

Tourisme en Lavaux – Etat de l’offre, pratiques et mobilités touristiques

Christian Kaiser, Raphaël Céré, Mélanie Clivaz,
Nicolas Monachon, Emmanuel Reynard



Photo de couverture

Emmanuel Reynard, mars 2018

Table des matières

Remerciements	1
1. Contexte de l'étude	3
2. Les méthodes.....	4
2.1 Une approche multiméthodes.....	4
2.2 Les entretiens.....	4
2.3 Les enquêtes par questionnaires.....	6
2.4 La cartographie des zones de visibilité.....	7
2.5 Les analyses de dépôts de photographies.....	8
2.6 Les mesures de déplacements	10
3. L'offre touristique de Lavaux	11
3.1 L'offre originelle	11
3.2 L'offre dérivée	15
3.3 L'exploitation de l'offre originelle	20
4. Les touristes et leurs pratiques.....	25
4.1 L'évolution des nuitées	25
4.2 Le profil des visiteurs	27
4.2.1 La provenance.....	27
4.2.2 La durée du séjour.....	28
4.2.3 Les motifs du séjour	29
4.2.4 L'hébergement et les repas.....	29
4.2.5 Les activités réalisées.....	30
4.2.6 Les achats et les dépenses.....	31
4.2.7 Le degré de satisfaction	32
5. La mobilité touristique.....	34
5.1 Les modes de visite	34
5.2 Les hotspots et les zones d'ombre touristique.....	34
5.2.1 Les résultats selon la cartographie des zones de visibilité.....	34
5.2.2 Les résultats selon les dépôts de photographies	36
5.2.3 Les résultats selon les questionnaires.....	38
5.2.4 Les résultats selon les comptages.....	39
5.2.5 Synthèse	42
5.3 Les pratiques de mobilité.....	42
6. L'œnotourisme	44
6.1 L'offre œnotouristique	44
6.2 Les pratiques des œnotouristes.....	47

6.3	Le cas des Caves ouvertes vaudoises	48
7.	Constats sur le tourisme en Lavaux.....	49
7.1	Surtout des touristes suisses à la journée	49
7.2	L'omniprésence du paysage.....	49
7.3	La prépondérance de l'excursionnisme	49
7.4	Vin et tourisme, une relation ambiguë.....	50
7.5	Un impact économique relativement faible	50
7.6	Des visiteurs satisfaits	51
7.7	Une mobilité diversifiée	51
7.8	Une variabilité spatiale et temporelle du tourisme.....	51
7.9	Une gouvernance complexe.....	51
8.	Réflexions méthodologiques	52
9.	Conclusions et perspectives	53
	Bibliographie	55
	Annexes.....	57

Remerciements

Le projet « Tourisme en Lavaux » a été réalisé de mai 2017 à octobre 2019 par l'Institut de géographie et durabilité de l'Université de Lausanne, en collaboration avec l'association Lavaux Patrimoine mondial (LPm) et l'Office du Tourisme du Canton de Vaud (OTV). Nous remercions toutes les personnes qui ont contribué à cette étude, en particulier :

- Tabea Wäfler (étudiante UNIL) et Patrick Bürgin (chef de projet LPm) qui ont collaboré aux enquêtes par questionnaires et au monitoring des déplacements ;
- Jeanne Corthay, Aurélie Moullet et Emmanuel Estoppey (LPm) pour le suivi du projet et les relations avec les communes ;
- Florence Wargnier (OTV) pour la coordination avec le projet d'Observatoire du tourisme du canton de Vaud ;
- Reto Rupf et Matthias Riesen de la Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW à Wädenswil pour le prêt de matériel de mesures et la collaboration au monitoring des déplacements ;
- Toutes les personnes qui nous ont accordé un peu de leur temps pour répondre à nos questions.

Merci !!!

TOURISME EN LAVAUX

1. Contexte de l'étude

Ce rapport présente les résultats du projet de recherche « Tourisme en Lavaux », dans la continuité du diagnostic territorial (Bachmann et al., 2016) et de l'étude de l'évolution du Bien inscrit au Patrimoine mondial entre 2000 et 2015 (Clivaz et al., 2016) menés par l'Institut de géographie et durabilité de l'UNIL. Ces deux précédentes recherches ont mis en évidence le manque de données sur le tourisme dans la région de Lavaux. « Tourisme en Lavaux » constitue la première campagne thématique réalisée dans le cadre de la stratégie de monitoring proposée (Bachmann et al., 2016, p. 103). Le projet a été mené en concertation avec le projet d'Observatoire du tourisme, mis en place actuellement par l'Office du tourisme du Canton de Vaud (OTV, 2017).

Le projet visait **cinq objectifs** :

- Établir un état des lieux de l'**offre touristique** en Lavaux ;
- Récolter des **données statistiques** sur le tourisme en Lavaux (provenance, etc.) ;
- Développer une stratégie d'acquisition de **données sur la mobilité et les pratiques touristiques** à Lavaux et valider les propositions sous la forme d'études de cas ciblées ;
- Réaliser une étude de cas sur l'**œnotourisme** ;
- Compléter la **base de données GéoLavaux** avec des données statistiques sur le tourisme.

Plusieurs **questions de recherche** ont guidé notre démarche :

- Le tourisme est une activité économique qui est basée sur l'offre de biens et services touristiques par des prestataires à une clientèle formée de visiteurs. Il nous intéressait de mieux cerner l'**offre** (ou les offres) touristique(s) originelle(s) de Lavaux, en d'autres termes ce qui attire les visiteurs à Lavaux, et surtout, de savoir si les prestations offertes (offre dérivée) satisfont les attentes des visiteurs.
- Lavaux est une région de vignoble située entre les deux destinations touristiques connues, historiquement établies et plutôt urbaines que sont Lausanne à l'ouest et Vevey-Montreux à l'est. Nous voulions mieux connaître les contours des **relations entre les trois régions**, en termes de flux de touristes, de gestion de l'offre et de gouvernance du tourisme.
- Lavaux est une région touristique « ouverte ». C'est un site classé au Patrimoine mondial, mais également un paysage d'importance nationale et bien sûr un lieu de vie et de production économique. La **fréquentation** est donc un paramètre difficile à appréhender. Il s'agit de différencier d'une part les zones fréquentées par les touristes (les « hotspots » touristiques) et d'autre part les secteurs moins visités, ce que nous avons appelé les « zones d'ombre » touristique. Il nous intéressait aussi de mettre en évidence les rythmes saisonniers du tourisme : quand Lavaux est-il le plus touristique ? Comme le site est ouvert et que les visiteurs ne paient pas un ticket d'entrée, il n'est pas aisé de mesurer les arrivées puis les déplacements à l'intérieur du site. En combinant plusieurs méthodes, nous avons voulu mieux saisir ce phénomène.
- Lavaux est à la fois un **vignoble**, avec toute la culture associée à ce genre de région, et un **paysage**. Il nous intéressait d'étudier les relations entre ces deux facettes de la région et surtout leur influence respective sur le tourisme.

Ce rapport présente les méthodes, puis les principaux résultats de cette recherche.

2. Les méthodes

2.1 Une approche multiméthodes

L'étude repose sur la combinaison de plusieurs méthodes.

- (1) Un **état de l'offre touristique** originelle (ce qui attire les touristes à Lavaux) et dérivée (les infrastructures et prestations touristiques disponibles) a été établi sur la base de la documentation touristique disponible. 25 entretiens ont été réalisés avec des prestataires touristiques (hôteliers, guides, responsables du balisage, etc.), des responsables de collectivités publiques et de l'administration cantonale, ainsi que des vigneron. Ces entretiens visaient essentiellement à comprendre la perception des phénomènes touristiques par les personnes responsables, à un titre ou un autre, de l'offre touristique.
- (2) Une vaste **enquête par questionnaires** a été menée durant l'été et l'automne 2018 et a permis d'interroger 670 visiteurs de Lavaux dans différents lieux typiques de la région. L'objectif était ici de cerner les caractéristiques des touristes (provenance, profil socio-professionnel, âge), leurs pratiques (quelles activités ? quelles visites ? quels déplacements ? quelles dépenses ?), leurs attentes et le degré de satisfaction.
- (3) Une **cartographie des zones de visibilité** avait pour but de mettre en évidence quels secteurs de Lavaux sont les plus visibles depuis beaucoup d'endroits et lesquels sont au contraire plus « cachés ». Une **analyse de dépôts de photographies** sur la plateforme Flickr a visé, grâce aux coordonnées GPS attachées aux photos, à cerner quels sont les panoramas les plus prisés. Une analyse automatique du contenu d'un échantillon de ces photos a permis de comprendre ce qui est photographié en priorité.
- (4) Un **traçage GPS** des déplacements d'une série de visiteurs volontaires a été réalisé en octobre et novembre 2018.
- (5) Finalement, un **monitoring des déplacements** à l'intérieur du vignoble, via des mesures de fréquence des déplacements au moyen de compteurs et de caméras automatiques et thermiques, a été réalisé sur 31 sites entre avril et décembre 2018. Le but était de mieux comprendre les déplacements sur le réseau piéton de Lavaux et la répartition géographique des visiteurs.

Les résultats de ces différentes méthodes ont été confrontés et combinés lors d'une journée de travail le 30 novembre 2018 en présence de Jeanne Corthay et Emmanuel Estoppey, qui ont pu apporter leur éclairage « du terrain » dans l'interprétation de certains résultats.

2.2 Les entretiens

Les méthodes d'entretien se distinguent des autres méthodes d'enquête par la mise en œuvre des processus de communication et d'interaction (Blanchet et Gotman, 1992 ; Loubet del Bayle, 2000 ; Van Campenhout et al., 2011). Au cours de l'échange entre le chercheur et son interlocuteur, ce dernier est invité à s'exprimer sur un événement, une situation ou encore une thématique : il communique ainsi ses perceptions, ses interprétations ou encore ses expériences. Le rôle du chercheur est de faciliter l'échange et de veiller à ce que celui-ci ne s'éloigne pas trop des objectifs de son étude (Van Campenhout et al., 2011).

Il existe plusieurs variantes de méthode d'entretien. Dans le cadre de cette recherche, l'**entretien semi-directif** a été privilégié. Il est généralement mené à partir d'un guide d'entretien, préparé à l'avance par le chercheur, qui contient des questions importantes. Le guide utilisé dans le cadre de cette recherche (Annexe 1) comprend des questions relatives aussi bien à l'offre touristique (originelle et dérivée), aux pratiques touristiques (mobilité et comportements des touristes), qu'à l'œnotourisme. Les questions n'ont pas forcément toutes été posées dans l'ordre et la formulation des questions a pu différer de celle initialement prévue. Comme le suggèrent Van Campenhout et al. (2011), nous avons laissé parler ouvertement la personne interrogée avec ses propres mots

et avons recentré la discussion lorsque celle-ci s'éloignait trop des objectifs de la recherche. Nous avons adopté une attitude de neutralité bienveillante et évité ainsi de nous impliquer dans le contenu de l'entretien. Afin de pouvoir comparer les informations, le choix a été fait d'utiliser pour la majorité des entretiens le même guide d'entretien. A une exception, tous les entretiens ont été enregistrés, avec l'accord des interviewés, puis un résumé écrit a été établi.

Afin d'avoir un échantillon caractéristique du phénomène touristique à Lavaux, nous avons choisi des interlocuteurs appartenant au maximum de domaines touchant d'une manière ou d'une autre au tourisme. 25 entretiens¹ ont ainsi été réalisés auprès des groupes suivants (Annexe 2) :

- Vignerons proposant des offres œnotouristiques ou non ;
- Prestataires de mobilité touristique (CGN, Lavaux Panoramic, Lavaux Express) ;
- Prestataires d'hébergement (hôtellerie et parahôtellerie) ;
- Restaurateurs ;
- Offices du tourisme (Montreux Vevey Tourisme et Lausanne Tourisme) ;
- Politiques (syndics, municipaux, députés) ;
- Organes de l'État (Vaud Oenotourisme, Direction générale de l'environnement).

L'utilisation de l'entretien semi-directif comme moyen de récolte de données a de nombreux avantages, mais également des limites qui sont présentées dans le **tableau 1**.

Tableau 1 – Avantages et limites de la méthode de l'entretien semi-directif.

Avantages	<ul style="list-style-type: none"> - Le degré de profondeur des informations recueillies par un entretien semi-directif est élevé ; - Le fait que l'entretien soit peu directif permet à la personne interrogée de parler librement et d'apporter ses propres éléments ; - L'entretien semi-directif garantit la récolte d'informations sur l'ensemble des questions qui intéressent l'enquêteur ; - Le guide d'entretien est un support « rassurant » pour l'enquêteur, car il permet de recentrer la discussion sur les objectifs de l'étude et permet d'éviter les « pannes de relance » ; - L'utilisation d'un guide d'entretien unique pour plusieurs entretiens permet la comparaison des éléments recueillis.
Limites	<ul style="list-style-type: none"> - L'organisation et l'analyse d'un entretien prend beaucoup de temps (prise de contact, préparation, interprétation) ; - La qualité des informations recueillies dépend du bon vouloir des personnes interrogées ; - Il est impossible de tirer des conclusions générales à partir d'entretiens semi-directifs, car il y a une certaine part de subjectivité dans cette pratique ; - La souplesse de la méthode peut effrayer les personnes pour qui il est nécessaire de travailler avec des directives techniques précises ; - Contrairement à d'autres méthodes d'enquête (questionnaires notamment), les informations recueillies par la méthode de l'entretien ne se présentent pas sous une forme qui implique une méthode d'analyse particulière.

¹ Au total, ce sont 28 personnes qui ont été interviewées car quelques entretiens ont été réalisés avec deux personnes.

2.3 Les enquêtes par questionnaires

Entre mi-mai et fin octobre 2018, un total de 670 personnes ont été interrogées dans différents lieux de Lavaux par trois enquêteurs qui ont œuvré à différents moments de la semaine afin d’appréhender les différentes formes de visite. Le choix des lieux a été guidé par la présence d’attractions touristiques (points de vue par exemple), les axes de communication, notamment à pied, ainsi que la volonté de prendre en compte non seulement les zones très visitées, mais également celles qui le sont moins. Après un point de la situation intermédiaire, il est apparu que dans les zones peu fréquentées, les passages étaient si faibles que la « rentabilité » de l’enquêteur était elle aussi très faible (seulement quelques questionnaires remplis par jour). Il a ainsi été décidé d’abandonner ces lieux et de se concentrer sur les sites plus fréquentés. Le planning des enquêtes est visible à l’annexe 3.

Le questionnaire était décliné en une version longue et une version courte, en trois langues (**Fig. 1**). Les questionnaires en français, en version longue et courte, sont reportés aux annexes 4 et 5. Les versions courtes du questionnaire ont été utilisées à partir du mois d’août, suite à une évaluation intermédiaire qui a montré que plusieurs personnes étaient réticentes à répondre au questionnaire qui durait environ 10 minutes. Il a ainsi été décidé de rajouter une version courte (remplie en trois minutes), avec une sélection de questions prioritaires. Le questionnaire initial était rempli directement sous forme digitale au moyen d’une tablette, manipulée par l’enquêteur. A l’usage, il est apparu que certaines personnes étaient plus à l’aise avec une version « papier », permettant une vue d’ensemble des questions. Il a ainsi été décidé d’ajouter cette version « papier ».

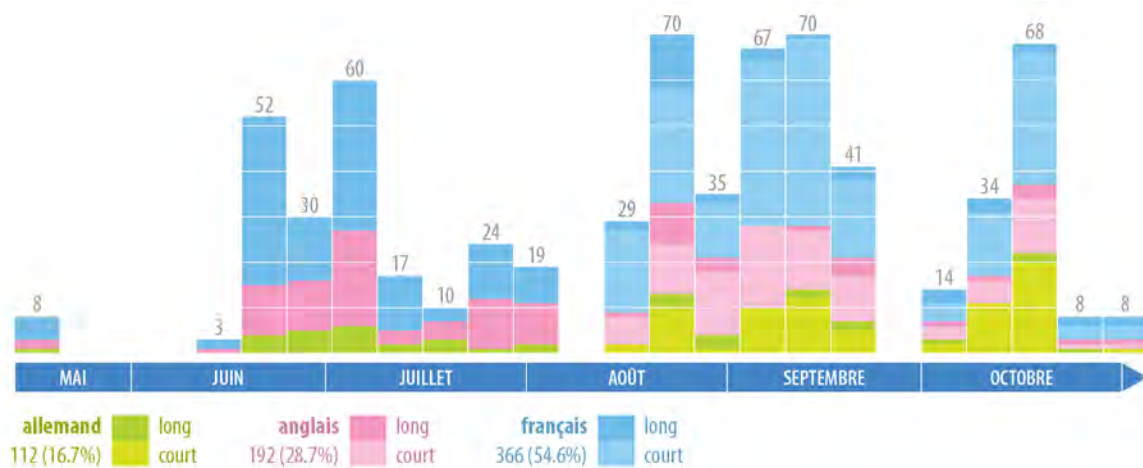


Figure 1 – Nombre de questionnaires récoltés dans le temps, par type de questionnaire.

58.5% des personnes interrogées étaient des hommes et 41.5% des femmes. Au niveau des catégories d’âges, les tranches des 60 à 80 ans sont clairement surreprésentées en comparaison avec la population totale (**Fig. 2**), tandis que les 20 à 30 ans et 45 à 60 ans sont sous-représentés.

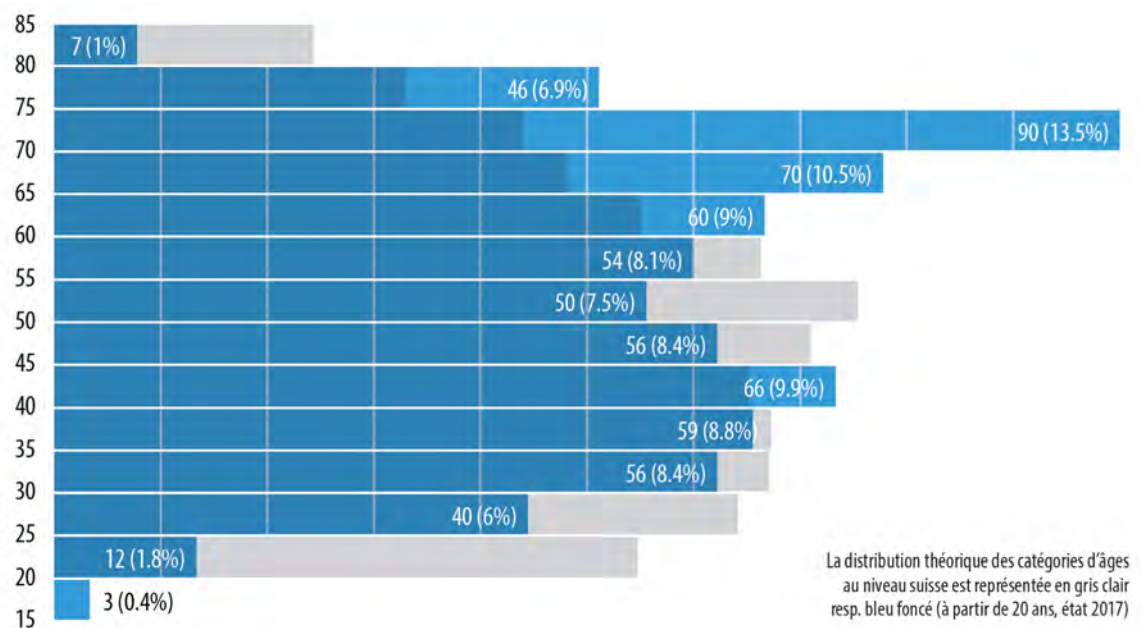


Figure 2 – Catégories d'âges des personnes ayant répondu à l'enquête et comparaison avec les catégories d'âge au niveau suisse.

2.4 La cartographie des zones de visibilité

La carte de visibilité (*Viewshed* en anglais) vise à mettre en évidence les lieux les plus visibles de Lavaux. Le résultat attendu (voir section 5.2.1) est un périmètre dont l'aire graduée indique une intensité de visibilité (théorique) du site observé depuis ses alentours et en son sein en tenant compte de la topographie via le modèle numérique de terrain (MNT) ASTER mid-2011 (NASA/METI/AIST/Japan Spacesystems, 2009). Un ensemble de pixels de 50 mètres de résolution² compris dans le périmètre du site UNESCO de Lavaux est défini. Pour chacun de ces pixels, le nombre de pixels (20 mètres de résolution) visibles du MNT est calculé selon la technique de l'inter-visibilité (Haverkort et al., 2009) à l'aide du logiciel GRASS7 en tenant compte de l'élévation dont le principe est illustré à la **figure 2**. L'intensité de visibilité est un pourcentage relatif déduit par le nombre de pixels visibles depuis le pixel de référence de la grille sur le nombre total de pixels de cette dernière.

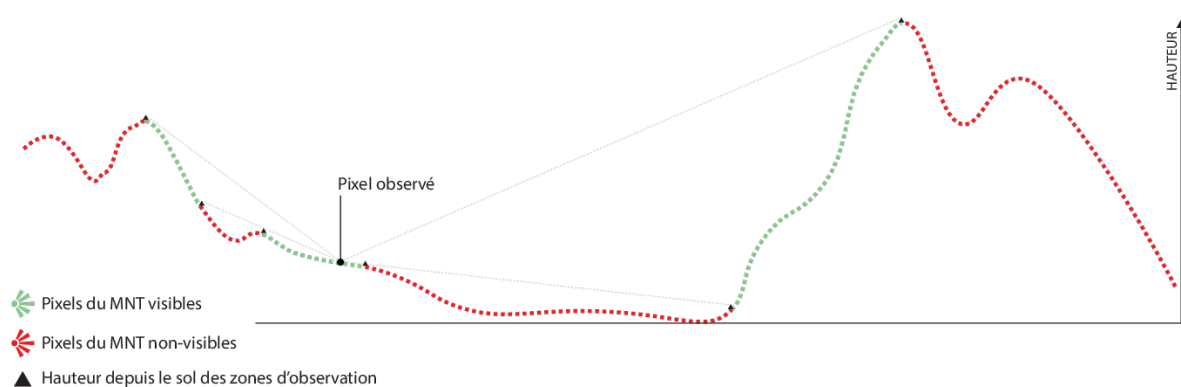


Figure 2 – Illustration en coupe de l'inter-visibilité : un seul pixel de la grille de référence est représenté, les pixels du MNT qui le voient sont en vert et ceux qui ne peuvent pas le voir sont en rouge.

Cette technique est connue de l'archéologie historique pour déterminer l'étendue des vestiges d'un site étudié (Wheatley et Gillings, 2002), mais soulève de nombreuses discussions. En effet, l'aspect strictement géométrique

² Cette résolution a été choisie pour des raisons de temps de calcul.

de la vision humaine de cette approche renforce inévitablement un biais occidental de l'analyse spatiale formelle et l'engagement physique avec l'objet étudié est faible d'un point de vue phénoménologique (Ervin et Steinitz, 2003 ; Paliou et al., 2014). Néanmoins, elle est complémentaire à la méthode d'enquête attachée au projet, qui mobilise d'autres engagements sensoriels pour le monitoring du site, et constitue ainsi une première approche d'exploration pour l'identification de lieux à fort potentiel de fréquentation touristique (*hotspots*).

2.5 Les analyses de dépôts de photographies

Afin de réduire le problème déterministe de la carte de visibilité et d'identifier d'éventuelles caractéristiques phénoménologiques des hotspots, des photographies sont utilisées ici comme senseurs afin d'ajouter une source d'information supplémentaire, dite citoyenne (Goodchild, 2007). Ainsi, 32 441 photos géolocalisées à l'intérieur du domaine de validité (voir section 2.4) ont été récoltées depuis la plateforme *Flickr* avec l'API *Flickr* (Services *Flickr*, n.d.). En utilisant la technique de carte de chaleur ou *Heatmap* (Wilkinson et Friendly, 2009), ce jeu de données spatiales permet de construire une première visualisation (Fig. 3), avec un focus sur la région d'étude, de l'intensité continue des aires les plus photographiées.



Figure 3 – « Carte de chaleur » obtenue dans la région du périmètre UNESCO de Lavaux, indiquant la densité de photos géolocalisées prises par la communauté Flickr.

Dans le but d'identifier les phénomènes d'intérêt du site de l'UNESCO de Lavaux, un sous-échantillon de 366 photos prises à l'intérieur du périmètre officiel a été extrait. Sur ce dernier, une analyse plus avancée a été effectuée afin (i) d'identifier les 50 sites à plus forte fréquentation de la communauté par une agrégation spatiale des photos selon un diamètre de 100 mètres et (ii) d'identifier les phénomènes capturés de ces sites, définissant

des aires d'intérêt photographique (ou touristique) par une labélisation automatique des photos en anglais avec Google Cloud Vision³ (Fig. 4).

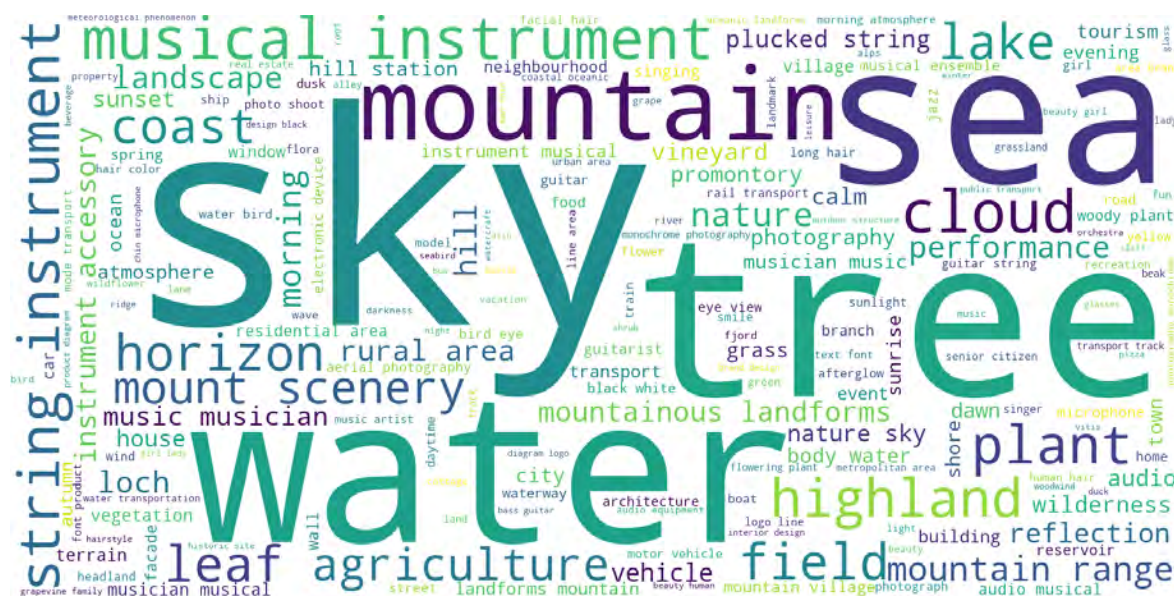


Figure 4 – Nuage de mots (Word Cloud) des labels extraits des 366 photos dans le périmètre du site UNESCO de Lavaux ; la couleur indique que les labels apparaissent en même temps sur les photos et la taille de la police indique leur fréquence d'occurrence.

