est ciblé sur les habitudes de voyage de la demande touristique suisse et s'inscrit donc dans les domaines du tourisme émetteur et interne définis comme suit par l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) (2015, p. 14) :

Tourisme émetteur Comprend les activités d'un visiteur résident hors du pays de référence, dans le cadre d'un voyage de tourisme émetteur ou d'un voyage de tourisme interne.

Tourisme interne Il comprend les activités d'un visiteur résident dans les limites du pays de référence, dans le cadre d'un voyage de tourisme interne ou d'un voyage de tourisme émetteur.

Les motifs de voyage sont fortement variés. Ils peuvent être de nature personnelle ou professionnelle et sont classifiés selon les neuf catégories suivantes définies par l'OMT : Loisirs, Détente et vacances, Visites à des parents et amis, Éducation et formation, Santé et soins médicaux, Religion/pèlerinages, Achats, Transit, Autres, et finalement Affaires et professionnel.

La demande touristique est déterminée par les trois éléments suivants (Michellod, E., communication personnelle, novembre 2016), tout d'abord les facteurs socio-économiques qui sont la démographie, le revenu, le temps de loisirs, la sensibilité aux prix, l'urbanisation, la catégorie socio-professionnelle, les transports et les biens concurrents du tourisme.

Ensuite viennent les facteurs subjectifs, qui influencent le motif et la motivation du voyage. Il s'agit des facteurs sociaux, personnels et culturels. Ils dépendent directement des individus, de leurs besoins et de leur personnalité. C'est principalement sur ces facteurs que l'analyse sera axée. Enfin, les facteurs caractéristiques de l'offre du pays de destination qui influencent également cette demande.

La demande touristique subit, que ce soit positivement ou négativement, l'influence des phénomènes liés à la mondialisation, soit la compétition mondiale, les pressions, les crises financières mais aussi l'insécurité liée au terrorisme, aux catastrophes naturelles et aux pandémies. C'est ce dernier point qui va nous intéresser pour le présent travail. Le progrès technologique rentre également en compte tant dans le domaine de l'information que dans les moyens de transports.

Au niveau démographique, la croissance de la population et son vieillissement influent également sur cette demande. Les évolutions sociales et les prises de conscience liées aux changements climatiques sont aussi des facteurs influents de la demande.

Différentes statistiques sont réalisées afin de connaître l'évolution de la demande touristique, notamment au moyen des outils suivants :

Tableau 1 : Les principales méthodes de mesure des flux touristiques

Méthodes	Sont enregistrés	Ne sont pas enregistrés
Relevé à la frontière	Personnes qui entrent dans le pays et qui en sortent	Tourisme interne
Relevé dans les établissements	Hôtes passant la nuit dans les établissements d'hébergement	Personnes en excursion d'un jour ou en transit, personnes rendant visite à des parents ou amis
Enquête auprès des ménages	Comportement de la population en matière de voyages	Voyageurs domiciliés à l'étranger

Source : Michellod, E. (2016)

L'enquête réalisée par la présente analyse concerne la troisième méthode citée sur le tableau ci-dessus. L'OFS réalise chaque année une enquête concernant le comportement de la population résidente en matière de voyages (OFS, 2020). La première a eu lieu en 1987 et cette enquête traite en premier lieu les dépenses touristiques mais aussi différents thèmes comme le genre de voyages effectués, la durée de séjour, les moyens de transport utilisés, la forme d'hébergement et les différents caractères socio-démographique. En 2019, chaque résident suisse a entrepris en moyenne 2,9 voyages avec nuitées ainsi que 10 voyages d'une journée (OFS, octobre 2020, p. 1)

Figure 3 : Voyages avec nuitées selon la durée

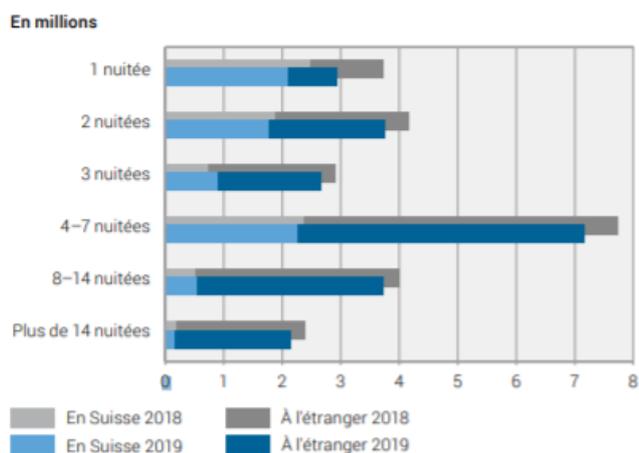
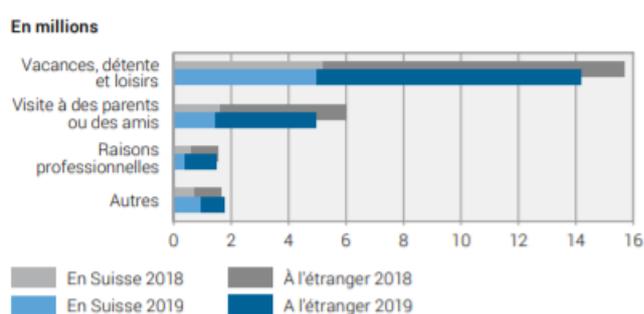


Figure 2 : Voyages avec nuitées selon le motif



Source : OFS - Comportement en matière de voyage (2020)

On peut voir sur les graphiques ci-dessus qu'en 2019, les résidents suisses ont majoritairement effectué des voyages d'une durée de 4 à 7 nuitées. En ce qui concerne le motif des voyages, on constate que les voyages avec nuitées étaient réalisés pour la plupart dans un but de détente, de vacances et de loisirs.

La Revue Espaces - Tourisme et Loisirs (2020, numéro 355) a publié en juillet 2020 un cahier intitulé « Le tourisme dans le monde d'après », qui analyse l'évolution de la manière de voyager après la crise. Après avoir interrogés divers professionnels dans l'étude des comportements, il est cité que :

« d'aucuns pensent que la crise va transformer radicalement les mobilités à l'échelle mondiale, que le tourisme de masse a fait long feu et que le monde d'après va réinventer le rapport au voyage, aux lieux et aux gens, faisant la part belle à la proximité et à la lenteur ».

Il est précisé également que plus la sortie de crise prendra du temps, plus il y aura d'impacts.

1.2.2 La demande touristique au travers des crises

En raison des interdictions de voyage international, des restrictions en matière de rassemblements public et de mobilité de la population, le tourisme est paralysé depuis mars 2020 à échelle mondiale (Mihai & Smaranda, 2020).

Selon le même article, la crise actuelle provoquée par le nouveau Coronavirus n'est pas la première de ce type dans l'histoire de l'industrie de l'hospitalité et du tourisme.

Ce chapitre retrace l'effet des crises des dernières décennies, antérieures à celle de la Covid-19, sur le tourisme et plus particulièrement sur la demande de ce secteur afin de mieux comprendre quels genres de crises impactent directement les arrivées touristiques et de quelle manière.

Le tableau suivant récapitule quelles crises et catastrophes naturelles ont impacté le tourisme international au niveau mondial et par conséquent, la demande touristique, au cours des vingt dernières années, selon Mihai & Smaranda:

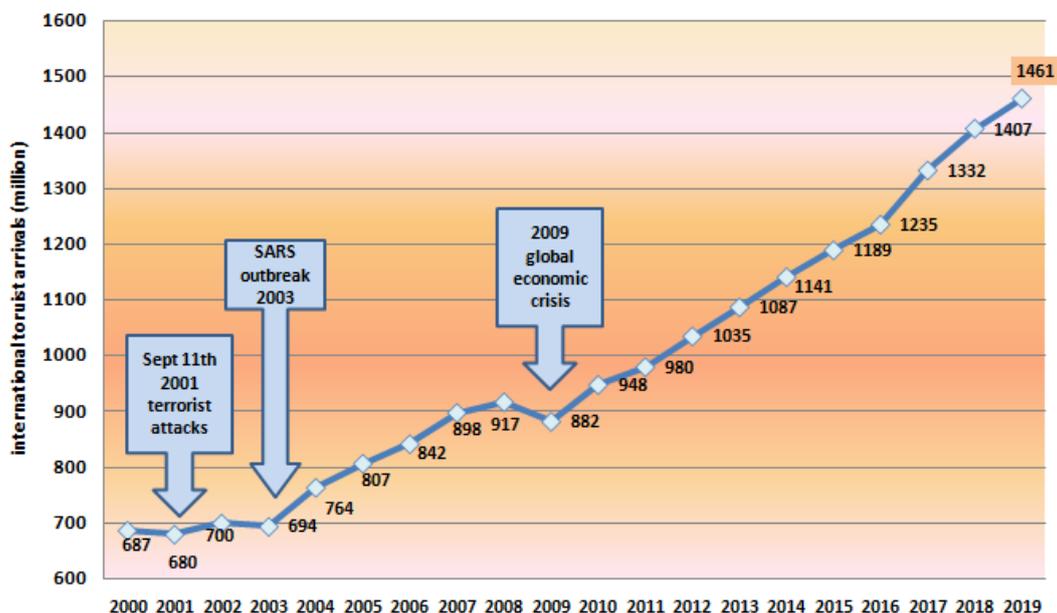
Tableau 2 : Historique des crises ayant impacté le tourisme international depuis 2000

Année	Crises ayant marqué le tourisme international
2001	Attaques terroristes du 11 septembre
2003	Épidémie de SRAS / Séismes en Turquie
2004	Tsunami en Indonésie
2008	Crise économique mondiale
2009	Grippe aviaire
2010	Tremblement de terre en Haïti / Eruption volcanique en Islande
2011	Tsunami au Japon
2012	Epidémie de MERS
2013-2014	Epidémie d'Ebola
2014-2016	Virus Zika
2014-2018	Attaques terroristes en Europe

Source : Tableau de l'auteure dont les données proviennent de The International Tourism and the COVID-19 Pandemic (Mihai & Smaranda, 2020)

On constate sur le graphique ci-dessous l'incidence de ces crises sur le tourisme, en tenant compte de l'évolution des arrivées de touristes internationaux dans le monde au cours des 20 dernières années (2000-2019).

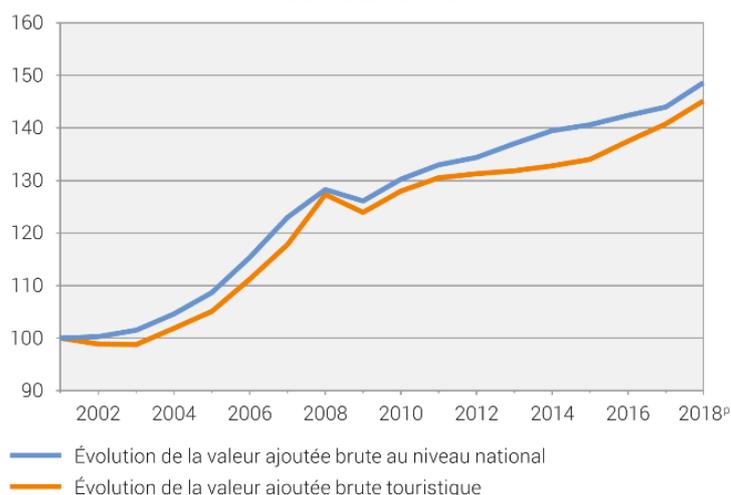
Figure 4 : Impact des grandes crises sur le tourisme mondial



Source : Mihai & Smaranda, données traitées à partir de Tourism Highlights, 2003-2019, OMT et Baromètre mondial du tourisme, 2020, OMT : présent et perspectives

On peut constater sur le graphique ci-dessous que ces crises n'ont pas toutes eu un impact déterminant sur la demande touristique suisse.

Figure 5 : Evolution de la valeur ajoutée brute du tourisme et de l'économie



Source : OFS - Tourisme, aspects monétaires, indicateurs annuels du compte satellite du tourisme

La crise économique de 2008 qui a touché le monde entier a provoqué de grands déficits publics dans les pays européens. La Suisse a évité ces inconvénients, néanmoins la demande touristique a été impactée en raison des fluctuations du taux de change du franc suisse, (Suisse Tourisme (ST), 2011).

On peut voir sur ce graphique que la crise économique de 2008 a été la plus significative en termes d'impacts sur la croissance de la demande touristique suisse.

De manière générale, Mihai & Smaranda et Benbouziane & Saidi s'accordent sur le fait que le tourisme a subi des crises mondiales antérieures, mais aucune des pandémies passées n'a eu des effets aussi graves que celle de Covid-19 semble l'avoir déjà fait.

Une augmentation des flux touristiques contribue à la propagation des épidémies et des crises sanitaires, et inversement, qu'une augmentation des épidémies et des crises sanitaires limite le développement du tourisme (Benbouziane & Saidi, 2020).

On peut reformuler ces deux affirmations par le fait que le tourisme favorise la propagation des épidémies et que c'est donc pour cette raison également qu'il en subit aussi durement les conséquences.

1.2.3 L'influence des crises sur les habitudes de voyage

Selon Tigu (2020), à court terme, les gens seront réticents à voyager loin de chez eux, ils privilégieront donc le tourisme interne et des destinations relativement proches de leur résidence. La voiture sera utilisée pour voyager, impliquant ainsi une diminution dans le chiffre d'affaires des services de transport touristique. Les formes de tourisme durable seront privilégiées pendant cette période, car après une longue période de restrictions, les gens ressentiront le besoin de sortir davantage dans la nature, préférant les activités en plein air qui peuvent assurer le respect des distances sociales : écotourisme et tourisme rural, mais aussi tourisme de santé (médical, spa, bord de mer). En revanche, le tourisme événementiel (conférences, congrès), le tourisme festivalier et le tourisme sportif seront négativement touchés.

Selon Gössling & al (2020), même si aucune organisation ne peut prédire l'avenir, il est vital de déterminer l'ampleur potentielle de l'impact de la Covid-19 pour comprendre que cette pandémie n'est pas un choc ordinaire déjà surmonté par le tourisme mondial et n'a pas d'analogue depuis l'expansion massive du tourisme dès les années 1950. On parle de crise lorsque la situation est telle qu'on peut y appliquer cette définition :

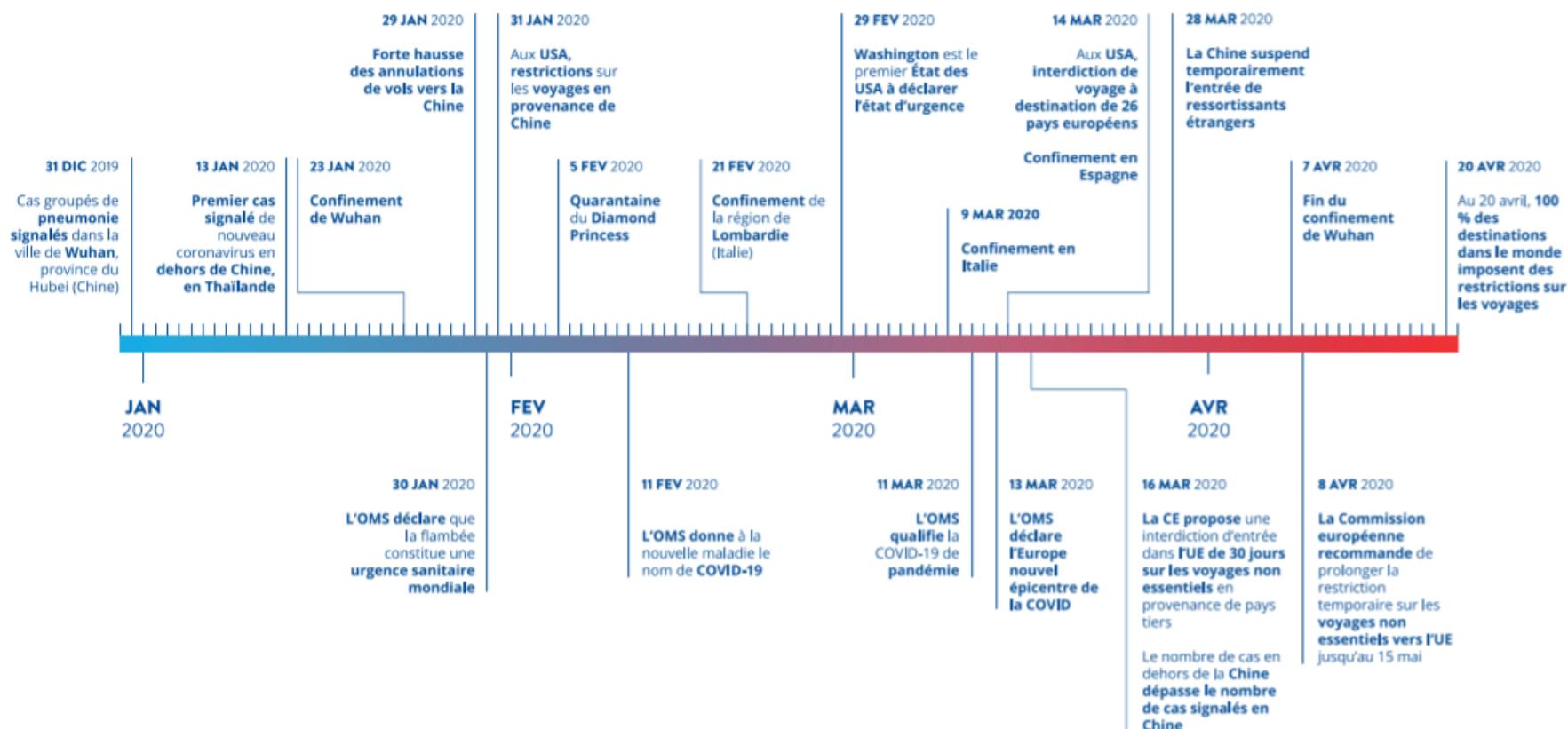
« une instabilité si évidente et une interdépendance si poussée que toute révolte, toute idée neuve, tout progrès technique, tout acte terroriste, tout coup d'État, tout mouvement de masse, toute découverte scientifique pourraient réorienter la direction du monde. En particulier, plus prosaïquement, chacun de ces événements pourrait influencer sur la liberté de circulation des idées, des marchandises, des capitaux et des hommes » (Attali, J., 2015)

La revue de la littérature nous démontre qu'aucune crise passée n'a eu un impact aussi significatif que la pandémie de Covid-19.

1.3 Crise sanitaire de la Covid-19

Afin de mieux comprendre le contexte dans lequel s'est déroulée cette étude, il est important de garder en tête quelles mesures ont été mises en place à quel moment. Ce chapitre permet de se rendre compte que la situation a évolué très rapidement tant au niveau de la propagation du virus que des mesures mises en place pour limiter la multiplication des cas. La vue d'ensemble de la chronologie de la Covid-19 a été réalisée par l'OMT par le graphique ci-dessous, au niveau international :

Figure 6 : Chronologie de la Covid-19 de décembre à avril 2020 au niveau international



Source : OMT (2020)

Pour la réalisation de ce travail, un agrandissement sur la Suisse est nécessaire. Le tableau suivant permet de résumer les étapes-clés et les mesures entreprises par le Conseil Fédéral qui ont eu un impact direct sur la vie quotidienne des Suisses et ne cite toutefois pas la totalité des mesures de manière exhaustive. Pour synthétiser ces données, ce tableau se base sur plusieurs articles de presse et des informations disponibles sur le site de l'Office Fédéral de la Santé Publique (OFSP). Les dates concernent les étapes clés dans la propagation et les mesures mises en place. Ce tableau est utile pour l'analyse car il permet de mieux cerner dans quel cadre les vacances, les courts séjours et les sorties ont été réalisés.

