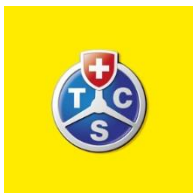


L'apaisement dans la situation sécuritaire procure l'envie de la découverte dans les voyages

Baromètre du voyage TCS 2018

Mars 2018

Sur commande de



Institut de recherche

gfs.bern
Menschen. Meinungen. Märkte.

Berne, 22 mars 2018
Copyright by gfs.bern
Date de publication: 26.03.2018

L'essentiel en bref

Voyages ou vacances – l'infime différence

Quand on voyage, on veut découvrir d'autres cultures : 61 % des personnes interrogées sont très d'accord avec cette déclaration, 29 % plutôt d'accord. La deuxième raison centrale est de passer du bon temps avec les personnes que l'on aime. Contrairement à ces deux raisons les plus importantes, le repos est moins mis en avant. La part de ceux qui sont très d'accord avec cet argument n'est que de la moitié, avec 27 %.

60 % des personnes interrogées indiquent être devenues plus prudentes en voyageant en raison de l'augmentation de l'insécurité. Ceci correspond certes à une majorité mais il y a tout de même 38 % qui déclarent que ceci ne les concerne pas personnellement.

Les opinions sur le fait que le voyage représente un contenu de vie central sont réparties de manière assez régulière : 51 % sont très ou plutôt d'accord, 50 % ne sont pas d'accord. Il en va de même pour la déclaration disant que la plupart du temps on voyage dans un environnement proche (48 % d'accord, 50 % pas d'accord).

Environ un tiers de la population a déjà pris des congés pour effectuer un voyage de plus longue durée. Autant de personnes indiquent que le voyage est un luxe qu'il est presque impossible de se payer.

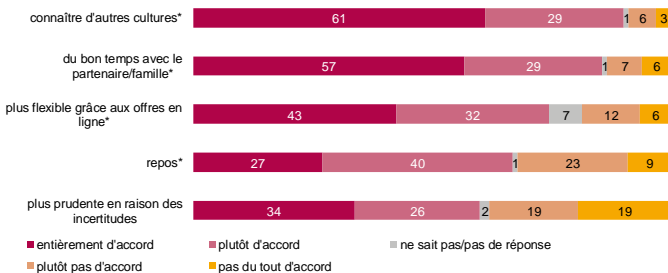
Graphique 1

Déclarations sur le thème des voyages (1/2)

"Je vous cite maintenant quelques déclarations sur le thème des voyages. Je vous prie de bien vouloir me dire à chaque fois si vous êtes entièrement d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec l'argument en question."

connaître d'autres cultures* "Voyager signifie apprendre à connaître d'autres cultures."
du bon temps avec le partenaire/famille* "Voyager signifie avant tout passer de bons moments avec le partenaire ou la famille."
plus flexible grâce aux offres en ligne* "Grâce aux offres en ligne, les voyages sont devenus beaucoup plus flexibles."
repos* "Voyager signifie avant tout prendre du repos."
plus prudent(e) en raison des incertitudes* "En raison des incertitudes dans le monde, je suis devenu(e) plus prudent(e) pour voyager."

en pourcentage d'habitant(e)s de 18 ans et + (qui voyagent*)



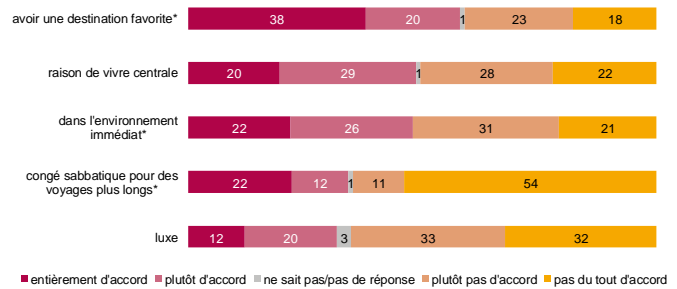
© gfs.bern, Baromètre du voyage TCS, janvier 2018 (N = 1000, n* = 896)

Déclarations sur le thème des voyages (2/2)

"Je vous cite maintenant quelques déclarations sur le thème des voyages. Je vous prie de bien vouloir me dire à chaque fois si vous êtes entièrement d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec l'argument en question."

avoir une destination favorite* "J'ai une destination favorite de voyage et j'y retourne toujours."
raison de vivre centrale* "Voyager est pour moi une raison de vivre centrale."
dans l'environnement immédiat* "Je voyage la plupart du temps dans mon environnement immédiat."
congé sabbatique pour des voyages plus longs* "Pour des voyages plus longs, j'ai déjà pris un congé sabbatique."
luxe* "Voyager est un luxe, que je ne peux guère me permettre."

en pourcentage d'habitant(e)s de 18 ans et + (qui voyagent*)



© gfs.bern, Baromètre du voyage TCS, janvier 2018 (N = 1000, n* = 896)

La comparaison des déclarations au niveau de chaque réponse est représentée par l'échelle bidimensionnelle. Celle-ci compare entre elles les réponses aux plusieurs questions et identifie ainsi des modèles. Ces modèles peuvent être représentés visuellement, en sachant que les variables avec de nombreux modèles identiques apparaissent comme des points dans un diagramme (bidimensionnel) se trouvant proches l'un de l'autre. À l'opposé, apparaissent les points symbolisant les variables sans modèle commun, éloignés les uns des autres.