En agrégeant les labels des photos par sites d'intérêt, une table de contingence est créée dont les lignes représentent les sites et les colonnes indiquent les labels. Chaque élément de cette table indique ainsi le nombre d'occurrences d'un label pour un site donné. Depuis cette table, une mesure de dissimilarité entre chaque paire de sites permet de construire une matrice carrée, définie positive et symétrique. La distance du χ^2 généralisée (Ceré et Egloff, 2018) est utilisée afin de considérer plus fortement les labels peu fréquents, les phénomènes identifiés les plus atypiques, avec un paramètre libre $\theta > 1$ et moins fortement les phénomènes communs ou typiques comme par exemple l'eau, le ciel, les arbres, etc., avec $\theta < 1$ ($\theta = 1$ étant le χ^2 normal, non-corrigé).

De la matrice des distances et comme ces distances sont euclidiennes carrées, un partitionnement des sites selon leurs similarités aux autres sites est possible en utilisant une forme adaptée du K-means (Cocco, 2014), en tenant compte du nombre de photos par site (poids). La procédure consiste à initier aléatoirement et uniformément une partition disjonctive (1 ou 0) d'appartenance dont les lignes représentent les sites et les colonnes les groupes et où la somme de colonnes est égale à 1. De manière itérative, les distances intragroupes sont minimisées et les distances intergroupes sont maximisées jusqu'à obtenir un état stable de la partition, dite convergente. Ainsi, chaque site est attribué à un groupe où le score est égal à 1, formant ainsi des clusters homogènes de sous-échantillon des sites. Le nombre de clusters est choisi en fonction du paramètre libre et une règle heuristique dite d'Hartigan (Hartigan, 1975). Un positionnement multidimensionnel (*Multidimensional scaling*, MDS) depuis la matrice des distances est calculé (Bavaud, 2010) en tenant compte du nombre de photos par sites afin d'illustrer sur deux nouvelles composantes (axes) la configuration des clusters permettant leur analyse visuelle. Les résultats sont présentés à la section 5.2.2.

³ Service d'analyse d'images basé sur l'apprentissage machine.

2.6 Les mesures de déplacements

Connaître les endroits de passage des touristes, ainsi que les fréquences tout au long de l'année est précieux pour la planification des infrastructures et la gestion de l'offre touristique. Cependant, les déplacements des touristes ne sont pas mesurables directement. Nous avons donc procédé à des mesures des fréquences de passage à 31 emplacements, situés surtout le long du réseau des sentiers pédestres (Fig. 5), entre avril et décembre 2018 (Annexe 6). Ces mesures ne font pas la différence entre les habitants, travailleurs, excursionnistes ou touristes. La distinction entre mouvements pendulaires, professionnels et de loisir ne peut être faite que par estimation sur la base du nombre de passages selon l'heure dans la journée et le jour de la semaine.



Figure 5 – Emplacements des points de comptage des fréquences de passage.

Les questions auxquelles les mesures de déplacements peuvent répondre sont notamment :

- Quel est le nombre de personnes qui passent sur le réseau piéton, et à quel moment ?
- Quelle est la part de chaque moyen de déplacement par tronçon ? Est-ce qu'il peut y avoir des conflits entre utilisateurs de différents moyens de transport (p. ex. entre piétons et cyclistes, ou entre piétons et voitures) ?
- Quelle est la répartition spatiale et temporelle des visiteurs ?

Pour acquérir les fréquences des visiteurs dans Lavaux, plusieurs méthodes de mesure ont été envisagées et déployées. Un aperçu de différentes méthodes de comptage est présenté par Rupf et Wernli (2013). Pour les comptages à Lavaux, trois technologies différentes ont été utilisées afin d'obtenir des données aussi précises que possible (Fig. 6):

- Deux appareils de comptage de type «Pyro Box» de l'entreprise Eco-Compteurs. Ces appareils mesurent le nombre de passages à l'aide de senseurs de mouvements, mais ne font pas la différence entre les modes de transport. Par contre, il est possible de couvrir de longues périodes (plusieurs mois sans intervention).
- Quatre caméras de chasse avec flash infrarouge invisible et silencieux, modifiées en intégrant une lentille supplémentaire pour prendre uniquement des images floues. Cette lentille supplémentaire fait en sorte que les personnes sur les images prises ne sont pas reconnaissables, ce qui évite des problèmes au niveau de la protection de la sphère privée.
- Deux caméras thermiques prenant des images de chaleur. Ces caméras prennent uniquement des images des températures avec une résolution de 160x120 pixels. La sphère privée est ainsi garantie. En plus, la caméra n'a pas besoin de flash infrarouge comme les caméras de chasse.



Figure 6 – Un compteur de type Pyro (à gauche) et une caméra (à droite).

Les deux types de caméras peuvent fonctionner sans intervention pendant une période jusqu'à environ quatre semaines, dépendant essentiellement de la fréquentation. Ensuite, les batteries doivent être changées et les cartes de mémoire échangées régulièrement. Ainsi, les deux appareils Pyro ont été installés de manière fixe pour toute la durée de la campagne de mesures. Les six caméras ont été déplacées périodiquement afin de couvrir au maximum l'ensemble de la région (Annexe 6). Tous ces appareils ont été placés sur le domaine public, avec l'autorisation des communes concernées, qui ont été averties préalablement par l'association Lavaux Patrimoine mondial.

Les deux types de caméras permettent en principe de distinguer le mode de transport utilisé. Cependant, Rupf et Wernli (2013) indiquent que dans le cas des caméras de chasse, l'analyse peut être relativement lourde surtout si la période de mesure est longue. Pour atténuer ce problème, des algorithmes automatiques de détection des passages, y compris des différents moyens de transport, ont été développés (voir par ex. Staab, 2017). Cependant, ces algorithmes ont jusqu'à maintenant toujours été utilisés sur des caméras de surveillance ayant un grand nombre d'images à disposition, et ni avec des images floutées, ni des images thermiques. En conséquence, un algorithme de reconnaissance des passages permettant de détecter également les moyens de transport utilisés et fonctionnant avec les images thermiques ou floues a été développé et testé dans le cadre de cette recherche.

Si les caméras de comptage permettent de connaître la fréquence de passage aux différents lieux en section, elles ne permettent pas de connaître les trajets typiques des visiteurs de Lavaux. Pour combler cette lacune, nous avons procédé à la distribution de loggers GPS à des visiteurs volontaires, grâce à une collaboration avec R. Rupf et M. Riesen de la Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW de Wädenswil. Les appareils GPS ont été donnés aux visiteurs dans plusieurs points d'information touristique et hôtels de Lavaux. Les visiteurs ont emporté les appareils GPS sur une base volontaire et les ont ramenés au même endroit ou renvoyés par la poste. Ils ont également rempli un court questionnaire pour compléter l'information. Ainsi, 25 tracés ont pu être récoltés en quelques semaines. Le relatif faible nombre de tracés limite la possibilité d'analyses quantitatives approfondies et significatives. Une analyse de nature plutôt qualitative est cependant toujours possible et permet de révéler quelques informations intéressantes.

3. L'offre touristique de Lavaux

3.1 L'offre originelle

L'offre originelle regroupe les éléments d'une région qui ont une certaine force d'attraction pour devenir des objets touristiques (Barras, 1987). Ces éléments, que De Grandpré (2007) appelle les attraits, n'existent pas spécifiquement pour le touriste. Ce sont des ressources naturelles et culturelles de la région qui peuvent servir à

TOURISME EN LAVAUX

l'élaboration d'un produit touristique. Selon Barras (1987), l'offre touristique originelle se compose de (i) l'environnement naturel, (ii) l'environnement construit et (iii) l'environnement humain.

Lavaux regorge d'attraits touristiques susceptibles d'attirer les visiteurs dans la région (**Tab. 2**).

Tableau 2 – Attractions de la région de Lavaux.

Naturel	Ensoleillement Situation entre Lausanne et Vevey Situation près de Montreux	Lac Montagnes Versants pentus	Morphologie structurale en cuestras Cascade du Forestay, Rivaz Mont-Pèlerin, Chardonne
Construit	Vignoble en terrasses Eglise de Lutry (XI ^e s.) Château de Lutry (XIV ^e s.) Menhirs de Lutry Tour Bertholod (1220), Lutry Balance romaine (1865), Lutry Nécropole des Chamblandes, Pully Villa romaine du Prieuré (I ^{er} s.), Pully Nécropole des Désertes (V-VII ^e s.), Pully	Château de Glérolles (1160), St-Saphorin Clos des Abbayes (XII ^e s.), Puidoux Clos des moines (XII ^e s.), Puidoux Tour de Marsens (XII ^e s.), Puidoux Eglise de St-Saphorin (XVI ^e s.), Tour de Gourze (XI ^e s.), Bourg-en-Lavaux Château de Montagny (XI ^e s.), Lutry Villa « Le Lac » du Corbusier (1923), Corseaux	Eglise de Villette (XIII ^e -XIV ^e s.) Chapelle de Puidoux (XI ^e s.) Château de Crousaz (1431), Chexbres Maison Wittenbach (XVIII ^e s.), Chexbres Domaine des Faverges, Chexbres Les bourgs Architecture du territoire : murs, terrasses, épondes, charmus, dévestitures
Humain	Lieu de passage de plusieurs artistes : Ferdinand Hodler (1853 – 1918) Marcel Duchamp (1887 – 1968) Félix Vallotton (1865 – 1925) Alfred Chavannes (1836 – 1894) Joseph Mallord William Turner (1775 – 1851) Pietro Sarto (1930 -) René Auberjonois (1865 – 1925) Wilhelm Gimmi (1889 – 1960) Rodolphe-Théophile Bosshard (1889 – 1960) François Bocion (1828 – 1890) Gustave Courbet (1819 – 1877) Alexandre Perrier (1862 – 1936) Oskar Kokoschka (1866 – 1980) Ernest Biéler (1863 – 1948) Jean Prahin (1918 – 2008)	Lieu de passage / résidence de plusieurs écrivains : Charles Ferdinand Ramuz (1878 – 1947) Jean Villard-Gilles (1895 – 1982) Jean-Jacques Rousseau (1712 – 1778) Lord Bryon (1788 – 1824) Juste Olivier (1807 – 1876) Jacques Chessex (1934 – 2009) Charles-Albert Cingria (1883 – 1954) Paul Budry (1883 – 1949) Jean-Pierre Schlunegger (1925 – 1964) François Dubluë (1950 -) Clarisse Francillon (1899 – 1976) Georges Borgeaud (1914 – 1998) Etienne Barilier (1947 -)	Lieu de résidence de Charlie Chaplin, Corsier-sur-Vevey Major Davel Coutumes vigneronnes Fêtes des vigneronnes de Vevey

L'environnement de Lavaux est un attrait important. Sa situation, entre les agglomérations de Lausanne et Vevey et proche de la ville touristique de Montreux, peut jouer un rôle important dans l'attractivité de la région. Le patrimoine construit est riche : vignobles en terrasses, monuments et sites historiques. Les vestiges de la Villa du Prieuré, construite au I^{er}/II^e siècle, constituent un exemple d'éléments construits pouvant être un attrait touristique pour la région. L'église de Lutry (XI^e siècle), le château du Lutry (XIV^e siècle), la Tour Bertholod (1220) à Lutry, la Tour de Marsens (XII^e siècle) sont tout aussi remarquables. Lavaux est également un lieu de passage ou de

résidence de plusieurs artistes et écrivains. Ferdinand Hodler (1853-1918) a souvent posé son chevalet dans la région, notamment sur les crêtes du Dézaley, d'où il a peint le Léman (**Fig. 7**).



Figure 7 – « Le Lac Léman vu de Chexbres » de Ferdinand Hodler (vers 1904 ; 80 x 100 cm). © Musées d'art et d'histoire, Ville de Genève, photographe : Yves Siza.

L'écrivain et philosophe Jean-Jacques Rousseau (1712-1778) a passé quelques semaines dans la région de Vevey. Son roman épistolaire *Julie ou la Nouvelle Héloïse* (1761) est considéré comme étant à l'origine de l'essor touristique de la Riviera, puisque les scènes de cette œuvre se déroulent dans la région : à Clarens ou encore au Château de Chillon. L'écrivain Charles Ferdinand Ramuz (1878-1947) a passé une bonne partie de sa vie à Lavaux et a consacré un bon nombre de ses textes à cette région. Dans *Passage du poète* (1923), il parle de la vigne et des vigneronns de Lavaux. Un autre artiste incontournable de la région est Charlie Chaplin (1889-1977). L'acteur, réalisateur, compositeur, scénariste et producteur britannique s'est en effet installé au Manoir de Ban, à Corsier-sur-Vevey en 1953 et y restera jusqu'à la fin de ses jours. Il repose aujourd'hui au cimetière de Corsier-sur-Vevey et son manoir a été transformé en Musée dédié à sa vie et à ses œuvres.

Les us et coutumes sont très ancrés à Lavaux et ses environs. Organisée une fois seulement par génération, la Fête des Vignerons de Vevey rend hommage aux coutumes viticoles plusieurs fois centenaires de la région. Cet événement a été inscrit par l'UNESCO en 2016 sur la liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité (<https://ich.unesco.org/fr/RL/la-fete-des-vignerons-de-vevey-01201>, consulté le 15 avril 2019).

Si tous les éléments cités ci-dessus sont des attraits potentiels, le **paysage** représente cependant la ressource de base du tourisme à Lavaux. Le triptyque vignes en terrasses-lac-montagnes (**Fig. 8**) offre des contrastes remarquables.



Figure 8 – Le paysage de Lavaux et son triptyque vignoble en terrasses-lac-montagnes (Photo : E. Reynard).

Le paysage comme attrait touristique de base à Lavaux est reconnu par l'ensemble des acteurs rencontrés dans le cadre de cette étude. En effet, aussi bien les vignerons, que les acteurs du tourisme sont conscients que l'attractivité de Lavaux, c'est son paysage.

En plus du paysage, l'atmosphère qui règne dans cette région, décrite comme apaisante (Keller et al., 2019), est, pour les habitants de Lavaux, un élément important susceptible d'attirer les visiteurs. La situation de Lavaux, près de Lausanne, Vevey ou encore Montreux, est un attrait relevé par les acteurs du tourisme et par les vignerons.

3.2 L'offre dérivée

Dans la première phase de ce projet de recherche, réalisée en 2017, une analyse de l'offre dérivée a été réalisée (Clivaz et Reynard, 2017), à laquelle nous renvoyons pour des résultats détaillés. L'hébergement, la restauration, les caveaux et œnothèques, les infrastructures de transport ainsi que les diverses activités proposées aux visiteurs de Lavaux sont les thématiques abordées dans l'offre touristique dérivée. Ce chapitre reprend les principaux éléments de cette recherche⁴.

On distingue deux types d'hébergements touristiques : l'hôtellerie et la parahôtellerie. L'Office fédéral de la statistique (OFS) récolte des données sur l'hôtellerie depuis 1934 au moyen de la Statistique de l'hébergement touristique (HESTA). Cette statistique regroupe les données sur le nombre d'établissements, de chambres et de lits, ainsi que des données sur le nombre d'arrivées et de nuitées. Ces dernières sont recensées selon le pays de provenance des hôtes.

Depuis 2005, le nombre d'**établissements hôteliers** a évolué de manière contrastée à Lavaux (**Fig. 9**). Si les établissements hôteliers ont été de moins en moins nombreux entre 2005 et 2011, leur nombre a été revu à la hausse entre 2011 et 2014 avant de connaître une nouvelle diminution depuis 2015 et atteindre son point le plus bas en 2016, lorsque l'on dénombrait 12 établissements hôteliers en Lavaux contre 18 en 2005.

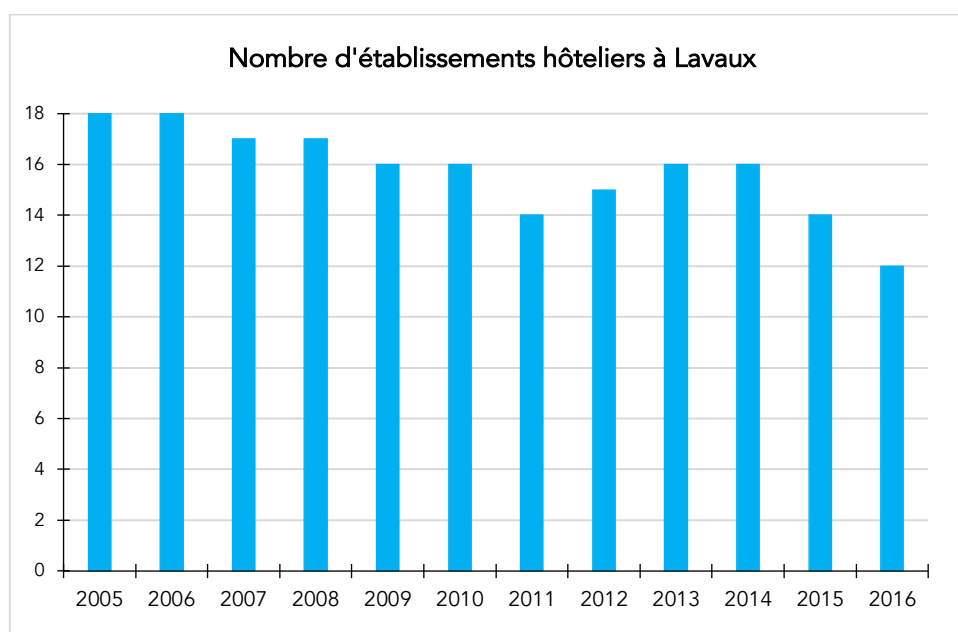


Figure 9 – Évolution du nombre d'établissements hôteliers à Lavaux entre 2005 et 2016 (OFS, HESTA)

La qualité des établissements hôteliers à Lavaux est élevée. Sur les 12 établissements recensés en 2016, on dénombre sept établissements 3 étoiles, deux établissements 4 étoiles, un établissement 5 étoiles, un établissement 2 étoiles ainsi qu'un établissement de confort de base (Swiss Lodge).

Les appartements de vacances et les chambres d'hôtes complètent l'offre d'hébergement. Il n'existe cependant aucune statistique officielle pour ce type d'hébergement pour la région de Lavaux. Depuis 2016, l'OFS tient une Statistique de la parahôtellerie (PASTA), mais le degré de régionalisation est relatif aux Grandes régions. Avec l'émergence récente des plateformes d'offre d'hébergement touristique telles que Airbnb, HomeAway, E-domizil, il est difficile de dresser un compte-rendu exhaustif de l'offre parahôtelière à Lavaux.

En 2017, à Lavaux, 20 **appartements de vacances** étaient labélisés par la Fédération suisse du tourisme (FST) qui propose une classification des appartements de vacances et des chambres d'hôtes selon des exigences de qualité.

⁴ De ce fait, la plupart des statistiques s'arrêtent en 2016 ou 2017.

Les appartements de vacances mis en location à Lavaux ont un certain confort, avec notamment 11 biens confort (3 étoiles et 3 étoiles superior) et 3 biens de première classe (4 étoiles) (Fig. 10).

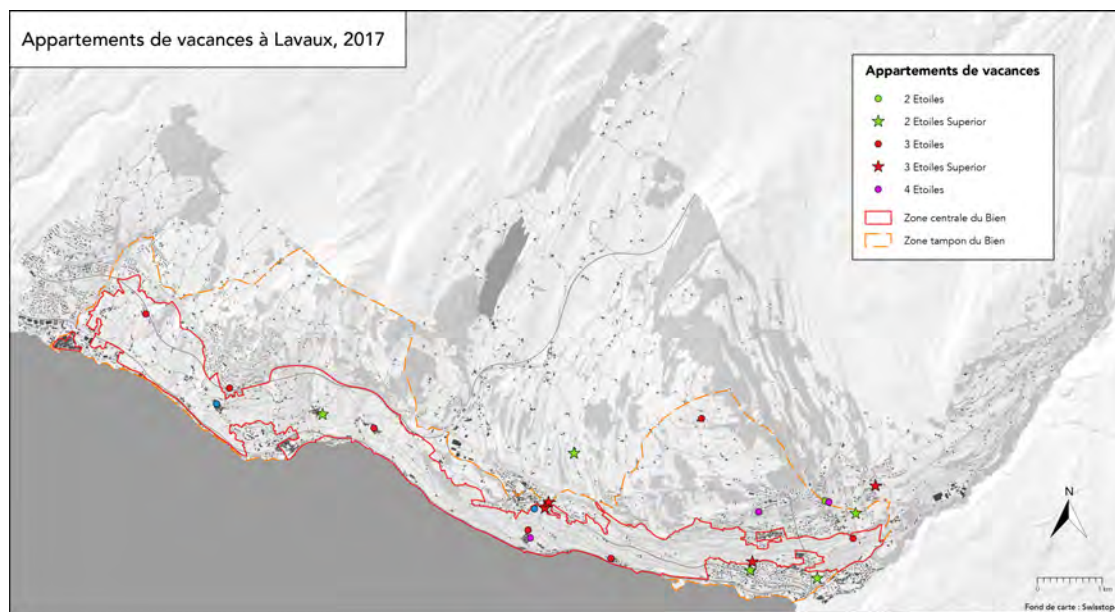


Figure 10 – Localisation des appartements de vacances labélisés FST selon leur type, en 2017 (Clivaz et Reynard, 2017).

Les hôtes de Lavaux ont également la possibilité de loger dans une **chambre d'hôtes** (Fig. 11). Les propriétaires de chambres d'hôtes sont libres de s'inscrire auprès de **Bed and Breakfast Switzerland**. En 2017, Lavaux dénombrait 11 chambres d'hôtes affiliées à BnB Switzerland. Depuis, ce chiffre a reculé, avec 9 chambres d'hôtes affiliées en 2019 (Fig. 12). Les chambres d'hôtes affiliées à BnB Switzerland à Lavaux ont, tout comme les établissements hôteliers, un certain confort. Quatre d'entre elles sont classées comme BnB confort (3 étoiles) et quatre autres comme BnB de première classe (4 étoiles). On dénombre également une chambre d'hôtes de confort standard (2 étoiles).

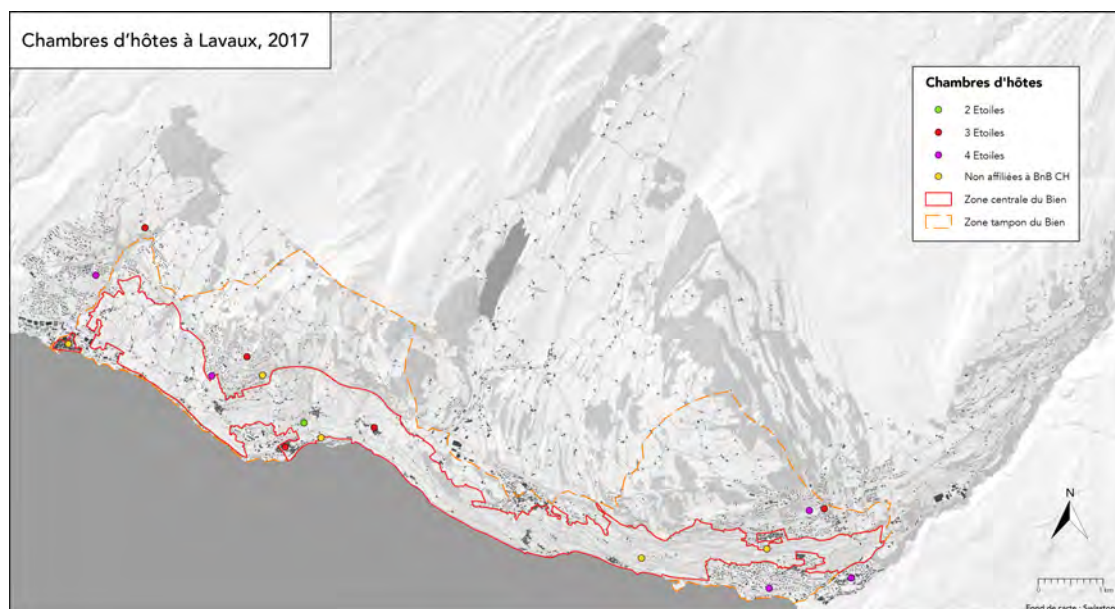


Figure 11 – Confort des chambres d'hôtes à Lavaux, en 2017 (Clivaz et Reynard, 2017).

Les bailleurs n'étant pas tenus de s'inscrire auprès de Bed and Breakfast Switzerland, toutes les chambres d'hôtes disponibles à Lavaux ne sont pas affiliées à cette organisation. Les plateformes de location d'hébergements touristiques permettent à tout un chacun de mettre en location son logement. Ce type de plateforme, dont la plus connue est **Airbnb**, connaît depuis quelques années un succès florissant et le phénomène n'a pas épargné la région de Lavaux. Un inventaire non exhaustif des biens mis en location sur Airbnb a été réalisé à deux reprises, en 2017 et 2018. Le 21 août 2017, 90 biens étaient proposés à la location pour la région de Lavaux (**Fig. 13, 14**). Les visiteurs avaient alors la possibilité de choisir leur futur hébergement parmi 35 chambres et 55 logements entiers. Lors de l'inventaire réalisé le 17 octobre 2018, le nombre d'hébergements disponibles à la location sur Airbnb avait peu évolué. On dénombrait, à ce moment-là, 96 hébergements en location, dont 35 chambres et 56 logements entiers. La plateforme Airbnb occupe ainsi une place importante dans l'offre d'hébergement à Lavaux qui ne doit pas être négligée.