Tableau 3 : Chronologie de la propagation de la Covid-19 en Suisse (déc. 2019 - oct. 2020)

Date-clés	Etapes de la propagation (sans précision, les chiffres concernent la Suisse)	Mesures de l'OFSP
Déc. 2019	Annnonce de l'épidémie dans la ville de Wuhan	
23.02.2020	Premières quarantaines dans les hôpitaux tessinois	
24.02.2020	Premier cas de coronavirus confirmé en Suisse	Campagne de prévention : Affiches rouges contenant les gestes barrières afin d'endiguer l'épidémie visant à : - Se laver les mains - Eternuer dans son coude - Rester à la maison en cas de fièvre - Maintenir les distances Eviter les poignées de main et bises
28.02.2020	10 nouveaux cas en 24 heures	Interdiction des manifestations de plus de 1'000 personnes partout en Suisse jusqu'au 15 mars
05.03.2020	2 premiers décès de coronavirus en Suisse	
08.03.2020	Mise en quarantaine de 15 mio de personnes en Italie, y compris la Lombardie qui est limitrophe de la Suisse	
13.03.2020	15 décès au total depuis le début	- Fermeture des écoles obligatoires jusqu'au 4 avril - Interdictions des manifestations de plus de 100 personnes jusqu'à fin avril
16.03.2020	1065 nouveaux cas positifs	Décret de l'état de situation extraordinaire jusqu'au 19 avril (début du semi-confinement) - Fermeture des frontières - Fermeture des commerces non alimentaires excepté les pharmacies - Fermeture de tous les établissements (restaurants, bars, boîtes de nuits, cinémas, musées, salles de concerts, manifestations culturelles et sportives)

		<ul style="list-style-type: none"> - Généralisation du télétravail - Mobilisation de 8'000 soldats en secours aux hôpitaux
20.03.2020	1147 nouveaux cas positifs 90 décès au total depuis le début	<ul style="list-style-type: none"> - Interdiction des réunions de plus de 5 personnes - Recommandation de ne pas sortir de chez soi excepté pour les achats alimentaires, achats en pharmacie, rendez-vous médecin ou pour le travail - Suspension des interventions non urgentes dans les hôpitaux - Rapatriement des ressortissants suisses - Mesures de chômages partiel mis en place (RHT)
16.04.2020	À ce stade, 1240 décès sont à déplorer depuis le début Déclin du nombre de nouveaux cas positifs (321 nouveaux en 24 heures)	<p>Annonce de l'assouplissement à venir des règles en vigueur pour le 27 avril</p> <p>Les hôpitaux ne sont plus risqués d'être en saturation (24 Heures)</p>
27.04.2020	173 nouveaux cas en 24 heures	<ul style="list-style-type: none"> - Réouverture des coiffeurs, magasins de jardinage/bricolage, cabinets médicaux - Reprise des interventions non urgentes dans les hôpitaux - Port du masque lorsque la distance ne peut pas être assurée - Réouverture des écoles obligatoires, restaurants, musées, bibliothèques après adaptation de l'aménagement en fonction des règles sanitaires et mesures de traçabilité
11.05.2020	47 nouveaux cas en 24 heures	<ul style="list-style-type: none"> - Reprise de l'enseignement dans les écoles obligatoires - Réouverture des bars et restaurants (consommation assise, fermeture à 00 :00) - Réouverture des commerces et marchés, ainsi que des musées, bibliothèques - Reprise des activités sportives
30.05.2020	11 nouveaux cas en 24 heures	<ul style="list-style-type: none"> - La limite de rassemblement est élargie à 30 personnes
06.06.2020	10 nouveaux cas en 24 heures	<ul style="list-style-type: none"> - La limite de rassemblement est élargie à 300 personnes - Réouverture des cinémas, des théâtres, des piscines, des écoles post-obligatoires, des remontées mécaniques, zoos et campings.
15.06.2020	32 nouveaux cas en 24 heures	<ul style="list-style-type: none"> - Réouverture des frontières avec les pays européens
22.06.2020	56 nouveaux cas en 24 heures	<ul style="list-style-type: none"> - La limite des rassemblements est élargie à 1000 personnes (à condition de mettre en place un plan de protection à cet effet), port du masque obligatoire
01.07.2020	102 nouveaux cas en 24 heures	<ul style="list-style-type: none"> - Obligation des personnes entrant en Suisse en provenance de certaines régions de se mettre en quarantaine

06.07.2020	105 nouveaux cas en 24 heures	- Masque rendu obligatoire dans les transports publics à l'ensemble du pays et dans certains cantons également dans les commerces
01.09.2020	364 nouveaux cas en 24 heures	- Grandes manifestations à nouveau possibles
19.10.2020	5412 nouveaux cas en 24 heures	- Masque rendu obligatoire dans tous les lieux publics fermés y compris les gares - Rassemblements de plus de 15 personnes interdits dans les lieux publics
29.10.2020	8931 nouveaux cas en 24 heures	- Fermeture des discothèques et salles de danse - Fermeture des bars et restaurants à 23h00, maximum 4 personnes à table - La limite de rassemblement est restreinte à 50 personnes dans le cadre public, 10 personnes dans le cadre privé - Masque rendu obligatoire à l'extérieure dès que la distance n'est pas garantie - Interdiction des activités culturelles et sportives pour le cas où elles excèdent 15 personnes - Fermeture des écoles supérieures et mise en place de l'enseignement à distance - Le Conseil Fédéral incite les cantons à mettre en place les mesures nécessaires en fonction de leur situation épidémiologique
03.11.2020	4097 nouveaux cas en 24 heures	- Les cantons romands sont à nouveau en semi-confinement - Les hôpitaux suisses annoncent la saturation de leur capacité dans les semaines suivantes, sans mesures restrictives supplémentaires

Source : Tableau de l'auteure, provenant de sources multiples

Chapitre 2 - Problématique

2.1 Contexte et définition du sujet

La demande touristique est la base sur laquelle reposent toutes les décisions des politiques économiques associées au tourisme (Dupont, 2002 ; Song et Witt, 2006). Dans sa publication, Tan Vo (2010) distingue trois raisons importantes d'analyser la demande touristique. Selon lui, comme le tourisme repose sur des expériences non tangibles ni stockables, alors il est primordial d'effectuer des prévisions en vue de la planification de toute activité commerciale liée au tourisme. Ensuite, les investissements liés à l'aménagement permettant le fonctionnement d'infrastructures touristiques sont conséquents et effectués pour du long terme. Cela nécessite donc une bonne prévision de la demande touristique à long terme pour l'évaluation des projets d'envergure. Enfin, cela permet également aux différents gouvernements de pouvoir élaborer des stratégies pertinentes en matière de développement d'offres touristiques et de leur communication adéquate.

Afin de clarifier la lecture de ce document, le terme de « distance sociale » est utilisé pour définir l'éloignement social induit par les mesures de semi-confinement, les restrictions de rassemblement et les recommandations de se limiter à restreindre ses rencontres. Pour ce qui est de la distance physique dans l'espace public, le terme « distanciation sociale » sera utilisé.

2.2 Description de l'importance du problème

2.2.1 La problématique du tourisme

Le tourisme est la plus grande industrie du monde, car il fournit le plus grand nombre d'emploi (330 millions d'emplois, soit 1 emploi sur 10) et représente 10 % du PIB (OMT, Tourism Highlights, 2020). Selon Mihai & Smaranda (2020). Le tourisme est le secteur économique le plus sensible à l'évolution de la Covid-19 en raison des limitations de mouvement et de la distanciation sociale impliquées par les mesures visant à lutter contre cette pandémie. L'impact et le rétablissement de la pandémie Covid-19 seront sans précédent.

En Suisse, le tourisme contribue de manière significative à la création de valeur. Il représente environ 4 % des emplois. Les trois secteurs de l'hébergement, de la restauration et des transports sont responsables de l'essentiel du moteur économique du tourisme (Fédération Suisse du Tourisme (FST), 2019, p. 1)

Pour aborder la question actuelle de la Suisse en matière de tourisme, ce chapitre aborde en premier lieu un point de vue général de la situation. ST a réalisé sa conférence de la branche le 6 novembre 2020. Le directeur Martin Nydegger a présenté l'évolution de la situation, en prenant compte des nouvelles mesures du CF. Ainsi, ce chapitre permet de faire le point sur la situation des

marchés suisses, des résultats de l'enquête effectuée auprès de la branche et d'avoir un aperçu des prévisions concernant la saison d'hiver à venir.

Bilan : Dans les faits principaux, on peut voir dans le bilan de 2020 que la part des Suisses dans les nuitées effectuées entre juillet et septembre a augmenté de 22% par rapport à 2019. Cela se ressent et illustre aussi le fait que voyager devient de plus en plus difficile. Malgré cette augmentation des nuitées des Suisses par rapport à l'année dernière, les voyages domestiques sont généralement en baisse.

Prévisions : Pour les années à venir, Suisse Tourisme s'attend à ce que les Suisses voyagent davantage en Suisse, mais aussi que le tourisme de montagne soit plus bas en 2021 par rapport à 2020.

Influence de la Covid-19 sur les marchés : L'élimination des quarantaines par la Suisse pour la plupart des pays (arrivée sur le territoire suisse) est une bonne nouvelle pour le tourisme suisse. La liste exhaustive disponible sur stnet.ch est réalisée au moyen de la liste de l'OFSP et celle du Secrétariat de la Migration. En Europe, la situation est en date du 6 novembre très compliquée. En Asie, où l'on observe le retour à une situation proche de la normale, les perspectives sont plus positives en matière de voyages. La Suisse, avec sa situation actuelle, n'a pas un dégât d'image ni dans le pays, ni à l'étranger.

Défis actuels : Actuellement, les défis principaux du tourisme suisse sont de composer avec les incertitudes présentes, rendre attractive la basse saison, accueillir à nouveau les touristes internationaux, reprendre les événements d'entreprises et le tourisme urbain. Pour le tourisme, il est préférable que les mesures soient strictes plutôt que les frontières soient fermées.

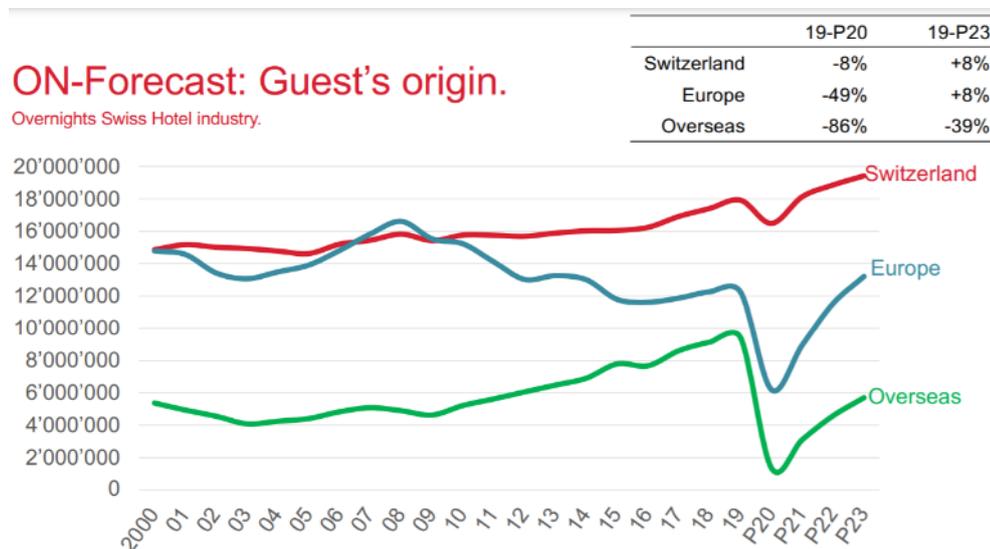
On peut voir sur le graphique ci-dessous que les mesures de semi-confinement ont drastiquement réduit la mobilité mais qu'en juillet et août, dès les mesures levées, la mobilité a aussi vite repris que ce qu'elle avait diminué. Cela laisse penser qu'après la deuxième vague et la réduction des mesures visant au ralentissement de la propagation du virus, la mobilité reprendra à une bonne allure.

Figure 7 : Incidence du semi-confinement sur la mobilité



Le rapport de ST montre également que les Suisses ont largement plus voyagé à l'intérieur du pays cette année par rapport à 2019.

Figure 8 : Rétrospective et prévisions des nuitées effectuées de 2000 à 2022



Source : ST (2020)

On peut voir également sur le graphique ci-dessus l'évolution depuis les années 2000. La part des Suisses qui voyagent en Suisse a été moins élevée cette année, en revanche par rapport aux autres marchés, la baisse est nettement moins marquée.

Le tourisme en campagne et à la montagne a été favorisé cette année au détriment du tourisme urbain. ST s'attend à une répartition similaire à 2019 pour 2022 comme on peut le voir sur le graphique ci-dessous.

Figure 9 : Répartition des nuitées par zones 2018-2019, prévision pour 2020-2022



Source : ST (2020)

2.2.2 Etat actuel de la demande touristique

Plusieurs organisations ont mené des études ce printemps afin de recenser l'avis des consommateurs du tourisme et ainsi analyser les prévisions de la demande potentielle des mois à venir. Ce travail porte essentiellement sur l'étude menée par l'ITO. Néanmoins, il est intéressant de comparer les résultats obtenus par d'autres organisations suisses telles que le Touring Club Suisse (TCS), Suisse Tourisme (ST) et L'Oeil du Public mais également ceux d'études françaises comme Charentes Tourisme.

2.2.2.1 Institut du Tourisme

Afin de suivre l'effet de la crise sanitaire et des mesures sur les habitudes de voyage, la Haute école spécialisée de suisse occidentale (HES-SO) Valais-Wallis a mené trois enquêtes quantitatives entre le 27 mars et le 28 mai 2020. L'Observatoire Valaisan du Tourisme (Touros) a publié le 4 juin un rapport de synthèse. Cette enquête a été menée par l'Institut Tourisme (ITO), dirigée par Miriam Scaglione, Blaise Larpin, Julien Mabillard et Roland Schegg.

Les deux **objectifs** de cette étude sont les suivants : (Institut du Tourisme [ITO], 2020)

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

Temporalité

Elle a été réalisée en trois étapes.

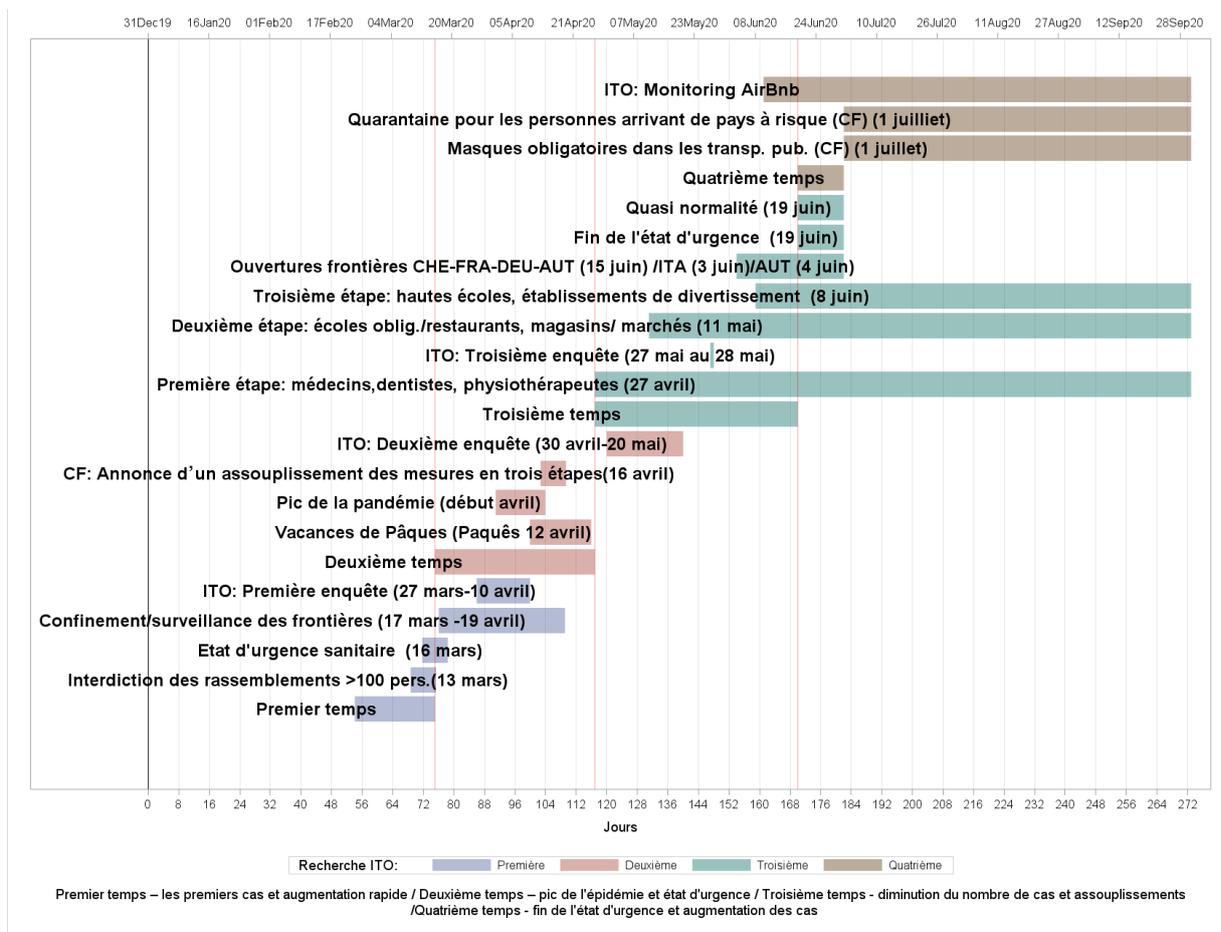
Les dates auxquelles ont été réalisées les enquêtes de cette étude sont les suivantes :

- Première enquête du 27 mars au 10 avril 2020
- Deuxième enquête : du 30 avril au 20 mai 2020
- Troisième enquête : du 27 mai au 28 mai 2020

Le graphique ci-dessous montre les parallèles entre la chronologie des enquêtes et le contexte dans lequel elles ont été réalisées, c'est-à-dire à quel stade de la pandémie nous étions à ce moment-là et les mesures entreprises par le Conseil Fédéral, par étapes. Il est important de prendre en compte cette chronologie car les réponses dépendent directement de l'étape dans laquelle nous nous trouvons par rapport à l'évolution de la crise sanitaire.

La situation entre mars et juin a évolué très rapidement. Une information qui tombait n'était plus d'actualité deux jours plus tard. (Lugon, R. Communication personnelle).

Figure 10 : Chronologie de la pandémie et des recherches à l'ITO



Population étudiée :

Le domicile de l'échantillon des personnes étudiés correspond à la répartition des différents marchés touristiques suisses. Concrètement, les répondants des deux premières enquêtes sont représentatifs des 9 marchés émetteurs (y compris la Suisse) qui sont les plus importants pour le pays. La dernière étude a en revanche été réalisée uniquement avec un échantillon de résidents suisses.

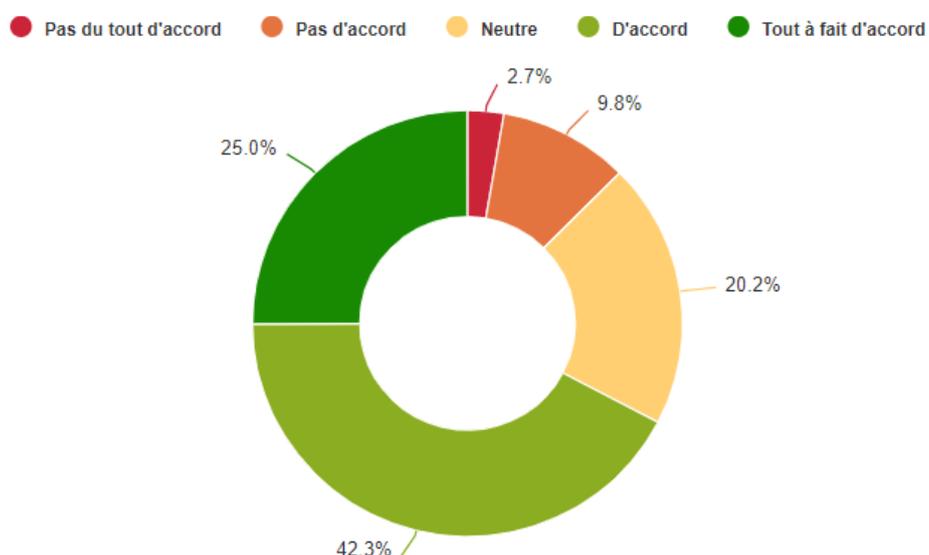
L'intérêt scientifique de l'étude est notamment son haut taux de participation. Statistiquement, l'échantillon est représentatif de la demande suisse et des principaux pays émetteurs. C'est le contexte qui fait la force de cette représentativité (Lugon, R. Communication personnelle). Le nombre de réponses obtenues varie entre les trois enquêtes. Ainsi, la première étude compte 632 réponses valides, pour 503 lors de la deuxième. La troisième enquête obtient 199 observations valides (échantillon suisse).

Ces trois études ont démontré les faits suivants :

Perception des risques liés au coronavirus

À la suite de la Conférence de presse du Conseil Fédéral du 27 mai, le niveau d'inquiétude des Suisses au sujet de la Covid-19 a diminué de manière significative entre les deux premières enquêtes et la troisième. En ce qui concerne la population suisse et internationale, données regroupées, 80% des sondés se sentent inquiets vis-à-vis du virus et ce chiffre ne fléchit pas entre la première et la troisième enquête. En déduction, les résidents suisses se sentent moins menacés par le virus de Covid-19 que la moyenne de l'échantillon total (comprenant les résidents suisses et étrangers).

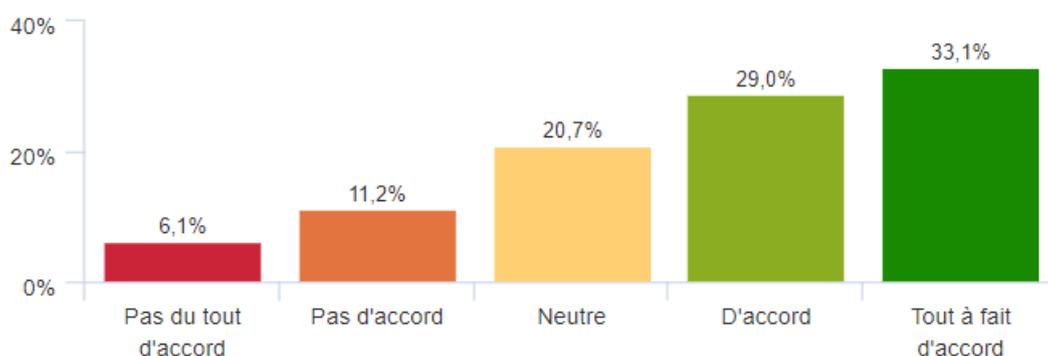
Figure 11 : Réponses à l'affirmation « La situation liée au Coronavirus m'inquiète. »



Source : ITO (2020)

On peut également voir sur le graphique ci-dessous que les Suisses ne sont, au printemps, pas encore prêts à envisager des vacances.