Si les déclarations représentées ci-dessus sont affectées au moyen de la procédure de l'échelle bidimensionnelle, alors on obtient d'un côté une répartition sur l'approbation concernant la déclaration (axe horizontal). Les déclarations en rouge sont uniquement approuvées par une minorité de la population. D'un autre côté, les déclarations sont classées selon l'approche du thème du voyage (axe vertical). L'approbation des déclarations « prendre plus de temps pour voyager » ou « voyager est un luxe » se différencie uniquement par deux points de pourcen-

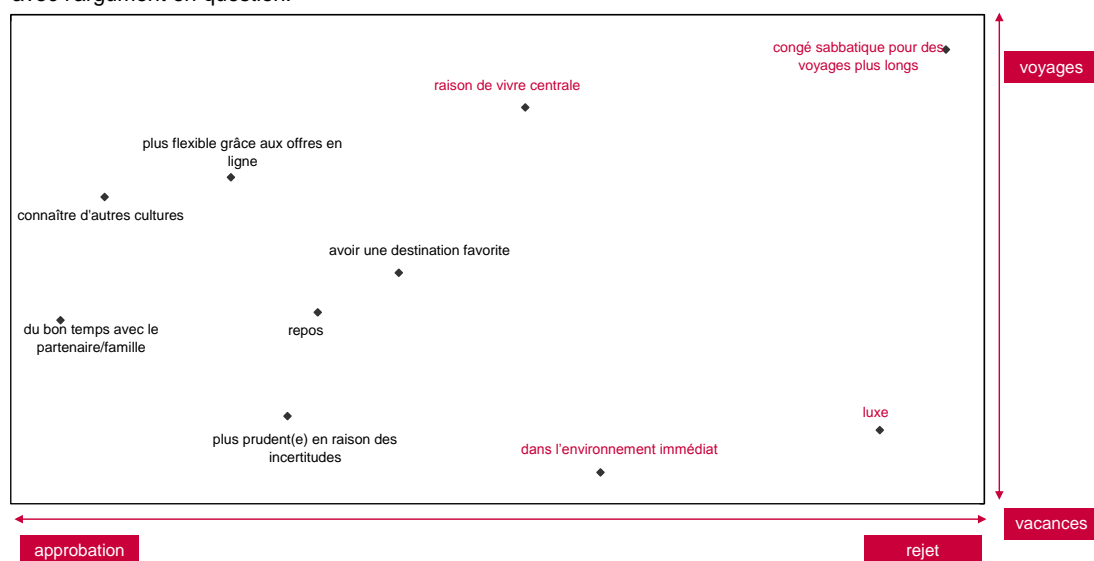
tage. Grâce à l'échelle bidimensionnelle, on voit qu'il existe d'énormes différences. Dans la perception des personnes interrogées, les deux déclarations représentent un accès au voyage totalement différent. La différence entre « vacances » et « voyage » largement célébrée dans les cercles des voyageurs à sac à dos (backpackers) existe apparemment véritablement dans la tête de la population. Les déclarations qui se placent dans la moitié supérieure de la représentation concrétisent le fait de se déplacer comme une activité qui s'apparente presque à une philosophie ou à un mode de vie. Celui qui « voyage » prend beaucoup plus de temps, préfère porter son intérêt sur la connaissance d'autres cultures plutôt que de se reposer et apprécie la plus grande flexibilité possible grâce aux offres en ligne. Donc, il ne faut pas que tout soit planifié, au contraire, on doit pouvoir modifier ce qui était prévu selon les envies et de manière spontanée. Dans ce cas, voyager représente quelque chose qui peut se rapprocher de la précarité, qui peut être fatiguant et peut-être parfois incertain.

Contrairement à cette façon de voir, les autres personnes interrogées considèrent plutôt le voyage comme reposant. Le temps passé avec sa famille est mis en avant et les considérations de sécurité jouent plutôt un rôle dans le choix de la destination. Pour ce groupe de déclaration, le terme de « vacances » convient presque mieux au terme « voyage ».

Graphique 2

Positionnement multidimensionnel sur les déclarations sur le thème des voyages

"Je vous cite maintenant quelques déclarations sur le thème des voyages. Je vous prie de bien vouloir me dire à chaque fois si vous êtes entièrement d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec l'argument en question."



© gfs.bern, Baromètre du voyage TCS, janvier 2018 (N = 1000, n* = 896)

Envie croissante de découverte chez les jeunes

En 2018, manger ensemble le soir avec des amis reste l'activité de loisir la plus attrayante. Au niveau des places 2 (vacances à l'étranger) à 5 (vacances en Suisse), très peu de chose change dans un comparatif annuel.