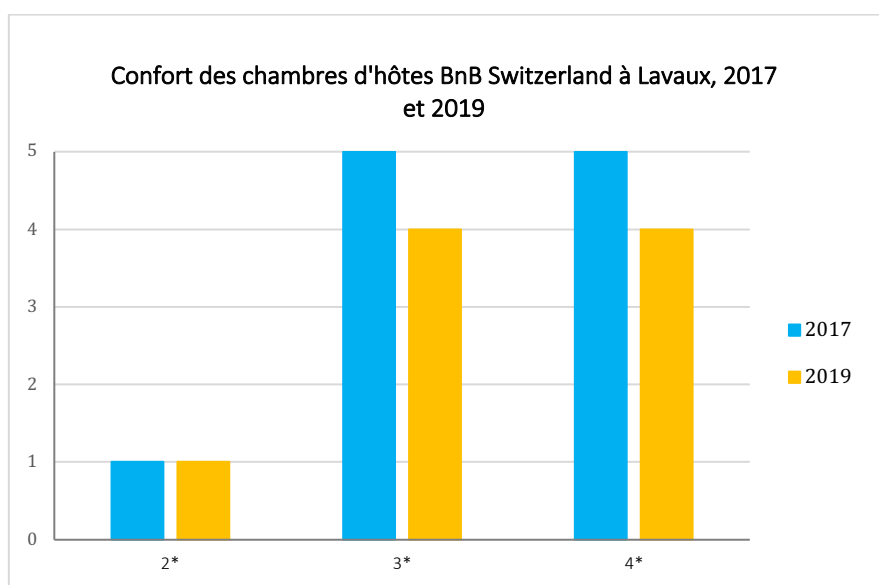


Figure 12 – Classification des chambres d'hôtes BnB Switzerland à Lavaux en 2017 et en 2019.

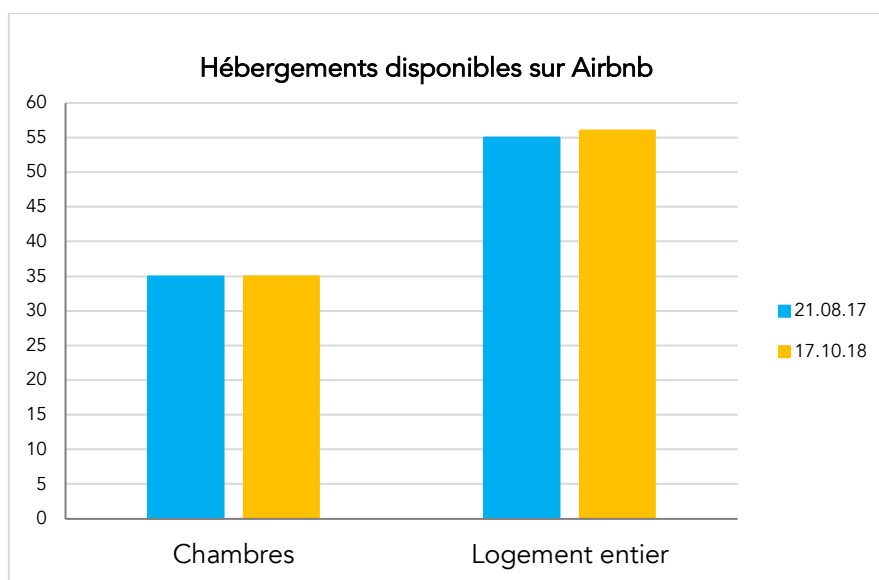


Figure 13 – Logements de Lavaux disponibles sur Airbnb le 21.08.2017 et le 17.10.2018.

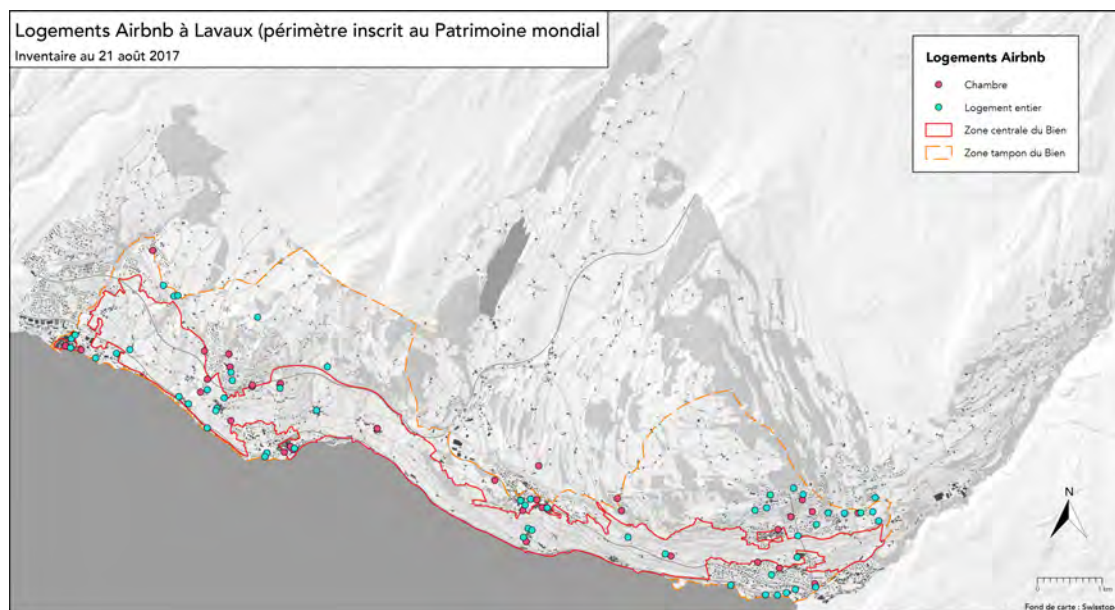


Figure 14 – Logements de vacances situés à l’intérieur du périmètre du Bien, mis en location sur Airbnb le 21 août 2017 (Clivaz et Reynard, 2017).

La **restauration** est une autre composante de l’offre touristique. Contrairement à l’hébergement hôtelier et parahôtelier, aucune statistique n’est tenue par l’OFS sur les établissements offrant un service de restauration. Une liste des restaurants de la région est disponible dans la brochure que Montreux-Vevey Tourisme a élaboré avec les CFF. En 2017, les hôtes de Lavaux avaient la possibilité de se restaurer dans 48 établissements.

Pour les amateurs de vin, Lavaux compte plusieurs **caveaux et œnothèques** (Fig. 15). Si les caveaux sont gérés par des associations villageoises de vigneron, les œnothèques sont généralement des structures privées. Quelle que soit leur forme de gestion, tous ces lieux d’accueil offrent la possibilité aux visiteurs de s’informer sur la vigne, le vin et les producteurs en dégustant un verre de vin. Dans les caveaux, la permanence est en principe assurée par les vignerons eux-mêmes. Le Lavaux Vinorama qui se présente comme LE centre de découverte des vins et du vignoble de Lavaux est un lieu de dégustation et de vente inauguré en 2010. Situé au bord de la route cantonale sur le site des anciens Moulins de Rivaz, il permet de déguster sur place ou à l’emporter quelque 300 vins de Lavaux. Un film retraçant une année de travail d’un vigneron est proposé aux visiteurs. Plusieurs vignerons de la région proposent également des visites et dégustations sur réservation.

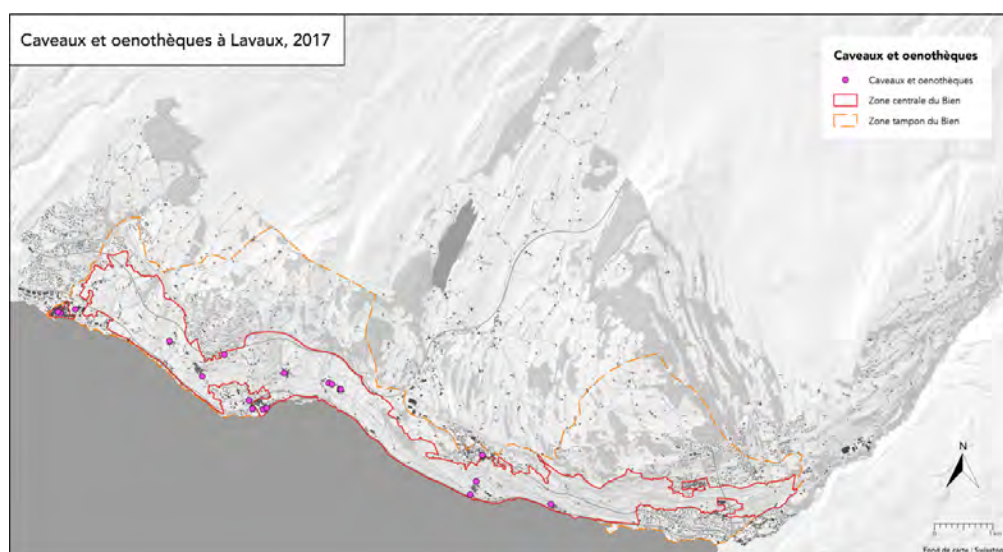


Figure 15 – Caveaux et œnothèques de Lavaux recensés par Montreux-Vevey Tourisme pour 2017-2018 (Clivaz et Reynard, 2017).

L'offre touristique dérivée de Lavaux intègre également toutes les **activités** qui sont proposées aux visiteurs. Ces derniers peuvent consulter plusieurs canaux d'information pour connaître les activités organisées à Lavaux. Les offices du tourisme de Montreux Riviera Tourisme (www.montreuxriviera.com) et de Lausanne Tourisme (www.lausanne-tourisme.ch) proposent sur leur site internet diverses activités (dégustations, randonnées, musées, balades didactiques, etc.). D'autres sites internet en font de même : Lavaux Patrimoine mondial (www.lavaux-unesco.ch) et Lavaux – vignoble en terrasses (www.lavaux.ch). Les visiteurs peuvent également obtenir des informations sur l'offre d'activités touristiques auprès des « points i » de Montreux Riviera Tourisme. Situés à Lutry, Cully, Chexbres, Vevey, Montreux ou encore Villeneuve, ces centres d'informations proposent également différents services dont la réservation d'hôtels, les renseignements sur les chambres d'hôtes et appartements de vacances, le conseil des activités, la distribution de brochures et flyers et le renseignement sur les différents événements de la région. Les visiteurs peuvent également trouver conseil auprès des acteurs locaux (vignerons, restaurateurs, hôteliers, commerçants, etc.).

Les activités proposées à Lavaux sont variées mais restent fortement liées au territoire. Elles sont pour la plupart liées au paysage ou aux produits du terroir. Il est possible de découvrir les recoins de Lavaux à pied, à vélo ou encore en petit train touristique, seul ou accompagné d'un guide qui raconte de nombreuses anecdotes sur l'histoire, la viticulture et les traditions. Lavaux Patrimoine mondial forme ses propres guides du patrimoine qui accompagnent les visiteurs qui le désirent. Tout au long de l'année, l'association met sur pied diverses activités dans le vignoble. Les communes, les offices du tourisme ou encore les associations locales voire les privés organisent également des activités de découverte de Lavaux : visites guidées, balades accompagnées.

De nombreux **chemins pédestres** permettent aux adeptes de randonnées ou de balades dans les vignes de découvrir le vignoble de Lavaux. La majorité des routes viticoles sont par ailleurs interdites à la circulation motorisée à l'exception du travail de la vigne. Les deux **trains touristiques** qui sillonnent le vignoble complètent l'offre d'activités pour découvrir la région. Ils proposent des offres combinées alliant visite et dégustation.

La région de Lavaux est bien desservie par les **transports publics**. En effet, aussi bien le coteau de Lavaux que les rives du lac sont desservies par le train avec une cadence d'au moins deux trains par heure. Il est également possible de se rendre à Lavaux en bateau. Les localités situées au bord du lac – Lutry, Cully, Rivaz, St-Saphorin – sont desservies par la Compagnie générale de navigation sur le lac Léman (CGN). Les horaires et la fréquence de navigation des bateaux varient au gré des saisons : la fréquence est logiquement plus élevée en été qu'en hiver.

Afin d'encourager les visiteurs à se rendre à Lavaux en transports publics, des forfaits avantageux étaient proposés en collaboration avec les CFF (CFF RailAway, 2017). Cette offre n'a cependant pas été reconduite en 2018. Les CFF suggèrent désormais à leurs voyageurs d'acquérir une carte journalière Mobilis ou un titre de transport dégriffé (billet simple course ou carte journalière).

Les visiteurs séjournant à Lavaux bénéficient de la gratuité des transports publics entre Lausanne et Montreux grâce à la Lavaux Transport Card qui leur est délivrée par les hôteliers ou propriétaires de chambres d'hôtes. Cette carte offre également d'autres avantages tels que des rabais dans les musées, visites guidées, bateaux de la CGN ou encore un verre offert au caveau des vignerons.

3.3 L'exploitation de l'offre originelle

Parmi les attraits touristiques relevés dans le chapitre 3.1, tous ne sont pas exploités à des fins touristiques et tous ne sont pas mis en avant avec le même degré d'intensité. Montreux-Vevey Tourisme et Lausanne Tourisme mettent tous les deux en vitrine Lavaux dans leur communication et leurs offres d'activités. Leurs sites internet (www.lausanne-tourisme.ch et www.montreuxriviera.com) regorgent de photos de paysages de Lavaux. Sur ces dernières sont mis en avant les vignes, le lac et les montagnes alentours durant les quatre saisons (Fig. 16). Le travail du vigneron, le vin et les bourgs ne figurent que sur certaines de ces photos. Par ailleurs, l'Office du tourisme de Lausanne a placé plusieurs images grand format dans des endroits stratégiques des transports publics (métro) (Fig. 17).



Figure 16 – Exemple de photo mise en avant par Montreux-Vevey Tourisme (www.montreuxriviera.com).



Figure 17 – Photographie grand format dans la station « Flon » du métro lausannois M2 (photo : E. Reynard).

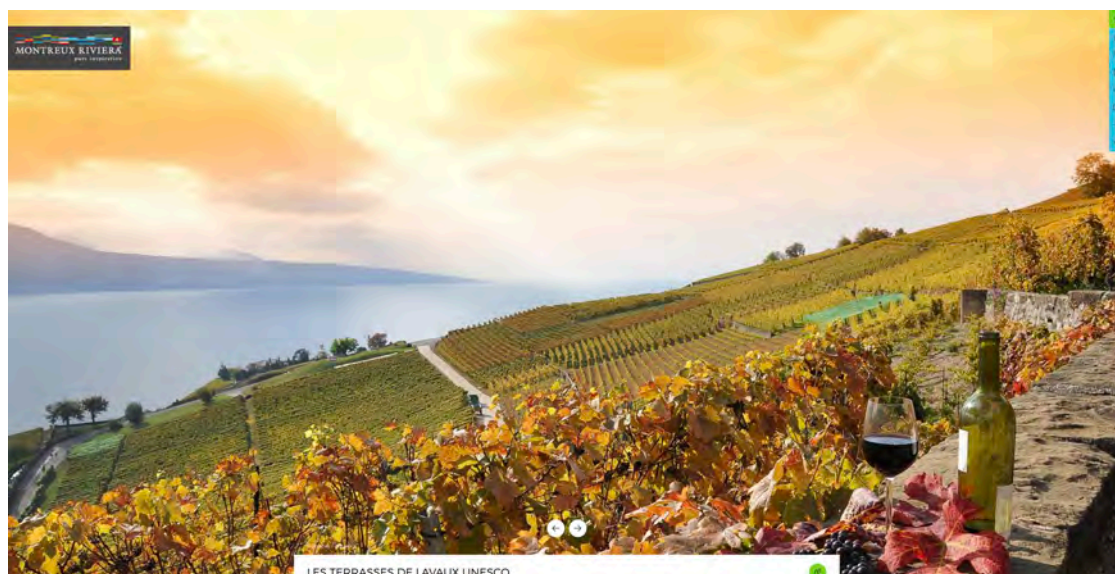


Figure 12 – Exemple de photo mise en avant par Montreux-Vevey Tourisme sur laquelle figure une bouteille de vin afin de suggérer le lien entre l'activité viticole et le paysage (www.montreuxriviera.com).

Le texte qui accompagne ces photos met en avant plusieurs éléments de l'attrait de Lavaux. La beauté du paysage et du vignoble est l'élément le plus valorisé avec des expressions telles que « sa beauté unique » ou « l'exceptionnelle et authentique beauté du vignoble ». Lavaux est considéré comme l'un des plus beaux paysages de Suisse. Le triptyque vignoble-lac-montagne est lui aussi bien présent puisque l'on propose aux visiteurs une balade dans le vignoble avec vue sur le lac et les montagnes des Alpes. Le fait que cette beauté du paysage ait inspiré artistes et écrivains est également mentionné de manière explicite. Les bourgs sont décrits comme des « villages pittoresques ». Le rôle des vigneronnes qui ont façonné ce paysage en construisant et en entretenant ce vignoble en terrasses est aussi indiqué. L'atmosphère particulière décrite par nos interlocuteurs est également mentionnée sur les sites internet des deux offices du tourisme. Les personnes en quête de ressourcement et de tranquillité sont en effet invitées à découvrir cette atmosphère. Enfin, les produits du terroir et les vins sont indiqués dans les dernières lignes du texte, bien après le paysage et le patrimoine bâti.

Les autres prestataires touristiques (hébergement, restauration, transport) mettent également en avant le paysage et sa beauté incontestable dans leur communication. On peut par exemple citer le texte mettant en valeur la terrasse d'un restaurant de Cully : « *Ombragée, les pieds dans l'eau, face aux montagnes, la terrasse dispose de l'un des plus beaux emplacements de Lavaux : vous devenez figurant d'un paysage de carte postale* » (Auberge et restaurant du Major Davel, www.major-davel.ch). On retrouve sur la majorité des sites internet des prestataires touristiques, des photos du triptyque vignoble-lac-montagnes (Fig. 19).

Quant à l'association Lavaux Patrimoine mondial, dans sa brochure promotionnelle (Lavaux Patrimoine mondial, 2017), elle fait également la part belle au paysage (16 photos, la plupart du temps en pleine page), tout en mettant aussi l'accent sur d'autres aspects, tels que les pratiques de la viticulture (9 photos, plutôt de petite taille) ou d'autres formes de patrimoine (18 photos, toutes de petite taille).

Afin que les visiteurs puissent profiter de cette ressource qu'est le paysage, certaines infrastructures ont été adaptées, voire construites. Les nombreuses routes et sentiers qui traversent le vignoble sont par exemple interdites à la circulation. Aux endroits fréquentés, des bancs, tables de pique-nique ou encore sanitaires ont été installés. L'offre Lavaux Tour de la CGN est un produit touristique développée autour du paysage qui permet aux visiteurs de profiter d'une vue sur le vignoble depuis le lac en montant à bord d'un bateau entre Lausanne et Cully (Fig. 20).

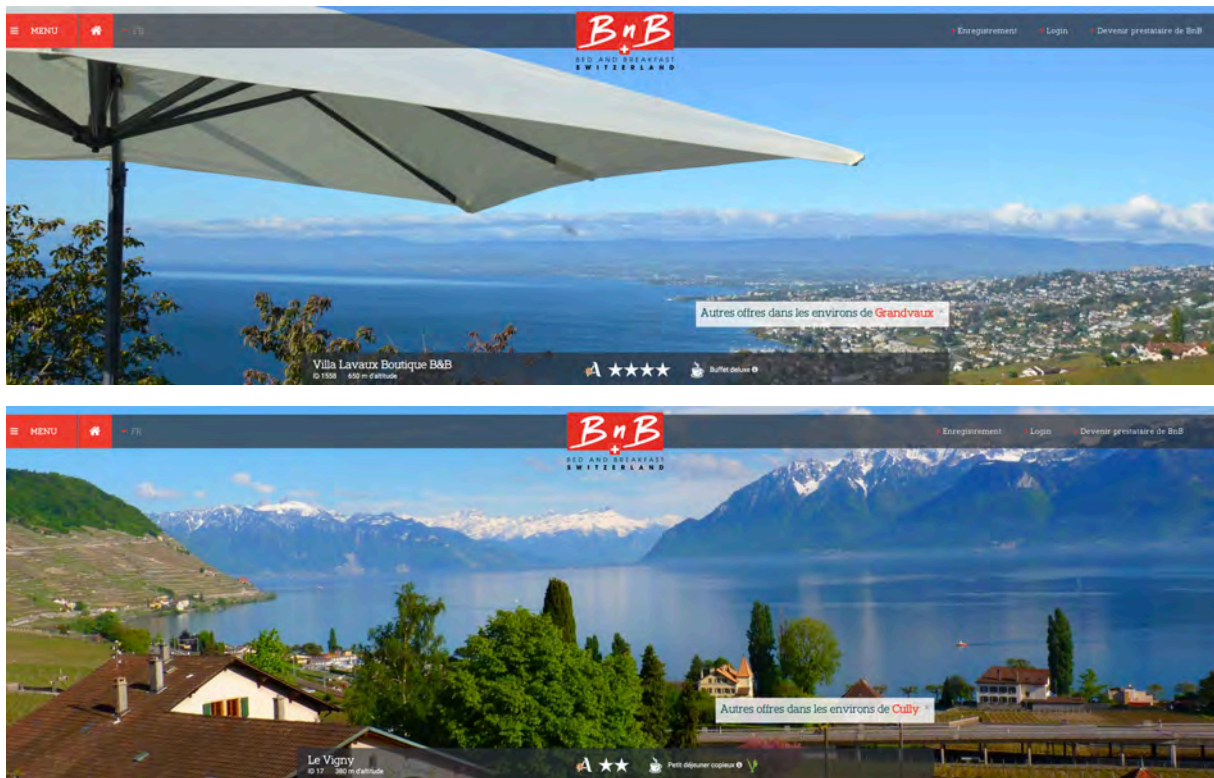


Figure 13 – Exemples de photos mise en avant par deux BnB Switzerland à Lavaux (Bnb Switzerland).

Screenshot of the CGN website showing the 'LAVAU TOUR' offer. The page includes a navigation menu with items like 'Fête des Vignerons', 'Horaires & Billets', 'Nos croisières', 'Flotte Belle Epoque', 'La CGN', and icons for user and cart. The main content features a hero image of a lake, the title 'LAVAU TOUR', a description, and a booking form with 'Port de départ' set to 'Lausanne-Ouchy' and 'Date de départ' set to '2019-06-16'. The price is listed as 'A PARTIR DE CHF 19.00 (Incl TVA CGN)'. Below the image, there are 'DÉTAILS' including 'Horaire : Lausanne-Ouchy : départ à 15:00 et retour à 16:20' and 'Dates : Tous les jours du 16.06.2019 au 01.09.2019'.

Figure 4 – Offre Lavaux Tour de la CGN (www.cgn.ch).

Les chemins pédestres sont nombreux à Lavaux (Fig. 21). Plusieurs itinéraires de randonnée pédestre ont par ailleurs été développés par les communes et sont promus par les offices du tourisme. On peut par exemple citer l'itinéraire « Terrasses de Lavaux » reliant St-Saphorin à Lutry ou encore la « Grande traversée » entre Ouchy et le Château de Chillon.

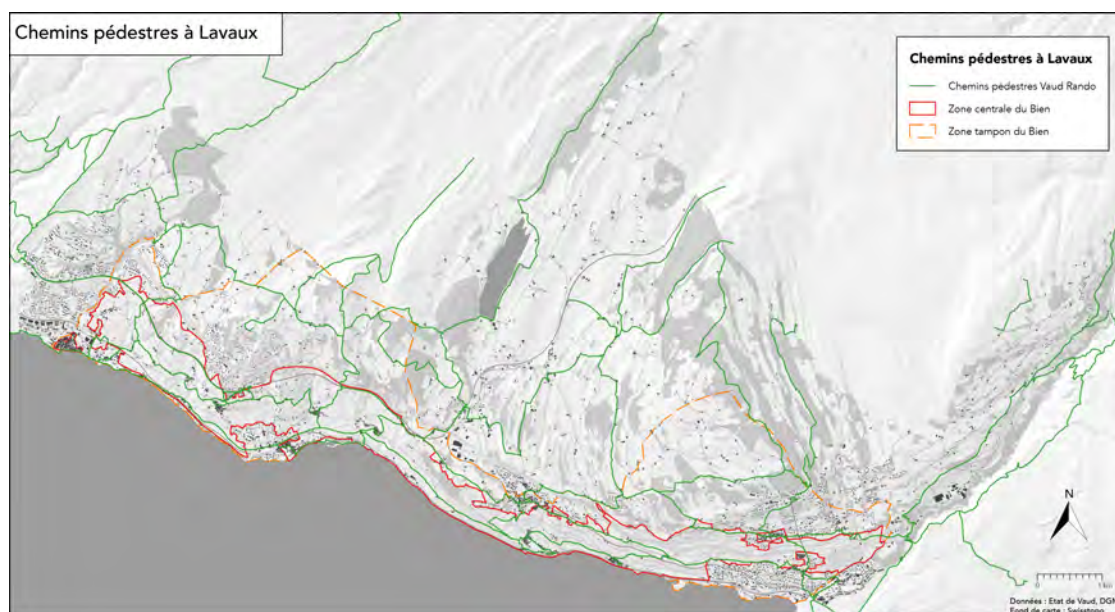


Figure 5 – Chemins pédestres à Lavaux (Clivaz et Reynard, 2017)

Des produits touristiques ont également été développés à partir d'autres attraits touristiques. Des visites guidées sont par exemple organisées pour permettre aux visiteurs de découvrir le patrimoine bâti du bourg de Pully ou les écrivains et peintres ayant trouvé l'inspiration dans la région. Elles sont organisées par l'association Lavaux Patrimoine mondial ou par les communes. Des balades didactiques avec panneaux ou application mobile ont également été développées à Lavaux (Fig. 22). Certains vigneronns de la région ont développé des produits œnotouristiques liés à la viti-viniculture.