Figure 12 : Réponses à l'affirmation « Il est trop tôt pour penser à de futures vacances. »

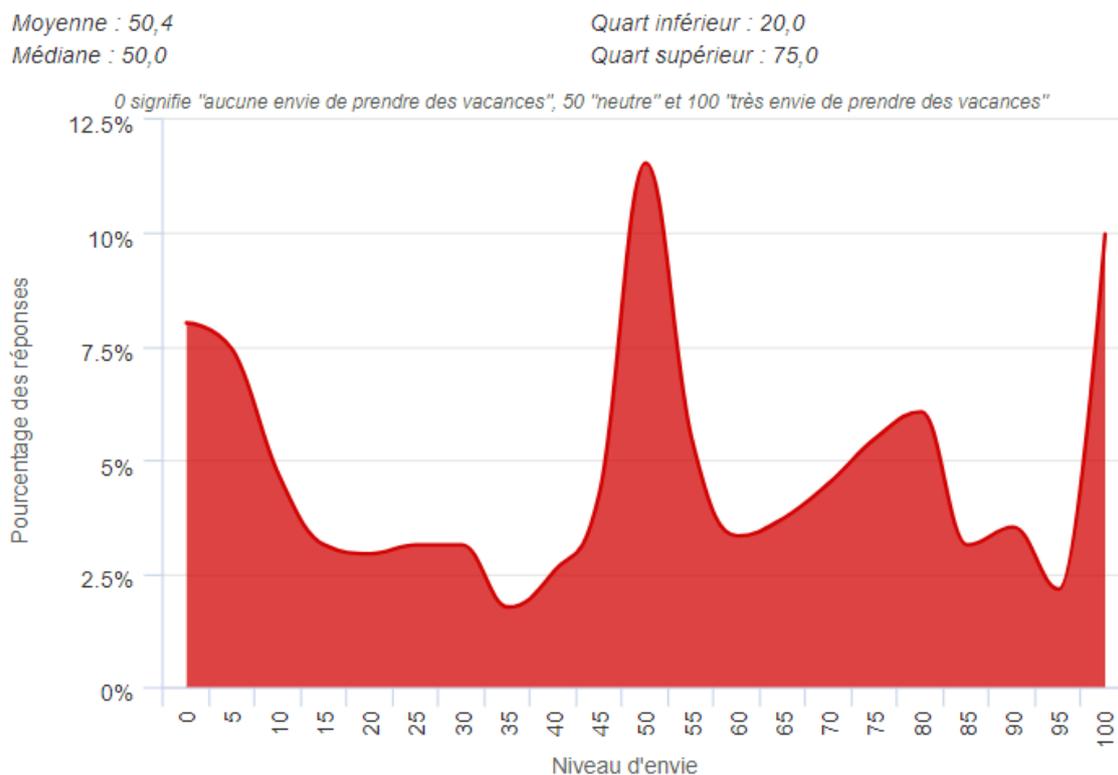


Source : ITO (2020)

Mesures restrictives et décision de voyager

En ce qui concerne le désir de voyage, aucune différence notable n'est à remarquer entre la première enquête et la troisième. Les résultats se maintiennent à une moyenne de 50 (0 signifiant aucune envie et 100 une forte envie). Pas de différence significative entre les échantillons.

Figure 13 : Perception de l'après-crise du coronavirus : envie de partir en vacances



Source : ITO (2020)

Du côté des Suisses, on constate un rebond dans le nombre de personnes qui planifiaient des vacances au moment de la troisième enquête, à 24% des sondés (pour 16% et 18% lors de la première et deuxième enquête). L'ouverture des frontières déclarée le 27 mai a eu un faible impact sur l'envie de partir en vacances.

Analyse de l'impact financier sur la planification des vacances

La crise de la Covid-19 a eu un impact négatif sur le revenu de 31% des sondés, contre 57% pour lesquels cela n'a pas évolué. En revanche, le revenu de 6% des sondés a diminué de manière significative. 6% des répondants ont vu leurs revenus augmenter.

Sans différence entre les échantillons de personnes et les enquêtes, on constate que le budget vacances reste inchangé pour 75% des sondés. Il a diminué pour 14% des répondants et a augmenté pour 7% des sondés.

Ce printemps, la moitié des résidents suisses envisageaient de partir dans un futur proche, principalement sur la saison estivale et pour des séjours allant de 4 à 15 nuitées principalement.

Les motifs de vacances qui étaient planifiés ce printemps pour l'été, étaient principalement à but de détente, de visite d'amis ou de famille, des vacances à la mer ou nature.

Figure 15 : Planification des prochaines vacances des résidents suisses

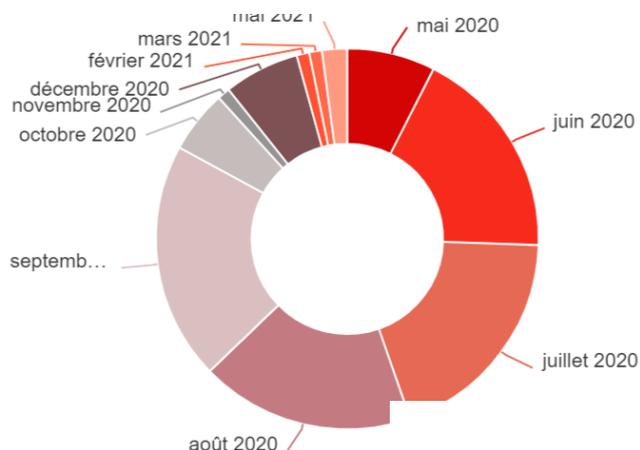
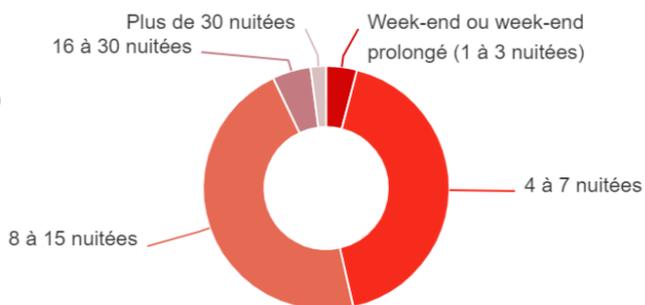


Figure 14 : Durée des vacances planifiées des résidents suisses



Source : ITO (2020)

Effets des annonces du 27 mai sur les résidents suisses

Le nombre des résidents suisses privilégiant l'épargne au voyage a diminué de 83% (première et deuxième enquête confondue) à 71%, signifiant ainsi un semblant de reprise de la consommation.

Visiblement, les personnes dont le revenu n'a pas baissé et qui ne planifiaient pas de vacances à ce moment-là, seraient plus enclin à envisager des voyages en cas d'assouplissement des mesures relatives aux voyages internationaux.

Changement des comportements de voyages en raison de la Covid-19

Il est également curieux de constater que le nombre de personnes réticentes à voyager en avion, en train ou en bateau sont plus nombreux dans la deuxième enquête que dans la première (88% contre 77% lors de la première enquête). Si l'on prend uniquement les répondants domiciliés en Suisse, il n'y a pas de changement entre la première et la deuxième enquête.

Dans les mesures visant à assurer la sécurité sanitaire, 72% déclarent qu'ils ne voyagent pas s'il y a un risque de se retrouver en quarantaine à l'arrivée dans le pays de destination.

2.2.2.2 L'Oeil du Public et Communicant.info

Cette enquête a été menée en Suisse du 1^{er} au 5 juin auprès de 440 Suisses romands et 440 Suisses allemands, par l'agence lausannoise L'Oeil du Public. Une enquête a également été menée en France.

Les résultats cités dans ce travail concernent uniquement l'étude menée en Suisse. L'étude, intitulée « Les sorties culturelles post-Covid-19 » se penche sur les activités culturelles qui ont

manqué aux Suisses, qu'est-ce que les Suisses entendent comme sorties culturelles et dans quelle mesure ils sont prêts à en refaire.

Figure 16 : Résultats de l'enquête menée par l'agence L'Oeil du Public en été 2020



Selon l'Oeil du public, le cinéma et le spectacle font partie des activités culturelles qui ont le plus manqué aux répondants. 70% des personnes interrogées ont déclaré avoir « consommé » du contenu culturel en ligne. La majorité des personnes sondées prévoient de revenir progressivement dans les lieux culturels.

2.2.2.3 Touring Club Suisse (TCS)

Le Touring Club Suisse (TCS) réalise chaque année une enquête auprès de ses membres afin d'évaluer l'évolution des habitudes en matière de voyage. L'enquête a été menée du 3 février au 9 mars 2020. Un échantillon de 1'000 résidents suisses ainsi qu'un échantillon aléatoire de 10'000 personnes sur le total des membres du TCS ont été tirés au sort afin de répondre à un questionnaire.

L'enquête était déjà terminée avant le premier semi-confinement, toutefois il est intéressant de constater que la propagation du virus montrait déjà une inquiétude croissante vis-à-vis des voyageurs.

On retrouve principalement les problèmes de maladies. Les phénomènes naturels faisaient également partie des inquiétudes, tout comme les feux en Australie et le réchauffement climatique.

2.2.2.4 Charentes Tourisme

Sur la période du 12 mai au 12 juin 2020, Charentes Tourisme a mené une étude quantitative en ligne et a pu exploiter 2'171 réponses auprès de sa clientèle. Le but de l'étude a été de déterminer

l'évolution de l'envie de voyages des touristes, la perception qu'ils ont de la crise et leur vision pour l'été 2020. Cette étude aborde des sujets relativement similaires aux enquêtes de l'ITO.

Dans cette étude, près de 70% des sondés affirment être inquiets de la situation pandémique. Dans son rapport, Charentes Tourisme précise que « seuls 20% des répondants estiment que la pandémie est complètement hors de contrôle ». Cependant, ce chiffre semble élevé compte tenu de l'intensité du sens de la phrase. La formulation de la question posée par l'ITO « La situation liée au Coronavirus m'inquiète » est plus légère, et le pourcentage en accord avec cette phrase est bien plus haut. Ce qui explique finalement un résultat assez similaire.

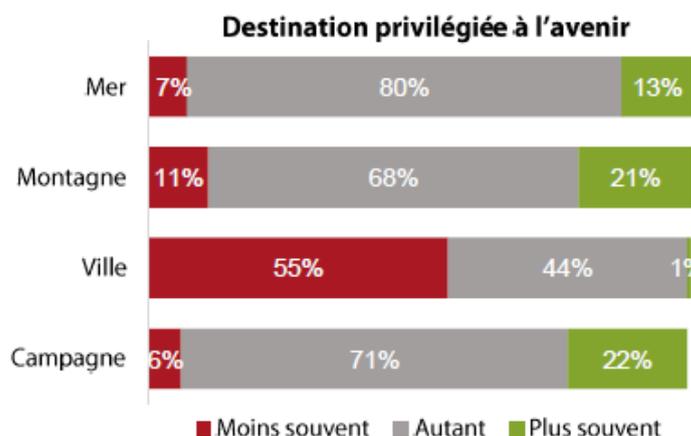
En ce qui concerne les habitudes de voyage, Plus de 50% de la population sondée a l'intention de changer ses habitudes de voyage. Il n'est pas précisé s'il s'agit d'une prévision à court ou à long terme. L'enquête qualitative permet d'illustrer ces propos, car ce pourcentage qui ne fait pas de distinction dans les types d'habitudes qui vont évoluer, ne permet pas d'affirmer que la moitié de la population changera ses habitudes de voyage.

Pour continuer, plus de 66.5% des répondants font part de leur désir de voyage, visiblement toujours présent. La manière de planifier des vacances a changé à la suite de nombreuses annulations. On peut constater que près de la moitié des répondants ont dû annuler un voyage. Il est intéressant de constater qu'à la suite de ces annulations, un tiers des sondés affirment qu'ils réserveront leur prochain séjour à la dernière minute.

Figure 17 : Destinations privilégiées à l'avenir, par zones et fréquence

La destination des séjours a également bien évolué comme le montre le graphique ci-contre.

La montagne, la campagne et la mer semblent en juin largement privilégiées face aux destinations urbaines pour l'été.



Source : Charentes Tourisme (2020)

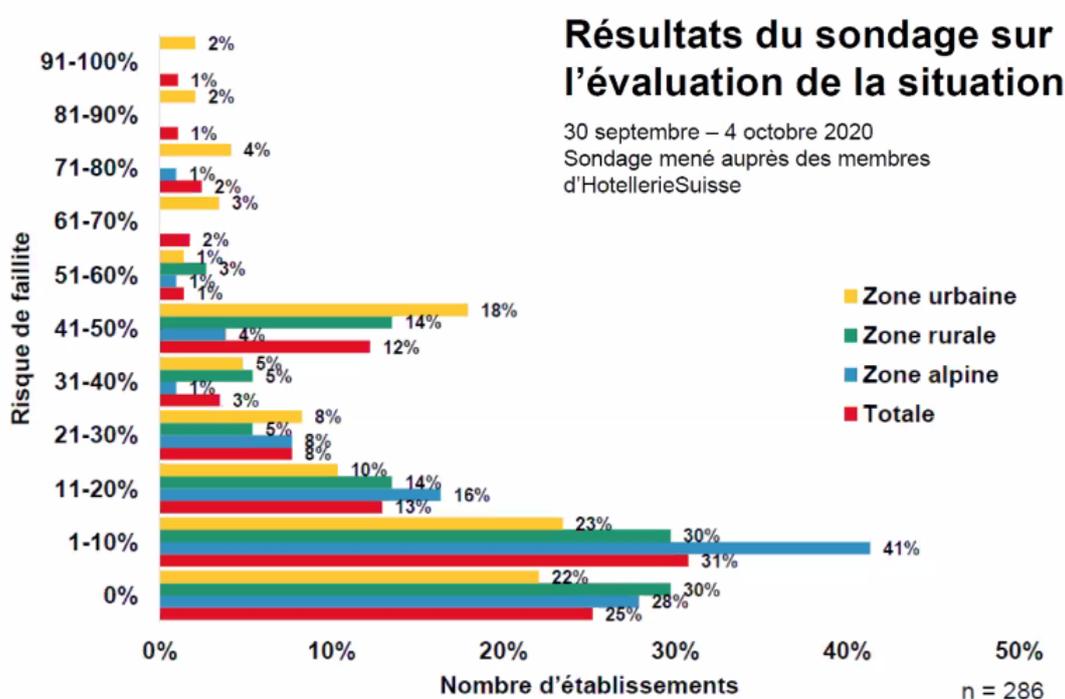
Il est relevé qu'un tiers des vacanciers ne souhaite pas privilégier un autre type d'hébergement que ceux habituels en dehors de la crise sanitaire. Il est important de souligner ici l'intention des deux autres tiers à vouloir privilégier un autre choix d'hébergement. Pour ces derniers, la location d'appartement ou les chambres d'hôtes seront plus plébiscitées. Aucune différence relative concernant la durée des séjours n'est à mettre en avant. Tout comme l'ITO, le budget « vacances » est relativement similaire aux années précédentes.

La grande majorité des sondés se montre prudente vis-à-vis des lieux publics, en particulier les lieux rassemblant un nombre important de personnes. Pour ce qui est des restaurants, les avis sont plus partagés. 50% des gens déclarent qu'ils s'y rendront autant qu'avant la crise.

2.2.2.5 Institut de géographie et de durabilité de l'Université de Lausanne

L'Université de Lausanne (Unil) a mis en place un cycle de conférence portant sur le sujet « Tourisme Post-Covid : quel avenir ? ». Le 10 novembre, une conférence a eu lieu et les différents intervenants ont présenté leurs récents travaux sur l'impact de la Covid-19 sur l'expérience touristique. Le graphique ci-dessous présenté par Christophe Clivaz, professeur de tourisme à l'Institut de géographie et durabilité, fait le point par rapport à la situation de l'hôtellerie en Suisse :

Figure 18 : Situation financière des établissements hôteliers



Source : Unil (2020)

On remarque que la pandémie remet vraiment en cause la pérennité de certains établissements hôteliers. La situation est difficile et le Valais a pris certaines mesures concernant la branche. Dans les points positifs, Christophe C., souligne que les enseignements tirés de l'été dernier vont être utiles pour la saison d'hiver à venir et la prochaine saison d'été et qu'il est nécessaire de se préparer à ce que ce type de crise sanitaire se présente à nouveau.

Seraina Hürlemann, chargée de recherche à l'Unil, a réalisé une enquête qualitative sur le terrain auprès de touristes des destinations de montagne en Valais. Six études de cas ont été choisies pour des destinations de tailles différentes : Zermatt et Aletsch Arena comme grandes destinations, Blatten et Grächen en moyennes ainsi que Visperterminen et Binntal pour les petites. Ces enquêtes qualitatives ont été menées en juillet en août 2020 au moyen de questions ouvertes auprès de plus

de 100 personnes. Les questions concernaient l'atmosphère de la destination (si par exemple le rappel de la situation pandémique est omniprésent ou que la peur se ressent), le comportement des visiteurs et du personnel mais aussi les comportements et commentaires relatifs à l'implémentation des mesures sanitaires.

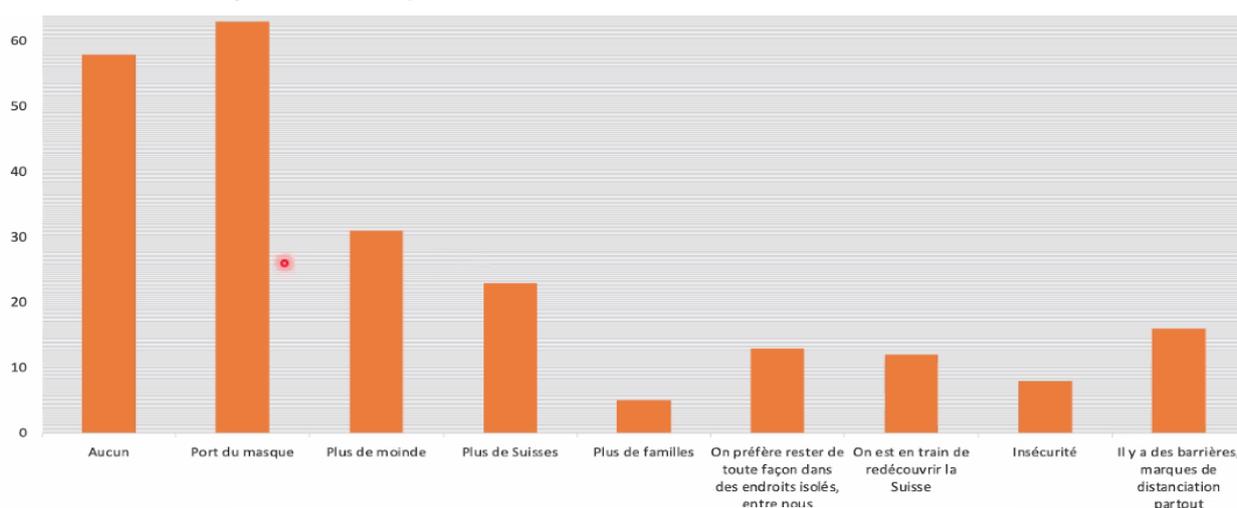
Résultats de l'enquête qualitative menée concernant la demande touristique

Seraina H. a fait des observations sur place et ces résultats permettent de donner des données non quantifiables notamment sur l'atmosphère et sur l'humeur des gens. Dans les faits principaux, les trois quarts des sondés étaient déjà venus et la grande majorité déclarent faire régulièrement des séjours en montagne. Le choix de destination était pour la moitié des interviewés lié à la situation sanitaire actuelle. La plupart des touristes n'ont pas eu d'expérience négative. Mais il y a quand même plus d'un quart qui trouvaient qu'il y avait trop de monde. Certains ont ressenti de la peur chez les autres, par exemple lorsque les distances n'étaient pas tout à fait respectées. Dans le cas précis de Zermatt, les rues étaient très remplies (par des Suisses principalement) mais l'ambiance était plutôt positive.

Résultats relatifs aux pratiques des touristes sur place : Dans les activités préférées des personnes interrogées, on constate qu'outre profiter de se relaxer, les gens aiment surtout la randonnée et le cyclisme.

Effets principaux de la Covid-19 sur le déroulement de leurs vacances : On voit sur le graphique ci-dessous que le port du masque et la quantité de personnes présentes en montagne figurent parmi les réponses les plus nombreuses.

Figure 19 : Analyse lexicale de l'effet de la Covid-19 sur les vacances

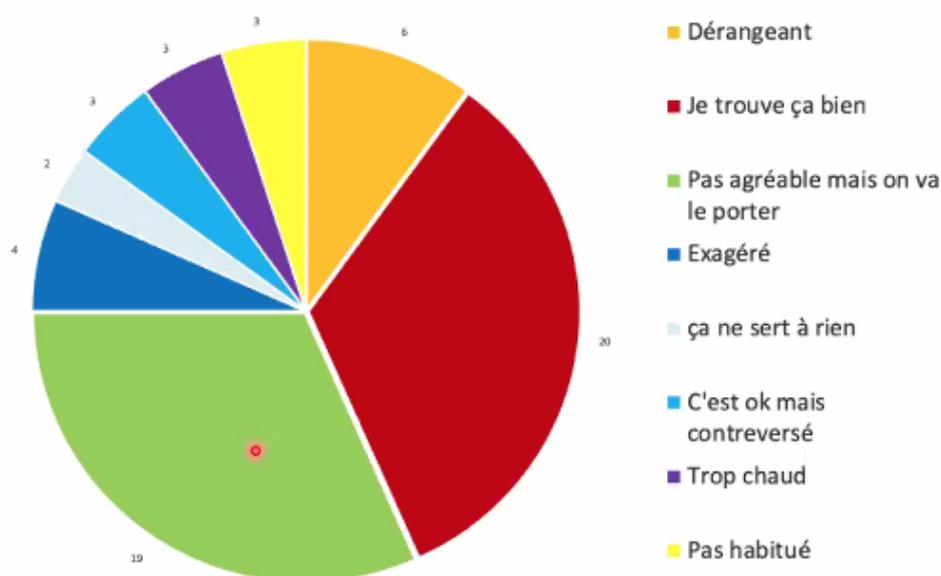


Source : Unil (2020)

En ce qui concerne le port du masque, on peut constater que même si la question n'a jamais été posée, c'est un sujet qui est revenu fréquemment dans les discussions. On remarque que la mesure est relativement bien acceptée pour un tiers des personnes, que c'est une mesure positive pour un

autre tiers et que les avis divergent complètement pour le dernier tiers concernant son utilité et le dérangement qu'il occasionne.