Contrairement à ceci, on constate une nette dynamique dans l'évaluation des séjours urbains et des voyages de découverte. Les séjours urbains sont en perte d'attractivité. Ceci est étonnant car les informations sur les atrocités des attentats dans les destinations de voyage préférées étaient moins nombreuses en 2017 qu'en 2016 et, en règle générale, ce sont les secteurs urbains qui sont

prioritairement touchés par les attentats. Contrairement à ceci et comparative-
ment à l'année précédente, les voyages de découverte ont un regain d'attrac-
tivité.

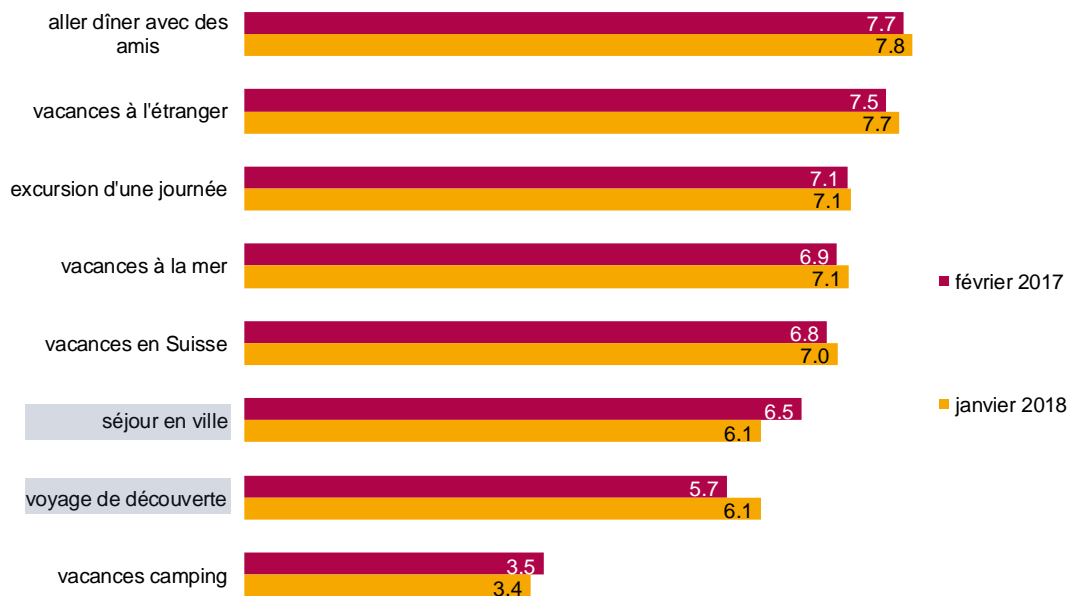
Graphique 3

Trend Filtre: L'attractivité des activités de loisirs

"Et quelle est l'attractivité des destinations de voyage suivantes, si signifie une destination extrêmement
attrayante et 0 une destination extrêmement peu attrayante ?

Les notes intermédiaires vous permettent de moduler votre opinion."

en moyennes d'habitant(e)s de 18 ans et + qui voyagent



© gfs.bern, Baromètre du voyage TCS, janvier 2018 (n = env. 895)

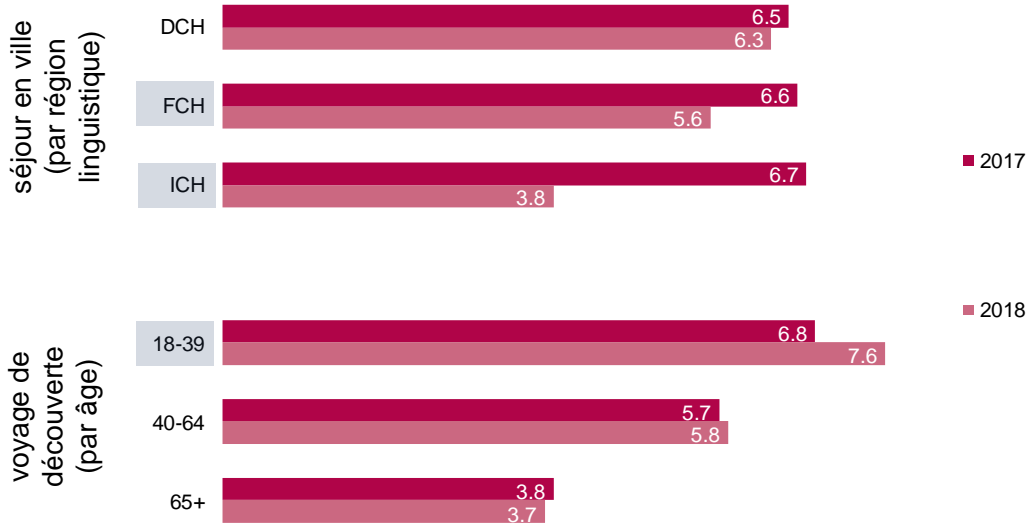
Une étude précise de l'évaluation de l'attractivité de ces deux activités dyna-
miques de voyage montre que l'âge pour les voyages de découverte et l'appar-
tenance linguistique régionale sont des facteurs particulièrement importants
dans les séjours urbains.