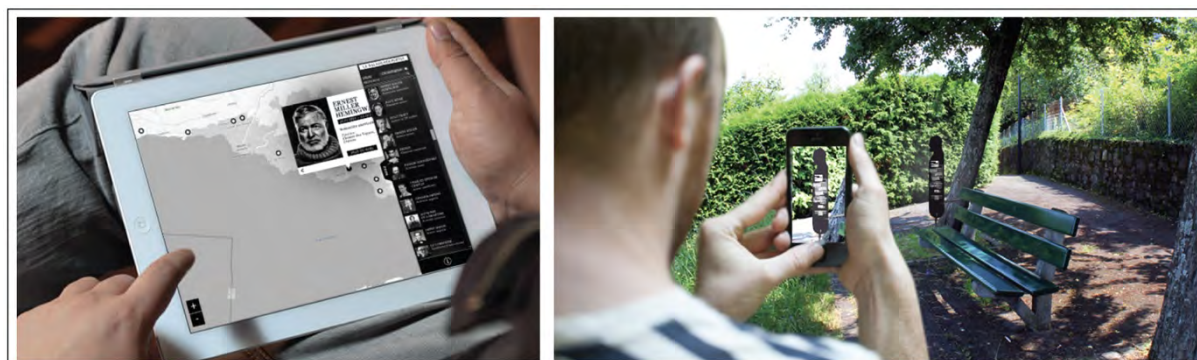


Figure 6 – Application mobile *Rencontres et inspirations sur les pas des hôtes célèbres de Montreux Riviera* (www.rencontres-inspiration.com).

Ainsi, tous les attraits touristiques énumérés au chapitre 3.1 ne font pas forcément l'objet d'un produit touristique spécifique. C'est notamment le cas du patrimoine bâti qui est peu valorisé sous la forme d'un produit touristique. En revanche, il est important que l'offre soit en adéquation avec la demande des visiteurs, autrement dit, il est nécessaire de connaître les attraits touristiques qui font venir les visiteurs à Lavaux.

Interrogées sur les facteurs déterminant leur choix de venir à Lavaux, plus de 4 personnes sur 5 ont indiqué la **beauté du paysage** (Fig. 23). La localisation géographique est également importante pour 20 à 30% des personnes. La possibilité de pratiquer un sport ou de se ressourcer est également appréciée. Les autres raisons ont joué un rôle pour la visite pour moins de 10% des personnes.

TOURISME EN LAVAUX

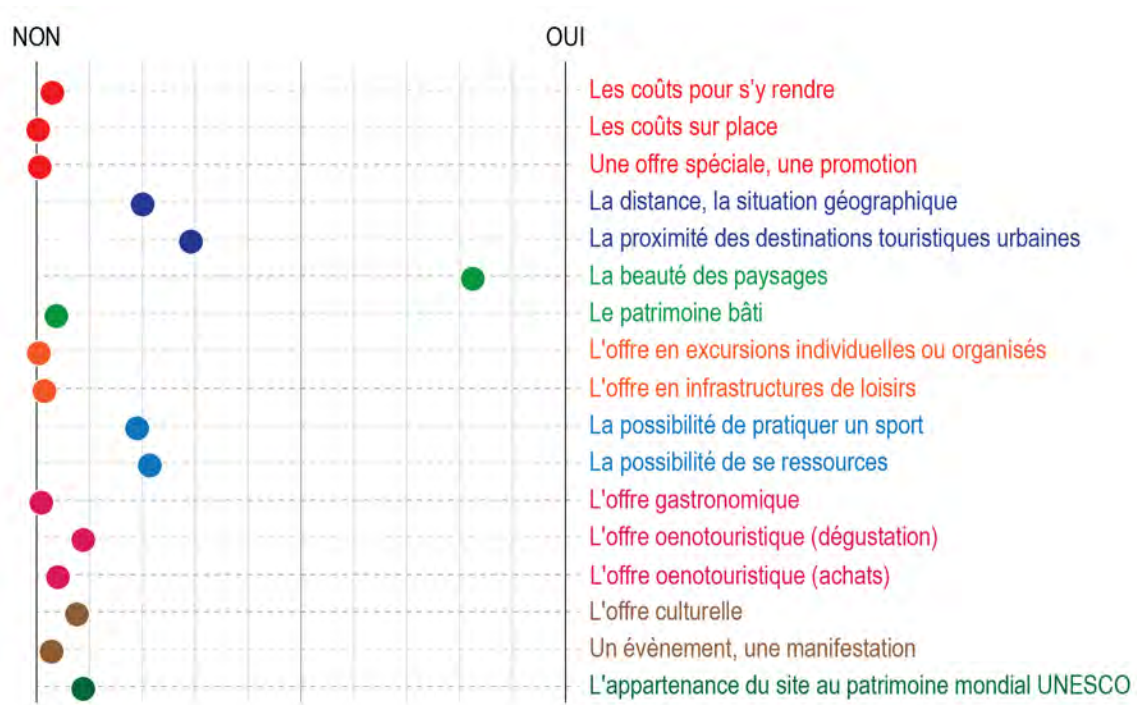


Figure 23 – Raisons qui ont motivé le choix de venir à Lavaux. Plusieurs réponses étaient possibles pour cette question.

Ainsi, les visiteurs ne se rendent pas à Lavaux d'abord pour le vin ou pour un produit touristique quelconque, mais pour la beauté du paysage. Le vin et l'œnotourisme ne représentent pas la plus grande force d'attraction de Lavaux.

4. Les touristes et leurs pratiques

4.1 L'évolution des nuitées

Durant la dernière décennie, le nombre de **nuitées hôtelières** enregistrées à Lavaux a évolué de manière très contrastée (**Fig. 24**). Le meilleur résultat a été enregistré en 2007 avec 111 591 nuitées. Les années suivantes ont été marquées par un recul important, de 8.7% (9714 nuitées) entre 2007 et 2008, et de 23.6% (24 047 nuitées) entre 2008 et 2009. Malgré une certaine reprise en 2010 (+ 4.2% ; 3324 nuitées), le moins bon résultat en termes de nuitées a été enregistré en 2011 avec 62 026 nuitées, ce qui représente près de 50 000 nuitées en moins qu'en 2007. La tendance s'est inversée pour 2012 (+8.5% ; 5287 nuitées), 2013 (+38% ; 25 738 nuitées) et 2014 (+1% ; 1106 nuitées). Un léger recul a été observé en 2015 (-1%, 1001 nuitées). Enfin, 2016 a enregistré une nouvelle progression des nuitées (+13%, 12 459 nuitées).

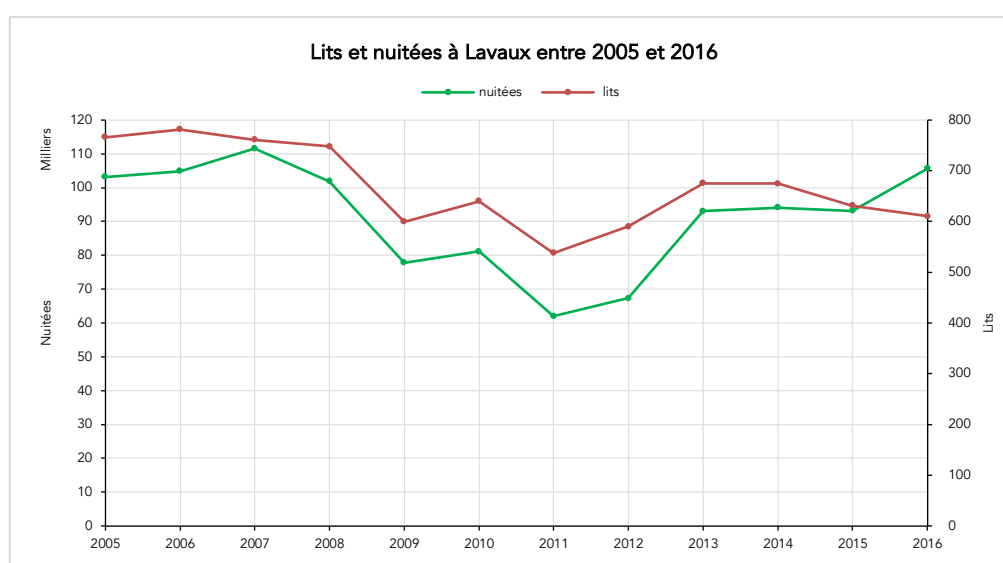


Figure 24 – Evolution des nuitées hôtelières et du nombre de lits disponibles à Lavaux entre 2005 et 2016 (Clivaz et Reynard, 2017)

L'évolution des nuitées hôtelières est parallèle à l'évolution du nombre moyen de lits disponibles durant l'année dans les établissements hôteliers (**Fig. 24**). Ainsi, le recul des nuitées enregistré entre 2007 et 2009 pourrait s'expliquer, en partie, par une diminution du nombre de lits disponibles à Lavaux. Entre 2008 et 2009, l'Hôtel du Signal à Chexbres a fermé ses portes. En 2010, c'est l'Hôtel Cécile à Chexbres qui a fermé définitivement ses portes et en 2011, l'Hôtel Lavaux a fermé pour effectuer des travaux de rénovation. En revanche entre 2011 et 2013, Lavaux a pu compter sur deux nouveaux établissements hôteliers, ce qui a engendré une augmentation du nombre de lits disponibles.

Les événements économiques marquants survenus durant cette dernière décennie permettent aussi d'expliquer l'évolution contrastée des nuitées à Lavaux. Au niveau international, cette période est marquée par une croissance économique, à l'exception de l'année 2009, concernée par une crise économique mondiale, ce qui peut expliquer le recul des nuitées enregistré à Lavaux et à l'échelle suisse cette année-là. En 2011, on assiste à la forte valorisation du franc suisse face à l'euro et à d'autres devises, ce qui peut expliquer le recul des nuitées. En septembre 2011, la Banque nationale suisse (BNS) a introduit un taux plancher afin de stabiliser le cours des devises. Ce taux plancher sera abandonné en janvier 2015, générant une nouvelle valorisation du franc suisse par rapport à l'euro.

TOURISME EN LAVAUX

Le nombre de nuitées enregistrées à Lavaux varie beaucoup au cours de l'année (**Fig. 25**). La plus faible fréquentation des hébergements hôteliers de Lavaux est enregistrée durant l'hiver (novembre à avril) avec 30 650 nuitées en moyenne. A partir du mois de mai, le nombre moyen de nuitées progresse. L'été (mai à octobre) est la saison touristique la plus florissante pour les hébergements hôteliers de Lavaux, avec 59 333 nuitées en moyenne (**Tab. 3**). C'est durant les mois de juillet, août, septembre que la région enregistre le plus de nuitées et la fréquentation durant la saison estivale constitue le double de celle de l'hiver (**Tab. 3**).

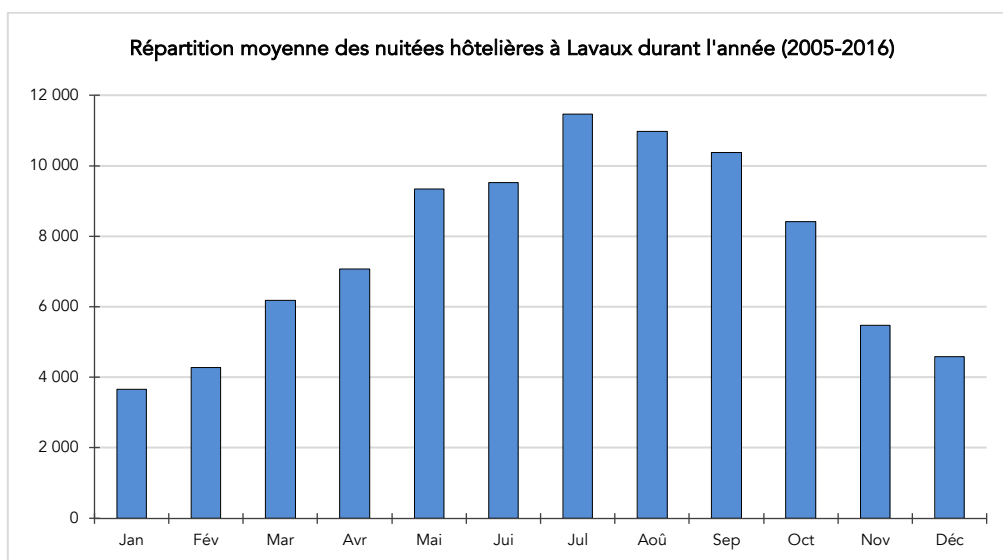


Figure 25 – Répartition moyenne des nuitées hôtelières à Lavaux durant l'année (2005-2016) (Clivaz et Reynard, 2017).

Tableau 3 – Répartition saisonnière des nuitées entre l'hiver et l'été en 2006, 2016 et en moyenne sur la période 2006-2016 (Clivaz et Reynard, 2017).

	2006	2006 (en %)	2016	2016 (en %)	Moyenne 2006-2016	Moyenne 2006-2016 (en %)
Hiver	34'013	32.7 %	35'482	34.3 %	30'650	34.1%
Eté	70'640	67.3 %	67'936	65.7 %	59'333	65.9%

4.2 Le profil des visiteurs

4.2.1 La provenance

La provenance des visiteurs a été estimée sur la base des 670 personnes interrogées. Sur les 669 personnes ayant donné une indication, environ la moitié provient de la Suisse et quatre personnes sur cinq résident dans un pays d'Europe (Fig. 26).

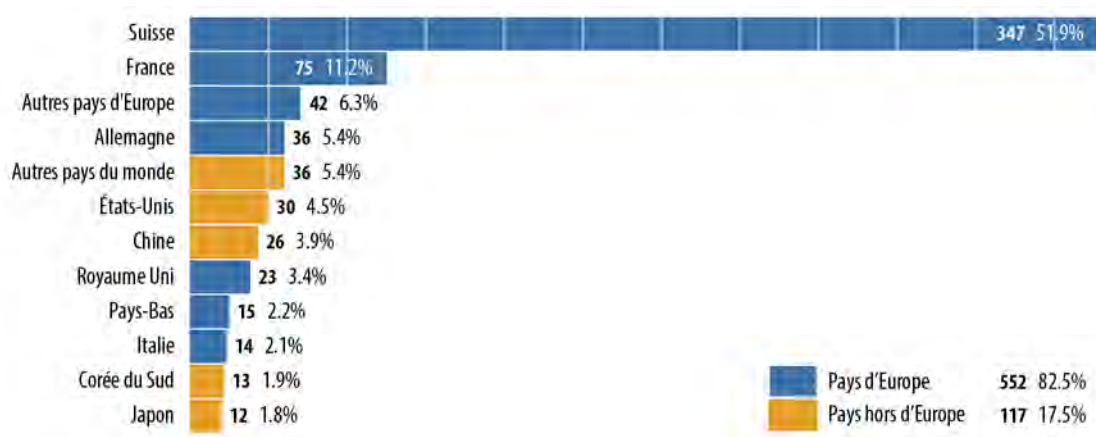


Figure 26 – Provenance des visiteurs interrogés, par pays. Les pays avec moins de 10 visiteurs ont été regroupés.

Environ la moitié des visiteurs sont des excursionnistes qui ne dorment pas en dehors de leur domicile. Ainsi, 77.8% des résidents suisses sont des excursionnistes à la journée. Parmi les résidents français, les visiteurs à la journée représentent encore 41.3%.

Si on se limite aux personnes ayant passé au moins une nuit dans la région (Lavaux, plus les destinations touristiques voisines Lausanne, Vevey et Montreux), on peut comparer la provenance des visiteurs de Lavaux avec ceux de la Suisse entière pour la période de juin à octobre 2018 (Fig. 27). A Lavaux, la proportion de résidents suisses est nettement en-dessous de la moyenne pour le pays entier, certainement en raison de la relativement bonne accessibilité de Lavaux, qui ne nécessite pas de passer une nuit sur place pour les visiteurs suisses. Par contre, les résidents français sont proportionnellement plus nombreux à Lavaux que dans la Suisse entière. Ce constat est également vrai, mais dans une moindre mesure, pour les résidents du Japon, de la Corée, d'Italie et des Pays-Bas. Dans la catégorie des autres pays du monde, les résidents d'Inde ne viennent pas beaucoup à Lavaux en comparaison avec la Suisse entière.

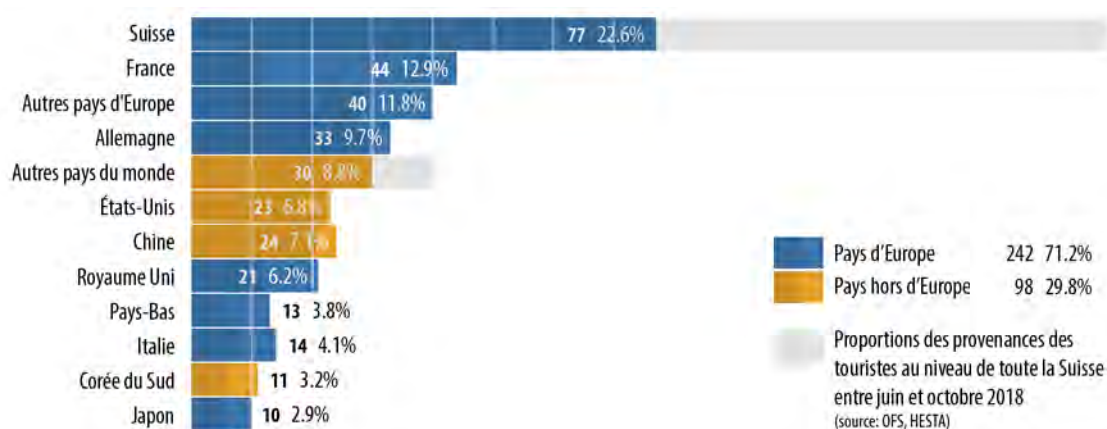


Figure 27 – Provenance des visiteurs interrogés, par pays, ayant dormi sur place. Les pays avec moins de 10 visiteurs ont été regroupés.

Une analyse de la provenance à une échelle plus locale révèle l'importance des régions relativement proches pour la visite de Lavaux (**Fig. 28**). Ce sont proportionnellement surtout les résidents des cantons de Vaud et de Fribourg qui visitent Lavaux. Les résidents de Suisse romande et des cantons suisses allemands relativement proches visitent volontiers la région. Du côté français, il semble que ce sont plutôt les résidents du Jura qui viennent à Lavaux et moins ceux de Haute-Savoie.

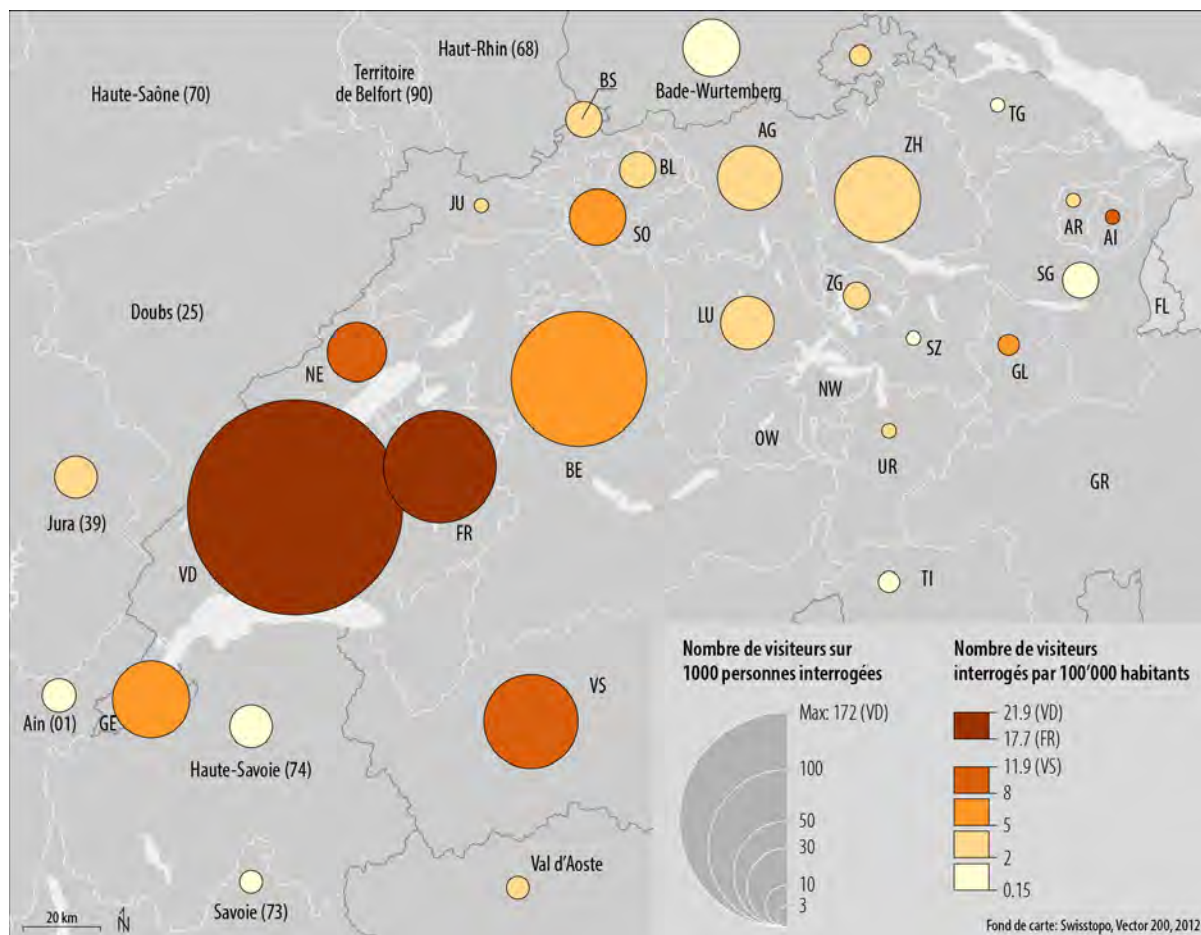


Figure 28 – Provenance des visiteurs à l'échelle des cantons (Suisse), départements (France), Länder (Allemagne) et Régions (Italie). L'enquête courte ne contenait pas la provenance détaillée pour les résidents de l'étranger. En conséquence, le nombre de visiteurs a été corrigé et il s'agit d'une estimation pour 1000 personnes interrogées.

La clientèle des prestataires touristiques interrogés est essentiellement suisse, ce qui rejoint les résultats de l'enquête par questionnaire. Plusieurs vigneron et autres prestataires (guides, restaurateurs) ont relevé l'importance des hôtes provenant d'Outre-Sarine. Ces derniers représentent même la majorité des clients de plusieurs prestataires touristiques, notamment dans l'hébergement et le guidage. Collaborant avec des tour-opérateurs, certains vigneron reçoivent beaucoup d'hôtes asiatiques, américains ou encore européens. Enfin, certains vigneron n'accueillent que des clients locaux et régionaux.

4.2.2 La durée du séjour

La moitié des visiteurs interrogés rentrent chez eux le soir (49.1%). Parmi les personnes passant au moins une nuit sur place, deux tiers (67.7%) restent entre une et trois nuits (**Fig. 29**). La durée moyenne du séjour dans les hébergements hôteliers en 2016 était de 1.7 nuits ; entre 2005 et 2016, elle est passée de 2 nuits en moyenne à 1.7 nuits (Clivaz et Reynard, 2017 ; **Fig. 30**). Lavaux est donc une destination prisée essentiellement pour des séjours courts.

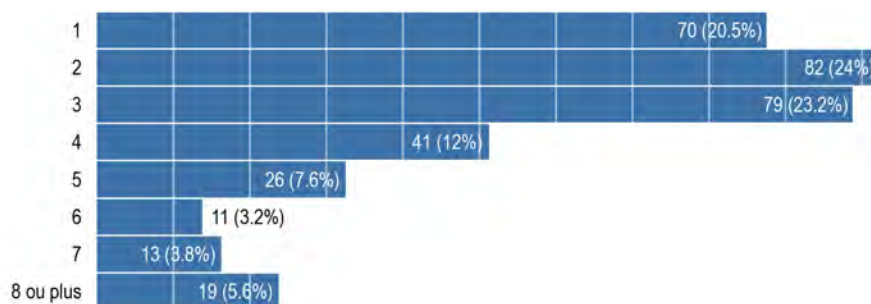


Figure 29 – Nombre de nuitées des visiteurs interrogés.

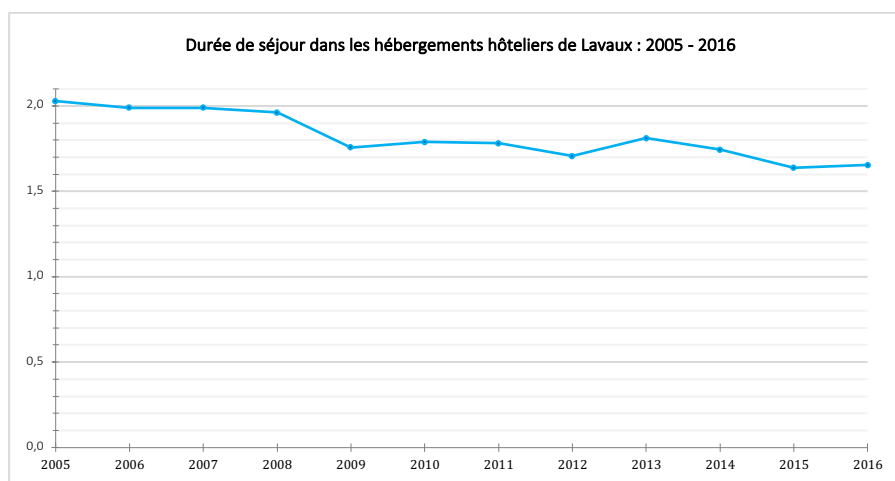


Figure 30 – Evolution de la durée de séjour dans les établissements hôteliers entre 2005 et 2016 (Clivaz et Reynard, 2017).

4.2.3 Les motifs du séjour

La plupart des personnes viennent dans la région pour leurs loisirs (environ 85%). La visite d'amis ou de la famille représente la raison principale du séjour pour environ 7% des personnes interrogées. Seuls 3.4% des visiteurs viennent pour les affaires. Les motifs de séjour dans les deux hébergements parahôtelières dont nous avons rencontré les propriétaires sont significativement différents : l'un accueille majoritairement des personnes visitant la région pour leurs loisirs alors que l'autre est fréquenté essentiellement par des personnes de passage dans la région pour leur travail. Cette différence peut s'expliquer par la différence de confort et de prix entre les deux types d'établissement et montre que certains établissements sont spécialisés dans un type de clientèle.

4.2.4 L'hébergement et les repas

Environ la moitié des personnes interrogées ont passé une nuit en dehors de leur domicile. Parmi ces personnes, la plupart dorment à l'hôtel (**Fig. 31**). Un peu plus de 20% logent chez des amis ou dans la famille, tandis qu'une personne sur six profite d'une chambre Airbnb ou similaire. Ces trois modes d'hébergement comptent pour plus de 85% des choix d'hébergement. Quant au lieu d'hébergement, environ un tiers seulement des visiteurs ayant passé au moins une nuit sur place restent dans une commune du périmètre Lavaux UNESCO, avec Chexbres (14.6%) et Cully (7.9%) qui représentent la plus grosse part. Les destinations urbaines proches (Lausanne, Montreux et Vevey) comptent pour plus de la moitié des lieux d'hébergement (51.1%), avec Lausanne représentant 28.1%, suivie de Montreux (12.4%) et Vevey (10.7%). Environ 45% des personnes mangent au restaurant pendant leur visite à Lavaux ; 27.7% à midi et 30.4% le soir. 13.2% des visiteurs mangent à la fois à midi et le soir au restaurant.