Figure 20 : Commentaires relatifs au port du masque



Source : Unil (2020)

Il est intéressant de voir que ces commentaires relatifs au port du masque ont majoritairement été recensés au début de la crise (début juillet), alors qu'il n'est devenu obligatoire qu'à partir de la mi-juillet. Puis à la fin de l'été, les gens n'en parlaient plus beaucoup, certainement parce-que c'est une mesure qui s'est progressivement assimilée dans les habitudes.

Un avis résume l'expérience touristique de beaucoup de personnes : « moi, j'ai un avis très ambivalent, d'un côté ça m'inquiète des fois, si on ne voit pas de mesures du tout, dans un hôtel par exemple où la mise en œuvre des règles est très légère, mais de l'autre côté j'en suis aussi contente, comme ça on arrive un peu à oublier tout ça et à se détendre. » (traduit du suisse-allemand, Belalp, 30.07.2020).

Résultats de l'enquête qualitative menée concernant l'offre touristique

La saison ne s'est pas si mal déroulée, mais les événements ont beaucoup manqué aux touristes.

Stratégies appliquées dans les destinations

Les stratégies appliquées cet été par les petites destinations n'ont pas énormément évolué car l'offre était déjà compatible avec les réglementations sanitaires. Les moyennes et grandes destinations ont en revanche augmenté leur offre afin de répondre à l'augmentation de la demande. Par exemple, il s'est agi d'allonger les horaires d'ouverture des remontées mécaniques, augmenter le personnel pour faire respecter les normes d'hygiène, et disperser les flux dans des endroits différents au moyen d'une communication diversifiée sur les activités.

Stratégies marketing :

On remarque un changement de clientèle qui peut être perçu comme une opportunité. Dans les petites stations, il est difficile de s'adapter au niveau budgétaire car les moyens sont moins conséquents. Mais leur communication est déjà beaucoup axée sur les Suisses. Pour fidéliser les clients, rien n'a vraiment été entrepris.

Les moyennes et grandes destinations avaient plus de moyens donc elles ont pu réagir sur plusieurs niveaux. Elles ont créé des forfaits, des offres différentes. À Zermatt, un événement a été organisé à l'arrivée du train avec plusieurs prestataires touristiques pour promouvoir leur offre.

Défis du tourisme de montagne

Il est crucial d'autant plus en une période de transition telle que dans le cadre de cette pandémie, d'être extrêmement flexible et d'avoir la capacité d'adapter ses mesures et ses stratégies. Cela implique des moyens financiers, du personnel et une bonne collaboration entre tous les acteurs de la destination, tout comme avec les destinations régionales.

Un autre défi important est d'avoir dans un premier temps une vision à court et moyen terme pour développer des scénarios variés, afin de répondre avec des mesures qui peuvent être rapidement mises en place en fonction de l'évolution de la situation. En sortie de crise, les enseignements tirés permettront de mieux viser à long terme.

Avec la mise en application des mesures de l'OFSP par rapport à l'hygiène, au port du masque et à la distanciation sociale, il est difficile de créer une ambiance de détente. Un équilibre est donc nécessaire même s'il n'est pas évident à trouver. L'enjeu est de respecter les mesures sans que cela péjore les expériences.

Opportunités du tourisme de montagne

Pour les visiteurs, c'est l'occasion de se reconnecter avec la nature et les activités extérieures. Beaucoup de touristes se sont rendus compte que les vacances peuvent être réussites en restant en Suisse. Cela permet de réaliser ce qui est difficile de faire ici en Suisse par manque de temps, quand il y a la possibilité de partir à l'étranger. C'est une opportunité aussi pour les destinations qui justement ont accueilli cet été des visiteurs qui étaient satisfaits, qui étaient aussi intéressés par l'offre que la montagne peut leur procurer durant l'été (notamment les touristes qui viennent plutôt en montagne l'hiver). Cela crée l'opportunité d'élargir et de fidéliser sa clientèle.

Enjeux du tourisme de montagne

Une série d'interrogations se posent, tout d'abord est-ce que les destinations vont-elles pouvoir survivre si la clientèle internationale ne revient pas tout de suite ? Que va-t-il se passer après cette deuxième vague, est-ce qu'il y aura autant d'engouement pour la montagne que cet été concernant les résidents suisses ?

Les directeurs des Offices de Tourisme (OT) pensent plutôt que quand la crise sera passée, les voyageurs vont revenir à leurs habitudes de partir à l'étranger plutôt que de rester en Suisse.

Michael Moret, directeur d'Anniviers Tourisme, donne également son regard sur ce qu'il a observé cet été. D'après-lui, les résultats des études qualitatives menées par l'Unil dans des destinations du Haut-Valais auraient été sensiblement similaires que dans les destinations de Valais central ou du Bas-Valais.

Il souligne également la très forte augmentation de la présence des propriétaires de résidences secondaires. Il précise qu'ils ont été présents depuis le début du mois de mars avec les mesures de semi-confinement. Pour certaines destinations, on peut se réjouir de ce phénomène. De plus, certaines personnes télétravaillent dans leurs résidences secondaires. Des salles de coworking ont même été créées à Gimentz et Vissoie. C'est un phénomène important et même une opportunité sur laquelle on peut se pencher. Ce nouveau type de clientèle est peut-être aussi une conséquence du confinement et du télétravail, qui est plus pénible lorsqu'on habite en ville.

Par rapport à la clientèle, il y a eu une fréquentation beaucoup plus élevée de Suisses alémaniques qui se rendent d'habitude plutôt en Autriche. D'une manière générale, il a aussi été remarqué que les touristes habitués à venir uniquement les week-ends sont restés plus longtemps parce qu'ils avaient plus de temps.

M. Moret relève aussi que beaucoup de manifestations ont été annulées, toutefois d'autres ont été créées et ont vraiment eu du succès, comme l'Open-Air Drive-In au barrage de Moiry.

2.2.3 Contexte socio-économique

Le contexte socio-économique actuel au caractère extraordinaire et changeant vaut la peine d'être détaillé. Cela permettra ensuite d'évaluer avec un regard global quels sont les impacts influençant la demande touristique.

Démographie

Le 15 août 2020, le quotidien vaudois 24 Heures a publié un article relatif à la mortalité en Suisse en 2020 compte-tenu des décès liés à la Covid-19, tout en donnant des statistiques sur la mortalité en Europe. Alors qu'on pourrait imaginer une surmortalité sans précédent, le bilan de janvier à fin juillet 2020 est similaire aux cinq précédents bilans. Le directeur de l'Institut de santé globale à l'Université de Genève Antoine Flahault (2020) explique que la surmortalité liée à la Covid-19 est compensée par une sous-mortalité durant le semi-confinement concernant les accidents de la route ou en montagne par exemple.

D'autre part, il souligne également que les mesures de précaution entreprises dans la lutte contre la pandémie ont diminué le développement d'autres maladies infectieuses. Un fait également relaté par Christoph Junker, épidémiologiste à l'OFS, dans un article du Temps publié le 16 août 2020.

Revenu

Selon l'enquête menée par l'ITO, 37% des Suisses ont vu leurs revenus baisser à cause de la crise. Selon BAK Economics, les pertes de revenu par personnes pourraient se monter à CHF 1'700.- en 2020 et 2021 (Bilan, juillet 2020). Certains secteurs s'avèrent plus touchés que d'autres et dans les métiers les plus impactés on retrouve ceux qui sont liés à l'hôtellerie, au tourisme, à l'évènementiel en premier lieu. D'autres baisses de revenus sont à prévoir à long terme dans les métiers liés à l'exportation et la finance (Tribune de Genève, juillet 2020).

Temps de loisirs

En raison du semi-confinement ayant eu lieu en Suisse de mars à mai 2020, du deuxième semi-confinement qui a débuté à la fin du mois d'octobre, certains ont eu plus de temps, ne serait-ce que par le télétravail et le temps gagné dans les transports publics. De plus, le chômage partiel a été octroyé à un suisse sur dix (24 Heures, novembre 2020).

Mais ces chiffres ne peuvent toutefois pas être réellement interprétés comme une augmentation du temps de loisirs. En effet, les possibilités de loisirs et de culture sont presque inexistantes. Comme on peut le constater dans le tableau chronologique résumant la situation épidémiologique en Suisse (Tableau No 3) et les mesures entreprises par le CF, on remarque que tout le milieu de la culture et de l'évènementiel est paralysé.

Selon un article publié le 22 juin, il faudra des mois avant que l'industrie culturelle ne revienne à la normale. Dans le même article, l'action d'envergure intitulée « Night of light 2020 » lancée en Allemagne et reprise à l'échelle européenne est décrite. Cette action vise à mettre en lumière de couleur rouge, durant la nuit du 22 juin, nombre de bâtiments emblématiques de la culture afin de sensibiliser le public et le milieu politique à la position actuelle de la culture.

2.2.4 But du travail

Le but de ce travail consiste à obtenir un état des lieux de la situation en automne 2020 concernant les tendances actuelles de la demande. Cette démarche permet de mieux cerner le comportement des consommateurs du tourisme, les différents processus de décision, leur état d'esprit actuel et ainsi déterminer quelle sera la réaction de la demande vis-à-vis de l'offre touristique. Dans ce sens, ce travail peut éventuellement apporter quelques indicateurs supplémentaires aux études préalablement réalisées et aux données existantes.

D'autre part, ce travail peut servir d'information générale concernant la demande potentielle actuelle afin de mieux se positionner en tant que prestataire touristique intéressé par la clientèle suisse romande. Toutefois, la limite de ce travail réside aussi dans le fait de son rôle de photographie de la situation actuelle et ne sera probablement plus valable dans quelques mois au vu de la rapidité d'évolution de la situation.

2.3 Objectifs et hypothèses de la recherche

Déterminer quels sont les impacts de la pandémie qui influencent les facteurs personnels de la demande touristique en suisse romande et comment ils influent sur les comportements en matière de voyage

Le premier objectif de cette recherche consiste à approfondir les études quantitatives menées ce printemps par l'ITO et de comparer ces résultats à d'autres études, afin de mieux comprendre le processus de décision dans la planification des vacances au moyen d'une enquête qualitative. Les vacances ayant abouti, il sera judicieux de voir s'il existe un décalage entre les réponses données lors de l'enquête ce printemps et la manière dont les vacances ont effectivement été réalisées.

Ce travail s'inscrit dans le domaine des sciences sociales et par conséquent d'une recherche de type qualitative. L'étape d'observation sert à confirmer ou infirmer l'hypothèse suivante : *Plus les mesures de précautions mises en place pour lutter contre la Covid-19 sont nombreuses, plus la réticence de la population suisse à effectuer un séjour touristique est grande.*

Evaluer la demande potentielle pour la saison d'hiver sur l'échantillon interrogé de manière qualitative

Cette enquête qualitative permet également de déterminer quelles sont les perspectives actuelles de vacances des Suisses, et quels sont les critères principaux influençant la demande touristique. Les situations n'étant pas perçues de la même manière en fonction des touristes, les différences de décision sont observables, tout comme le lien entre les événements et le processus de choix de voyages ou d'alternatives. L'hypothèse qui est utilisée comme outil pour atteindre l'objectif est la suivante : *Plus la sécurité sanitaire est compromise, moins nombreuses sont les motivations des Suisses à effectuer un séjour touristique.*

Ce travail est axé sur la demande touristique suisse pour plusieurs raisons. Il serait intéressant d'approfondir sur les marchés touristiques suisses au sens général du terme et y inclure ainsi les principaux pays émetteurs. Ce travail se concentre sur la Suisse afin de répondre à des objectifs réalisables en termes de temps et de faisabilité en fonction de la quantité et la qualité de données accessibles. Cette recherche s'inscrit dans le registre explicatif. Elle est basée sur l'analyse de plusieurs témoignages de type qualitatifs de personnes résidents en Suisse romande et qui effectuent régulièrement des séjours touristiques. Ce travail de rétrospective et d'introspective cherche à décrire, comprendre et finalement répondre à la question suivante : Comment évolue le comportement de la demande touristique suisse dans le contexte de crise sanitaire lié à la Covid-19, et plus particulièrement en Suisse romande ?

Chapitre 3 - Méthodologie

3.1 Justification de la méthode et de la technique

Pour mieux comprendre les processus amenant aux choix actuels en matière de sorties et de séjours de la population de Suisse romande, la méthode qualitative est utilisée pour ce travail. Afin de recueillir suffisamment d'information, des entretiens qualitatifs semi-dirigés sont réalisés. Cela permettra de saisir précisément le comportement actuel des personnes réalisant régulièrement des séjours touristiques ainsi que l'impact de la Covid-19 sur leur perception du voyage. Les entrevues sont réalisées d'après un fil rouge d'entretien (Annexe II) et composées des thèmes centraux suivants :

- Le sentiment vis-à-vis de la situation actuelle et la perception du voyage
- Le déroulement de l'été, des sorties et des vacances effectuées ou non
- Les perspectives à court terme pour la saison d'hiver et les prochaines vacances

Les entrevues sont semi-dirigées, cela implique que les thèmes ne sont pas toujours abordés dans le même ordre et les sous-catégories sont amenées par l'interviewé, ou par des questions de relances.

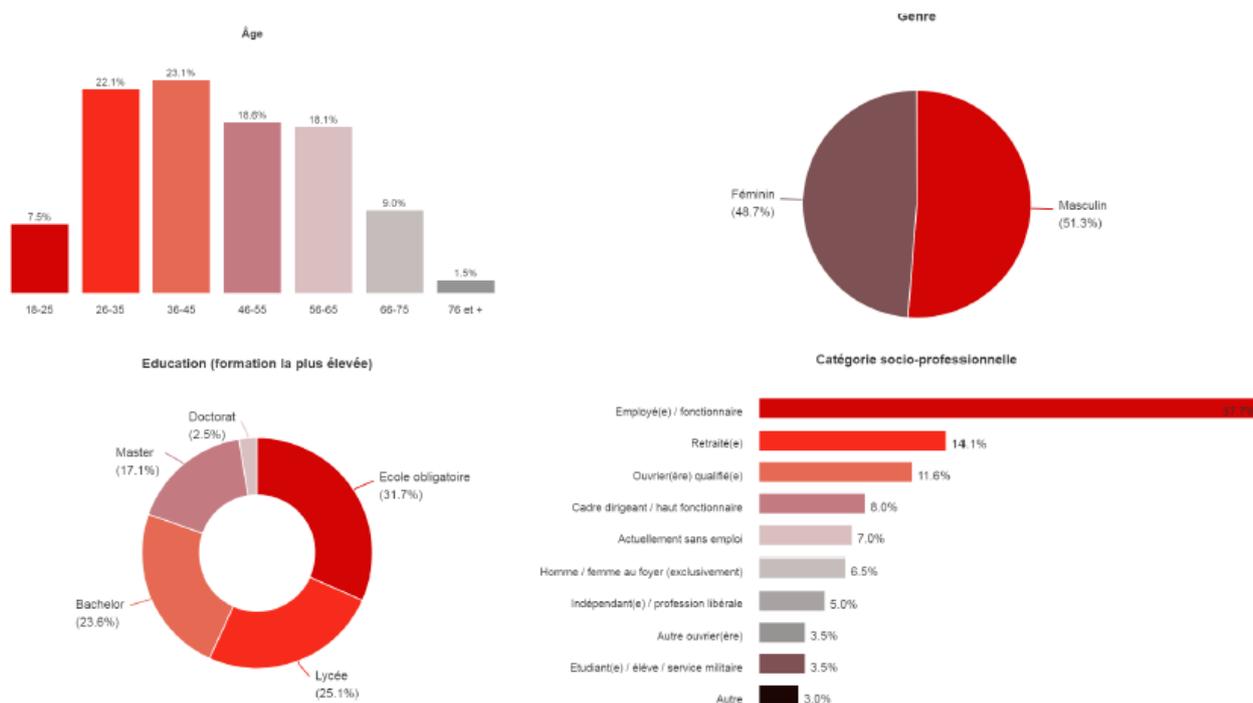
Les entretiens qualitatifs réalisés par ce travail seront largement moins nombreux mais plus fournis individuellement, que les différentes enquêtes menées ce printemps et cet été notamment par l'ITO, l'Unil et les autres études citées dans la revue de la littérature. C'est surtout à ce niveau-là que ce travail peut apporter des détails. Ensuite, au vu de ce qui a déjà été réalisé en Suisse romande, les données déjà exploitables pourront être comparées aux différents résultats de l'analyse qualitative.

Grâce aux études qui ont été menées ce printemps par l'ITO et de l'évolution de l'épidémie depuis ce moment-là, il sera intéressant d'avoir des regards différents dans les entretiens qualitatifs. Au printemps, l'heure est à la sortie de semi-confinement et l'état d'esprit est différent de la période octobre et novembre, en pleine ascension de la deuxième vague. Ensuite, au vu de l'enquête qualitative qui a été réalisée cet été en montagne dans plusieurs destinations du Valais, il est intéressant de comparer notamment la fréquence d'apparition des thèmes et finalement le ressenti global des touristes, avec les entretiens menés dans le cadre du présent travail.

3.2 Echantillonnage

Comme cette étude se base sur la demande touristique suisse et approfondit l'enquête de l'ITO, elle reprend le profil des répondants de la troisième enquête de l'ITO (figure ci-après). La population étudiée dans cette analyse a été déterminée par un échantillonnage par quotas, selon la grille de proportionnalité (Annexe I) et choisie parmi mon entourage. L'analyse qualitative de ce travail se base sur les critères socio-démographiques pour l'échantillonnage.

Figure 21 : Composition de l'échantillon des résidents suisses



Source : ITO (2020)

Tous les critères ont été respectés excepté la catégorie Education, au sein de laquelle les personnes interrogées ne sont pas fidèles à l'échantillon de l'étude de l'ITO. Il s'agit de la formation la plus élevée. En effet, l'échantillon de personnes étudié était trop petit pour correspondre parfaitement, pour la raison suivante : le nombre de personnes entre 18 et 25 ans est trop restreint par rapport au nombre de personnes qui ont comme formation la plus élevée le certificat de l'école obligatoire. L'âge et la catégorie socio-professionnelle ont été privilégiés afin d'avoir un échantillon plus varié.

Forces et limites du travail

La quantité des travaux scientifiques réalisés autour de la pandémie de Covid-19 depuis le début de l'année 2020 sont nombreux. Toutefois, ceux dont l'analyse porte sur la demande touristique sont encore rares du fait de l'actualité des événements. En conséquence, la revue de la littérature pourrait contenir plus d'avis sur la question dans quelques mois. Ensuite, Le travail ayant été réalisé dans un délai relativement court, cela réduit les possibilités de recul vis-à-vis des conclusions tirées. Enfin, le fait de ne pas avoir pu réaliser tous les entretiens en présence physique des personnes interrogées n'est pas un avantage pour l'analyse. Un échantillon plus large aurait également permis des déductions plus fiables.

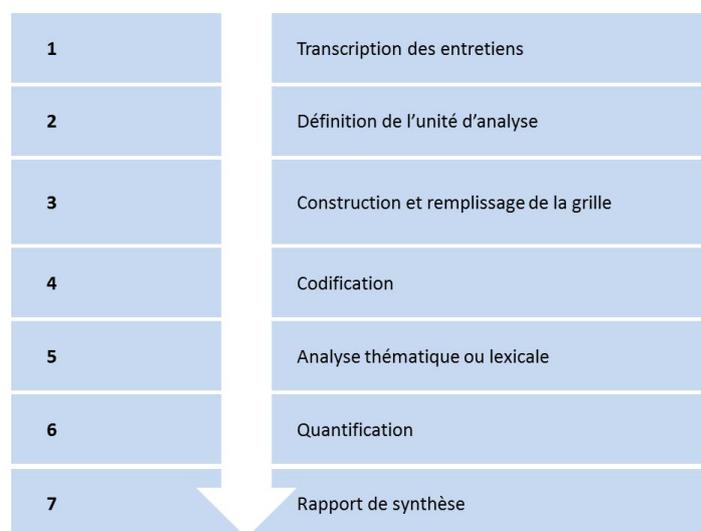
En revanche, la quantité d'enquêtes recensées dans la problématique donne une idée avisée de la demande actuelle en matière de voyage et de sorties. Le travail apporte aussi un éclairage particulier sur le contexte notamment à propos de l'état psychique, car c'est aussi un facteur influençant la demande. Finalement, la richesse des entretiens au niveau de la quantité d'information et de la diversité de l'échantillon constituent des forces pour le travail.

3.3 Collecte des données

Hormis plusieurs entrevues réalisées normalement, les entretiens se sont majoritairement déroulés à distance. La méthode privilégiée était la visio-conférence, qui se rapproche le plus fidèlement d'un entretien en face à face, où les réactions de la personne sont mieux perceptibles. Pour le reste, les entretiens se sont faits par téléphone. Dans chacune des méthodes utilisées, l'entretien a été enregistré en accord avec les personnes interrogées.

Le travail d'analyse est effectué selon la méthode de Giannelloni et Vernet (2001) respectant les sept étapes définies dans la figure ci-après :

Figure 22 : Méthode de l'analyse qualitative



Source : Giannelloni et Vernet (2001)

En raison de la quantité conséquente des données récoltées grâce aux entrevues, la grille d'analyse est présentée par objet d'étude. Pour éviter de répéter chaque aspect étudié, l'analyse est faite uniquement de manière horizontale (résultats obtenus par thématique) et ne présente donc pas chaque entretien de manière verticale (un entretien après l'autre). Cela signifie que chaque entretien n'est pas détaillé mais que les réponses ont été synthétisées en fonction des sujets d'analyse. Dans cette même idée, pour avoir une vision suffisamment ciblée de chaque aspect étudié, l'analyse est faite directement après chaque présentation des résultats. La synthèse reprend ensuite les observations essentielles qui en ressortent.