Le graphique ci-dessous montre que l'évaluation selon ces deux sous-groupes
centraux a fortement changé au cours de l'année : Dans le Tessin et en Roman-
die, le séjour urbain perd nettement son attractivité alors que l'appréciation en
Suisse alémanique reste largement identique. La baisse d'attractivité des séjours
urbains est ainsi fortement influencée par la Suisse latine.

Contrairement à ceci, ce sont les personnes interrogées les plus jeunes qui con-
tribuent massivement à ce que les voyages de découverte soient plus attractifs
que l'année précédente. Dans les groupes d'âges à partir de 40 ans, les voyages
de découverte sont plutôt appréciés de la même manière qu'en 2016.

Trend: L'attractivité des activités de loisirs par des sous-groupes

"Nous souhaitons parler d'abord avec vous des diverses activités de loisir. Quelle attractivité ont pour vous personnellement les activités de loisir suivantes, si signifie une activité de loisir pas du tout attrayante et 10 une activité de loisir extrêmement attrayante ?"
 en moyennes d'habitant(e)s de 18 ans et + qui voyagent



© gfs.bern, Baromètre du voyage TCS, janvier 2018 (n = 896)

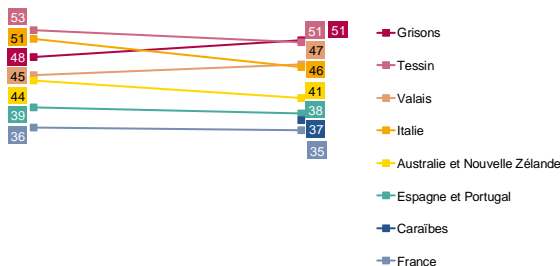
L'évaluation de la plus grande part des activités de voyages interrogées est identique à l'année précédente, tout comme l'évaluation des destinations concrètes de voyage qui ne présente que peu de changement. Seule l'erreur d'échantillonnage de 3.2 % permet d'interpréter la baisse d'attractivité de l'Italie comme destination de voyage (-5 %). Tous les autres changements se situent dans la plage d'erreur. Mais l'Italie reste encore une des destinations de voyage les plus attractives (4ème place). Contrairement à l'année précédente, les trois régions suisses de vacances occupent les trois premières places, en sachant que les Grisons et le Tessin se partagent la première place.

Les destinations dans les pays musulmans comme la Turquie, l'Égypte et les Émirats arabes restent, cette année encore, nettement en retrait derrière les lieux de villégiature demandés. Moins d'une personne sur six les considère comme attrayantes.

Graphique 5

Trend Filtre: L'attractivité des destinations de voyage (1/2)

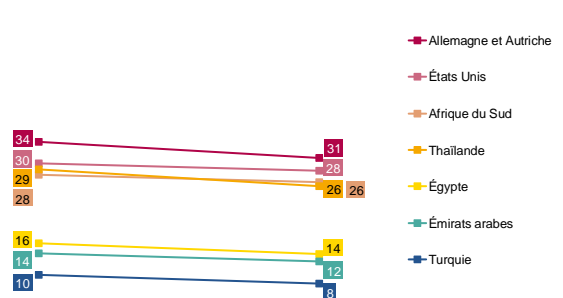
"Et quelle est l'attractivité des destinations de voyage suivantes, si signifie une destination extrêmement attrayante et 0 une destination extrêmement peu attrayante ?
 Les notes intermédiaires vous permettent de moduler votre opinion."
 en pourcentage d'habitant(e)s de 18 ans et + qui voyagent, Anteil "10 bis 8"



février 2017 janvier 2018
 © gfs.bern, Baromètre du voyage TCS, janvier 2018 (n = env. 895)

Trend Filtre: L'attractivité des destinations de voyage (2/2)

"Et quelle est l'attractivité des destinations de voyage suivantes, si signifie une destination extrêmement attrayante et 0 une destination extrêmement peu attrayante ?
 Les notes intermédiaires vous permettent de moduler votre opinion."
 en pourcentage d'habitant(e)s de 18 ans et + qui voyagent, la part de "10 à 8"



février 2017 janvier 2018
 © gfs.bern, Baromètre du voyage TCS, janvier 2018 (n = env. 895)