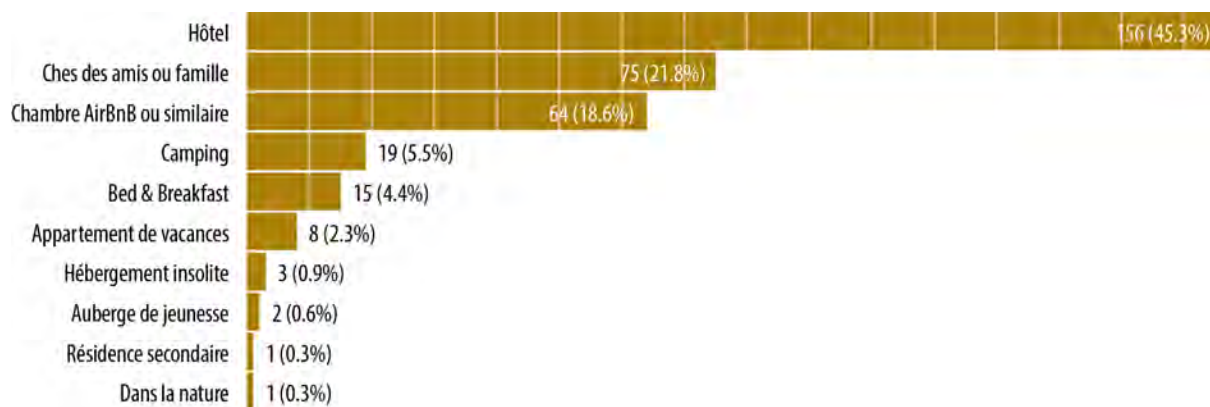


Figure 31 – Types d'hébergements parmi les visiteurs interrogés.

Il n'est pas rare que les visiteurs demandent conseil aux vigneron pour se restaurer ou se loger dans la région. Le cas échéant, les vigneron envoient leurs hôtes dans les établissements de la région. Des collaborations entre restaurateurs et vigneron ont même donné lieu à des prestations œnotouristiques. Un vigneron propose ainsi à ses visiteurs de voir le travail à la vigne, puis de se restaurer à l'auberge du village.

4.2.5 Les activités réalisées

La **promenade à pied** est de loin l'activité la plus populaire parmi les visiteurs interrogés (Fig. 32). La dégustation de vins et la gastronomie en général sont également des activités très appréciées, avec 26.7% des personnes faisant une dégustation de vins et 22.6% qui utilisent l'offre gastronomique.

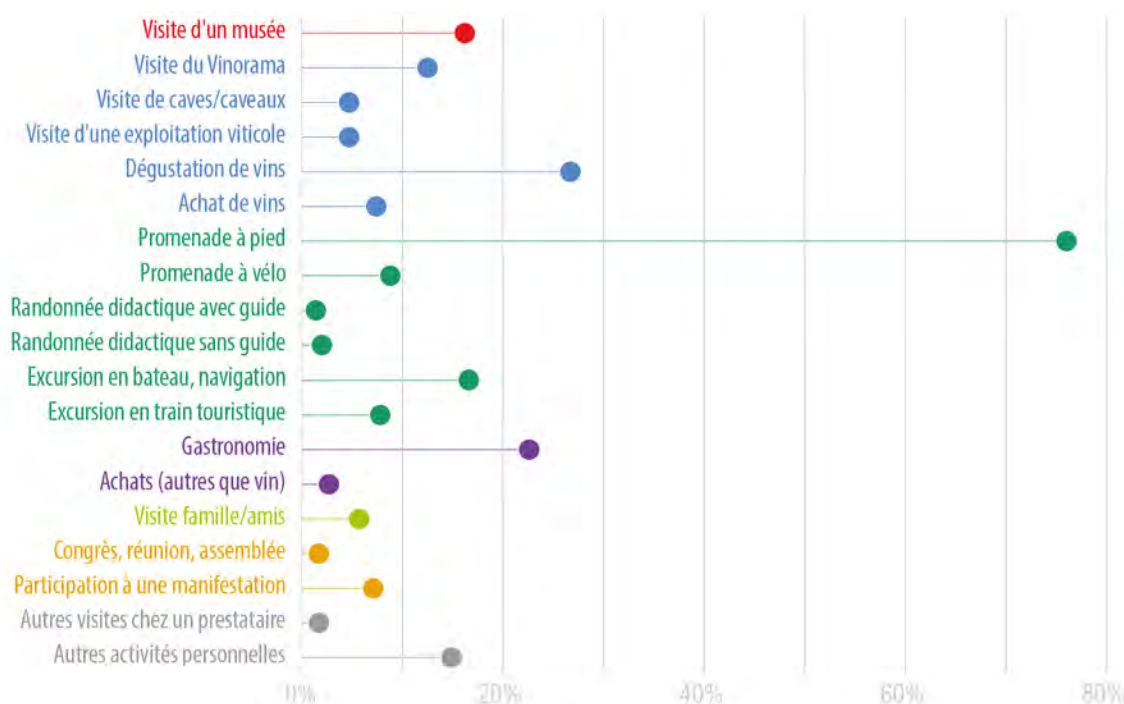


Figure 32 – Activités réalisées lors de la visite.

L'analyse des combinaisons des différentes activités (Fig. 33) montre que la plupart des activités sont combinées avec une promenade à pied, ce qui explique la popularité de cette activité. La dégustation de vins est souvent combinée avec une visite du Vinorama ou d'un restaurant et moins avec l'achat de vins, indiquant que les vins ne sont souvent pas dégustés dans le but d'en acheter. Les vigneron rencontrés sont conscients de cela ; certains

d'entre eux ont d'ailleurs revu leur offre en faisant désormais payer la dégustation. Auparavant, la plupart des dégustations étaient gratuites, car le vigneron comptait sur l'achat de vins après celles-ci.

Globalement, peu de personnes ont recouru à des randonnées didactiques (avec ou sans guide), mais ceux qui l'ont fait combinent volontiers cette activité avec d'autres activités telles que la visite d'un musée ou du Vinorama, la dégustation de vins, l'achat de vin ou encore les excursions en bateau ou la gastronomie. Notons toutefois que la dégustation de vins est comprise dans certaines visites guidées.

Presque la totalité des personnes interrogées jugent l'offre en activités de loisirs comme étant bonne (65.5%) voire excellente (30.2%). La proportion de personnes qui jugent que l'offre est à améliorer est en dessous de 1%.



Figure 33 – Combinaisons des activités réalisées par les visiteurs. La taille des symboles est proportionnelle à la proportion de personnes ayant fait l'activité de référence (lignes). Exemple de lecture : les personnes ayant visité un musée (première ligne) combinent souvent leur activité avec une promenade à pied (7ème colonne).

4.2.6 Les achats et les dépenses

Parmi les personnes interrogées sur l'achat de produits de Lavaux, un peu plus d'un quart (26.1%) indique avoir déjà acheté du vin de Lavaux avant leur visite, tandis qu'environ une personne sur six (15.9%) a acheté du vin pendant sa visite. 12.5% ont acheté d'autres produits locaux pendant leur visite (chocolat, fromage, pique-nique, produits de boulangerie ou de pâtisserie, souvenirs, etc.).

Lors des visites, la majorité des dépenses est faite pour le logement et pour les repas (Fig. 34). Le montant pour le logement est relativement conséquent, avec généralement entre 100 et 500 francs, mais la partie des visiteurs dormant à la maison ou chez des amis n'a pas ces dépenses (58% des visiteurs). Quant aux repas, les dépenses sont moins conséquentes mais une plus grande proportion de visiteurs en profite. Environ 40% des visiteurs recourent à une activité chez un prestataire, avec des montants en dessous de 100 francs.

Environ une personne sur trois dépense de l'argent pour du vin, à des montants inférieurs à 100 francs. Les personnes semblent essentiellement acheter du vin pour la consommation immédiate, ou alors un nombre de bouteilles très limité. Peu de visiteurs dépensent de l'argent pour d'autres produits locaux que le vin, et si c'est le cas, à des montants de moins de 50 francs. Finalement, une personne sur six (18.3%) ne fait pas de dépenses dans aucune de ces catégories.

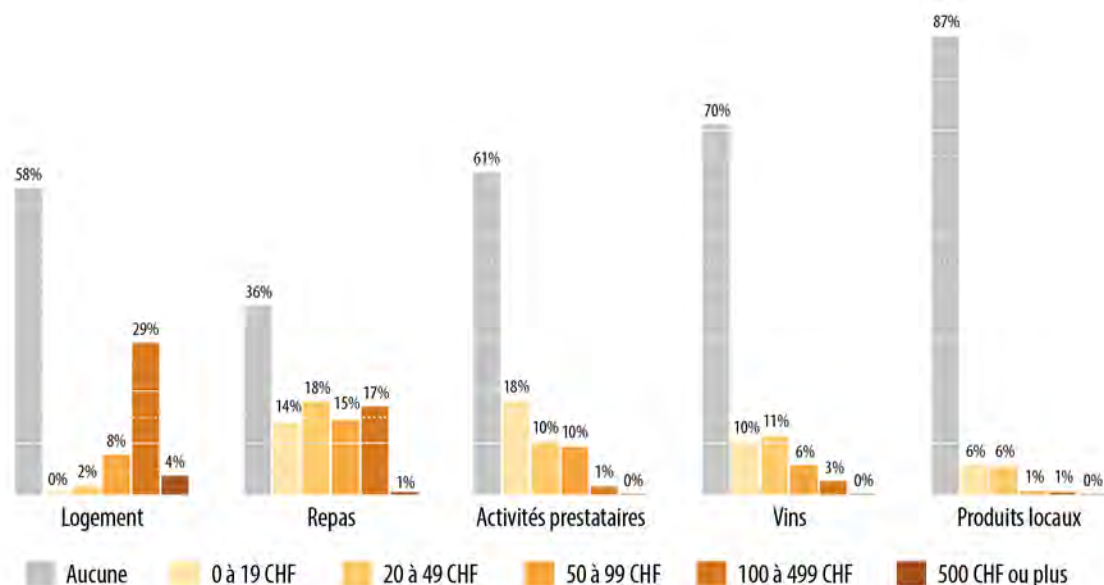


Figure 34 – Dépenses des visiteurs pour différentes catégories de prestations et produits

La faible quantité d'achats de bouteilles de vin est également relevée par les vigneronnés rencontrés. Chez eux, tous les visiteurs n'achètent pas de vin. A l'exception de leur propre clientèle qui achète un ou plusieurs cartons de vin, les personnes qui participent à une dégustation, repartent avec une ou deux bouteilles au maximum. Le moyen de transport avec lequel les personnes viennent à Lavaux peut expliquer les faibles dépenses effectuées pour du vin. L'achat de plusieurs bouteilles, voire de cartons, n'est pas pratique pour les visiteurs qui viennent à Lavaux en transports publics. Les touristes qui voyagent en avion ont quant à eux des restrictions en termes de quantité autorisée. De plus, nombreux sont les voyageurs qui hésitent à transporter du vin en avion par peur de la casse ou encore de l'altération du goût. Finalement, l'exportation de vin se heurte à des problèmes de taxation et frais de douane.

4.2.7 Le degré de satisfaction

De manière générale, les visiteurs interrogés sont satisfaits, voire très satisfaits de leur séjour à Lavaux (Fig. 35). C'est en particulier le paysage qui est très apprécié, avec 92% de visiteurs très satisfaits. L'offre en transports publics est également appréciée (94% de satisfaits ou très satisfaits). C'est principalement au niveau des prix que la satisfaction n'est pas entièrement au rendez-vous, avec une petite majorité de visiteurs qui ne sont pas tout à fait satisfaits.

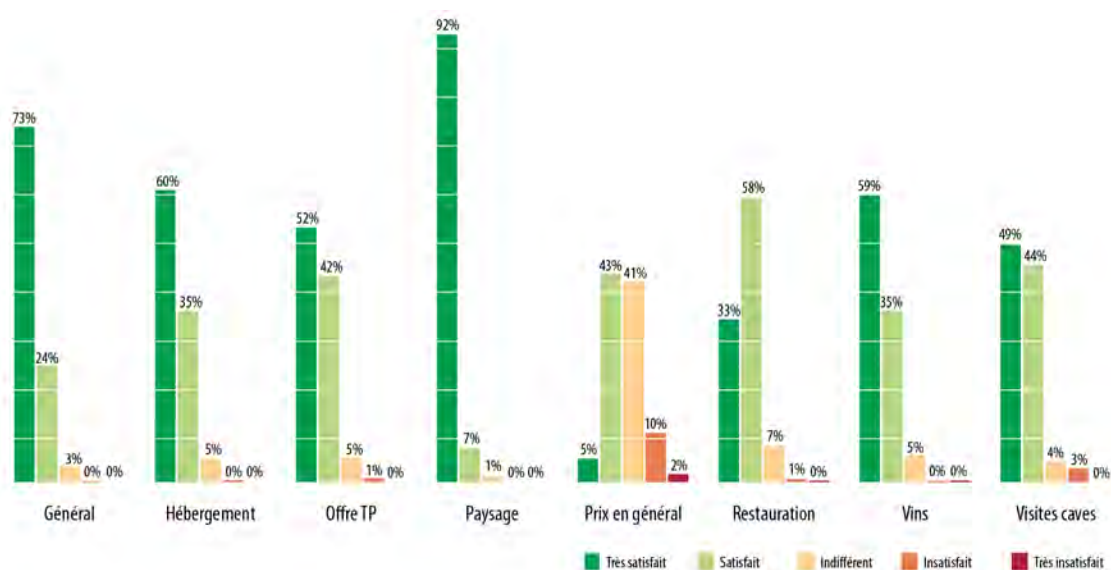


Figure 35 – Niveau de satisfaction des visiteurs selon différentes catégories de prestations.

La majorité des prestataires touristiques ne réalisent aucune enquête de satisfaction auprès de leurs clients. La plupart reçoivent néanmoins des retours informels de leurs clients. Certains prestataires obtiennent un retour de leurs hôtes sur d'autres prestations de la région. Ainsi, par exemple, un vigneron nous a confié avoir accueilli des personnes qui n'étaient pas du tout satisfaites de l'accueil réservé par d'autres prestataires. Mais, en règle générale, les hôtes des prestataires touristiques se montrent satisfaits des prestations offertes.

5. La mobilité touristique

5.1 Les modes de visite

Plus de 60% des visiteurs interrogés sont déjà venus à Lavaux auparavant. Presque la moitié (49%) sont déjà venus au moins deux fois et environ une personne sur cinq vient très souvent (10 fois ou plus). Environ 39% des personnes interrogées visitaient Lavaux pour la première fois.

Quant à l'accompagnement, la plupart des visiteurs viennent avec leur conjoint·e (36.7%) ou en famille (20.1%). Une personne sur cinq vient avec des amis (21.9%) et une personne sur six est seule (16.6%). Très peu de visiteurs interrogés sont venus avec des collègues ou en groupe.

Presque la moitié des visiteurs utilisent les transports publics pour se rendre dans la région et presque autant sont venus en voiture (Fig. 36). Une fois sur place, plus d'une personne sur cinq (21.5%) se déplace à pied et 7.3% à vélo. Un tiers des visiteurs utilisent les transports publics sur place (31.9%) et 36.7% la voiture.

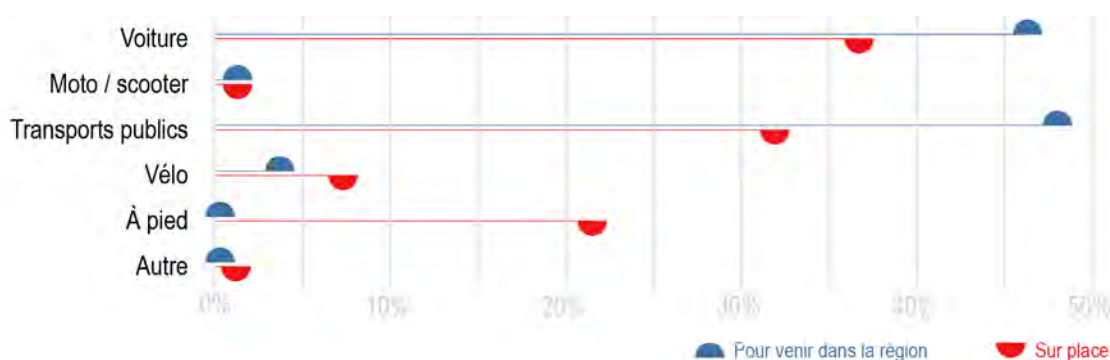


Figure 36 – Moyens de transports utilisés pour venir dans la région respectivement pour la visite sur place

Les prestataires touristiques rencontrés observent cette même tendance, avec autant de leurs visiteurs qui se rendent chez eux en transports publics qu'en voiture. Les vigneron·nes relèvent néanmoins que les personnes qui désirent acheter plusieurs bouteilles de vin viennent en voiture plutôt qu'en transports publics pour des raisons pratiques.

5.2 Les hotspots et les zones d'ombre touristique

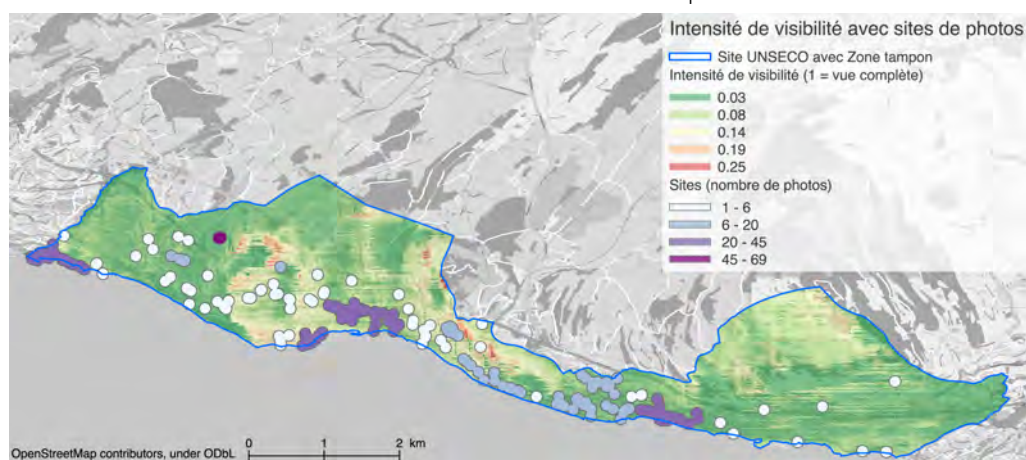
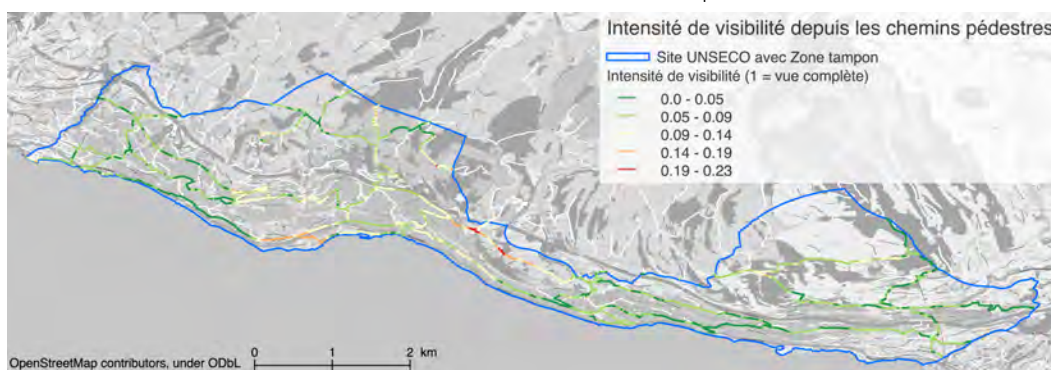
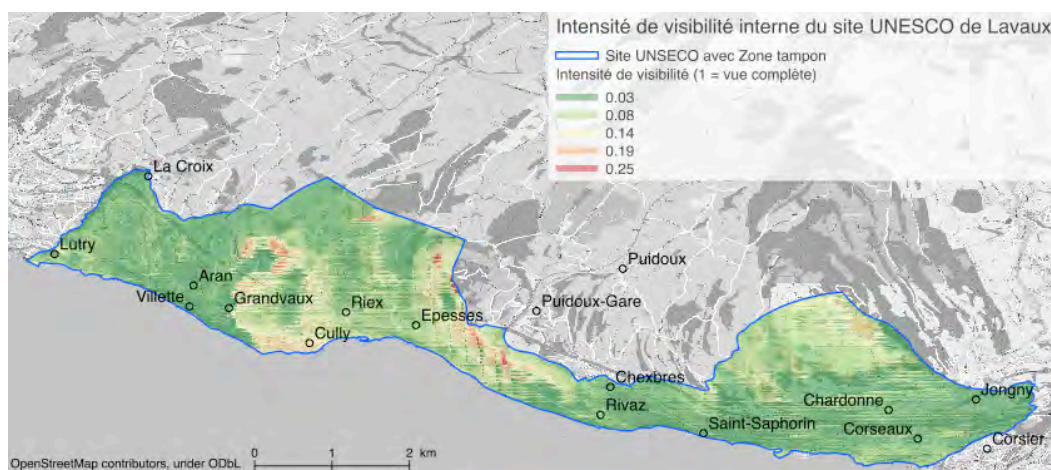
Les « hotspots » et les « zones d'ombre touristique » sont des sites relativement complexes à extraire et ils nécessitent le croisement de différentes techniques à divers degrés d'engagement sensoriel détaillés dans les sections 2.3 à 2.6. Les résultats obtenus sont illustrés et discutés ici.

5.2.1 Les résultats selon la cartographie des zones de visibilité

L'étendue du domaine de validité d'au moins 3% de visibilité du site UNESCO de Lavaux (Annexe 7) s'étend de la région d'Yverdon-les-Bains jusqu'à Martigny-Ville dans l'axe nord-sud et de Gex à Bulle dans l'axe ouest-est, pour une superficie de 3212 km² dont 1872 km² dans le canton de Vaud. C'est un objet qui s'insère relativement bien dans le paysage de la Riviera vaudoise, visible notamment des hauts de Gland (Forêt de la Combe), mais son orientation vers le sud offre une meilleure visibilité depuis la rive sud du Léman, depuis le lac lui-même et depuis les hauts de Montreux et de Bex.

Au sein du site UNESCO de Lavaux, on remarque une faible visibilité interne de 3% à 25% pour un engagement physique du visiteur dans le périmètre (Fig. 37). Pour la valeur paysagère macro du site, un individu qui s'intéresse au site dans son ensemble ne s'engagera pas forcément de manière physique dans le site, mais favorisera des

points extérieurs d'observation (comme par exemple depuis le lac en bateau ou encore depuis la rive sud du lac). Cette carte permet d'observer les zones avec le plus (rouge), respectivement le moins (vert), de visibilité interne et d'identifier sur une hypothèse relativement déterministe le déplacement optimisant l'expérience visuelle de l'individu avec les hotspots et les zones d'ombre. Depuis l'intérieur du site classé à l'UNESCO, c'est la zone comprise entre Cully-Grandvaux et la partie occidentale du Dézaley qui est la plus visible, alors que les extrémités occidentales (Lutry) et orientales (à l'est de Rivaz) sont les moins visibles.



Le croisement des chemins pédestres balisés avec l'intensité de visibilité interne (**Fig. 38**) montre qu'une faible proportion du parcours permet de voir plus de 19% du site. Ceci corrobore l'observation précédente que les individus engagés physiquement dans le site ne cherchent pas la valeur paysagère macro du site. L'individu est ainsi confronté tout au long de son parcours potentiel à une visibilité du site réduite qui peut démontrer que son engagement physique dans le site est motivé par un intérêt des phénomènes micros ou exogènes au site comme le panorama. Cette observation est démontrée aussi par la distribution spatiale des sites de prises de photos (**Fig. 39**) qui se situent plus généralement dans des zones de visibilité inférieure à 14%.

5.2.2 Les résultats selon les dépôts de photographies

Les résultats de l'analyse des sites de photos mettent en évidence des phénomènes micro d'intérêt sur les photos déposées sur la plateforme Flickr. La **figure 40** montre la distribution spatiale des sites dans les périmètres d'analyse (site UNESCO et zone tampon). De manière générale, une certaine régionalisation du territoire est observable avec une zone urbaine (**Cluster 2**), deux zones périphériques (**Cluster 1** et **Cluster 3**), une zone littorale (**Cluster 5**) et une zone événementielle (**Cluster 4**). Cette typologie est détaillée dans les **tableaux 4 et 5**.