Un chapitre supplémentaire est consacré aux points de vue de différents professionnels dont le métier et l'expérience de cette année se rapproche d'une manière ou d'une autre de l'évolution de la demande touristique. Cela concerne deux personnes des entrevues qualitatives et une personne qui ne fait pas partie de l'échantillon, dont l'entretien supplémentaire a été fait de manière étayer l'analyse en apportant un troisième regard. Il s'agit du point de vue d'un prestataire touristique en région de montagne. Ce dernier n'a pas été réalisé selon la même méthodologie que les entrevues qualitatives. Il s'est agi d'un entretien semi-dirigé non retranscrit, dont les notes ont été prises directement lors de la discussion et figurent toutes au point 4.4.3.

D'un point de vue général, on remarque que le champ lexical de la pénibilité est très présent. Une grande occurrence des mots « difficile », « dur », « chiant », « souçi », « peur ».

En premier lieu, l'analyse lexicale a permis de déterminer les principales thématiques suivantes :

1. Niveau de préoccupation vis-à-vis de la situation pandémique
2. Impact de la pandémie sur le quotidien
3. Vacances effectuées en été 2020
4. Effet des mesures de précautions sur les sorties effectuées
5. Perspectives de séjours touristiques pour l'hiver à venir
6. Désirs de voyage
7. Manière de voyager après la crise
8. Sentiment personnel

Le masque, qui a été cité à de nombreuses reprises au cours des discussions, se retrouve dans plusieurs des thématiques. On peut voir dans l'analyse lexicale qu'il s'agit du mot le plus cité. Tout comme l'analyse qualitative qui a été menée par l'Unil dans les stations de montagne en Valais durant l'été, on constate que c'est une notion qui revient énormément sans que le thème soit mis en avant spécifiquement par l'interviewer. Dans cette même enquête, il a été constaté que les gens parlaient davantage du masque au début de l'été. L'étude qualitative faisant objet du présent travail montre tout de même que ce sujet demeure présent aux mois d'octobre et novembre.

Tous ces concepts n'ont bien entendu pas été abordés de la même manière et il est aussi important d'approfondir les opinions qui ont été détaillées dans l'analyse des entrevues dans le prochain chapitre.

Plusieurs thèmes qui ne sont pas forcément ressortis dans l'analyse lexicale et sémantique sont revenus fréquemment, même s'ils n'étaient pas abordés de la même manière. On retrouve donc dans la majorité des entretiens en plus des thèmes cités précédemment, des problématiques qui seront également intégrées dans cette observation. Il s'agit d'abord de la vision du monde actuel par les interviewés, qui a très souvent été évoquée en début d'entretien. Ensuite, comme spécifié, l'avis du port du masque sera aussi approfondi.

4.2 Présentation et analyse des résultats

Le tableau ci-dessous donne un aperçu du profil des répondants auquel se référer au moyen des numéros des entrevues, les résultats étant traités de manière anonyme.

Tableau 4 : Profil des répondants de l'analyse qualitative

No de l'entrevue	Âge	Genre	Catégorie socio-professionnelle	Domaine d'activité
No 1	27 ans	M	Employé	Agriculture
No 2	59 ans	M	Employé	Restauration
No 3	36 ans	F	Employée	Événementiel
No 4	19 ans	M	Ouvrier qualifié	Médiamatique
No 5	29 ans	F	Actuellement sans emploi	Travail social
No 6	36 ans	F	Femme au foyer	Bijouterie
No 7	54 ans	M	Cadre dirigeant	Horlogerie
No 8	67 ans	F	Retraitée	Notariat

Source : Données de l'auteure

4.2.1 Niveau de préoccupation vis-à-vis de la situation pandémique

Pour commencer, le tableau ci-après montre l'impact de la crise en général sur les personnes interrogées.

Tableau 5 : Etat général vis à vis de la crise

No	Éléments ressortis des entretiens
No 1	Ne semble pas inquiet, n'as pas de craintes spécifiques liées au virus
No 2	Assez mitigé. L'inquiétude est principalement axée sur sa situation professionnelle, étant proche de la retraite. De plus, c'est le niveau humain qui l'inquiète, les contacts qui lui manquent.
No 3	Ne se sent pas très inquiète par rapport au virus mais se sent principalement préoccupée par sa situation professionnelle
No 4	Se sent impacté au quotidien en raison de la distance sociale, ose moins de spontanéité et évoque le terme de « crise sociale » qui découle de la crise sanitaire
No 5	Se sent impactée principalement en raison de la distance sociale
No 6	Inquiète pour l'avenir en raison de la situation économique actuelle et de la possibilité de récurrence de pandémie ou d'autres conséquences d'une telle croissance
No 7	Se pose surtout beaucoup de questions concernant la situation actuelle et la situation professionnelle. Mais se sent bien physiquement et mentalement. Voit également les choses de manière positive dans la mesure où, avec du recul, cela nous permet de nous interroger sur notre mode de vie d'avant, et y voir l'aspect positif sur le fait qu'on a l'occasion de se questionner sur si tout ce qu'on faisait était juste.
No 8	Ne se sent pas inquiète personnellement, mais cela lui manque de ne pas pouvoir voir toutes les personnes qu'elle aimerait

Source : Données de l'auteure

Les personnes interrogées ne paraissent pas spécialement inquiètes par le virus. Personne n'a peur pour soi, mais l'inquiétude règne plutôt sur l'avenir du monde professionnel. Le deuxième élément qui est pointé par chacun est cette distance sociale qui se fait fortement ressentir.

Pour plusieurs des personnes interrogées, indépendamment de l'impact de la crise sur leur quotidien, la réponse à la question « Comment vous sentez-vous durant cette période particulière ? », évoque davantage la problématique de la collectivité plutôt que l'expérience personnelle. On le verra également dans le chapitre « Vision du monde et du futur ». Ce sujet est revenu aussi fréquemment au début de l'entretien comme tout comme à la fin, en réponse à la question « est-ce que vous aimeriez rajouter quelque chose avant de terminer l'entrevue ? ». La question globale du début d'entretien « Comment vous sentez-vous en ce moment ? » apporte sur la quasi-totalité des entretiens, des réponses de type « moi je ne suis pas à plaindre, comparé à ... ». L'intérêt collectif est mis davantage en avant que le bien-être individuel. C'est aussi un aspect qui revient lors de la question de retour au présent « Comment faites-vous pour garder le cap dans cette situation pleine d'incertitudes ? ».

Une citation de l'interviewé no 4 résume relativement bien le sentiment global qui fait l'unanimité des personnes interrogées : « Cela touche notre quotidien social, je me limite à voir souvent les mêmes personnes et donc d'en voir moins, et la spontanéité de rencontrer d'autres personnes est vraiment diminuée, il s'agit d'une prise de conscience ... »

Si l'on compare les réponses obtenues durant les entretiens avec les résultats des sondages de l'ITO, on constate qu'au mois de mai, les répondants Suisses étaient d'accord à plus de 70% avec l'affirmative « la situation actuelle liée au coronavirus m'inquiète. » (ITO, 2020). Au moyen des entretiens qualitatifs réalisés pour le présent travail, on peut expliquer cette opinion générale avec plusieurs raisons : il s'agit avant tout d'une inquiétude liée à l'avenir du monde professionnel, à la situation professionnelle (concernant ceux directement touchés par la crise), et au fait de devoir se restreindre socialement.

Avant d'aborder l'influence de la crise sur les habitudes de voyage il faut d'abord chercher à comprendre quelle est l'incidence de la crise sur soi et son quotidien. Et c'est un thème délicat, car pour certains, le virus les a touchés eux ou leurs proches, gravement ou non. Cela compte évidemment dans le fait d'être parti ou non lorsqu'un voyage était prévu. De plus, cette crise est difficile pour le moral, comme une enquête d'opinion menée par la Société suisse de radiodiffusion et télévision (SSR) publiée le 6 novembre, le souligne. Les résultats ont montré que l'humeur générale a clairement empiré depuis la première vague de Covid-19 (Swissinfo, novembre 2020).

4.2.2 Impact de la pandémie sur le quotidien

Les interviewés ont été touchés à des niveaux différents comme le montrent les résultats suivants.

Tableau 6 : Impact de la pandémie sur le quotidien et la situation professionnelle

No	Éléments ressortis lors des entretiens
No 1	Absolument aucun changement dans la vie de tous les jours, car en tant qu'agriculteur et producteur de lait, il n'y a eu aucune influence de la Covid-19
No 2	Travaillant dans un restaurant, est donc tributaire des décisions du CF
No 3	Très grand impact. Étant responsable événementiel, a dû diminuer son activité de 80% à cause de la crise en raison de l'annulation de la plupart des événements
No 4	Outre le masque et la désinfection des mains, il n'y a pas de changement
No 5	Pas d'impact car actuellement sans emploi
No 6	Pas d'impact car actuellement femme au foyer
No 7	Pas d'impact sur la situation mais beaucoup de questionnements. En revanche, moins de convivialité au travail (ne plus se serrer la main, plus d'apéros de fin de semaine, etc.). Il y a également de grands changements liés aux mesures de précaution (organisation des repas en équipes, prise de température, port du masque, etc.)
No 8	Pas d'impact sur sa situation professionnelle car, à la retraite. Néanmoins au quotidien, les recommandations de l'OFSP se font ressentir car elle voit facilement du monde et apprécie faire beaucoup d'activités

Source : Données de l'auteur

L'hétérogénéité des réponses est liée à la diversité de l'échantillon. On peut dire en voyant ces réponses que la situation professionnelle joue un rôle décisif sur l'impact de la pandémie sur le quotidien. La plupart des personnes interrogées n'ont pas connu d'effet direct de la crise sur leur situation professionnelle. En revanche, pour les personnes qui ont été directement touchées, la crise a bouleversé leur quotidien même s'ils n'ont pas perdu leur emploi, ils n'ont pour l'heure plus de travail. Les résultats suivants illustrent les changements impliqués sur les budgets des interviewés.

Tableau 7 : Impact sur les revenus et le budget sorties/voyages

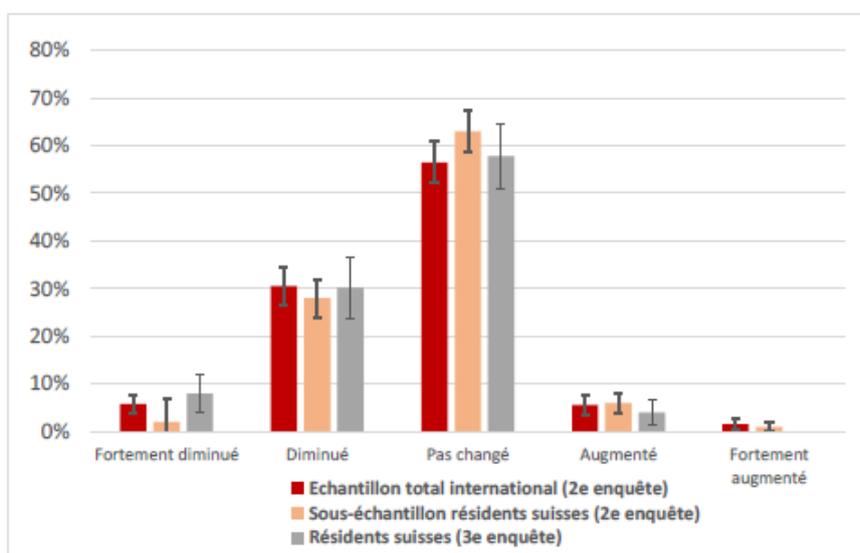
No	Éléments ressortis lors des entretiens
No 1	La Crise n'a pas eu d'impact sur ses revenus mais en raison de la diminution des voyages effectués, a fait moins de dépenses pour les sorties et voyages
No 2	Revenus diminués en raison de la crise (RHT) et impact sur le budget des sorties
No 3	Revenus diminués en raison de la crise (RHT) et impact sur le budget des sorties et des voyages
No 4	La question n'a pas été abordée
No 5	Pas d'impact sur les revenus ni sur le budget voyages mais moins de dépenses ont été faites pour les sorties
No 6	La Crise n'a pas eu d'impact sur ses revenus mais en raison de la diminution des voyages effectués, a fait moins de dépenses pour les sorties et voyages
No 7	La question n'a pas été abordée
No 8	La question n'a pas été abordée

Source : Données de l'auteur

Le sujet n'a pas été abordé à chaque entrevue. Cependant, on remarque que pour ceux qui ont eu un impact sur leur quotidien et leur vie professionnelle, les revenus ont diminué, ce qui n'est pas le cas des autres qui ont également abordé le sujet des budgets.

Le graphique ci-dessous représente les résultats des enquêtes menées ce printemps par l'ITO. On peut voir que pour les résidents suisses (en gris), les revenus ont diminué pour près des 60% des sondés, et diminué pour 30%.

Figure 24 : Impact de la crise sur les revenus des répondants suisses à l'enquête de l'ITO



Source : ITO (2020)

Comme la question n'a pas été traitée lors de 3 entretiens, il est difficile de comparer les réponses qualitatives aux résultats de l'enquête de l'ITO. Néanmoins, on peut constater que les revenus ont augmenté chez très peu d'entre eux, quelle que soit l'enquête.

Le sujet a été abordé sous plusieurs angles. Pour ceux dont les revenus n'ont pas augmenté, le budget voyage a tout de même diminué en raison de la difficulté à effectuer des sorties ou des voyages cette année. Le prochain chapitre montre que la plupart des personnes dont les voyages ont été annulés, n'ont pas prévu de report. On peut supposer que dans la mesure où l'argent n'est pas dépensé pour les vacances et qu'il n'est pas épargné pour l'éventuel report du voyage ou autre chose, cela augmente la consommation de manière générale. En effet, comme les revenus n'ont majoritairement pas diminué, que le semi-confinement ne permettait pas de réaliser des sorties et que l'épargne n'a pas augmenté, on peut penser que la consommation a été favorisée.

L'enquête de l'ITO montre que les annonces du CF du 27 mai ont diminué la volonté d'épargner et accéléré la consommation. Peut-être que ce phénomène est toujours d'actualité en novembre en raison du semi-confinement à nouveau mis en place dans plusieurs cantons.

4.2.3 Vacances effectuées cette année

Avant d'aborder la question des vacances effectuées, il est nécessaire de savoir quelles étaient les perspectives de départ des personnes interrogées et si certains de leurs projets ont dû être annulés.

Tableau 8 : Eventuelles annulations de voyages et leurs causes

	Voyage annulé	Alternative ou report du voyage
No 1	Annulation de vacances en Finlande au printemps, pour faire du ski-de-fond. Vol annulé car le voyage était prévu juste après le premier confinement	Pas de report programmé ni d'alternative effectuée pour palier à cette annulation. De plus, un week-end aurait été compliqué pour des raisons professionnelles
No 2	Pas d'annulation de vacances	-
No 3	Annulation de ses vacances à Budapest juste avant le confinement. N'avait pas prévu d'autres choses donc n'a pas vraiment été impactée à ce niveau-là. C'est elle qui a pris la décision d'annuler par précaution	Pas de report programmé ni d'alternative effectuée pour palier à cette annulation
No 4	Voyage Inter rail annulé en octobre (Berlin, Amsterdam, Copenhague). C'est lui qui a pris la décision d'annuler par précaution	Pas de report programmé ni d'alternative effectuée pour palier à cette annulation
No 5	Pas de voyage annulé car organisation spontanée	-
No 6	Aurait aimé aller à la mer au mois de septembre, voyage annulé en raison de la dégradation de la situation	Alternative : vacances plus proches, à 3 heures de la maison
No 7	Abandon de l'idée de pouvoir partir en Espagne mais les conditions n'étaient jamais réunies pour y aller (zone rouge, quarantaines obligatoires)	Alternative : excursions sur une journée en Suisse
No 8	Annulation du voyage à Berlin au mois de mars en raison du semi-confinement Annulation d'un voyage à Schwytz , lorsqu'il y a eu une grande recrudescence des cas dans cette région	Pas de report programmé

Source : Données de l'auteure

Comme l'illustre le tableau ci-dessus, la plupart des personnes interrogées ont dû abandonner un ou plusieurs voyages prévus au cours de cette année. On constate que pour cinq des sept voyages annulés, ce sont les personnes qui ont choisi de ne pas partir. Mais c'est principalement en raison de la recrudescence des cas et du risque de devoir se mettre en quarantaine au retour que de la peur du virus en soi.

Ce qui émerge des résultats, c'est le faible pourcentage du nombre de voyages qui ont été reportés. Les raisons sont rarement exposées car chacune des personnes interrogées l'expliquait en disant simplement qu'« un report n'était pas envisageable dans ces conditions, car on ne savait pas comment la situation allait évoluer » (Entrevues no 3, 4, 6, 7 et 8). Cela montre que l'incertitude liée à la possibilité ou non d'effectuer le voyage joue un rôle déterminant sur la décision de le planifier. C'est la possibilité ou non de partir sans trop de conséquences qui influe sur le départ et non la crainte du virus qui dissuade de partir.

Un autre élément qui peut être relevé est que les destinations concernées par les annulations se situent en dehors de la Suisse.

Tableau 9 : Destinations choisies pour les vacances effectuées et raisons du choix

	Destination(s) choisie(s)	Choix influencé par la pandémie
No 1	Pas de vacances effectuées	Pas de vacances effectuées
No 2	Italie	Non, choix initial
No 3	Sainte-Croix, Vaud	Oui, pour ne pas trop s'éloigner par mesure de précaution, mais aussi en raison du budget restreint à cause de la crise
No 4	Île de Paros en Grèce, opportunité de partir avec un ami, le voyage était déjà organisé	Non, choix initial
No 5	Interlaken et Jura	Non, choix initial
No 6	Haute Marne, France	Oui, par précaution et pour éviter d'aller dans des régions en zone rouge, donc pour éviter une éventuelle quarantaine
No 7	- Barrage de la Grande Dixence en Valais - Gorges de la Reuse, Neuchâtel - Diablerets, Col du Pillon, Glacier 3000	Oui, sinon il serait parti en Espagne
No 8	- En France, à Bordeaux - Camping en Suisse-Allemande - Suisse-Allemande	Oui, sinon elle serait partie en France ou en Italie en raison de leurs habitudes (faire les marchés en Provence ou encore aller dans la région d'Aoste en Italie)

Source : Données de l'auteure

À la fin du mois de mai lors de l'enquête de l'ITO, 60% des résidents suisses sondés affirmaient qu'il était difficile d'envisager de futures vacances. On peut voir au travers des entrevues de la présente analyse que les touristes n'ont pas eu peur de partir car le 100% d'entre eux avait un ou plusieurs voyages prévus cet été. Pour ceux dont les voyages ont été annulés, la raison principale concerne l'annulation des vols, la mise en quarantaine obligatoire au retour ou encore la fermeture des frontières.

Visiblement, les personnes interrogées n'ont pas eu peur de partir et l'envie était quand même présente cet été. L'échantillon n'est pas suffisamment grand pour affirmer que la plupart des voyages ont été effectués en alternative en raison de la situation pandémique. Cependant, on peut constater que les destinations choisies pour les séjours touristiques étaient majoritairement suisses. Et pour les voyages à l'étranger, il s'agit de destinations relativement proches, telles que le Nord de l'Italie, la Haute Marne ou encore la Grèce pour la plus éloignée. En résumé, le choix de la moitié des destinations a été influencé par la pandémie et les mesures de l'OFSP.

Le tableau suivant indique que les motifs de vacances étaient variés.

Tableau 10 : Type de vacances effectuées

	Type de vacances choisies	Choix influencé par la pandémie
No 1	-	-
No 2	Visite de la famille et d'amis	Non
No 3	Visite de la famille et d'amis	Oui
No 4	Balnéaire, fête	Non
No 5	Camping, marche et activités sur place	Non
No 6	Tourisme, région d'enfance	Oui
No 7	Excursions d'une journée	Oui
No 8	Stage de musique, camping, balades, nature	Non

Source : Données de l'auteure

Ce que l'on constate et qui est aussi détaillé dans les transcriptions des interviews, c'est qu'il y a une seule personne pour qui les vacances de cette année riment avec « fête » et « monde », en Grèce. Pour tous les autres, il s'agit de vacances en petit comité, et dans un cadre plutôt « nature » et « loin du monde ». Pour la moitié, la pandémie a influé le type des vacances effectuées.

Le tableau suivant indique la durée des séjours effectués.

Tableau 11 : Durée des vacances effectuées

	Durée des vacances effectuées	Choix influencé par la pandémie
No 1	Pas de vacances effectuées	-
No 2	7 jours	Oui, en raison des contraintes liées à la distance sociale
No 3	7 jours	Oui, en raison de ses congés qui ont varié à cause de la pandémie
No 4	7 jours, choix initial	Non
No 5	4 jours / 7 jours	Non
No 6	7 jours	Oui, car moins loin que prévu, et moins longtemps également (2 semaines initialement prévues)
No 7	Excursions d'une journée	Oui
No 8	Entre 3 et 7 jours	Non

Source : Données de l'auteure

En ce qui concerne la durée des vacances, elle a été généralement assez courte, en moyenne de sept jours, en comparaison aux habitudes hors Covid (Entrevues no 2, 3, 6). La moitié d'entre eux ont écourté leurs vacances pour des raisons en lien avec la pandémie.

Ensuite, il importait de connaître le type de transport choisi et si la pandémie a eu un impact dans le choix de celui-ci.