Trois types de voyage

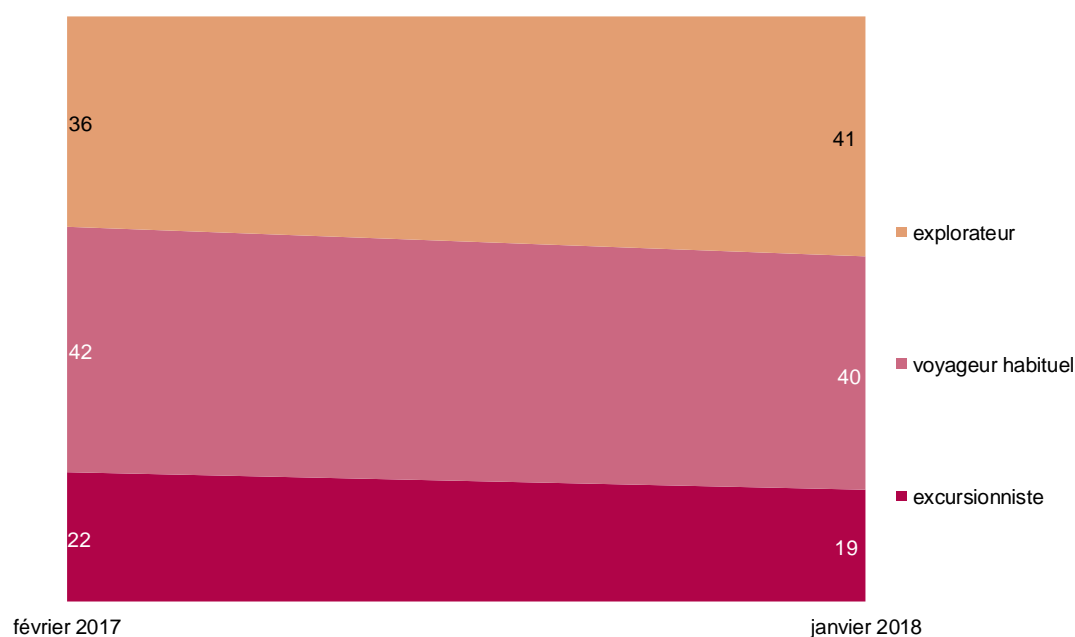
En fonction de l'évaluation de l'attractivité de certaines activités de voyage et de destinations de voyage, on peut approximativement répartir la population en trois types de voyage à l'aide de l'analyse par partitionnement des données (pour la description détaillée de la méthode, voir le rapport final).

41 % de la population fait partie du groupe des découvreurs qui préfèrent découvrir quelque chose de nouveau et l'aventure. En accord avec l'augmentation de l'évaluation de l'attractivité des voyages urbains, on constate aussi une augmentation de 5 % de la part des découvreurs dans la population. 40 % supplémentaires sont ce qu'on appelle des voyageurs d'habitudes. Ce type de voyageurs attache de l'importance à la sécurité, étudie le budget et aime les vacances en Suisse. L'excursionniste est relativement moins intéressé à connaître d'autres cultures. Passer un bon moment avec des amis et la famille est mis en avant et les excursions sont effectuées de préférence dans l'environnement proche. Près de 20 % des personnes interrogées font partie de ce groupe.

Graphique 6

Trend Filtre: Types de voyage

en pourcentage d'habitant(e)s de 18 ans et + qui voyagent



© gfs.bern, Baromètre du voyage TCS, janvier 2018 (n = env. 895)

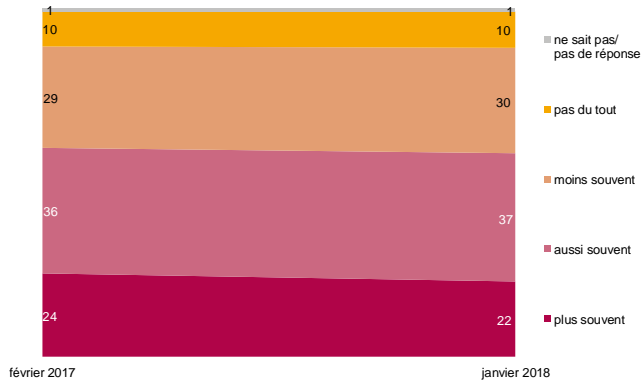
Dans l'ensemble, dans toute la Suisse, on constate peu de changement dans le comportement de voyage. Sur toute la population, les personnes interrogées n'indiquent pas qu'elles voyagent plus souvent. Elles ne veulent pas dépenser plus ou plutôt moins d'argent pour les voyages que l'année précédente.

On constate cependant des différences en fonction du type : Les découvreurs, tout comme les voyageurs d'habitudes, indiquent dans une forte proportion qu'ils voyagent plus souvent que ne le font les excursionnistes (26 % contre 17 %). De plus, chez les découvreurs, 22 % veulent dépenser dans l'année qui vient plus d'argent pour voyager que ce qu'ils ont dépensé l'année précédente. Pour les voyageurs d'habitudes et les excursionnistes, ce n'est le cas que pour 14 respectivement 12 % d'entre eux.