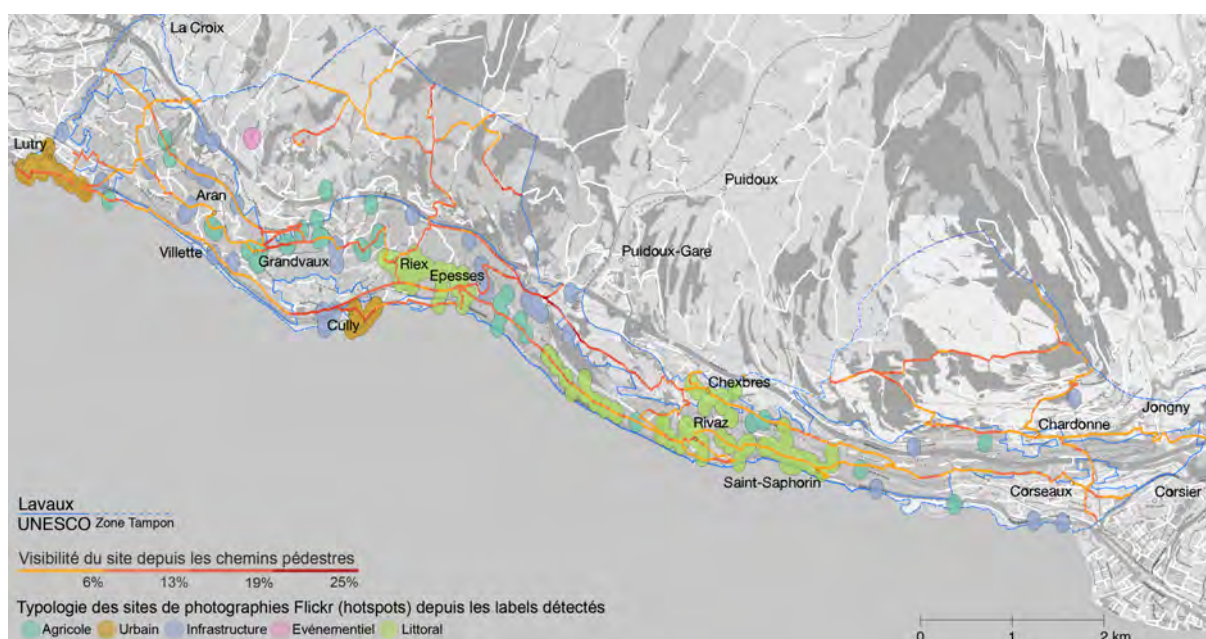


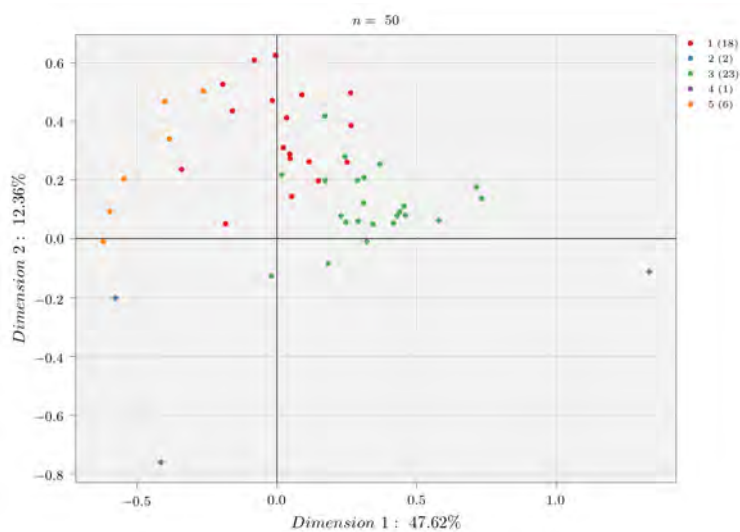
Figure 40 – Cartographie des sites classifiés avec la méthode du K-means selon un $\theta = 0.1$ en 5 clusters et croisement avec la visibilité depuis les chemins de randonnée pédestre.

Tableau 4 – Nuage de mots (WordCloud) par cluster, son commentaire et ses caractéristiques. La taille de la police indique proportionnellement la fréquence (à la puissance -0.1) du terme dans le site et les couleurs indiquent la proximité des termes dans la liste de termes attachées au site.

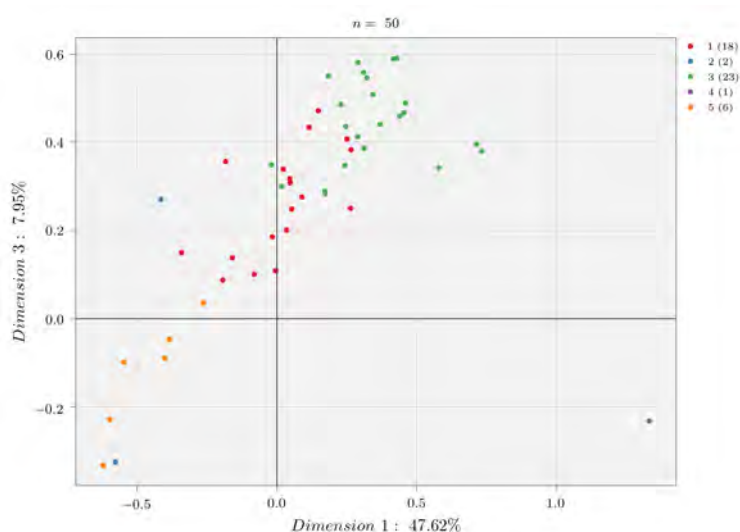
	<p>Cluster 1 – Ce regroupement de sites est caractérisé principalement par la culture agricole (crop, land, lot) et d'autres termes liés au même domaine qui indiquent une situation plutôt périphérique d'une zone urbaine.</p>	<p>18 sites 56 Photos</p>
--	---	-------------------------------

	<p>Cluster 2 – Ces sites sont caractérisés par des termes liés à des infrastructures humaines dont urbaines (technology, electronic, brick, urban, steeple, church history) avec la présence de termes nautiques (boats, ceiling, port).</p> <p>2 sites 84 photos</p>
	<p>Cluster 3 – Dans ces sites des termes liés au rail sont fréquents (rolling, locomotive) mais aussi des points de repère (landmark) qui indiquent la présence d'indications de lieux et/ou de panneaux indicatifs qui relèvent la présence d'infrastructures humaines (neighbourhood, city, street, cafeteria, mall, stock).</p> <p>23 sites 61 photos</p>
	<p>Cluster 4 – Ce cluster est composé d'un seul site (fortement atypique) qui indique principalement la présence de meubles d'intérieur. En regardant plus en détails, les photos proviennent d'événements musicaux dans un environnement clos.</p> <p>1 sites 69 photos</p>
	<p>Cluster 5 – Ces sites sont caractérisés par un environnement boisé et rocheux avec du relief (woody, ridge, stone) proche de l'eau (waterway) avec des conditions de brouillard (mist) et une fréquentation marquée (mist, travel, rolling). Ce cluster semble donc indiquer un environnement littoral, proche du lac.</p> <p>6 sites 119 photos</p>

Tableau 5 – Bi-plot des positionnements des clusters sur les deux composantes principales obtenues depuis le positionnement multidimensionnel (MDS).



Le MDS permet ici d'extraire de nouvelles dimensions d'analyse des sites. La première dimension explique une part importante du positionnement de ces derniers (47.62% de variance expliquée) qui indique clairement une variation des caractéristiques entre les clusters 4 versus les clusters 2 et 5. Ceci permet de distinguer la zone nommée « événementielle » des zones nommées « urbaine » et « littorale ». La seconde dimension explique quant à elle de manière moins évidente (12.36% de variance expliquée) la zone « urbaine » (cluster 2) versus les zones dites « périphérique » et « littorale », respectivement le cluster 1, 3 et 5.



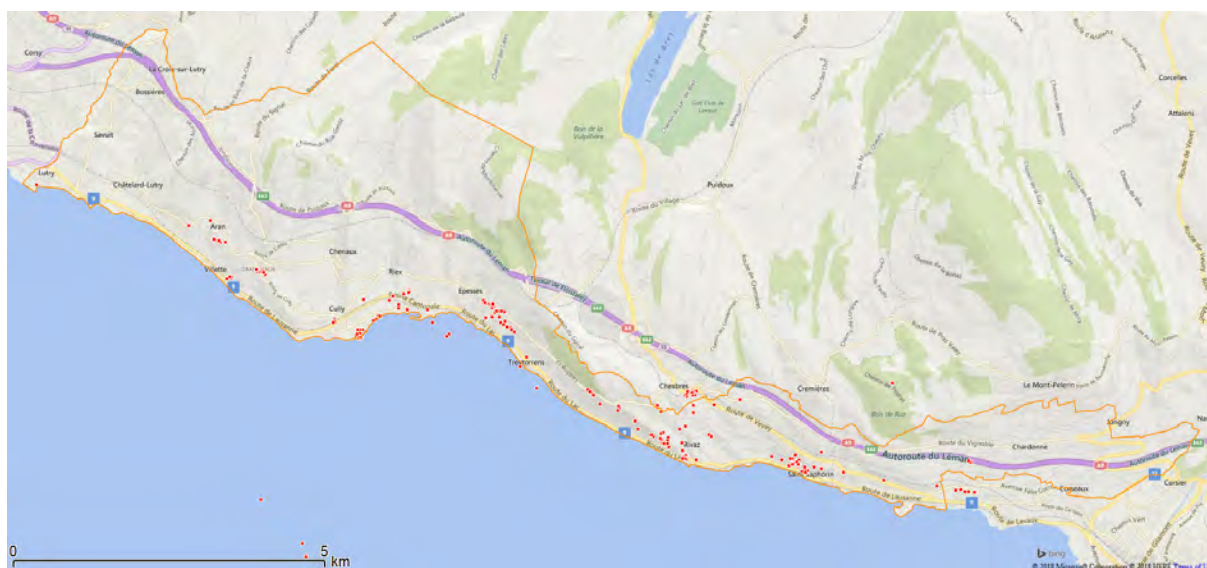
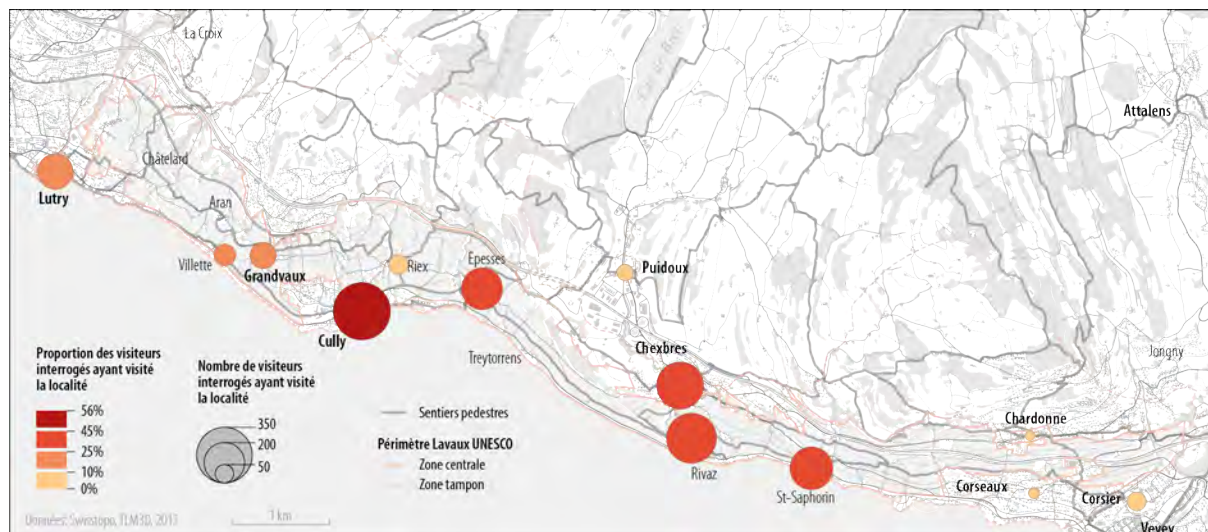
En observant le 3^{ème} dimension, une faible variation (7.95% de variance expliquée) existe encore, qui permet plus clairement d'observer une similarité entre les cluster 1 et 3 nommés zone « urbaine » versus la zone « littorale » (cluster 5) qui est proche de la zone « périphérique ».

5.2.3 Les résultats selon les questionnaires

Les personnes ayant répondu à l'enquête ont indiqué quelles localités elles avaient visité durant leur séjour à Lavaux. Cette information peut nous donner quelques indications sur les endroits typiquement visités (Fig. 41), mais l'interprétation doit être faite avec beaucoup de prudence car les sites d'enquête et le nombre de personnes interrogées par site ne sont pas distribués de manière uniforme (Fig. 42). Ainsi, très peu d'enquêtes ont été conduites à Lutry et à l'est du périmètre. Ceci peut expliquer la faible proportion de visiteurs interrogés ayant passé à Chardonne, Corseaux, Corsier ou Jongny. Par contre, il est tout de même évident que les centres principaux d'attraction sont Cully, Epresses, Chexbres, Rivaz et St-Saphorin, tout comme Lutry mais qui prend une position un peu particulière en raison de sa proximité avec Lausanne.

Les visiteurs n'hésitent pas à demander conseil aux prestataires quant aux lieux à visiter dans la région. A l'intérieur du périmètre inscrit, la région du Dézaley fait l'unanimité auprès des prestataires touristiques qui le recommandent sans hésitation à leurs visiteurs. La route de la Corniche, le chemin de la Dame et le chemin du Dézaley permettent

de profiter de la beauté du paysage de cette zone du vignoble qui est clairement un hotspot pour les prestataires interrogés. Ils estiment en revanche que les hauts de Lavaux ainsi que la région de Chardonne sont des zones très peu fréquentées et ce malgré leurs richesses naturelles et la beauté du paysage.



5.2.4 Les résultats selon les comptages

Les comptages de mobilité permettent de dessiner une image très détaillée des déplacements à des endroits bien précis. Ainsi, on peut distinguer les modes de déplacement (notamment les piétons, cyclistes et le trafic individuel motorisé), et également faire la différence entre le nombre de déplacements lors d'un jour de semaine et durant le weekend. La **figure 43** montre le nombre de piétons et vélos aux différents points de mesure, ainsi que la proportion de piétons. Il faut noter qu'un certain nombre de mesures ont été faites dans des endroits où un passage avec un moyen de transport était quasiment impossible (escaliers ou chemin étroit). Le nombre de déplacements correspond pour les compteurs Pyro à la moyenne sur l'ensemble des jours ouvrables durant la période de juillet à novembre 2018. Les caméras étaient posées uniquement pendant une période de 2 à

4 semaines au même endroit. Dans ce cas, une extrapolation des fréquences a été faite pour l'ensemble des jours ouvrables avant de calculer la moyenne, à l'aide d'un modèle basé sur un réseau de neurones.

Les mesures de déplacement ne font pas de distinction selon le type de passage ; les touristes sont comptés de la même manière que les promeneurs locaux, les personnes faisant du jogging ou promenant leur chien, ou encore les travailleurs. Sur la **figure 43**, une séparation en trois sous-régions apparaît, avec la région entre Lutry et Grandvaux, une deuxième allant d'Epesses à Rivaz et dans une moindre mesure jusqu'à St-Saphorin, et finalement la dernière région à l'est.

Les déplacements sur les chemins est-ouest sont beaucoup plus importants que sur les axes pentus nord-sud. Les endroits les plus fréquentés se trouvent à mi-hauteur sur des chemins plus ou moins à plat d'est en ouest. De manière générale, le nombre de passages reste en moyenne en dessous de 200 personnes par jour, avec toutefois des jours d'automne avec des fréquences dépassant les 300 personnes.

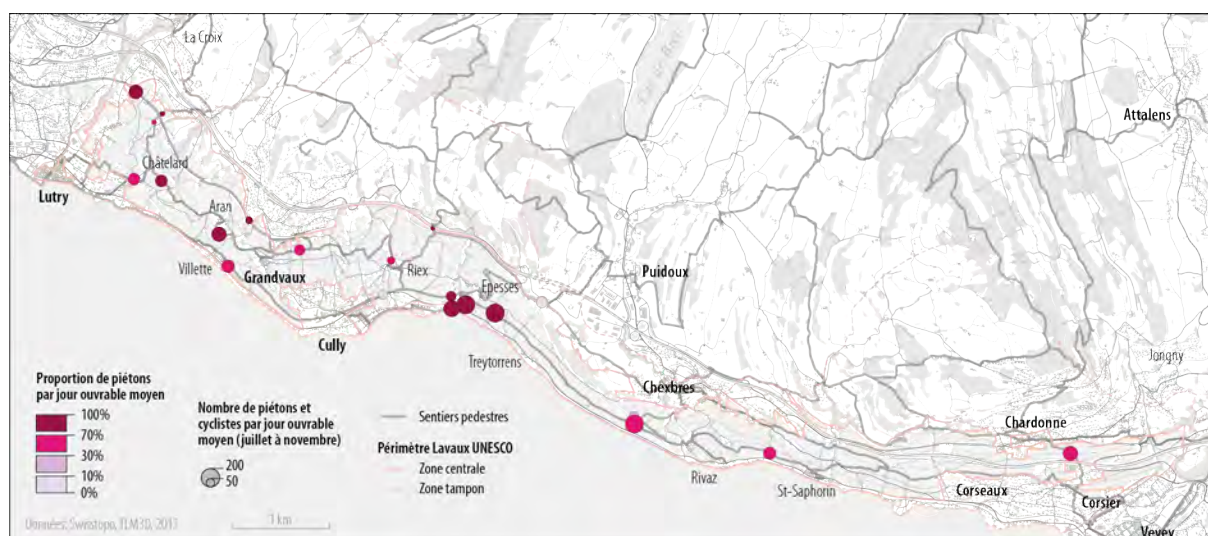


Fig. 43 – Nombre de piétons et de cyclistes ainsi que la proportion de piétons lors d'un jour ouvrable moyen calculé sur la période de juillet à novembre 2018.

La **figure 44** montre le nombre de piétons et de cyclistes pour les jours de weekend. Il s'agit de la moyenne de l'ensemble des jours de weekend de la période de juillet à novembre. Pour les caméras, une extrapolation a été faite pour estimer les données sur l'ensemble de cette période. De manière générale, le nombre de passages est deux à trois fois plus important le weekend que la semaine (2.8 fois plus important en moyenne). La **figure 44** montre ce ratio entre la fréquence moyenne d'un jour de weekend avec un jour de semaine et permet ainsi de faire ressortir les lieux principaux de promenade. Il s'agit essentiellement de la région entre Epesses et Rivaz, au Châtelard entre Lutry et Aran, et également la promenade au bord du lac entre Cully et la gare d'Epesses.

Le nombre de piétons se promenant aux endroits les plus fréquentés est d'environ 800 personnes en moyenne sur toute la période de juillet à novembre, jours de pluie compris. C'est notamment le cas sur le chemin du Calamin et sur le chemin du Dézaley entre Epesses et Rivaz, avec des pointes à plus de 1000 personnes par jour. Lors des Journées du Patrimoine, le weekend du 1^{er} et 2 septembre 2018, presque 1500 personnes ont été comptées entre la gare d'Epesses et le bourg.

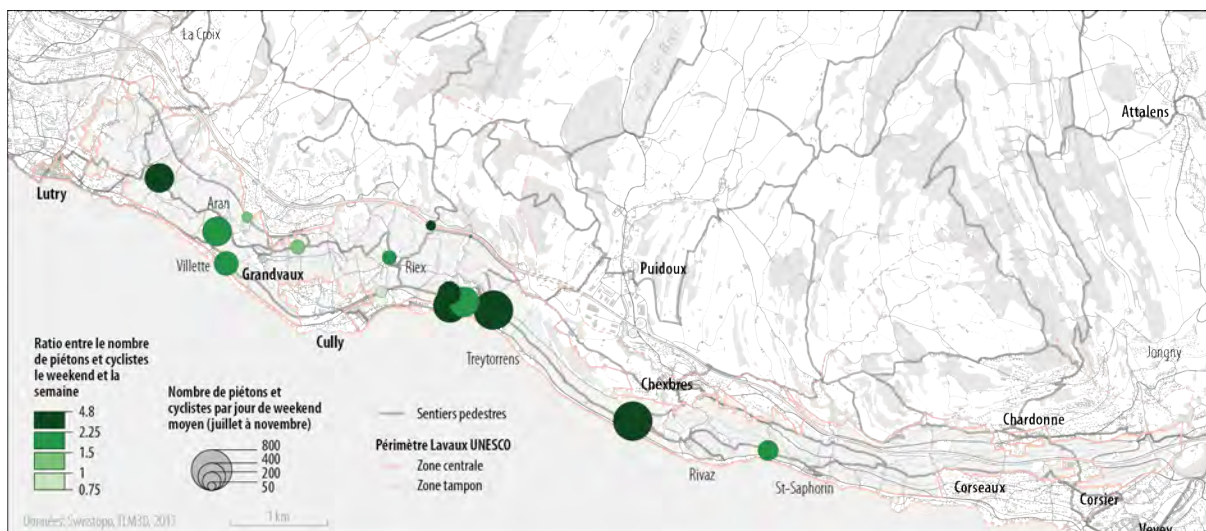


Figure 44 – Nombre de piétons et cyclistes lors d'un jour de weekend moyen, calculé sur la période de juillet à novembre. Les tons de couleurs représentent le ratio entre la fréquence du weekend avec celle d'un jour de semaine.

L'automne est plus fréquenté que l'été, avec un pic en septembre et octobre (Fig. 45). Les mois d'été sont moins propices aux promenades à pied en raison des températures relativement élevées, souvent autour des 30°C. Au niveau des jours de semaine, le lundi est le jour avec le moins de passages mesurés, et le mardi et le vendredi sont les jours de semaines les plus populaires (Fig. 46). Globalement, les différences entre jours de semaines restent faibles. Le weekend, le samedi est moins fréquenté que le dimanche.

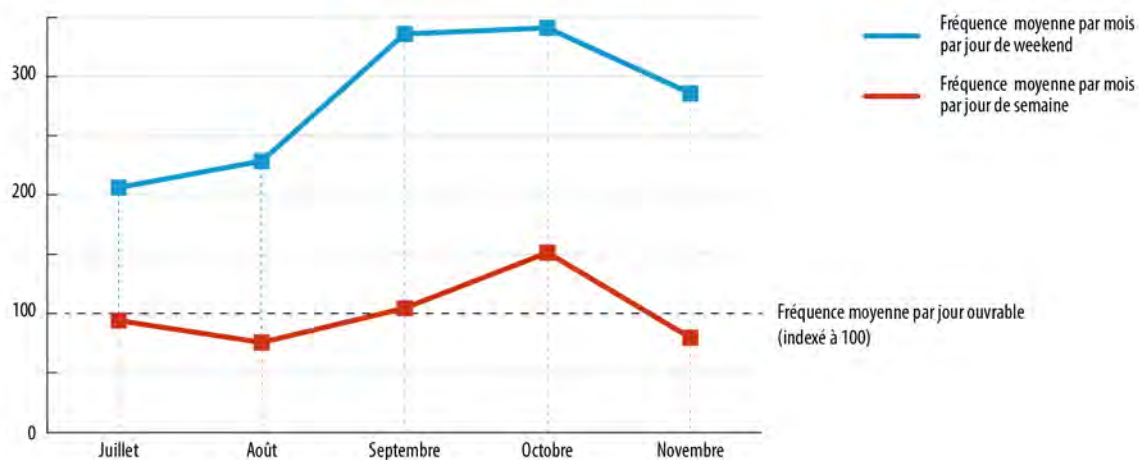


Figure 45 – Evolution des fréquences moyennes de piétons et cyclistes pour la période de comptages de juillet à novembre 2018 sur l'ensemble des points de comptages. Le nombre moyen de piétons et cycles par jour de semaine a été indexé à 100, le graphique montre ainsi des valeurs relatives par rapport à cette valeur indexée.

TOURISME EN LAVAUX

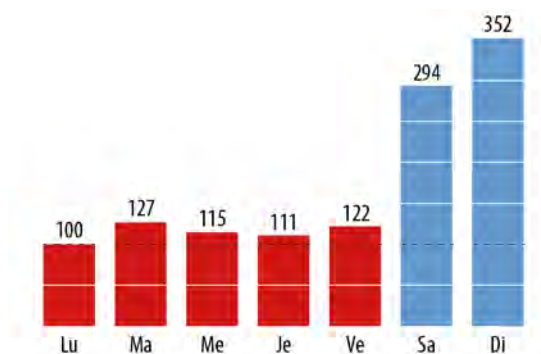


Figure 46 – Fréquentation moyenne des piétons et cyclistes selon le jour de semaine pour l'ensemble des points de comptages. La valeur moyenne pour le lundi a été indexée à 100, le graphique montre ainsi des valeurs relatives par rapport à la moyenne du lundi.

5.2.5 Synthèse

Une division en **trois régions distinctes** du périmètre inscrit à l'UNESCO peut être observée au niveau des visites. La première région comprend la zone allant de Lutry à Cully, une deuxième de Cully à St-Saphorin, et finalement une dernière qui correspond au secteur est. Cette répartition est bien visible sur la carte des photos déposées sur la plateforme Flickr (**Fig. 40**) ou sur celle des fréquences de passage (**Fig. 44**).

Ces trois régions sont délimitées à l'est et à l'ouest par des hotspots très fréquentés et très appréciés mis en évidence sur la carte des photos trouvées sur Flickr : le bourg de Lutry notamment au bord du lac, le bord du lac à Cully, les bourgs de Riex et Epesses ainsi que Rivaz / St-Saphorin. En ce qui concerne les promenades à pied, c'est essentiellement la zone comprise entre Epesses et Rivaz qui est très appréciée par les visiteurs.

Les weekends et l'automne sont les périodes préférées pour les visites de Lavaux. Une part importante des visiteurs est constituée d'excursionnistes venant pour la journée.

5.3 Les pratiques de mobilité

Une distinction doit être faite entre la mobilité touristique, liée à une activité de visite et dont le déplacement en tant que tel est une partie importante de l'expérience vécue, et la mobilité utilitaire où les déplacements ont pour but principal d'arriver à destination. La **figure 47** donne un aperçu général du trafic individuel motorisé (TIM, essentiellement les voitures, motos et camions) combinée avec les flux de piétons dans le périmètre UNESCO de Lavaux (le trafic autoroutier n'est pas représenté). Le trafic motorisé est le plus important autour de la zone centrale, notamment dans l'agglomération de Lausanne à l'ouest et aux alentours de Vevey à l'est, ou encore à Puidoux, au nord. Le trafic est moins fort entre Cully et St-Saphorin ; il est concentré le long du lac et le long de l'axe Corseaux-Chexbres. Les zones à mi-hauteur entre Grandvaux et Rivaz / Chexbres / St-Saphorin sont les endroits privilégiés pour les flux de piétons.

Une analyse des tracés GPS récoltés permet de séparer les visiteurs en deux catégories importantes, et ceci malgré le nombre très limité de données obtenues. Le premier groupe est constitué d'excursionnistes qui préfèrent faire une promenade à pied, souvent du haut vers le bas (p.ex. de Chexbres à Rivaz) ou à flanc de coteau (p.ex. d'Epesses à Rivaz). Le deuxième groupe comprend les personnes qui visitent la région avec des moyens de transport (à la fois individuels et publics) et qui ne se limitent pas au périmètre UNESCO de Lavaux. Ainsi, les villes proches de Lausanne et Vevey / Montreux mais aussi les excursions en bateau ont également la cote.