Tableau 12 : Type de transport privilégié

	Type de transport choisi	Choix influencé par la pandémie
No 1	Pas de vacances effectuées	-
No 2	La voiture	Non, par habitude
No 3	Le train	Non, par habitude
No 4	L'avion	Non, par praticité
No 5	Voiture	Non, par praticité
No 6	Voiture	Non
No 7	Voiture	Non
No 8	Voiture sauf pour un séjour, en avion	Non

Source : Données de l'auteur

Pour les personnes interrogées, aucun des choix de transport n'a été influencé par la peur du virus ou les mesures de précautions relativement contraignantes comme le port du masque. En revanche, les deux personnes qui ont pris l'avion ont eu des expériences différentes qui ont soulevé le caractère très particulier de la situation. Visiblement, les mesures de précaution se sont vraiment fait ressentir à terre (notamment le port du masque, de la température, test Covid en arrivant en Grèce, tri des personnes selon les voyages récemment effectués) et puis une seconde fois dans l'avion, c'est comme si l'on n'était pas en pandémie car la mesure de distanciation sociale n'était pas appliquée. C'est le seul moyen de transport qui a suscité l'intérêt d'aborder le sujet des mesures de précautions liées à la lutte contre la pandémie.

Pour continuer, l'objet d'analyse suivant porte sur le type d'hébergement choisi, afin de déterminer s'il y en a qui ont été plébiscités ou au contraire, évités en raison de la crise.

Tableau 13 : Type d'hébergement choisi

	Hébergement choisi	Choix influencé par la pandémie
No 1	Pas de vacances effectuées	-
No 2	Maison de vacances	Non
No 3	Maison de ses parents	Oui en raison du budget restreint
No 4	Auberge de jeunesse / maison de location	Non
No 5	Camping	Non
No 6	Gîte de France	La question n'a pas été abordée
No 7	Pas d'hébergement choisi	Oui. Aller dans un hôtel n'était pas envisagé par mesure de précautions
No 8	La question n'a pas été abordée	-

Source : Données de l'auteur

Les hébergements choisis sont aussi variés. Pour ceux qui ont effectué des séjours avec nuitées, il n'y a pas de lien spécifique entre la pandémie et le choix de l'hébergement. Pour seulement une personne, il est inenvisageable de dormir à l'hôtel. Les autres n'ont pas abordé ce sujet, probablement parce que le logement choisi à la base n'était pas un hôtel et que les mesures n'impactaient en rien leur choix.

Tout comme l'enquête menée par l'Unil, il importe de connaître l'avis des interviewés sur la qualité de leurs vacances réalisées.

Tableau 14 : Qualité des expériences vécues

No	Éléments ressortis lors des entretiens
No 1	Pas de vacances effectuées
No 2	A ressenti beaucoup de peur en Italie, le séjour n'avait pas l'aspect chaleureux habituel
No 3	Positive, aucune allusion à la Covid ou aux mesures
No 4	A passé une semaine dans un contexte plus détendu qu'en Suisse au niveau du Covid-19
No 5	Positive, aucune allusion à la Covid ou aux mesures
No 6	Positive, aucune allusion à la Covid ou aux mesures
No 7	Positive. Choix stratégiques des endroits pour ne pas devoir se soucier des mesures et ne pas croiser trop de monde
No 8	Positives, malgré les mesures qui étaient difficiles de respecter jusqu'au bout

Source : Données de l'auteure

Les expériences sont pour la plupart très positives. Comme l'enquête qualitative menée par l'Unil dans les destinations de montagne en Valais durant l'été, il n'y a quasiment que des expériences positives. Il est relevé que ça n'est en revanche pas complètement le cas de la personne qui est allée en Italie et qui a d'ailleurs écourté son voyage en raison de la tension qui régnait dans la destination, relative à la crainte du virus. Un chapitre concernant son témoignage est détaillé plus loin dans l'analyse.

4.2.4 Effet des mesures de précautions sur les sorties effectuées

Afin de mieux cerner l'avis des personnes interrogées vis-à-vis des influences potentielles de la crise sur leurs la demande touristique événementielle, la thématique des sorties a également été abordée.

On peut constater sur les tableaux suivants que la quantité des sorties a été nettement diminuée, en raison du peu d'évènements ayant eu lieu mais aussi par précaution, ou parce-que les revenus ont diminué.

Tableau 15 : Types des sorties privilégiés

No	Éléments ressortis lors des entretiens
No 1	Voir des amis, en comité restreint, souvent les mêmes, à l'extérieur ou au restaurant
No 2	Voir des amis, en comité restreint, souvent les mêmes, à la maison
No 3	Voir des amis, en comité restreint, souvent les mêmes, à la maison
No 4	Voir des amis, en comité restreint, souvent les mêmes, au bar
No 5	Voir des amis, en comité restreint, souvent les mêmes, à la maison
No 6	La question n'a pas été abordée
No 7	Excursions en pleine nature, loin des endroits prisés
No 8	Voir des amis, en comité restreint, toujours les mêmes, à la maison ou en ballades à pied ou en vélo, quelques petits concerts

Source : Données de l'auteur

Pour la plupart des personnes sondées, la question des sorties effectuées cette année évoquait peu de choses mis à part des petites rencontres avec les amis proches, à la maison, au restaurant ou au bar, ou en ballade à l'extérieur. Ce qui est assez surprenant est de voir que les gens ont tout de même drastiquement réduit leur cercle social pour ne voir sauf exception que les mêmes personnes.

Tableau 16 : Influence de la crise sur l'évolution des sorties

No	Éléments ressortis lors des entretiens
No 1	Davantage de sorties effectuées entre amis comme aller au restaurant Diminution des sorties en moto en raison de la particularité du sport qui est à risque, selon les conseils de l'OFSP en matière de surchargement des hôpitaux Moins de concerts effectués en raison du peu d'évènements qui ont pu avoir lieu.
No 2	Moins de concerts effectués en raison du peu d'évènements qui ont pu avoir lieu Beaucoup plus resté autour de chez lui par peur d'attraper et de répandre le virus
No 3	Budget plus restreint donc moins de sorties effectuées
No 4	Beaucoup moins de sorties en boîte en raison de leur fermeture
No 5	Très peu de sorties effectuées cet été, par mesure de précaution
No 6	Réticente à devoir fournir ses données personnelles partout et porter le masque
No 7	Large diminution des sorties en raison des mesures de précaution à respecter
No 8	Large diminution des sorties en raison des mesures de précaution à respecter, annulation de pas mal de rencontres. « On fait moins de choses que ce qu'on souhaiterait »

Source : Données de l'auteur

On remarque également que l'homogénéité des types de sorties découle directement de l'influence de la crise. Il y a eu beaucoup moins de sorties effectuées que d'habitude en raison notamment de la baisse d'évènements, mais aussi par mesure de précaution. La plupart d'entre eux craignent davantage de transmettre le virus que de l'attraper. Mais les raisons restent diverses.

Pour ceux dont les revenus ont été fortement impactés par la crise, la question du budget rentre évidemment en compte. En résumé, les motifs sont très divers mais on constate une très grande influence de la pandémie sur les sorties effectuées cette année.

Le tableau qui suit est réalisé dans le but d'analyser la potentielle influence de l'obligation de porter le masque quotidiennement sur la quantité de sorties effectuées nécessitant le masque.

Tableau 17 : Avis concernant le port du masque dans les sorties

	Port du masque au quotidien	Avis concernant le masque
No 1	Ne le porte pas au quotidien	Tant que les établissements sont ouverts, ne voit pas d'inconvénient à porter le masque.
No 2	Le porte principalement au magasin	Ne voit pas d'inconvénients à porter le masque
No 3	Porte le masque quotidiennement	Ne se voit pas porter le masque pour des loisirs typiquement lors de concerts
No 4	Porte le masque quotidiennement	Respecte mais porte un avis mitigé sur la question
No 5	Ne le porte pas au quotidien	Préfère choisir des sorties qui ne nécessitent pas le port du masque
No 6	Ne le porte pas au quotidien	La question n'a pas été abordée
No 7	Porte le masque quotidiennement	Préfère choisir des sorties qui ne nécessitent pas le port du masque
No 8	Ne le porte pas au quotidien	Ne voit pas d'inconvénients à porter le masque

Source : Données de l'auteure

Le fait de ne pas vouloir porter le masque pendant les activités liées aux loisirs ressort dans le tableau ci-dessus qui traite du port du masque au quotidien ainsi que l'avis des personnes interrogées concernant cette mesure.

Le but était de déterminer si le fait de porter le masque au quotidien avait un impact sur l'envie de faire des sorties impliquant le masque ou non. Les résultats ne sont pas équivoques. Il est difficile d'établir un lien entre ces deux faits car cela dépend de la personne. Néanmoins, il n'y a qu'une personne pour qui c'est rédhibitoire. Mais encore une fois, la question est trop générale, car cela dépend aussi du type de sortie.

4.2.5 Perspectives de séjours touristiques pour l'hiver 2020/2021

Afin d'introduire le sujet, il importe de connaître l'avis général de chacun face à l'idée d'imaginer un voyage. Les enquêtes de l'ITO montraient ce printemps que pour la plupart des sondés, il était trop tôt pour imaginer des vacances. Ce chapitre sert à évaluer la tendance actuelle de l'échantillon choisi.

Tableau 18 : Perspective générale à l'idée de voyager prochainement

No	Éléments ressortis lors des entretiens
No 1	Ne prévoit pas de vacances pour les prochains mois, organisation assez spontanée
No 2	Se voit facilement repartir quelques jours en Italie et si ce n'est pas possible, en Valais ou dans les alpes vaudoises
No 3	Ne se voit pas partir pour les vacances d'hiver, n'a pas de projets ni en Suisse ni ailleurs, en raison de son budget.
No 4	En prenant les précautions nécessaires, ne se sent pas réticent à partir, au contraire. A l'habitude partir une semaine en Autriche pour skier. Si ce n'est pas possible, il partira plutôt en station en Suisse
No 5	Ne prévoit pas de vacances pour les prochains mois, organisation assez spontanée
No 6	Ne prévoit pas de repartir mais plutôt d'accueillir des amis à la maison
No 7	Aucune idée, cela dépendra de la situation en Suisse et en Espagne
No 8	Aimerait pouvoir aller skier en France au mois de mars, le voyage est déjà réservé A déjà pris son abonnement pour aller skier aux Jouvencelles

Source : Données de l'auteur

D'un point de vue général, on constate que personne n'est réticent à l'idée de partir mis à part une interviewée à cause d'une question de budget. Dans la plupart des réponses, cela dépend de l'évolution de la situation. Il est donc très difficile d'établir des prévisions.

Tableau 19 : Type de voyage envisagé

No	Éléments ressortis lors des entretiens
No 1	Rien de prévu
No 2	Visite de la famille et des amis
No 3	Rien de prévu
No 4	Ski
No 5	Ne prévoit pas de vacances pour les prochains mois
No 6	Ne prévoit pas de vacances pour les prochains mois
No 7	Entretien de la maison de vacances
No 8	Visite de la famille, ou séjour en station pour aller skier

Source : Données de l'auteur

Les motifs de voyages sont variés, plusieurs personnes se voient aller skier tandis que d'autres ne prévoient pas de partir de la maison mis à part pour aller voir de la famille ou des amis en fonction de l'évolution de la situation.

Pour les personnes qui envisagent des séjours, on constate qu'il s'agit vraiment de petits séjours allant de 2 à 5 jours. Il s'agit de situations hypothétiques mais si la possibilité se présente, plusieurs personnes imaginent partir au-delà des frontières.

Tableau 20 : Durée du voyage envisagé

No	Éléments ressortis lors des entretiens
No 1	Ne prévoit pas de vacances pour les prochains mois
No 2	Entre 3 et 4 jours, encore non planifiés
No 3	Rien de prévu
No 4	Week-ends en janvier
No 5	Ne prévoit pas de vacances pour les prochains mois
No 6	Ne prévoit pas de vacances pour les prochains mois
No 7	La question n'a pas été abordée
No 8	Entre 4 et 5 jours

Tableau 21 : Destination du voyage envisagé

No	Éléments ressortis lors des entretiens
No 1	Ne prévoit pas de vacances pour les prochains mois
No 2	Maison de vacances en Italie
No 3	Rien de prévu
No 4	En Autriche ou en Valais
No 5	Ne prévoit pas de vacances pour les prochains mois
No 6	Ne prévoit pas de vacances pour les prochains mois
No 7	Espagne
No 8	Berlin et en France

Source : Données de l'auteur

Un des éléments qui ressort et se reflète dans chaque objet d'analyse sans exception est le changement dans le processus de planification des voyages. En effet, on ne constate qu'aucun des participants ne planifie réellement de voyager (fixer une date, réserver, etc.).

Tableau 22 : Manière de planifier le voyage envisagé

No	Éléments ressortis lors des entretiens
No 1	Rien de prévu
No 2	Spontanée en fonction de l'évolution de la situation
No 3	Ne prévoit pas de vacances pour les prochains mois
No 4	Spontanée en fonction des possibilités (possibilité de skier, de sortir le soir)
No 5	Ne prévoit pas de vacances pour les prochains mois
No 6	Ne prévoit pas de vacances pour les prochains mois
No 7	Très spontanée. Souligne qu'il s'agit d'un gros changement au niveau des habitudes, car il n'est plus possible de prévoir en étant certain que cela puisse se réaliser
No 8	Spontanée. Si des choses sont prévues, il y a toujours un gros point d'interrogation dessus

Source : Données de l'auteur

Les sujets ci-dessus relatent des séjours que les gens envisagent de faire cet hiver, mais il s'agit uniquement d'intention. Il n'y a pas de réservation effectuée à l'exception d'un séjour à ski planifié par le biais de la plateforme Qoqa. Il a été difficile pour les personnes interrogées de répondre et il y avait souvent de grandes hésitations lorsque la question « avez-vous prévu d'effectuer un séjour en Suisse ou à l'étranger ces prochains mois ? » leur était posée. En réalité, la majorité des personnes imaginent ce qu'ils aimeraient faire, mais chacun a répondu avec un haussement d'épaules et sans grande surprise, que tout dépendra de l'état de la situation au moment venu. On est passé à une

absence totale de planification, une spontanéité absolue. Lorsque la question de la date à laquelle ils imaginaient partir étaient posée, la réponse la plus précise était simplement le mois durant lequel ils aimeraient faire quelque chose. Cela explique une nouvelle fois à quel point l'organisation des voyages est plus spontanée qu'auparavant. Le tableau suivant nous montre pourquoi cette planification est devenue si spontanée.

Tableau 23 : Critères d'influence principaux

No	Éléments ressortis lors des entretiens
No 1	Rien de prévu
No 2	Ne pas pouvoir se réunir à plus de 4 ou 5 le dissuaderait de partir car les vacances effectuées sont faites dans le but de se rencontrer
No 3	Ne veut pas aller à l'étranger s'il y a des mesures quarantaines, budget restreint
No 4	Possibilité d'aller faire la fête le soir et le port du masque
No 5	Ne prévoit pas de vacances pour les prochains mois, toutefois, ne perçoit pas d'influence sur un éventuel voyage
No 6	Mises en quarantaines obligatoires si la région visitée est en zone à risque
No 7	Mises en quarantaines obligatoires si la région visitée est en zone à risque
No 8	Nombre de cas ici et dans la destination, et mises en quarantaines obligatoires si la région visitée est en zone à risque

Source : Données de l'auteur

L'obligation de se mettre en quarantaine si le pays ou la région est une zone à risque constitue le critère d'influence principal pouvant influencer la décision de partir ou non. Pour les autres, cela reste assez variables. Comme la question du budget, les restrictions de rassemblement, la possibilité de sortir le soir ou encore l'obligation de porter le masque. Le tableau suivant montre toutefois que ce dernier critère n'a pas une influence significative sur la décision de skier cet hiver.

Tableau 24 : Perspectives de ski malgré le port du masque obligatoire

No	Éléments ressortis lors des entretiens
No 1	Défavorable à aller skier loin, en station, en raison du masque et privilégiera donc les téléskis dans sa région (Vallée de Joux)
No 2	Ne fait plus de ski
No 3	Ne fait pas de ski
No 4	Défavorable à aller jusqu'en Autriche pour skier en raison du port du masque, irait davantage en station en Valais pour des séjours d'une durée de 2-3 jours
No 5	La question n'a pas été abordée
No 6	Est légèrement découragée à l'idée d'aller skier avec le masque, mais ça n'a toutefois pas l'air rédhibitoire (ira davantage skier en France)
No 7	Ne voit pas d'inconvénients, ira skier avec sa famille (Dôle, Portes du Soleil)
No 8	Ne voit pas d'inconvénients, elle ira quand même skier

Source : Données de l'auteur

Pour les personnes qui font du ski, on remarque que la plupart ne sont pas réticentes à y aller en dépit de devoir porter le masque. On constate en revanche que pour deux d'entre eux, ce sera une

raison pour aller moins loin que prévu. L'échantillon n'est toutefois pas assez représentatif pour en déduire des conclusions significatives.

Le plus grand changement au niveau des habitudes de voyage qui ressort de ce travail est la planification des voyages qui est complètement chamboulée. La manière d'organiser des voyages est devenue totalement spontanée, ce qui compromet l'étude des perspectives des touristes pour la saison d'hiver 2021 et tout simplement des mois à venir.

4.2.6 Désirs de voyage

Sachant que les restrictions de mouvement étaient nombreuses cette année, on pourrait croire que les voyageurs ont très envie de partir. Les résultats nous montrent que ce n'est pas le cas de toutes les personnes interrogées car le sujet n'est pas revenu souvent. Pour celles qui se sont exprimées, les avis sont tranchés.

Tableau 25 : Niveau d'envie de voyage

No	Éléments ressortis lors des entretiens
No 1	Pas d'envie clairement exprimée. Effectue généralement peu de séjours touristiques
No 2	A très envie de repartir, pour se reposer notamment mais pour se retrouver avec ses proches et profiter de bons repas
No 3	Le voyage ne lui manque pas spécialement, car très touchée professionnellement
No 4	Espoir de pouvoir rapidement voyager à nouveau
No 5	La question n'a pas été abordée
No 6	La question n'a pas été abordée
No 7	La question n'a pas été abordée
No 8	Depuis la deuxième vague, l'envie de refaire des projets est très diminuée

Source : Données de l'auteure

À la fin du mois de mai, 50% des résidents suisses ont déclaré avoir envie de partir en vacances. La présente analyse confirme ces résultats qui semblent, sur ce petit échantillon, ne pas avoir évolué. Il y a des personnes qui souhaitent à nouveau voyager mais on constate que pour la deuxième moitié des interviewés, cela ne constitue pas un manque.

On peut dire que cela dépend également de l'impact de la crise sur la situation professionnelle. Pour une personne qui est très impactée, sa réponse est évidente (Entrevue no 3) :

« Probablement que si tu demandes aux artistes, aux humoristes, s'ils sont tristes de ne pas pouvoir partir en vacances, étant donné que ça fait des mois qu'ils ne peuvent pas faire de spectacles, je ne pense pas que ce soit leur premier souci... Je pense que ce qu'ils aimeraient c'est juste pouvoir travailler, avant de pouvoir partir en vacances. Et pour moi, c'est un peu pareil. »

Cette réflexion amène à se poser la question suivante, si le voyage manque peu, alors qu'est-ce qui manque plus ? Les résultats sont assez équivoques. On en revient au terme de « crise sociale » qui a été évoqué lors d'une entrevue (No 4).

Tableau 26 : Eléments qui manquent principalement en ce moment

No	Eléments ressortis lors des entretiens
No 1	La question n'a pas été abordée, cependant en réponse à la question « quel est votre moyen de garder le cap » c'est de continuer à voir ses amis.
No 2	Les contacts avec les gens, les accolades, l'ambiance chaleureuse des rencontres entre amis ou avec la famille
No 3	Les festivals, les marchés, le fait de voir du monde. Le fait de passer d'une vie professionnelle et sociale très riche à ensuite plus rien du tout est extrêmement frustrant
No 4	Les liens sociaux, la spontanéité, la fête
No 5	Les concerts, les festivals, les sorties nocturnes
No 6	Voir la famille, en raison de la distance liée aux frontières
No 7	Se rassembler en famille, mais également les échanges à l'extérieur, d'un point de vue social, il y a beaucoup moins de convivialité
No 8	Se rassembler avec la famille et les amis

Source : Données de l'auteure

Cela ressort dans chaque entrevue sans exception. Le fait de pouvoir se rassembler, de voir ses proches sans restriction, faire la fête et échanger à nouveau de manière chaleureuse sans se soucier de la distance sociale, représentent les éléments les plus importants dans ce qui manque le plus en ce moment et qui influe aussi sur les envies de voyages. Ces résultats se reflètent aussi dans l'objet suivant, qui répond à la question « quel voyage effectueriez-vous en premier si la situation venait à s'améliorer prochainement ? ».

4.2.7 Manière de voyager après la crise

Tableau 27 : Premier voyage en perspective si la situation s'améliore

No	Eléments ressortis lors des entretiens
No 1	Ne s'imagine pas voyager prochainement
No 2	Aimerait pouvoir repartir au soleil, loin, en Martinique ou en Thaïlande, pour se reposer
No 3	Aimerait partir à Budapest pour visite d'amis
No 4	La question n'a pas été abordée
No 5	Aimerait partir en Espagne pour visite d'amis
No 6	Voyage en Bretagne pour visite de la famille (au plus tôt au printemps)
No 7	L'Espagne, pour entretenir la maison
No 8	Aller à Berlin, voir la famille

Source : Données de l'auteure

L'envie d'aller voir ses proches semble influencer le choix des premiers voyages effectués dès que la situation s'améliorera. Pour la plupart, il s'agira de rendre visite à de la famille ou des amis, et cela indépendamment du lieu.

Ensuite, la question que tous les professionnels du tourisme se sont posée est de savoir si tous les Suisses qui ont voyagé dans le pays cette année sont susceptibles de continuer de cette manière après la crise.