Graphique 7

Trend: Fréquence des voyages

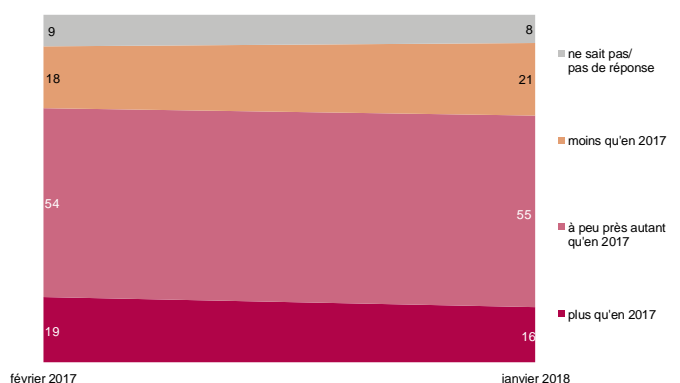
"D'une manière générale: voyagez-vous aujourd'hui plus souvent, aussi souvent ou moins souvent que par le passé ou ne voyagez-vous pas du tout ?" en pourcentage d'habitant(e)s de 18 ans et +



© gfs.bern, Baromètre du voyage TCS, janvier 2018 (N = env. 1000)

Trend: Dépenses de voyage cette année

"Avez-vous l'intention de dépenser plus d'argent pour voyager en 2018, à peu près autant ou moins qu'en 2017?" en pourcentage d'habitant(e)s de 18 ans et +



© gfs.bern, Baromètre du voyage TCS, janvier 2018 (N = env. 1000)

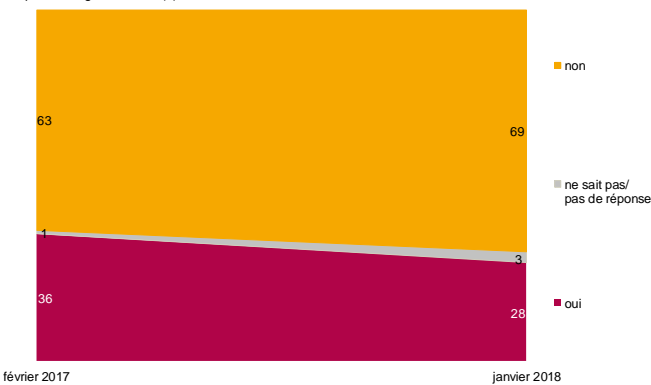
Moins d'informations sont de bonnes informations

Une raison essentielle pour la tendance vers plus de voyages de découverte devrait se trouver dans les informations. Nettement moins de Suissesses et de Suisses se rappellent avoir pris connaissance dans les douze derniers mois d'informations sur des pays qui ont bouleversé leurs prévisions de voyage. Ce qu'ils ont entendu à ce sujet est évalué de manière plus positive qu'en 2017. En tout, l'évaluation est ainsi plutôt équilibrée. Apparemment, en ce qui concerne les voyages, moins d'informations sont de bonnes informations.

Graphique 8

Trend: Nouveautés qui ont influencé les plans de voyage

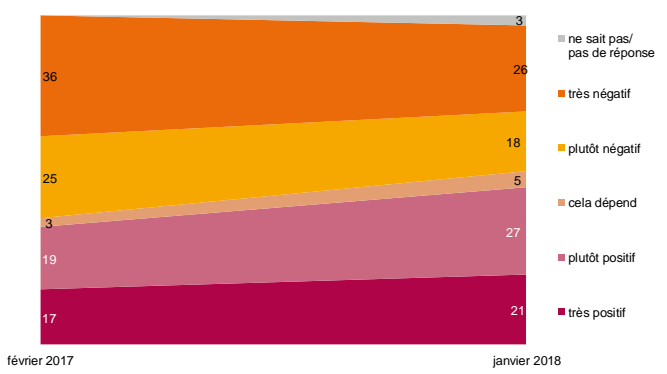
"Avez-vous entendu, vu ou lu des nouvelles au sujet des pays qui ont influé sur vos projets de voyage durant les douze derniers mois ?" en pourcentage d'habitant(e)s de 18 ans et +



© gfs.bern, Baromètre du voyage TCS, janvier 2018 (N = env. 1000)

Trend Filtre: Jugement nouveautés

"Comment jugez-vous le thème que vous avez cité ? Ce thème est-il très positif, plutôt positif, plutôt négatif ou très négatif pour vos projets de voyage à l'étranger ?" en pourcentage d'habitant(e)s de 18 ans et + qui ont entendu, vu ou lu quelque chose et qui mentionnent un thème très important