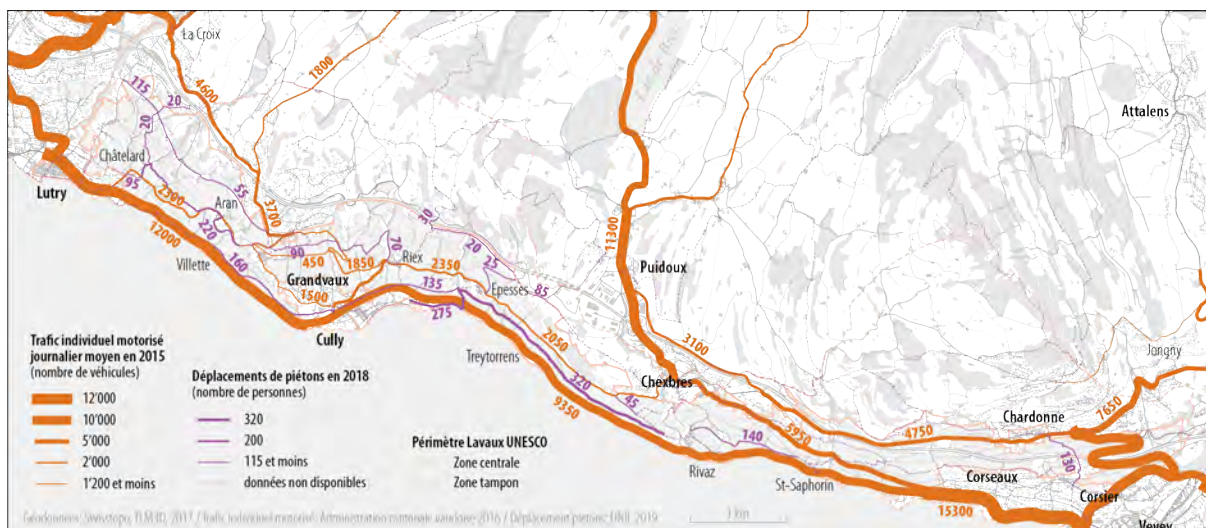


Figure 47 – Moyennes journalières du trafic motorisé (voiture, motos, camions, etc.) pour 2015, ainsi que les moyennes journalières des déplacements piétons en 2018. Les traits pour le trafic piétons sont 10 fois plus épais en comparaison avec le trafic individuel motorisé.

Une bonne moitié des visiteurs interrogés lors de l'enquête préfèrent un éloignement à la ville, tandis que pour 10%, la proximité de la ville est un atout (Fig. 48).



Fig. 48 – Préférences des visiteurs quant à l'éloignement et la proximité de l'urbanisation, basé sur l'enquête touristique.

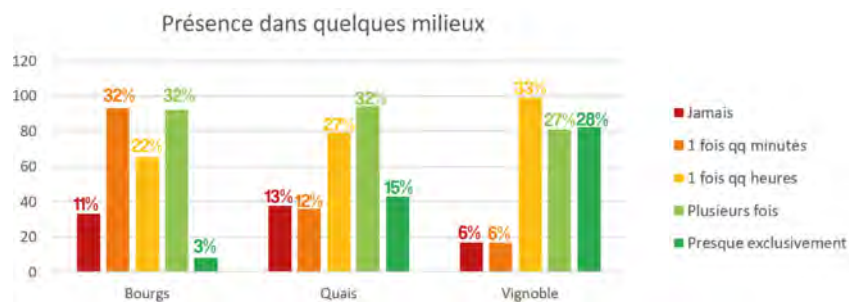


Fig. 49 – Intensité de fréquentation des différents milieux par les personnes interrogées.

Les visiteurs de Lavaux semblent apprécier notamment les vignobles et les quais. Les bourgs sont fréquentés par presque tout le monde, mais souvent très brièvement, probablement pour accéder aux autres milieux (Fig. 49). Parmi les remarques faites par les visiteurs, on entend fréquemment le manque d'infrastructures et de commodités dans les vignes, une signalétique insuffisante et un manque d'informations didactiques. Ces quelques commentaires, même s'ils ne sont ni exhaustifs ni quantifiables de manière solide, indiquent que les visiteurs viennent au moins en partie pour le paysage viticole, qu'il y a une volonté de profiter de ce milieu spécifique et que les déplacements dans ce contexte sont très appréciés. En plus, les visiteurs sont curieux d'apprendre quelque chose sur la région.

6. L'œnotourisme

6.1 L'offre œnotouristique

Vaud étant un canton viticole, l'Etat de Vaud mise sur l'œnotourisme depuis quelques années. Depuis 2014, un vaste programme a été développé grâce à la collaboration active de sept filières de l'Etat. Une formation et une certification spécifiques ont été mises en place. Ainsi, la certification *Vaud Œnotourisme* distingue les professionnels vaudois de l'hôtellerie, de la restauration, des vins et des produits du terroir en général qui souhaitent se faire reconnaître comme spécialistes de l'œnotourisme et qui s'engagent à offrir une offre œnotouristique de qualité (Stucki, 2019). Pour être certifié, quatre conditions doivent être respectées :

- (1) Exploiter un établissement (hôtel, restaurant, caveau, espace de dégustation, lieu de vente de produits du terroir, etc.) ;
- (2) Suivre la formation œnotouristique de 5 jours dispensée par GastroVaud ;
- (3) Respecter le cahier des charges inhérent au secteur d'activité ;
- (4) Se soumettre à un contrôle périodique tous les trois ans, effectué par un organe indépendant.

Le cahier des charges fixe des exigences minimales en termes d'horaires d'ouverture, d'espace d'accueil, d'organisation de la dégustation, de communication ou encore de moyens de paiement. Ainsi, il est par exemple demandé aux domaines, caveaux ou centres de dégustation d'être ouverts au minimum trois jours par semaine, incluant au minimum un jour du weekend.

En avril 2019, on dénombre 69 prestataires certifiés sur l'ensemble du canton. A Lavaux, 17 professionnels sont certifiés *Vaud Œnotourisme* (Fig. 50). La vitiviniculture représente le domaine d'activité qui compte le plus grand nombre de professionnels certifiés à Lavaux, avec 14 certificats sur 17. Deux professionnels de la branche hôtelière et parahôtelière ont obtenu leur certification *Vaud Œnotourisme*, tout comme une professionnelle de la vente de produits du terroir. Aucun restaurant de Lavaux n'est en revanche certifié *Vaud Œnotourisme*. Les professionnels certifiés vantent cet outil comme une plateforme d'échanges entre professionnels afin d'élargir l'offre clientèle. La création de réseaux est un apport incontesté de *Vaud Œnotourisme*. Tous les acteurs certifiés rencontrés disent privilégier la collaboration avec d'autres professionnels certifiés à l'échelle du canton et non pas à l'échelle de Lavaux.

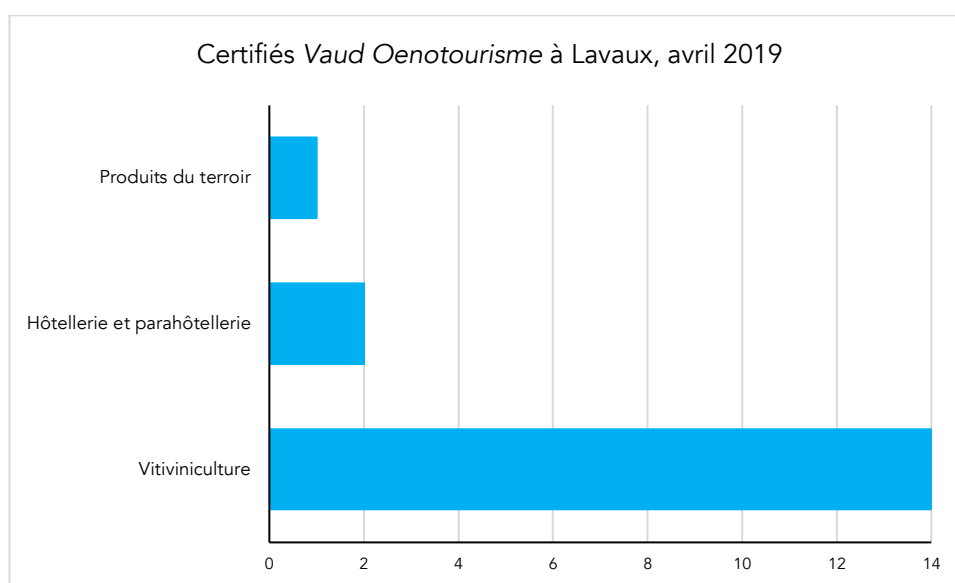


Figure 50 – Certifiés *Vaud Œnotourisme* à Lavaux selon le domaine d'activité en avril 2019 (*Vaud Œnotourisme*).

En plus de la formation et de la certification, Vaud Œnotourisme a édicté une charte afin de soutenir le tourisme lié aux vignobles et ses produits. Elle a pour objectif de créer une communauté œnotouristique afin de favoriser la consommation spontanée des produits du terroir et vins vaudois. En avril 2019, cette charte fédératrice compte 413 signatures par des professionnels de la vitiviniculture, de l'hôtellerie et de la parahôtellerie, de la restauration, de la vente de produits du terroir, mais également du tourisme, des associations et institutions ou encore d'autres domaines d'activité. Lavaux compte 53 signataires (**Fig. 51**) ; 35 sont actifs dans le domaine de la vitiviniculture. Parmi les signataires de la charte, on retrouve les professionnels certifiés.

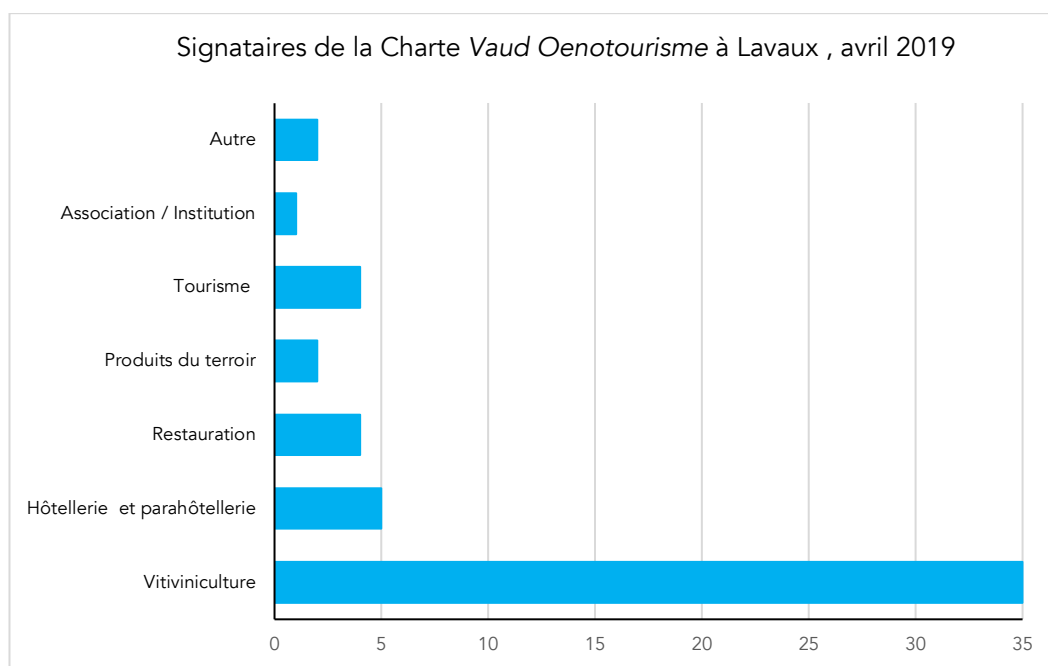


Figure 51 – Signataires de la Charte Vaud Œnotourisme selon le domaine d'activité en avril 2019 (Vaud Œnotourisme)

Une plateforme de l'Office du tourisme du Canton de Vaud (www.Myvaud.ch) regroupe des expériences œnotouristiques disponibles dans le canton de Vaud et qui peuvent être réservées de suite. En avril 2019, 18 offres sont recensées sur la plateforme, dont 15 dans la région Montreux-Riviera. La découverte de caves est une offre œnotouristique très répandue à Lavaux. Sur les 15 expériences œnotouristiques proposées, 9 sont une découverte de cave. Ce forfait de 39 francs par personne comprend une visite de la cave, une explication sur le domaine, une dégustation de quatre vins et une bouteille souvenir. Les mêmes prestations sont offertes aux visiteurs dans toutes les caves qui proposent ce forfait. D'autres expériences œnotouristiques à Lavaux peuvent être réservées sur cette plateforme :

- Le forfait balade Oeno'ludique à 60 francs par personne comprend une balade explicative dans le vignoble de Lavaux avec un quiz sur le terroir, le vin et les sens, ainsi qu'un atelier de reconnaissance des saveurs et d'arômes naturels et une dégustation de trois grands crus de Lavaux ;
- Le centre de découverte des vins et du vignoble de Lavaux, Lavaux Vinorama, propose plusieurs forfaits de dégustation commentées comprenant le visionnage du film retraçant une année vigneronne à Lavaux et la dégustation de vins de Lavaux (3 à 5 vins selon le type de forfait). Le prix de cette expérience œnotouristique est de 15 francs ;
- Le caveau des vigneronns d'Aran a développé un jeu, Vign'Heroes, permettant aux visiteurs de découvrir le métier de vigneron et les défis auxquels les professionnels de la viticulture sont confrontés.

Montreux Vevey Tourisme met en avant différentes offres œnotouristiques sur son site internet (www.montreuxriviera.com), dont certaines ne figurent pas sur la plateforme de réservation de l'OTV. Ce sont par exemple des visites accompagnées par les guides du patrimoine formés par Lavaux Patrimoine mondial ou encore une matinée de travail dans les vignes ou à la cave en compagnie d'un vigneron avec une dégustation et une bouteille de vin comprise. Le rôle des offices du tourisme est de promouvoir les activités qui se développent dans la région. Ainsi, par principe, les offices de tourisme ne développent pas d'activités touristiques. Montreux-Vevey Tourisme est en revanche propriétaire d'une application smartphone développée par Vaud Œnotourisme, nommée *Balade œnotouristique Lavaux UNESCO*, qui permet aux visiteurs de découvrir les artisans et vignerons de la région en suivant un itinéraire jalonné de quiz et d'anecdotes intéressantes.

Les professionnels issus des différents domaines d'activité énumérés précédemment peuvent élaborer leurs propres offres ou expériences œnotouristiques et se charger de leur promotion, sans passer par l'office du tourisme. C'est ce que font certains vignerons de Lavaux. Le manque de temps est une raison formulée par les vignerons qui proposent des offres œnotouristiques dans leur domaine mais qui n'ont pas suivi la formation en œnotourisme proposée par Vaud Œnotourisme. Pour les offices du tourisme, la certification *Vaud Œnotourisme* représente un indicateur. En effet, elle leur permet de savoir quels sont les professionnels qui sont ouverts à l'œnotourisme et qui sont formés pour accueillir des touristes. Cette certification a été mise en place dans le but de gagner et de garantir la qualité dans l'accueil des visiteurs. Il est donc évident, aussi bien du côté de Montreux-Vevey Tourisme que de Lausanne Tourisme, que la collaboration avec des professionnels ayant suivi cette formation doit être privilégiée. Mais cela, n'empêche pas les deux offices du tourisme de travailler également avec d'autres vignerons. Montreux-Vevey Tourisme promeut les activités organisées par ses membres. En effet, comme il s'agit d'une association, tout un chacun peut devenir membre, moyennant une cotisation annuelle pouvant s'élever à 400 francs pour les entreprises et sociétés. Aller à la rencontre des vignerons, une à deux fois par an, que ce soit lors d'un événement ou d'une visite, est important pour Montreux-Vevey Tourisme. Cela permet de sonder notamment les capacités d'accueil. Pour certains acteurs rencontrés, le fait de devoir payer pour apparaître sur le site internet et la documentation d'un office du tourisme dérange.

Tous les professionnels de Lavaux ne sont pas ouverts à l'œnotourisme. Certains estiment ne pas avoir les ressources financières, humaines et matérielles pour développer ce genre d'activité. En effet, l'accueil de visiteurs nécessite des espaces adéquats et du temps. Dans les domaines de petite taille, les tâches de production et d'administration sont souvent assurées par la même personne. Si ces vignerons souhaitaient développer l'accueil des visiteurs, cela nécessiterait d'engager au moins une personne en charge de ces tâches. En plus de l'augmentation de l'effectif, des travaux seraient parfois nécessaires afin d'offrir aux visiteurs un espace d'accueil respectant les normes en vigueur. Les charges qu'implique le développement d'offres œnotouristiques sont ainsi perçues comme insurmontables par certains vignerons rencontrés. Si certains ouvrent volontiers leur cave et espace d'accueil aux visiteurs de manière spontanée, d'autres sont plus réfractaires à cette pratique. Pour certains, ouvrir ses portes, fournir des explications sur le domaine, la culture de la vigne et la production du vin n'est pas rentable. En effet, les visiteurs qui recherchent une prestation œnotouristique ne vont pas forcément acheter du vin sur place. C'est d'ailleurs ce qui a poussé certains vignerons à revoir leurs offres de dégustation. Chez la plupart des vignerons, les dégustations sont désormais payantes et les visiteurs n'ont ainsi aucune obligation d'achat, ce qui semble être très apprécié des visiteurs. Les vignerons qui n'ont pas la possibilité de répondre à la demande de visiteurs dirigent ces derniers vers le Vinorama ou vers un collègue vigneron disponible. Un flou légal a été relevé par plusieurs vignerons rencontrés : la vente de boissons alcoolisées étant soumise à autorisation, les vignerons qui proposent des dégustations payantes devraient être en possession d'une licence, ce qui ne semble pas être le cas de tous les vignerons de Lavaux.

Parmi les acteurs rencontrés, certains voient l'avenir de Lavaux indissociablement lié à l'œnotourisme. Le développement et l'amélioration d'offres œnotouristiques sont primordiales pour la survie des exploitations vigneronnes. D'autres professionnels de la vitiviniculture estiment que les efforts devraient être concentrés sur la recherche de solutions pour promouvoir les vins de Lavaux et pour pallier à la concurrence des vins étrangers qui sont importés en Suisse à petit prix.

6.2 Les pratiques des œnotouristes

Moins d'un quart des visiteurs interrogés lors de l'enquête sont très intéressés par l'œnologie et 2 personnes sur 5 s'y intéressent un peu. La visite dans la région de Lavaux augmente peu ou pas du tout l'intérêt pour l'œnologie pour la plupart des visiteurs ; environ 10% indiquent avoir appris beaucoup ou énormément. Par contre, presque la moitié des personnes interrogées ont indiqué avoir dégusté du vin de la région, cependant dans la plupart des cas sans acheter des bouteilles de vin. Les quelques personnes qui ont acheté une bouteille de vin l'ont fait le plus souvent au restaurant, au Vinorama ou chez le producteur (Fig. 52). Une personne sur 5 ne connaît pas l'appellation du vin acheté.

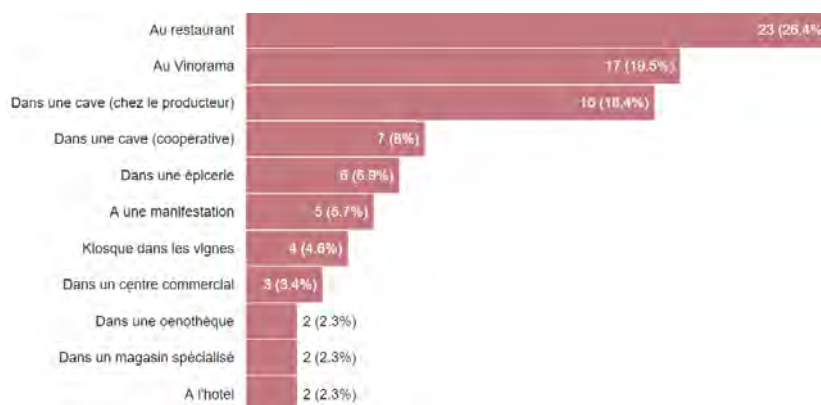


Figure 52 – Lieu où les visiteurs ont acheté du vin.

Les critères importants lors de l'achat du vin sont surtout le prix, l'origine et dans une moindre mesure le fait de connaître le vin, le contexte, la couleur et le cépage (Fig. 53).

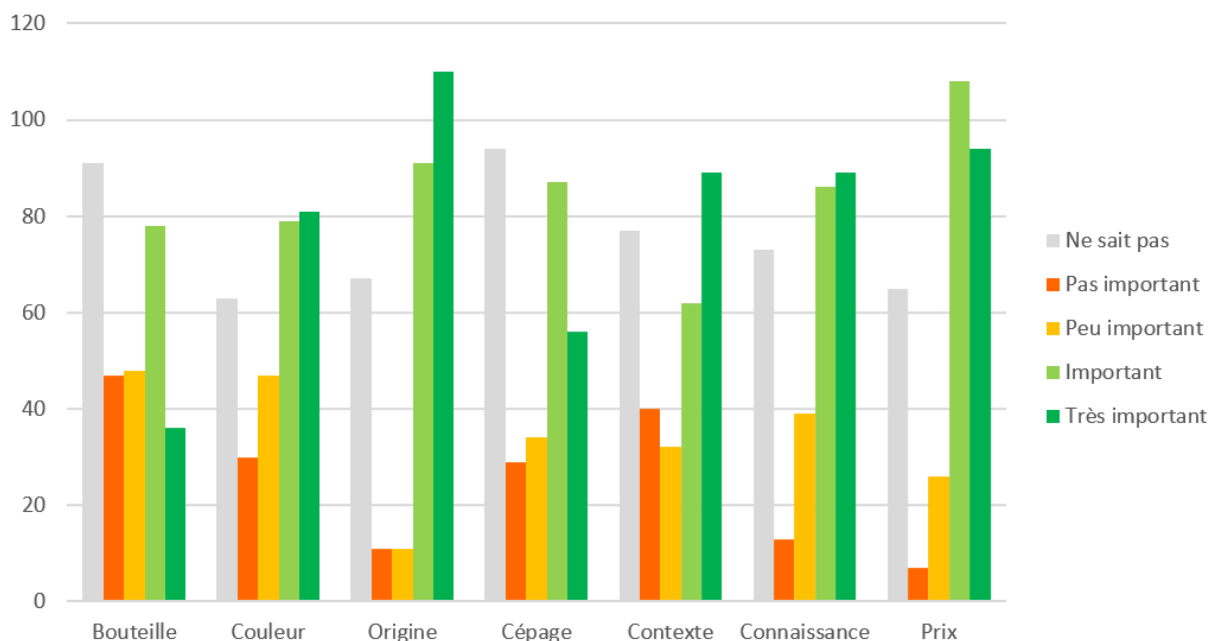


Figure 53 – Importance des critères pour l'achat de vin.

De manière générale, on peut conclure que l'œnotourisme reste une activité de niche parmi les visiteurs de Lavaux, mais que beaucoup de personnes apprécient tout de même un verre de vin à l'occasion d'un repas au restaurant.

6.3 Le cas des Caves ouvertes vaudoises

Une enquête a été menée par l'UNIL en collaboration avec l'Office de Tourisme du Canton de Vaud (OTV) et l'Office des Vins Vaudois (OVV) lors de l'édition 2017 des Caves ouvertes vaudoises, les 3 et 4 juin 2017. L'enquête s'adressait de manière générale à toutes les personnes qui pratiquent l'œnotourisme, avec toutefois des questions spécifiques pour les participants du weekend des Caves ouvertes. L'enquête a été menée en ligne, les participants du weekend étant contactés dans la mesure du possible par l'OVV par e-mail. Toutes les régions viticoles vaudoises étaient couvertes par cette enquête, avec toutefois une séparation de la région de Lavaux en deux : la partie couverte par le périmètre UNESCO et une deuxième partie correspondant à la Riviera vaudoise (Vevey-Montreux). Les résultats détaillés de l'enquête ont été publiés par Ceré et al. (2017). Nous ne reprenons ici que les résultats principaux en lien avec les résultats de la présente étude sur le tourisme en Lavaux.

Au total, 582 personnes ont répondu à l'enquête, dont 362 ont indiqué avoir participé au weekend des caves ouvertes. Les personnes ayant répondu au questionnaire ont en grande partie entre 26 et 55 ans, et la classe d'âge la plus importante est celle des 26 à 35 ans (Fig. 54). Cette distribution d'âge est très différente de celle trouvée lors de l'enquête touristique (Fig. 2). Parmi les visiteurs interrogés dans l'enquête touristique de 2018, la tranche des 60 ans et plus est surreprésentée comparée à la moyenne suisse, tandis que pour les participants aux Caves ouvertes, cette même tranche est clairement sous-représentée. Il s'agit essentiellement d'un public qu'on pourrait appeler d'occasionnels puisque 85% des personnes pratiquent l'œnotourisme entre 1 et 5 jours par année. Un événement comme celui des Caves ouvertes semble donc être d'une certaine importance pour ce public.

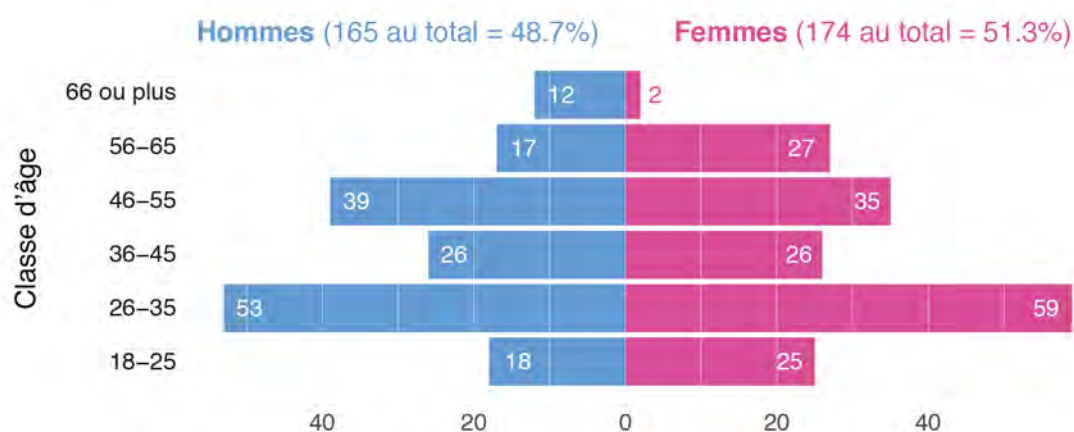


Figure 54 – Pyramide des classes d'âges selon le sexe pour l'ensemble des questionnaires des Caves ouvertes 2017.