Tableau 28 : Effet possible de la crise sur la manière de voyager

No	Éléments ressortis lors des entretiens
No 1	Difficile de s'imaginer après la pandémie. Ne sait pas si cela pourra avoir un impact, néanmoins, assez favorable à effectuer davantage de séjours en Suisse plutôt qu'à l'étranger
No 2	N' imagine pas que la crise va avoir un impact sur sa manière de voyager. Ce n'est pas la destination qui importe vraiment mais plutôt les gens avec qui il passe ses vacances
No 3	La question n'a pas été abordée
No 4	La question n'a pas été abordée
No 5	Non, ayant déjà une manière de voyager plutôt axée Slow Tourism, n' imagine pas d'éventuel impact de la pandémie sur sa manière de voyager dans le futur
No 6	La question n'a pas été abordée
No 7	Il n'y a pas de réponse claire, néanmoins la réflexion est déjà là et la manière de voyager en découle également. « Avant, les gens n'étaient pas plus malheureux de voyager moins loin, on n'a pas besoin d'aller jusqu'à l'autre bout du monde pour dire qu'on a voyagé, c'est en train de devenir un peu has been tout ça. »
No 8	Difficile de dire. L'envie de grande distance n'est plus là depuis quelques années. En revanche, les « petits sauts de puces ici et là » de courts séjours et relativement proches, sont déjà dans les habitudes et resteront au-delà de la crise

Source : Données de l'auteure

Pour plusieurs des personnes interrogées, il y a la notion d' « opportunité de se reposer les bonnes questions » (Entrevues no 7 et 8). Il y a une réflexion sur la nécessité de faire de grandes distances pour partir en vacances. Il y a donc une réflexion à ce niveau-là. Une grande partie des interviewés ont profité de se balader davantage en Suisse.

Ensuite, effectuer des prévisions à court ou long terme est encore inenvisageable en cette période de crise. Comme le montre les entrevues, les habitudes ne vont pas forcément changer juste après la crise. Cela rejoint l'avis des directeurs des Offices de Tourisme qui ont été interrogés dans le cadre de l'Unil et qui pensent que les gens ne vont pas inéluctablement voyager davantage en Suisse après la crise mais reprendre leurs anciennes habitudes.

Cette observation correspond relativement bien aux informations recueillies lors des entretiens qualitatifs. Pour ceux qui font déjà du Slow Tourism ou qui ont réduit les voyages lointains, ils vont continuer de le faire. Pour les autres, ils ne voient pour le moment pas d'incidence sur leur manière de voyager dans le futur. Toutefois, c'est une vision à court terme. Si cette situation dure, il serait intéressant de reconsidérer ces observations.

La question concernant le dernier tableau ne faisait pas partie du fil rouge d'entretien et n'a jamais été posée, néanmoins c'est un sujet qui est survenu lors de chaque entrevue, constituant ainsi une thématique légitime à analyser. Les personnes interrogées ont abordé le sujet en utilisant des termes tels que « on ne se posait pas cette question dans la vie d'avant ... », tout particulièrement en ce qui concerne la dimension sociale, qui revient sans exception dans chacun des entretiens.

Tableau 29 : La vision du monde et du futur

No	Éléments ressortis lors des entretiens
No 1	Pense que la situation peut amener une certaine décroissance notamment concernant la spéculation sur les matières premières
No 2	Trouve que l'on s'en sort assez bien en Suisse. Mais la distance sociale se fait énormément ressentir, particulièrement entre les générations
No 3	Consciente que ce ne sera plus jamais comme avant, se demande comment on va gérer les choses ensuite, comment cela va se passer après cette aussi grande cassure sociale
No 4	Craint que la Covid-19 laisse une trace sur la dimension sociale, qui mettra du temps à se rétablir en raison du sentiment de méfiance actuel
No 5	Soucieuse que l'on retrouve vite la convivialité des rencontres et la vie nocturne
No 6	Soucieuse et bien renseignée concernant l'importance de l'écologie, se soucie beaucoup du futur
No 7	Inquiet pour l'avenir, pour la situation future, comment va évoluer l'économie et la dimension sociale, pour ses enfants
No 8	Soucieuse du monde futur, pour ses petits enfants

Source : Données de l'auteure

Pour chacune des personnes interrogées, le plus important en ce moment est de continuer à voir ses proches. Et dans ce qui leur manque le plus, souvent c'est le fait de voir « du monde », les rassemblements autour de la musique, la fête. Dans d'autres cas, cette notion de « comme avant » fait plutôt allusion à la croissance, à l'écologie, à un monde professionnel fertile. Nous pouvons voir que ces questionnements sont bien présents.

Enfin, en chaque fin d'entretien, il a été demandé aux interviewés ce qui les aidait à rester positifs en cette période difficile. Cette partie n'est pas directement liée à la problématique, elle avait comme but de sortir du sujet sur une note d'espoir. C'était très intéressant et riche d'avoir toutes ces différentes manières très positives de penser malgré la lourdeur de la situation actuelle et les inquiétudes liées au futur. Au-delà de cette note positive, on constate dans chacune des réponses inclut le fait de garder le contact avec ses proches, signifiant que c'est du moins en ce moment, essentiel au bien-être mental.

4.3 Témoignages de vacances effectuées à l'étranger cet été

La plupart des personnes interrogées sont restées en Suisse cet été. Il en est ressorti que de bonnes expériences. Globalement, il s'agissait souvent de vacances loin du monde et moins festives, où il fallait uniquement respecter les mesures de l'OFSP introduites dans les lieux fréquentés.

Pour les deux personnes ayant réalisé des séjours à l'étranger, il y a une personne qui est partie en France et dont l'expérience est très similaire à ceux qui sont restés en Suisse, notamment en raison des mêmes mesures qui ont été introduites en parallèle entre les deux pays. Néanmoins, on constate que pour ceux qui sont partis en Grèce et en Italie, le constat n'est pas le même et il est intéressant d'approfondir ces observations.

4.3.1 Séjour dans un petit village au Nord de l'Italie

Extraits de l'entrevue No 2 : En visite dans la maison familiale au mois de juillet

« Je suis resté moins longtemps que ce que je pensais. »

« Ils ont pas mal morflé là-bas en Italie donc ils ont la trouille... »

On peut voir grâce à ces extraits que la situation, qui critique en Italie (hôpitaux surchargés, très grand taux de mortalité) a laissé de grandes craintes notamment chez les personnes âgées. Cette petite région dans le Nord de l'Italie n'a pourtant eu aucun cas de Covid-19 car les habitants se sont protégés de manière à ne prendre aucun risque. Cela montre que dans ce petit village reculé ils ont peur, ils font très attention et donc à priori ils restent méfiants des personnes arrivant de l'extérieur.

En Suisse, la situation est différente. La capacité des hôpitaux durant la première vague était moins critique (Tribune de Genève, octobre 2020) qu'en Italie (RTS, mars 2020).

4.3.2 Séjour touristique en Grèce, sur l'île de Paros

Extrait de l'entrevue No 4 : Séjour touristique à Paros, en Grèce, au mois d'août

Dans les extraits suivants, c'est encore différent. On a cette notion d'île inaccessible en voiture, ce qui influe peut-être sur la gestion des épidémies.

« 48 heures avant que j'arrive en Grèce, j'ai dû faire une demande à l'Etat Grec par internet au moyen d'un formulaire, avec toutes mes infos, tous les endroits où j'étais allé avant d'aller en Grèce pour avoir, j'imagine, une traçabilité du voyageur. Une fois ce formulaire rempli, je l'ai envoyé et l'Etat grec m'a confirmé finalement le jour même que je prenais l'avion, que c'était bon. »

On voit que les mesures étaient strictes avant d'y aller et à l'arrivée et qu'à deux reprises il y avait la possibilité d'être refusé à l'entrée du pays. En revanche une fois sur place, la situation était nettement moins tendue qu'en Suisse, voire totalement détendue.

« Atterri à Mikonos, ce qui s'est passé, c'est que du coup sur les formulaires que j'ai dû remplir, il y avait des numéros et des lettres, et du coup je crois que ceux qui avaient la lettre A ils avaient

Noémie Reymond

la colonne de droite et B et C étaient colonne de gauche. Moi j'étais à gauche, et ceux qui étaient à droite passaient tout droit en sortant de l'avion et ceux de gauche devaient se faire tester. Donc il y a eu une sorte de tri qui s'est fait. Ils m'ont dit que si j'étais positif, j'aurais une réponse dans les 48 heures et puis s'ils ne m'envoyaient rien c'est que j'étais négatif. »

On peut voir qu'une mise en quarantaine de deux jours était imposée à l'arrivée dans le pays, mais sans qu'il y ait vraiment de contrôle effectué.

Visiblement il y avait peu de monde en comparaison avec les autres années en raison de la Covid-19.

« C'était une saison touristique où il y avait vraiment très peu de monde. J'ai beaucoup discuté avec les serveurs ou comme ça là-bas, ils m'ont dit que c'est vraiment une année où il n'y avait personne. Ils m'ont dit que normalement, les rues à Mikonos sont bondées. Mais là quand on y était on pouvait se balader sans problème. Presque tous les serveurs avaient un masque et nous en tant que clients on n'avait pas de masque, je ne sais même pas si c'était obligatoire. »

Les touristes semblaient être les bienvenus une fois les contrôles d'entrée effectués.

« C'était vraiment calme, comparé je pense aux autres années là-bas. Mais l'ambiance par rapport à la Suisse, c'était un autre monde. En tout cas pendant cette semaine, je n'ai pas pensé à la pandémie. »

En comparaison avec l'Italie, on ne ressent pas du tout la même peur qu'il pouvait y avoir à certains endroits, c'était même manifestement plus détendu qu'en Suisse.

4.4 Une autre vision de la demande touristique

4.4.1 Point de vue d'une responsable événementiel à Genève :

Entrevue No 3

Une entrevue a été menée avec une personne qui est responsable événementiel à Genève. Depuis le mois de mars, la plupart des événements ont dû être annulés. Plusieurs événements ont néanmoins pu être organisés pendant les mois d'été durant lesquels les rassemblements étaient possibles. Cependant, les conditions étaient particulières en raison de la situation pandémique et des mesures de précautions.

Tout d'abord, le fait de devoir mettre en pratique les plans de protection et les mesures de précaution désignées par l'OFSP restreint les organisateurs dans leur offre :

Noémie Reymond

« Globalement c'est très compliqué. Les gens ne sont pas du tout au courant des mesures qu'il y a dans les restaurants, dans les événements etc. Donc ils veulent faire pleins de choses, puis après nous on doit leur dire « non mais en fait ça vous n'avez pas le droit, ou ça vous avez le droit que sous certaines conditions », etc. L'approche est déjà complètement différente, parce qu'ils demandent des choses qui sont finalement relativement simples, par exemple un cocktail, et puis toi tu leur dis on ne peut pas faire de cocktail, car tout doit être assis. Donc déjà ça, ça brise la moitié des rêves des gens... »

De plus, il est curieux de constater que le comportement varie en fonction des différentes clientèles privée/business, sachant que les mesures sont les mêmes pour tout le monde.

« Il y a deux catégories de clients : la clientèle business et la clientèle privée. La clientèle privée, en règle générale, comprend assez bien qu'il faut se laver la main et porter un masque. Ils n'ont pas vraiment peur parce que c'est aussi leur démarche, c'est eux qui veulent faire l'évènement. C'est pour un mariage, un anniversaire, un baptême, peu importe mais c'est de leur volonté. Donc ils comprennent assez bien. Ils respectent que très peu mais ils comprennent assez bien. Après dans la clientèle business ils organisent des séminaires, des déjeuners, des choses comme ça, pour des ambassades, des boîtes privées, ou peu importe. Mais au sein des boîtes il y a souvent des mesures qui sont mises en place, notamment la distanciation sociale, etc. Et ces gens-là, au niveau des mesures, en demandent plus que les mesures auxquelles nous, on est soumis en tant que restaurateurs. Parce-que dans leur entreprise c'est un 1.5m entre chaque convive tout le temps, et du coup ils veulent organiser un déjeuner mais ils veulent qu'il y ait 1.5m de distance entre chaque personne. Ou alors un séminaire et pareil, ils veulent que la distanciation sociale soit respectée. Et du coup, travailler avec ces gens-là c'est vachement plus compliqué forcément parce que c'est des choses qu'on n'a jamais faites avant ... Organiser un repas, dresser une table où chaque personne est espacée d'1.5m, c'est ... ça n'a pas de sens, en soi... Mais c'est des choses qu'on a dû faire. Et des événements qu'on a dû mettre en place avec toutes ces mesures. »

Finalement, d'un point de vue plus général, on peut également constater que la pandémie et les mesures de précaution qui en découlent forment presque un nouvel aspect, partie intégrante du métier d'organisateur :

« Ces mesures sont perçues j'ai l'impression, comme... comme un nouveau rouage, en fait. Comme avant ils avaient comme directives tant de budget pour tant de personnes, et puis ils devaient

Noémie Reymond

choisir du poisson en plat, et puis maintenant ils ont tant de budget pour tant de personnes et puis il doit y avoir 1.5 entre chaque personne. Et dans les événements business que j'ai pu organiser, il y a quand même cette peur du virus parce qu'on est dans un contexte qui n'est pas privé, qui est professionnel, les gens se connaissent mais pas forcément bien ... »

De cet échange, on déduit que dans le milieu de l'évènementiel, la clientèle business est plus réticente à participer à des événements que la clientèle privée.

4.4.2 Point de vue d'un cadre dans le milieu horloger à Genève

Entrevue No 7

Une autre personne interrogée a un rapport professionnel avec la demande touristique. C'est le point de vue d'un cadre qui a un avis représentatif de l'évolution des voyages effectués pour le travail au sein d'une grande entreprise.

« On a développé des systèmes de visioconférence et en tout cas, je parle pour moi, mais il y a une année en arrière la visio-conférence c'était encore un peu des trucs d'extraterrestres, aujourd'hui ça fait partie de nos vies. On s'est aperçus que dans nombre de situations ça ne vaut pas la peine de se déplacer, tu arrives à traiter en visio-conférence. »

On constate que la mise en application des visioconférences pour privilégier les séances à distances n'était encore que très peu utilisée il y a une année. Il y a un grand décalage en l'espace de quelques mois, où le système de visioconférence est devenu un nouvel outil quotidien. Cela justifie déjà que les déplacements ne sont pas toujours nécessaires.

« Les entreprises sont en train de s'apercevoir qu'avant les gens voyageaient un peu à tort et à travers en fait. Tu te demandes, voilà ok il y avait du déplacement professionnel mais je pense que les gens se déplaçaient aussi parce-que ça donnait l'occasion de se déplacer et de ne pas être forcément derrière le bureau à travailler donc, les entreprises on n'a pas perdu en efficacité en tout cas bien au contraire je trouve qu'on a gagné en efficacité. Donc il y aura même des opportunités là-dedans d'un point de vue professionnel ça c'est clair j'en suis convaincu, il y aura moins de voyages d'un point de vue professionnel. »

D'autre part, cet extrait montre que le nombre de voyages effectués pour le travail va diminuer considérablement car ça ne sera plus une nécessité de se déplacer autant en raison de la visioconférence.

Noémie Reymond

« Maintenant d'un point de vue vacances, je n'en sais rien parce-que... moi je n'arrête pas de dire que partir en Espagne pour 40.- il y a quand même un truc qui ne joue pas, voilà donc... je pense que la crise elle a quand même permis de mettre en évidence un certain nombre de dysfonctionnements à ce niveau-là donc peut-être que ça reviendra. Au niveau professionnel j'ai l'impression que ça ne reviendra pas au niveau d'avant, et au niveau privé peut-être que ça reviendra au niveau ou peut-être que ça reviendra un peu à un niveau atténué. Après les gens ils ont quand même envie d'aller voir ce qui se passe ailleurs et ça je peux le comprendre aussi. Mais au niveau professionnel je pense que les entreprises elles vont faire des économies et puis, on ne va pas revenir au niveau d'avant ça je suis presque persuadé. [...] »

En résumé, ce dernier extrait renforce l'avis que les habitudes de voyage privé ne changeront pas significativement, au contraire des voyages professionnels qui diminueront certainement fortement en cas de prise de mesures visant à réaliser des économies car le système de visioconférence constitue dans certains cas une alternative possible.

4.4.3 Point de vue d'un prestataire touristique

Entrevue réalisée en plus des entretiens qualitatifs

Afin d'apporter un complément lié à la demande touristique et d'avoir un avis d'un prestataire de services, un entretien supplémentaire a été réalisé. Ainsi, un gérant de location de pédalos en petite région de montagne dans le canton de Vaud, également responsable de récolter la taxe de séjour auprès des caravaniers pour la Commune concernée, a accepté de livrer son expérience pour la saison estivale 2020, en comparaison avec les dernières années.

Gestion de la location de pédalos

Pour ce qui concerne la gestion de la location de pédalos, cette année le changement général le plus flagrant était sans hésiter l'augmentation considérable du nombre de clients. Cet été, la location a pu ouvrir durant 54 jours sur les mois de juillet et août.

Changements liés à la Covid-19 sur les différents types de clientèles : durant cet été, il y a eu beaucoup moins d'étrangers. Toutefois, l'augmentation très nette des Suisses-allemands a fait la balance, c'est un fait marquant cette année en raison des Suisses qui ont davantage voyagé en Suisse. La proportion des Suisses-romands est assez difficile à évaluer. Le type de clientèle était assez similaire aux autres années. Il y avait autant de personnes âgées et de familles, en revanche, aucune classe ou école n'est venue faire une sortie fin juin ou fin août comme chaque année.

Pas de changements dans les comportements : Il n'y a pas de changement significatif à notifier par rapport aux années, les touristes ne se sont pas comportés différemment compte-tenu de la

situation sanitaire. Dans des exceptions très rares, des questions ont été posées relatives à la désinfection des gilets de sauvetage ou des pédalos, mais cela représente moins d'1% de la clientèle. Les clients n'avaient pas du tout peur. D'ailleurs, peu d'entre eux se sont nettoyés les mains avec le désinfectant disponible sur le comptoir.

Caravanes

La personne responsable de la gestion de la location de pédalos est également mandatée dans le but récolter les taxes de séjour et de mise à disposition de l'emplacement auprès des caravaniers lors de la haute saison en juillet, août et septembre.

Fréquentation bien plus élevée : Il y a eu beaucoup plus de caravaniers que les autres années car les touristes et excursionnistes se sont principalement rendus en montagne, comme le démontrent les bilans de ST. D'après la personne interrogée, il y avait aussi plus de monde car la place est moins chère par rapport à d'autres endroits en Suisse. De plus, certaines communes avaient fermé l'accès aux caravanes.

Tableau 30 : Provenance des caravaniers dans une petite région de montagne, Vaud

Provenance des caravaniers	2019	2020
Part de Suisses-allemands	40%	70%
Part de Suisses-romands	40%	20%
Part d'étrangers	20%	10%

Source : Données de l'auteur

La proportion au niveau des types de clientèles a également bien changé, comme l'illustre le tableau ci-dessus. Les touristes internationaux étaient moins nombreux. Il y avait énormément de Suisses-allemands, quelques français, quelques néerlandais, quelques autrichiens, quelques belges mais de manière très modérée par rapport aux années précédentes. Les touristes étrangers venaient de pays émetteurs proches de la Suisse. Il n'est pas spécifié si ce phénomène diffère des années précédentes.

Davantage de fidélisation : Sur l'été, beaucoup sont revenus plusieurs fois et les Suisses-allemands sont restés plus longtemps que d'habitude, c'est un phénomène qui n'était pas autant observé les années dernières. En général, ils font un grand tour et ne reviennent pas deux fois au même endroit. On peut en déduire que c'est un fait général en Suisse romande, si l'on aligne cette observation à celles de S. Hürlemann, et M. Moret concernant les régions de montagne en Valais : les Suisses-allemands étaient bien plus présents en Suisse romande que les dernières années et pour des plus longues durées.

Tout comme ce qui a été observé durant la location des pédalos, les gens ne semblaient pas avoir peur. Dans quelques rares exceptions, certaines personnes âgées ont simplement précisé de bien garder la distance. Sinon, la Covid n'était pas un sujet de discussion. Les gens se sentaient bien.

Beaucoup de nouveaux caravaniers : Il est intéressant de constater aussi que beaucoup de voyageurs se sont essayés à la caravane. C'était pour grand nombre d'entre eux la première fois qu'ils réalisaient ce type de voyages et avaient loué une caravane pour l'occasion. Dans des années « normales », la part des caravanes louées est bien plus faible. Il est supposé que c'est probablement pour une question de budget, car c'est une possibilité bien moins onéreuse que d'aller à l'hôtel. Il est difficile de dire si les touristes ont aussi favorisé ce type de logement/transport par précaution au regard du coronavirus.

4.5 Synthèse de l'analyse qualitative

Le but du travail d'analyse porte sur les impacts de la pandémie pouvant influencer les facteurs personnels de la demande touristique en Suisse romande. À cet effet, les deux objectifs ci-dessous ont été formulés avec une hypothèse d'analyse respective.

- 1. Déterminer quels sont les impacts de la pandémie qui influencent les facteurs personnels de la demande touristique en Suisse romande et comment ils influent sur les comportements en matière de voyage**

Globalement, les touristes suisses ne sont pas inquiets par le virus, dans le sens où ils ont plus peur de le transmettre que de l'attraper. L'impact le plus significatif de la crise sur le quotidien est la distance sociale qui se fait énormément ressentir et qui représente un manque certain dans la vie de chacun.

On peut voir que pour les personnes touchées professionnellement, la vie est complètement chamboulée et cela a d'autant plus d'incidences sur les voyages, contrairement aux autres interviewés. Ces impacts influent de manière significative la manière de voyager tout comme sur les sorties effectuées.

Pour la plupart des personnes interrogées, elles n'ont pas effectué autant de voyages que dans leurs habitudes. Ce qui affecte principalement leurs choix est la prise de précaution quant au fait de transmettre le virus mais aussi le risque de devoir se mettre en quarantaine. La pandémie influe donc sur la quantité des voyages effectués, mais également sur leur durée.