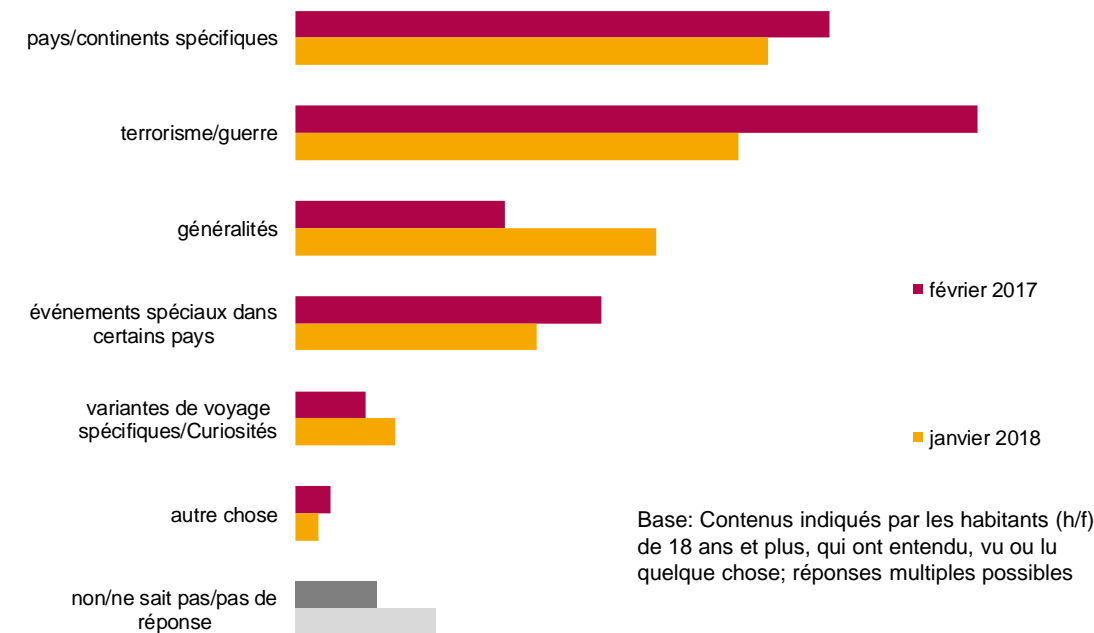


© gfs.bern, Baromètre du voyage TCS, janvier 2018 (n = env. 270)

Si en 2017 le terrorisme et la guerre restaient dans la mémoire des personnes interrogées, cette année ce sont plutôt des indications de destinations de voyage spécifiques. Ici aussi, une part importante des informations concerne des événements qui ne sont pas uniquement positifs. Par exemple, les tremblements de terre en Italie, les éruptions de volcans ou encore la mort du roi en Thaïlande ont souvent été cités. Cependant, l'évaluation reste globalement positive, comme on le voit ci-dessus. De plus, on ne se focalise pas totalement et unilatéralement sur le terrorisme.

Trend Filter Souvenir des nouveautés qui ont influencé les plans de voyage

"Vous en souvenez-vous ? Qu'avez-vous entendu, vu ou lu exactement ? Existe-t-il un autre thème que vous avez entendu ?"



Base: Contenus indiqués par les habitants (h/f) de 18 ans et plus, qui ont entendu, vu ou lu quelque chose; réponses multiples possibles

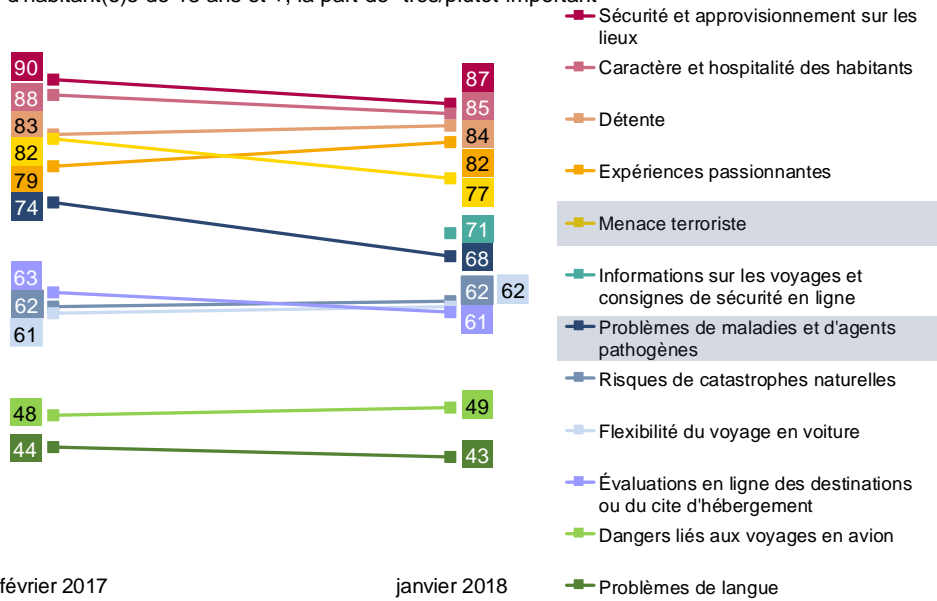
© gfs.bern, Baromètre du voyage TCS, janvier 2018 (n = env. 310)

Différents facteurs jouent un rôle essentiel lorsqu'il s'agit de planifier le prochain voyage ou les prochaines vacances. Sur toute la population, la sécurité sur place reste l'aspect le plus important (87 % de très/plutôt important), suivie du caractère et de l'hospitalité des habitants et de la possibilité de se détendre. Comparativement à la dernière période de sondage, la pondération de chaque facteur reste relativement constante. Pour seulement deux thèmes on constate un changement qui est supérieur à l'erreur d'échantillonnage : Aussi bien le risque de terrorisme que les problèmes de maladie et d'agents pathogènes sont considérés comme moins importants par les personnes interrogées. Ces deux aspects se retrouvent dans l'aspect de la sécurité d'un voyage tout comme la baisse de l'importance qui indique un apaisement dans la situation du voyage.