En effet, les vacances ont toutes été raccourcies ou prévues très courtes à la base. Le type des vacances est aussi partiellement influencé car près de la moitié des personnes interrogées se sont déplacées afin de rendre visite à de la famille ou des amis. La plus grande incidence de la crise sur le comportement est la spontanéité totale concernant l'organisation des voyages, il n'y plus aucune planification. L'enquête de l'OFS réalisée en 2019 sur les ménages montrent que les touristes font essentiellement des voyages allant de quatre à sept nuitées. Il s'agit donc d'une durée plus courte actuellement pour des voyages prévus davantage entre deux et cinq jours.

En revanche, il n'y a pas une grande influence dans la qualité des vacances réalisées, excepté pour la personne qui est partie en Italie. La situation des destinations influe grandement la qualité des expériences vécues. Dans cette analyse, les aspects qui sont les moins touchés sont les modes de transports et les types d'hébergement, même si une légère réticence pour les hôtels est à constater. Ces dernières constatations pourraient faire l'objet d'une analyse approfondie car la grandeur de l'échantillon ne permet pas d'en ressortir des déductions valables.

Enfin, l'objectif est considéré comme atteint, car les différents aspects du comportement en matière de voyage ont pu être analysés et des conclusions ont pu en ressortir.

Hypothèse No 1 : Plus il y a de mesures de précautions liées à la lutte contre la Covid-19, plus la réticence de la population à effectuer un séjour touristique est grande.

Cette hypothèse est partiellement rejetée car il ne s'agit pas de la quantité de mesures de précautions qui influe mais plutôt certaines mesures qui sont rédhibitoires, dont la mise en quarantaine principalement. On peut aussi voir que cela concerne uniquement les voyages à l'étranger puisque nombreux sont ceux qui ont choisi une alternative à des annulations de voyages en réalisant des séjours touristiques en Suisse.

2. Evaluer la demande potentielle pour la saison d'hiver sur l'échantillon interrogé de manière qualitative

Il est très compliqué d'atteindre cet objectif en raison de l'impact de la crise sur la planification des voyages : « Tout dépend de l'évolution de la situation » est une réponse récurrente. Il est ainsi difficile de pouvoir déterminer combien et quels types de voyages seront effectués sur ce petit groupe de personnes mais d'après les résultats, on rencontrerait les mêmes difficultés à évaluer la demande sur un plus grand échantillon.

Cependant, pour les personnes qui se voient facilement effectuer un petit séjour lors des mois à venir, ils n'excéderont pas une durée de cinq jours, sans raison particulièrement exprimée. Les destinations ne sont pas définissables car elles varieront en fonction de l'évolution de la situation. Si la situation le permet, la moitié des personnes envisagent de partir à l'étranger. Sinon, certains pensent rester dans la région et se rendre en Valais. Pour d'autres, aucune alternative n'est prévue.

L'absence de planification joue un rôle déterminant dans l'atteinte de mon objectif car il est impossible de dire à quelle date les personnes ont prévu de partir. Ce qui influera principalement leur départ est l'obligation de se mettre en quarantaine mais d'autres facteurs se répercuteront sur les choix, il s'agit de la question du budget et des éventuelles restrictions de rassemblement. Le port du masque et la possibilité de sortir le soir constituent également des éléments pouvant faire pencher la balance.

Il faut relever que l'état de mal-être imputable aux incertitudes liées à la crise influence également l'envie de faire des projets. Même si les personnes interrogées sont très positives, on voit que le désir de voyager est assez limité. Ces résultats varient sans doute aussi rapidement que l'évolution de la situation, c'est pourquoi ils sont difficilement interprétables.

La situation de crise est présente depuis le mois de mars mais si l'on voit cette crise comme un cycle, les résultats seront forcément différents que si l'on se positionne en début, en relance (seconde vague) ou en fin de cycle. Pour cause, en début les gens ont plus de craintes, cela se ressent dans les enquêtes de l'ITO, l'état mental n'est pas le même à chaque stade de la pandémie et il influe sur les habitudes de voyage. Pour une analyse plus fine et transposable à d'autres situations de crises, il serait pertinent de faire cette différence-là plutôt que d'étudier la demande touristique sur l'entier de la crise qui est imprécis.

On peut remarquer que ce qui manque le plus actuellement est le contact humain, l'envie de se rassembler, d'où peut-être l'envie modérée de partir. D'autant plus que dans la plupart des cas, les personnes interrogées partiraient pour rendre visite à leurs proches.

En ce qui concerne le futur, même si l'échantillon est petit pour effectuer des prédictions, un changement à long terme dans les habitudes n'est pas perceptible excepté les voyages effectués dans le cadre du travail qui diminueront probablement de manière significative.

Plus la sécurité sanitaire est compromise, moins nombreuses sont les motivations à effectuer un séjour touristique.

Cette hypothèse est validée car en effet, en période de pandémie mondiale, la quantité de voyages effectués a baissé tant au niveau du tourisme interne qu'émetteur. De plus, les perspectives de voyage pour la saison d'hiver 2020/2021 sont faibles car les incertitudes liées à la crise dissuadent les voyageurs d'organiser un séjour. Toutefois, il faut faire la distinction entre la première et la deuxième vague de Covid-19, dans le sens qu'en novembre 2020 ce n'est pas la peur du virus qui diminue la motivation à partir mais principalement la distance sociale impliquée par les mesures de lutte contre la propagation. Le désir de revoir ses proches, prime sur le souhait d'effectuer un séjour touristique.

Conclusion

Pour répondre à la question de recherche : Comment évolue le comportement de la demande touristique suisse dans le contexte de crise sanitaire lié à la Covid-19, et plus particulièrement en Suisse romande ? On peut dire que les habitudes ont drastiquement changé cette année du fait des mises en quarantaines à l'aller ou au retour de certains pays ou régions mais aussi à cause de la distance sociale qui touche énormément et qui se ressent dans la planification de les voyages.

Selon Tigu (2020), les formes de tourisme durable seront privilégiées à la suite de cette crise, en dépit du tourisme événementiel, festivalier et sportif. On peut voir que dans le cas de cette analyse qualitative, les voyages proches de la maison sont effectivement privilégiés, et le type de tourisme nature également. Cette analyse confirme ces dires. En revanche, le tourisme événementiel, festivalier et sportif n'a pas encore pu reprendre, il sera intéressant de faire des analyses futures pour en faire des déductions.

Selon ST, l'élimination des mises en quarantaines par la Suisse pour la plupart des pays est une bonne nouvelle pour les arrivées sur le territoire suisse. Le travail d'analyse de ce travail confirme que ce fait influencera de manière positive les arrivées sur le territoire. C'est un critère déterminant pour la planification des voyages en Suisse romande, et cela doit corrélérer avec la demande touristique des pays émetteurs.

En relation avec l'étude de l'ITO menée ce printemps, on peut voir dans les entretiens qualitatifs que les personnes sondées sont moins préoccupées que ce printemps face à la situation et qu'actuellement, beaucoup imaginent tout à fait partir en vacances. Le type de vacances en revanche serait différent d'un voyage touristique car comme expliqué dans la synthèse, la distance sociale présente dans le quotidien de chacun favorisera des séjours pour visite à des amis ou de la famille.

En ce qui concerne l'impact financier de la crise, on peut voir dans l'analyse qualitative que tous ne sont pas touchés professionnellement, cependant ceux qui le sont ont vu leur budget voyages diminuer drastiquement. Les personnes travaillant dans les milieux événementiel, culturel et touristique qui sont très touchées sont totalement concernées par ces faits-là et on peut supposer que cette population-là n'est pas prête d'effectuer beaucoup de voyages de sitôt.

Ce travail s'est également penché sur la question des sorties et du tourisme événementiel. L'Oeil du public, agence lausannoise, a publié une enquête dans laquelle il ressort que le spectacle et le cinéma ont énormément manqué à la population mais que les personnes interrogées sont prêtes à revenir dans les milieux culturels. Ce phénomène ressort dans la plupart des entretiens qualitatifs, avec tout de même une réticence pour le port du masque.

Charente Tourisme a évalué au moyen de sondages, que ses visiteurs allaient privilégier à l'avenir les destinations en montagne, à la mer et à la campagne au détriment des villes. On peut voir que cela a bien été le cas pour la population suisse cet été, mais en ce qui concerne l'avenir, les habitudes

ne vont probablement pas changer durablement mais plutôt revenir progressivement aux habitudes valables avant le début de la crise. C'est aussi ce que S. Hürlemann a eu comme réponses lors de son analyse qualitative réalisée pour l'Unil, durant l'été dans plusieurs destinations de montagne en Valais, avec ce type de réponse principalement « Cette année, on fait comme ça. » qui laissent penser qu'ils ne seront peut-être pas autant présents en Suisse et en montagne pour les prochaines années. Pendant l'été 2020, le choix des destinations pour les résidents suisses a été restreint (ST, novembre 2020), les entretiens qualitatifs montrent bien que la Suisse a été pour plusieurs une alternative.

C. Clivaz, professeur à l'Institut de géographie et de durabilité de l'Université de Lausanne, déclarait lors de la conférence du 10 novembre dernier que les visiteurs qui ont privilégié la montagne sont une nouvelle clientèle à fidéliser. En effet, beaucoup se sont aussi rendu compte qu'on peut réussir ses vacances en restant en Suisse, fait qui se reflète dans les entretiens qualitatifs. ST se pose aussi la question relative à l'expérience des destinations de montagne ou rurales « imposée » aux résidents suisses par la crise du coronavirus et si cela pérenniserait l'attrait du tourisme intérieur au-delà de cette période particulière imposée par la pandémie. Il serait intéressant de reconsidérer les objets de cette recherche dans une année ou lorsque la situation se sera améliorée.

De plus, C. Clivaz cite aussi lors de la même conférence que l'offre hivernale va être péjorée à cause des mesures sanitaires qui seront plus nombreuses. L'analyse qualitative a montré que la plupart des gens ne sont pas systématiquement refroidis par ces mesures y compris le port du masque, il sera intéressant d'en évaluer les effets à la fin de l'hiver.

D'un autre côté, tous les éléments laissent penser qu'après la crise, les gens reprendront leurs habitudes de voyage. Les éléments ressortis de l'analyse font écho avec les prédictions de ST concernant le tourisme urbain qui va retrouver sa position de 2019 d'ici 2022. Des opportunités sont toutefois sorties de cette crise, qui n'étaient pas présentes avant, il s'agit de l'augmentation de la fréquentation des résidences secondaires en raison du télétravail. Ce dernier fait correspond potentiellement à une nouvelle demande.

En ce qui concerne les destinations et les prestataires touristiques, les résultats de ce travail confirment que la compétence-clé pour les mois à venir est la flexibilité en termes d'accueil et de ressources mais aussi et surtout dans la communication qui doit avant tout s'avérer rassurante. La qualité première maintenant est d'être agile et adaptable, pour autant que l'on ait les moyens nécessaires. Comme le précise C. Clivaz, La multiplication des points de restauration ou l'adaptation des horaires pour gérer les afflux de touristes sont des exemples d'adaptations qui seront toujours de mise pour les mois à venir et jusqu'à un éclaircissement de la situation pandémique.

Références

ATS. (2020, 27 juillet). Coronavirus: les Suisses devraient voir leur revenu réduit de 1700 francs. *Bilan*.

Récupéré sur <https://www.bilan.ch/economie/coronavirus-les-suissees-devraient-voir-leur-revenu-reduit-de-1700-francs>

ATS (2020, 21 octobre). Covid-19: les hôpitaux vigilants face à la deuxième vague. *Tribune de Genève*.

Récupéré sur <https://www.tdg.ch/covid-19-les-hopitaux-vigilants-face-a-la-deuxieme-vague-851851998303>

ATS (2020, 16 août). Malgré le virus, la Suisse a connu moins de décès au premier semestre que l'an passé. *Le Temps*. Récupéré le 9 novembre sur <https://www.letemps.ch/suisse/malgre-virus-suisse-connu-deces-premier-semestre-lan-passe>

ATS (2020, 9 novembre). Taux de chômage inchangé en octobre. *24Heures*. Récupéré le 9 novembre sur <https://www.24heures.ch/taux-de-chomage-inchange-en-octobre-687798060307>

Attali, J. (2015) Une brève histoire de l'avenir. Consulté le 9 novembre sur <https://books.google.tt/books?id=bzf3CQAAQBAJ&lr=&num=20&sitesec=reviews>

Benbouziane, M. & Saidi, T. (2020), The universal impact of the health crises on the international tourism : the Covid-19 pandemic as a case. *The international journal of Business Excellence and Management*, Vol 10, Issue 1, October. Récupéré sur : <https://doaj.org/article/34b1afa6718549df8de82cf2a2472b91>

Buschini, L. (2020, 13 septembre). Et soudain, le Covid-19 a chamboulé notre vie quotidienne. *24Heures*. Récupéré sur <https://www.24heures.ch/et-soudain-le-covid-19-a-chamboule-notre-vie-quotidienne-826246563119>

Noémie Reymond

Charentes Tourisme (2020). Etude clients : "quel impact de l'épidémie sur les habitudes de voyage."

Récupéré sur <https://charentestourisme.com/a-la-une/etude-clients/>

DUPONT, Louis (2002) Contribution à l'étude des dimensions économiques du tourisme et des voyages,

Paris : L'Harmattan.

Espaces (2020). *Espaces tourisme & loisirs*. Le tourisme dans le « monde d'après ». No 355, juillet

2020. <https://www.tourisme-espaces.com/doc/10492.tourisme-monde-apres.html>

Giannelloni, J.-L., & Vernet, E. (2001). *Etudes de marché*. Paris: Vuibert.

Gössling, S. Scott, D. & Michael Hall, C. (2021) Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19, *Journal of Sustainable Tourism*, 29:1, 1-20, récupéré sur

<https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>

Hürlemann, S. (2020, 10 novembre). *L'expérience touristique en période de Covid-19 : l'exemple de la saison estivale 2020 dans le Haut-Valais* [Présentation PowerPoint]. Institut de géographie et durabilité.

Jol, P. (2020, 22 juin). Alerte rouge pour mettre en lumière la culture. *La Côte*. Récupéré le 24

octobre sur <https://www.lacote.ch/articles/regions/district-de-nyon/alerte-rouge-pour-mettre-en-lumiere-la-culture-949159>

L'Oeil du Public. (2020). LES SORTIES CULTURELLES POST COVID 19. Récupéré sur

<https://oeildupublic.com/etude-culture-covid/>

Lehalle, E. (2020). Soif d'événements ? - Tourisme Culturel. Récupéré sur

<https://www.nouveautourismeculturel.com/blog/2020/06/11/soif-devenements/>

Noémie Reymond

Michellod, E. (2016), *Des sources d'informations*, p. 28 [Support de cours]. HES-SO Valais-Wallis, Sierre, novembre 2016.

Michellod, E. (2017). « *Les facteurs de la demande touristique* » [Support de cours]. HES-SO Valais-Wallis, Sierre, novembre 2016.

Michellod, E. (2017). « *Evolution qualitative de la demande* » [Support de cours]. HES-SO Valais-Wallis, Sierre, 2017.

Mihai, D. & Smaranda, T (2020), The International Tourism and the COVID-19 Pandemic - Present and Perspectives. *Ovidius University Annals: Economic Sciences Series*. Ovidius University of Constanta. Récupéré sur <https://doaj.org/article/b7ffc55d0a074aaab5424482f44c8001>

Nguyen, D-Q. (2020, 15 août). La Suisse n'a connu aucune surmortalité jusqu'à présent. *24Heures*. Récupéré le 9 novembre sur <https://www.24heures.ch/la-suisse-na-connu-aucune-surmortalite-en-2020-380987071044>

Nydegger, M. (2020, 6 novembre). *Swiss Tourism Industry Info Call Novembre 6 2020* [Présentation PowerPoint]. Suisse Tourisme. Récupéré sur <https://www.stnet.ch/fr/conference-telephonique-de-la-branche/>

Nydegger, M. (2020, 11 septembre). *Swiss Tourism Industry Info Call September 11 2020*. [Présentation PowerPoint]. Suisse Tourisme. Récupéré sur <https://www.stnet.ch/fr/conference-telephonique-de-la-branche/>

Observatoire Valaisan du Tourisme (Tourops). (2020, 4 juin). Impacts du déconfinement sur les habitudes de voyage. Récupéré sur <https://www.tourops.ch/fr/articles/digital-marketing/covid-enquete-demande-2/>

Observatoire Valaisan du Tourisme (Tourops). (2020). Task Force Coronavirus. Récupéré sur <https://coronavirus.tourops.ch/>

Observatoire Valaisan du Tourisme (Tourob). (2020, 4 juin). *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. HES-SO Valais-Wallis, Sierre. Récupéré sur [https://www.hevs.ch/media/document/4/etude-longitudinale-des-effets-de-la-covid-19-sur-la-demande-touristique-en-suisse.pdf](https://www.hevs.ch/media/document/4/etude-longitudinale-des-effets-de-la-crise-de-la-covid-19-sur-la-demande-touristique-en-suisse.pdf)

Office Fédéral de la Santé Publique (OFSP). (2020). Coronavirus : mesures et ordonnances. Récupéré sur <https://www.bag.admin.ch/bag/fr/home/krankheiten/ausbrueche-epidemien-pandemien/aktuelle-ausbrueche-epidemien/novel-cov/massnahmen-des-bundes.html>

Office Fédéral de la Santé Publique (OFSP). (2020). Coronavirus : mesures et ordonnances. Récupéré sur <https://www.bag.admin.ch/bag/fr/home/krankheiten/ausbrueche-epidemien-pandemien/aktuelle-ausbrueche-epidemien/novel-cov/massnahmen-des-bundes.html>

Office Fédéral de la Statistique (OFS). (2020). Compte satellite du tourisme. Récupéré sur <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/tourisme/enquetes/tsa.html>

Office Fédéral de la Statistique (OFS). (2020). Le tourisme comparé à d'autres branches d'activité: valeur ajoutée brute et emploi - 2014 | Diagramme | Office fédéral de la statistique. Récupéré sur <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/tourisme/aspects-monetaires/compte-satellite.assetdetail.6247340.html>

Office Fédéral de la Statistique (OFS). (2020). Quote-part touristique de la valeur ajoutée brute et de l'emploi - 2001-2019 | Tableau | Office fédéral de la statistique. Récupéré sur <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/economie-nationale/comptes-satellites.assetdetail.14817754.html>

Office Fédéral de la Statistique (OFS). (2020). Voyages de la population résidante suisse en 2019 | Publication | Office fédéral de la statistique. Récupéré sur <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/tourisme/comportement-voyages.assetdetail.14816742.html>

Organisation Mondiale du Tourisme (OMT). (2015). Le tourisme de plus près : mesure et analyse à l'échelon infranational - Vers un ensemble de directives de l'OMT. (2015). doi: 10.18111/9789284417049 Récupéré sur <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417049>

Organisation Mondiale du Tourisme (OMT). (2020). Baromètre OMT du tourisme mondial, mai 2020 - Édition spéciale sur l'impact de la COVID-19 | World Tourism Organization. Récupéré sur <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421978>

Radio Télévision Suisse (RTS). (2020, 12 mars). Les hôpitaux italiens sont débordés par les victimes du coronavirus. [Émission]. Le 19h30. Suisse : RTS. Récupéré sur <https://www.rts.ch/play/tv/19h30/video/les-hopitaux-italiens-sont-debordes-par-les-victimes-du-coronavirus-?urn=urn:rts:video:11160981>

Scaglione, M. (2020, 29 septembre). *Rester à la maison cet été : Quelques enseignements tirés de la crise de Covid-19* (p.5). HES-SO Valais-Wallis, Sierre.

Suisse Tourisme. Communiqué de presse « *Franc fort : analyse de la situation et bases décisionnelles pour le tourisme suisse.* » Suisse Tourisme Janvier 2011

Suisse Tourisme (ST). (2020). Prochaine Conférence de la branche 11.12.2020 - STnet. Récupéré sur <https://www.stnet.ch/fr/conference-telephonique-de-la-branche/>

Swissinfo, (2020, 6 novembre). Sondage: la deuxième vague de Covid-19 pèse sur le moral des Suisses. (2020). Récupéré sur <https://www.swissinfo.ch/fr/societe/sondage--la-deuxieme-vague-de-covid-19-pese-sur-le-moral-des-suissees/46144720>

Tan Vo, T. « Prédiction de la demande touristique par méthodes Delphi et Box-Jenkins », *Téoros* [En ligne], 29-1 | 2010, mis en ligne le 01 juin 2012, consulté le 19 novembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/teoros/545>

Ȧigu, G., 2020. Interview for Tourism Magazine, [online] Disponible sur www.tourmag.com.tr

Touring Club Suisse (TCS). (2020). Baromètre du voyage TCS 2020. Récupéré sur <https://cockpit.gfsbern.ch/fr/cockpit/barometre-du-voyage-tcs-2020/>

Touring Club Suisse (TCS). (2020). Pandémie de coronavirus : situation actuelle et restrictions à l'entrée. Récupéré sur https://www.tcs.ch/fr/camping-voyages/informations-touristiques/news-actualites/epidemie-coronavirus.php#anchor_24990794_Accordion-La-situation-en-Suisse

Déclaration de l'auteure

« Je déclare, par ce document, que j'ai effectué le travail de Bachelor ci-annexé seule, sans autre aide que celles dûment signalées dans les références, et que je n'ai utilisé que les sources expressément mentionnées. Je ne donnerai aucune copie de ce rapport à un tiers sans l'autorisation conjointe du RF et du professeur chargé du suivi du travail de Bachelor, y compris au partenaire de recherche appliquée avec lequel j'ai collaboré, à l'exception des personnes qui m'ont fourni les principales informations nécessaires à la rédaction de ce travail et que je cite ci-après : Ralph Lugon et Roland Schegg ».

Morges, le 23 novembre 2020.



Noémie Reymond