Trend Filtré: L'importance de différentes possibilités pour le voyage

"Admettons que vous projetez prochainement un voyage. Je vous cite maintenant quelques possibilités que vous pouvez envisager pour vos voyages. Dites-moi si ces éléments sont très importants, plutôt importants, plutôt sans importance ou totalement sans importance pour vous."

en pourcentage d'habitant(e)s de 18 ans et +, la part de "très/plutôt important"



février 2017 janvier 2018
 © gfs.bern, Baromètre du voyage TCS, janvier 2018 (n = env. 895)

Base de données

Les résultats du baromètre du voyage TCS se basent sur une enquête représentative de 1000 habitantes et habitants de la Suisse âgés de 18 ans et plus. Le sondage a été effectué entre le 22 et le 31 janvier 2018 au moyen d'entretiens téléphoniques assistés par ordinateur (CATI). Le sondage a été effectué par le procédé Random Digit Dialing (RDD)/Dualframe sur le réseau fixe et mobile. L'erreur d'échantillonnage est de 3.2 % pour une répartition de 50/50.

Hypothèses

Hypothèse 1 : Pas d'informations sont de bonnes informations

Comparativement au sondage de l'année dernière, la population se rappelle moins d'informations sur les voyages. Mais leur évaluation (sur ce qui a été entendu) reste plus positive qu'en 2017. Les informations qui influencent les décisions de voyage ont plutôt tendance à être de nature négative. Donc, pour voyager la devise est : Pas d'informations sont de bonnes informations. Une situation de sécurité apaisée crée de l'espace pour des formes de voyage plus audacieuses.

Hypothèse 2 : La Suisse comme destination reste au top malgré une tendance au voyage de découverte

Internationalement, la Suisse est non seulement une destination de rêve pour de nombreuses personnes mais elle est aussi considérée comme un lieu de vacances attractif par ses propres habitantes et habitants. L'évaluation top de la Suisse comme destination de voyage continue de persister alors que les voyages de découverte prennent de l'importance. Les voyages de découverte et les vacances en Suisse ne s'excluent pas mutuellement.

Hypothèse 3 : Différence entre vacances et voyages

Pas tout le monde n'a la même façon d'aborder l'itinérance. Entre voyager au sens propre du terme et prendre des vacances, il existe des différences : d'un côté, l'aventure et la flexibilité sont mises en avant et ceci présuppose une certaine précarité. De l'autre, passer des vacances c'est mettre le repos en avant et les aspects de la sécurité jouent un plus grand rôle.

Hypothèse 4 : Découvreurs prêts à dépenser plus

La population se répartit approximativement en trois types de voyageurs : Les découvreurs, les voyageurs d'habitudes et les excursionnistes. Comparativement à l'année dernière, le groupe des découvreurs a légèrement augmenté alors que les autres sont restés stables. Les découvreurs disposent d'une capacité d'environ deux fois plus importante qu'en 2017 à dépenser de l'argent pour voyager.

Équipe gfs.bern



LUKAS GOLDER

Co-directeur, politologue et expert en médias, MAS FH en gestion de la communication

Points forts

Analyses de communication et de campagne intégrées, analyses de l'image et la réputation, analyses médiatiques/analyses de l'impact médiatique, recherche sur la jeunesse et les changements sociaux, votations, élections, modernisation de l'état, réformes politiques dans le domaine de la santé

Publication dans des recueils, des magazines spécialisés, la presse quotidienne et sur Internet



CLOÉ JANS

Directrice de projets, politologue, commentatrice de presse

Points forts

Analyses de l'image et la réputation, recherche sur la jeunesse et la société, votations/campagnes/élections, Issue Monitoring/recherche d'accompagnement sur des thèmes politiques, réformes politiques et questions dans le domaine de la santé, méthodes qualitatives



STEPHAN TSCHÖPE

Directeur Analyse et Services, politologue

Points forts

Coordination des services, analyse statistique complexe des données, traitement des données et programmations d'enquêtes, projections, analyse des partis et structures des données collectées, analyses de communication intégrées, visualisations



NOAH HERZOG

Secrétariat et administration, commercial EFZ

Points forts

Desktop-Publishing, visualisation, administration de projets, administration d'exposés

gfs.bern ag
Effingerstrasse 14
Postfach
CH – 3001 Berne
Téléphone +41 31 311 08 06
Fax +41 31 311 08 19
info@gfsbern.ch
www.gfsbern.ch

L'institut de recherche gfs.bern est membre de l'association suisse de recherche de marchés et du monde social et garantit qu'aucun entretien n'a lieu avec des intentions de publicité, de vente et de commande ouvertes ou cachées.

Plus d'informations à l'adresse www.schweizermarktforschung.ch