Presque 95% du public est d'origine suisse, surtout du canton de Vaud et des cantons voisins. Il s'agit donc d'un public essentiellement de locaux, ce qui est à nouveau différent de l'enquête touristique de 2018 où environ la moitié des personnes interrogées étaient d'origine suisse. Par ailleurs, les personnes pratiquant l'œnotourisme combinent cette activité souvent avec une autre, dont la promenade à pied, à vélo ou encore une excursion en bateau. Le paysage semble donc être une composante importante également pour ces personnes. La majorité des participants aux Caves ouvertes interrogés achètent régulièrement ou occasionnellement du vin, et environ la moitié achète également d'autres produits. Les dépenses moyennes par visite sont de l'ordre de 200 francs. Ainsi, le public des œnotouristes semble à nouveau se distinguer du public des visiteurs touristiques, avec une plus grande partie achetant des produits de la région et dépensant des montants plus élevés par visite.

7. Constats sur le tourisme en Lavaux

Dans cette dernière partie, nous synthétisons les résultats autour de neuf constats principaux. L'approche se veut résolument transversale.

7.1 Surtout des touristes suisses à la journée

L'enquête a montré que la moitié des visiteurs interrogés viennent de Suisse (52%), suivis de la France (11%) et de l'Allemagne (5%). Les visiteurs non Européens proviennent surtout des Etats-Unis et de Chine (4%). La moitié des visiteurs ne logent pas sur place. Pour les deux tiers des personnes qui logent sur place, le séjour est inférieur à trois nuits, pour une moyenne de 1.7 nuits par séjour. Le profil des âges montre une prédominance des moins de 30 ans et des plus de 50 ans, qui visitent Lavaux en couple ou entre amis, à l'exception du weekend des Caves ouvertes, où ce sont les personnes de 26 à 35 ans, en couple ou en groupe, qui dominent. Les familles avec enfants sont peu nombreuses. 40% des personnes interrogées visitaient Lavaux pour la première fois. Lavaux est donc essentiellement une destination pour des séjours de courte durée, en majorité à la journée, en couple ou en groupes d'amis, prisée surtout par les Suisses.

7.2 L'omniprésence du paysage

Le paysage constitue l'attrait principal de Lavaux et il est au cœur de l'offre originelle de la région. C'est la principale caractéristique de Lavaux mise en avant dans la publicité touristique, avant le vin. Tous les acteurs touristiques, privés ou publics en sont conscients et usent de la beauté des paysages dans les instruments de promotion. Les images automnales sont particulièrement prisées. L'association Lavaux Patrimoine mondial en fait de même, tout en essayant de montrer l'importance des travaux de la vigne dans la création de ce paysage.

Quant aux visiteurs, ils viennent avant tout à Lavaux pour profiter du paysage. Il y a donc adéquation entre l'offre et la demande. Cette omniprésence du paysage explique pourquoi l'activité principale des personnes interrogées est la randonnée à pied, bien avant les visites œnotouristiques et les dégustations ou achats de vin.

Il semble que c'est le triptyque vignoble-lac-montagnes qui fait l'attractivité de Lavaux plus que le paysage viticole lui-même. Ce constat est corroboré par le fait que la visibilité interne de Lavaux est souvent assez basse ; quand on est à Lavaux, on a peu de points de vue qui permettent d'embrasser l'ensemble du vignoble d'un seul regard. Pour cela, il faut aller de l'autre côté du Léman ou sur le lac lui-même. Peu de personnes interrogées indiquent que c'est le classement par l'UNESCO qui a motivé leur visite : on vient à Lavaux pour le paysage, mais pas parce qu'il est inscrit sur la liste du Patrimoine mondial.

7.3 La prépondérance de l'excursionnisme

Ce résultat est certainement en partie biaisé par les choix méthodologiques : les comptages et enquêtes ont surtout été réalisés le long des chemins de randonnée. Malgré tout, il semble que les visiteurs privilégient les activités non payantes, en particulier la randonnée dans le vignoble. Ce résultat est renforcé par l'analyse de la répartition temporelle des visites : l'automne (septembre-octobre) est clairement privilégié par rapport à l'été. Il faut y voir notamment un effet des conditions climatiques et du contexte ; en été, il peut faire très chaud dans le vignoble et les sites ombragés sont peu nombreux, tout comme les lieux de rafraîchissement, alors qu'en automne les conditions de visite sont généralement meilleures. Les visites à pied se font surtout à mi-coteau, sur l'axe est-ouest, dans le secteur qui est le moins impacté par la circulation automobile. Une autre forme de visite est formée des axes nord-sud, entre les deux lignes de chemins de fer. Dans les deux cas, le Dézaley semble former une limite topographique entre deux secteurs privilégiés : la région St-Saphorin – Rivaz / Chexbres, à l'est du Dézaley, et la région Cully – Grandvaux à l'ouest. L'extrémité orientale du vignoble est nettement moins prisée.

7.4 Vin et tourisme, une relation ambiguë

Malgré les efforts pour développer l'œnotourisme, les activités œnotouristiques (visites de cave, dégustations, excursions thématiques sur la vigne et le vin) ne sont pas encore au centre du tourisme à Lavaux. La majorité des vigneron interrogés considère que les apports économiques du tourisme sont relativement faibles, notamment en termes d'achat de vin, et que les nuisances (déchets dans les vignes, perturbation des déplacements, dégradations à la propriété) sont assez élevées. Malgré tout, certains vigneron ont développé une activité œnotouristique de niche, intéressante du point de vue économique. Plusieurs ont obtenu la certification *Vaud Oenotourisme*, alors que d'autres ne l'ont pas (encore) fait, principalement pour des raisons de temps. Cette certification a pour le moment attiré surtout les vigneron, les autres domaines étant peu (hébergement) ou pas (restauration) représentés parmi les prestataires certifiés *Vaud Oenotourisme*. Quant aux Caves ouvertes vaudoises, qui est une activité œnotouristique phare dans le canton, Lavaux est indéniablement la destination la plus prisée par les participants. Ces derniers se démarquent du profil type du visiteur de Lavaux, d'une part par leur profil (âge 26 à 35 ans, alors que les visiteurs de Lavaux sont souvent plus âgés) et d'autre part par leur propension à dépenser de l'argent pour les achats de vin, une pratique peu présente au sein des visiteurs ayant répondu à l'enquête.

L'œnotourisme constitue ainsi pour le moment une forme de tourisme de niche, mais qui présente un bon potentiel de développement à Lavaux, notamment en raison du profil des œnotouristes, différent du profil type du touriste visitant Lavaux.

7.5 Un impact économique relativement faible

Le tourisme est certes une activité importante à Lavaux, attirant un nombre assez élevé de visiteurs, notamment durant les weekends d'automne. Toutefois, les retombées économiques restent relativement faibles en regard du nombre de visiteurs. Il faut y voir plusieurs raisons.

Pour ceux qui dorment sur place ou dans la région, l'hébergement représente la plus grande part du budget (entre 100 et 500 francs), suivi des frais de restauration. La statistique des nuitées hôtelières montre une certaine érosion depuis l'inscription au Patrimoine mondial, une tendance due autant à la réduction de l'offre (nombre de lits hôteliers) qu'à des raisons macroéconomiques (crise économique à l'échelle européenne, franc fort). La situation semble toutefois s'être améliorée au cours des dernières années. L'offre assez faible en lits hôteliers et la présence de deux pôles touristiques de part et d'autre de Lavaux, très bien dotés en capacités hôtelières et très bien reliés à Lavaux par les transports publics, expliquent le faible nombre de nuitées hôtelières dans la région de Lavaux elle-même (90 000 nuitées par année en moyenne entre 2006 et 2016). Ce constat est corroboré par d'autres résultats : la moyenne des nuitées pour les personnes qui logent sur place est de 1.7 nuits et la moitié des personnes ayant répondu à l'enquête ne logent pas sur place. On remarque toutefois une place importante de l'offre de logements proposés sur des plateformes de réservation telles qu'Airbnb : lors des deux pointages réalisés en 2017 et 2018, environ 90 offres étaient disponibles sur la plateforme, soit 9 fois plus que les logements parahôteliers certifiés BnB Switzerland. Il y a là des retombées économiques certainement assez importantes, qui échappent toutefois à la statistique.

L'enquête montre qu'un visiteur sur six achète du vin, souvent en faible quantité ou au restaurant, et parfois d'autres produits locaux. Le constat est corroboré par les vigneron qui notent toutefois l'exception des clients réguliers, qui évidemment achètent de plus grandes quantités. Cette faible propension à l'achat de vin explique que maintenant les dégustations de vin auprès des vigneron sont souvent payantes, une situation qui semble convenir aux visiteurs occasionnels. Quant aux autres dépenses, 40% des visiteurs recourent à une activité payante, généralement en dessous de 100 francs. Une personne sur six ne fait aucune dépense sur place.

Malgré tout, l'offre dérivée (hébergement, restauration) étant assez restreinte sur place, la plupart des prestataires touristiques bénéficient de retombées des visites, ce qui est moins vrai pour le secteur viticole dans son ensemble.

7.6 Des visiteurs satisfaits

L'enquête a montré que les visiteurs interrogés sont satisfaits, voire très satisfaits de leur séjour à Lavaux. C'est en particulier le paysage qui est très apprécié, ainsi que l'offre en transports publics. Le seul bémol concerne le niveau des prix, en particulier pour les visiteurs étrangers.

7.7 Une mobilité diversifiée

La moitié des visiteurs interrogés sont venus en transports publics et l'autre moitié en voiture. Une fois sur place, 1/5 des visiteurs se déplace à pied, 7% à vélo. Un tiers utilise les transports publics et un autre tiers la voiture. La présence d'une double ligne ferroviaire au sommet et au bas du vignoble est un atout pour Lavaux, qui favorise les visites verticales du vignoble, à l'est (Chexbres-Rivaz-St-Saphorin) et à l'ouest (Grandvaux-Cully) du Dézaley. Quant aux déplacements touristiques « horizontaux », dans le vignoble ou le long du lac, ils s'organisent en deux zones relativement « imperméables » de part et d'autre du promontoire du Dézaley.

7.8 Une variabilité spatiale et temporelle du tourisme

Tout Lavaux n'est pas touristique. Il existe des « hotspots » et des « zones d'ombre touristique ». La partie orientale du site (Chardonne) est peu visitée. D'autres lieux, surtout à l'ouest du vignoble (Grandvaux, Lutry, Cully) sont particulièrement visités et constituent des panoramas à partir desquels on photographie le paysage de Lavaux. Les zones centrales sont particulièrement appréciées par les promeneurs pendant le weekend avec environ 3 fois plus de visiteurs se baladant dans les vignes, et avec plus de 1000 promeneurs lors d'un jour de weekend de pointe. Les périodes entre 10 et 16 heures sont les plus appréciées.

Les visites de Lavaux ne se font pas avec la même intensité tout au long de l'année. S'il est clair que l'hiver constitue la saison creuse, l'enquête a montré que le cœur de l'été (juillet et août) – qui correspond aux vacances scolaires et à une période particulièrement chaude et peu adaptée pour la visite du vignoble qui manque d'ombre – est moins prisé que le printemps et l'automne. L'intérêt de l'automne pour les visites est accentué par la magie des couleurs automnales ; la haute saison touristique automnale correspond à la haute saison viticole (vendanges), ce qui peut exacerber la rivalité latente entre les deux activités, un point relevé par certains acteurs touristiques du milieu vitivinicole.

7.9 Une gouvernance complexe

La gouvernance touristique pose certaines questions. Tout d'abord, qui est en charge de la promotion touristique de Lavaux ? Tous les acteurs interrogés n'ont pas la même vision à ce sujet. La promotion touristique est clairement une compétence de Montreux-Vevey Tourisme, et dans une moindre mesure de Lausanne Tourisme. Au niveau du canton, l'OTV se charge de la promotion de l'ensemble des destinations du canton. Pour plusieurs interlocuteurs, le tourisme est une tâche de l'association Lavaux Patrimoine mondial, ce qui, dans les faits, n'est pas le cas : LPm n'a pas pour fonction de promouvoir le tourisme à Lavaux. Il s'agirait donc de clarifier cette question à l'avenir afin de mieux répartir les rôles.

Par ailleurs, plusieurs incohérences ont été relevées, telles que des abonnements de transports publics non valables sur tout le territoire de Lavaux en 2018 ou des taxes de séjour différentes selon les lieux. Une certaine harmonisation devrait être envisagée.

8. Réflexions méthodologiques

Le tourisme dans une région ouverte comme le périmètre UNESCO de Lavaux n'est pas facile à quantifier. Les traces d'informations laissées sur place sont relativement limitées et seules des données très partielles sont connues. Des données statistiques comme le nombre de nuitées – toutefois limitées aux nuitées hôtelières et ne prenant pas en compte ni les nuitées parahôtelières ni les nuitées réservées sur des plateformes telles que Airbnb – sont utiles, notamment pour mettre en exergue certaines tendances, mais elles ne couvrent de loin pas tous les aspects du tourisme dans la région. Pour pallier au manque d'informations touristiques, une approche multiméthodes est ainsi très prometteuse. En effet, chaque méthode permet de couvrir certains aspects mais jamais la totalité, et chaque méthode a ainsi des avantages et inconvénients. Seule une utilisation équilibrée et bien réfléchie des méthodes permet d'obtenir une image relativement détaillée du phénomène. Les progrès technologiques peuvent aider à compléter l'image, mais même la technologie la plus moderne n'arrive pas à capturer le tourisme dans toutes ses facettes. Les enquêtes restent un outil important pour récolter des informations détaillées (en profondeur), mais elles doivent être complétées par d'autres méthodes pour obtenir une image à une échelle plus large.

Le monitoring des déplacements est un outil indispensable pour connaître les flux généraux, sans pour autant pouvoir distinguer en détail les différentes activités et usages. Le comptage de la fréquentation selon les modes de transport était traditionnellement très chronophage et ainsi une utilisation étendue dans l'espace et le temps était difficile. L'automatisation du dépouillement des informations récoltées développée dans le cadre de cette étude a permis d'atténuer en grande partie ce problème. Toutefois, s'agissant de comptages ponctuels à la fois dans le temps et dans l'espace, établir des itinéraires typiques n'a pas été possible. Le traçage GPS peut donner ces informations, mais à une échelle beaucoup moins large et sans pouvoir être exhaustif.

L'état de lieux de l'offre touristique est également important, sans quoi il n'est pas possible de connaître les différents attracteurs touristiques. La cartographie des zones de visibilité et le dépouillement de dépôts de photos sont des méthodes moins classiques, mais qui peuvent toutefois s'avérer intéressantes pour donner quelques indications supplémentaires sur l'appréciation de la région, notamment du paysage, par les visiteurs.

D'autres méthodes pourront certainement être testées à l'avenir pour compléter les lacunes qui persistent. Ainsi, les informations des opérateurs de téléphone peuvent donner quelques indications précises surtout dans le temps, mais les limites au niveau de la localisation spatiale restent probablement importantes. La reconnaissance des signaux émis par des appareils personnels comme le téléphone portable ou la montre connectée peuvent également donner des indications sur les fréquentations, même si ces nouvelles méthodes donnent aussi au mieux des informations partielles et doivent être complétées par d'autres méthodes.

En somme, la combinaison des méthodes a permis d'obtenir une assez bonne image du tourisme à Lavaux, tout en pouvant assurer à tout moment l'anonymat des visiteurs et ainsi garantir le respect de la vie privée, aspect qui est également très important dans une telle étude. Ainsi, une bonne campagne d'information transparente doit accompagner le déploiement des différentes méthodes sur le terrain, ce qui a été fait dans le cadre de cette étude via le site <http://lavaux.unil.ch/comptages/> et les informations disponibles sur les appareils de mesures, ainsi que grâce à la collaboration entre l'association Lavaux Patrimoine mondial et les différentes autorités municipales.

9. Conclusions et perspectives

Cette étude sur le tourisme à Lavaux a eu le mérite de donner une image, certes toujours incomplète, mais tout de même assez saisissante et chiffrée, du phénomène touristique dans le site inscrit au Patrimoine mondial. Il ressort que le **paysage** – notamment le triptyque vignoble-lac-montagnes – constitue l’attrait principal du tourisme en Lavaux, bien avant le vin, la découverte des activités vitivinicoles ou le patrimoine construit ou culturel. Les **visiteurs** de Lavaux sont de manière prépondérante des Suisses ou des habitants des régions proches, venant souvent à la journée et pratiquant l’excursionnisme. Ce double attrait du paysage et de la pratique de la randonnée induit une **double fragmentation, spatiale et temporelle, de la fréquentation touristique**. Du point de vue géographique, la région de Grandvaux-Cully et celle de Rivaz-St-Saphorin, séparées par la barrière topographique du Dézaley, constituent les hotspots touristiques, alors que la région orientale de Lavaux (Chardonne) est relativement délaissée par les visiteurs. Certains villages littoraux de la frange occidentale (Lutry, Cully) constituent par ailleurs des points de visite pour profiter du panorama sur une partie du vignoble, constat corroboré par les analyses de photographies et par les études de visibilité du vignoble. Du point de vue temporel, les deux périodes de visite privilégiées sont le printemps et surtout l’automne, qui sont nettement plus fréquentées que l’hiver, mais aussi que l’été, saison durant laquelle les conditions climatiques dans le vignoble (chaleur, manque d’ombre) ne sont pas favorables et durant laquelle les Suisses privilégient les vacances à la montagne ou à la mer.

Les **retombées économiques** du tourisme restent relativement faibles dans la région, notamment sur l’économie vitivinicole. Les achats de vin par les enquêtés sont faibles, à l’exception des clients réguliers des caves et des participants aux Caves ouvertes vaudoises. Ceci est en partie dû au fait qu’une part importante des visiteurs se déplace en transports publics, ce qui ne facilite pas l’achat de grandes quantités de vin. De manière générale, les dépenses sur place – pour l’achat de produits et de prestations touristiques – sont faibles et concernent surtout les dépenses de restauration, et pour certains visiteurs, les frais de logement. Les **nuitées** hôtelières ont toutefois lieu souvent dans les deux agglomérations de Lausanne et Vevey-Montreux et non dans le secteur de Lavaux en lui-même, dont l’offre hôtelière reste faible, bien qu’il faille nuancer quelque peu le propos, étant donné que les offres sur la plateforme Airbnb atteignent 90 objets, soit dix fois l’offre des Bed and Breakfast certifiés. Ces nuitées échappent toutefois à la statistique. La fréquentation hôtelière a eu tendance à diminuer au cours de la dernière décennie, malgré l’inscription au Patrimoine mondial ; ceci est surtout la conséquence de phénomènes macroéconomiques : crise mondiale des années 2007-2012, phénomène du franc fort dès 2011. Actuellement, les nuitées sont reparties à la hausse. Comme ailleurs en Suisse, la durée des séjours hôteliers s’est fortement raccourcie ces dernières années ; elle s’établit actuellement à 1.7 nuits en moyenne.

Le degré de **satisfaction** des visiteurs enquêtés est très élevé, sauf, dans une certaine mesure, sur le niveau de prix. Les visiteurs de Lavaux apprécient en particulier la qualité du paysage, des prestations touristiques offertes et des infrastructures de transport. Ce dernier point est d’ailleurs un des atouts touristiques de Lavaux, qui est situé à entre deux agglomérations urbaines constituant un bassin de visiteurs important et dont les organes de promotion touristique placent la visite de Lavaux comme l’une des expériences touristiques de premier plan. Le degré de satisfaction des professionnels de la vigne est par contre plus bas ; plusieurs interlocuteurs relèvent les effets négatifs de la fréquentation touristique, tels que les déprédations aux propriétés privées, la problématique des déchets ou encore les problèmes de cohabitation sur les routes viticoles. Afin d’améliorer la situation, une association de citoyens, créée sous l’égide de l’association Lavaux Patrimoine mondial, mène actuellement des actions de sensibilisation des visiteurs au travail de la vigne et au respect de la propriété privée.

Le **croisement de plusieurs approches méthodologiques** a permis de cerner au mieux les contours de la fréquentation touristique et des pratiques des visiteurs et a débouché sur les principales conclusions esquissées ci-dessus. Il n’en reste pas moins que les constats restent partiels et plusieurs aspects importants du tourisme n’ont pas pu être traités. C’est le cas en particulier des nuitées parahôtelières. Par ailleurs, l’enquête s’est concentrée sur les visiteurs individuels et n’a pas du tout pris en compte les visites générées par les tour-opérateurs, une lacune qui devra être comblée à l’avenir, via une étude complémentaire.

L'étude a mis le doigt sur la problématique de la **gouvernance touristique**. Cette dernière est relativement complexe. Elle découle en partie de la configuration géographique : Lavaux constitue une bande littorale allongée, sur plus de 13 km, entre le lac et la ligne de partage des eaux Rhin-Rhône, partagée en deux par la barrière topographique du Dézaley, avec la partie occidentale du vignoble tournée vers l'agglomération lausannoise et la partie orientale qui se trouve dans la sphère d'influence de la Riviera lémanique. L'ensemble de Lavaux fait par contre partie de la destination Montreux Riviera. De nombreux interviewés considèrent que l'association Lavaux Patrimoine mondial devrait jouer un rôle central dans la promotion du tourisme en Lavaux, alors même que la promotion touristique ne fait pas partie de ses missions centrales. Cette question de la gouvernance touristique a été au cœur des discussions de la soirée publique « Ma porte appartient-elle déjà à l'Humanité ? » et de l'atelier réunissant des acteurs locaux « Quel avenir pour le tourisme en Lavaux ? », organisés respectivement le 9 et le 11 octobre 2019 à Cully dans le cadre du colloque « Tourisme dans les paysages protégés ». Elle fait actuellement l'objet d'un mémoire de master de l'UNIL (Imboden, 2020).

Le colloque « Tourisme dans les espaces protégés » organisé à Cully en octobre 2019 a pu s'appuyer sur la présente étude et a abouti à un certain nombre de **constats sur le développement territorial et touristique** de Lavaux, en particulier :

- Lavaux est un paysage protégé, mais aussi, et surtout, un territoire de vie et un paysage culturel évolutif, dont les qualités dépendent en grande partie des pratiques et actions des vigneron·ne·s ; il s'agit dès lors de trouver un équilibre entre les impératifs de protection et les attentes de la population et des vigneron·ne·s en matière de développement économique et urbain. Afin de participer à cette recherche d'équilibre, la promotion touristique devrait plus promouvoir la **composante culturelle du paysage** au-delà de la simple évocation esthétique du paysage. Cela permettrait de mieux faire comprendre le lien intrinsèque entre l'économie viti-vinicole, le territoire et le paysage.
- Les acteurs du territoire ne souhaitent ni développer un tourisme de masse à Lavaux, ni entrer dans une logique de « disneylandisation » du territoire, mais veulent veiller à conserver une bonne cohabitation entre le tourisme, les autres secteurs économiques, essentiellement la viti-viniculture, et la région comme cadre de vie. Une telle approche nécessite d'**optimiser la concertation** entre les différents acteurs du territoire (vigneron·ne·s, population locale, prestataires touristiques).
- Cela passe notamment par une **optimisation de la gouvernance, des infrastructures et des services touristiques**, notamment la création de lieux d'entrées touristiques, une amélioration de la signalétique, directionnelle et comportementale, la création d'infrastructures de base (toilettes), une plus grande implication des habitants dans certains services touristiques (notamment les caveaux villageois, les visites dans d'autres langues que le français), ainsi qu'une meilleure intégration des services touristiques (p.ex. vente de vin au détail dans les hôtels, promotion des produits du terroir dans les caveaux, etc.).
- L'**œnotourisme** présente un excellent potentiel d'intégration des secteurs viti-vinicole et touristique. Le canton de Vaud a fait un très gros effort de développement de ce secteur d'activité au cours des dernières années, mais l'œnotourisme reste pour le moment un produit de niche. Une évaluation des retombées concrètes devrait être faite dans quelques années.

Bibliographie

- Bachmann, J., Clivaz, M., Kaiser, C., Reynard, E. (2016). *Diagnostic territorial et base pour une stratégie de monitoring de Lavaux Patrimoine mondial*. Université de Lausanne, Institut de géographie et durabilité, 113 p. <http://lavaux.unil.ch/>
- Barras, C.V. (1987). *Le développement régional à motricité touristique. De la région polarisée à la région-système*. Fribourg, Editions Universitaires.
- Bavaud, F. (2010). Euclidean distances, soft and spectral clustering on weighted graphs. In: Balcázar, J.L., Bonchi, F., Gionis, A., Sebag, M. (Eds). *Machine Learning and Knowledge Discovery in Databases*. Berlin, Heidelberg, Springer, pp. 103-118. https://doi.org/10.1007/978-3-642-15880-3_13
- Blanchet, A., Gotman, A. (1992). *L'enquête et ses méthodes : l'entretien*. Paris, Nathan.
- Céré, R., Kaiser, C., Reynard, E. (2017). *Méthodologie de monitoring de la demande touristique en Lavaux : résultats de l'enquête œnotouristique*. Rapport, Université de Lausanne, Institut de géographie et durabilité, 46 p. <http://lavaux.unil.ch/>
- Céré, R., Egloff, M. (2018). An illustrated approach to Soft Textual Cartography. *Applied Network Science*, 3(1), 27. <https://doi.org/10.1007/s41109-018-0087-y>
- CFF RailAway (2017). *Découvrez Lavaux et Montreux Riviera*. <http://www.montreuxriviera.com/fr/Z4656/nos-brochures>
- Clivaz, M., Reynard, E., (2017). *Etat de l'offre touristique dérivée et de la demande dans l'hébergement touristique*. Université de Lausanne, Institut de géographie et durabilité, 37 p. <http://lavaux.unil.ch/>
- Clivaz, M., Bachmann, J., Reynard, E., Kaiser, C. (2016). *Lavaux – Evolution du site inscrit au Patrimoine mondial (2000-2015)*. Université de Lausanne, Institut de géographie et durabilité, 44 p. <http://lavaux.unil.ch/>
- Cocco, C. (2014). *Typologies textuelles et partitions musicales : dissimilarités, classification et autocorrélation*. Thèse de doctorat, Université de Lausanne. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01074904/document>
- De Grandpré, F. (2007). Attraites, attractions et produits touristiques : trois concepts distincts dans le contexte d'un développement touristique régional. *Téoros*, 26(2), 12-18.
- Ervin, S., Steinitz, C. (2003). Landscape visibility computation: necessary, but not sufficient. *Environment and Planning B: Planning and Design*, 30(5), 757-766. <https://doi.org/10.1068/b2968>
- Goodchild, M. F. (2007). Citizens as sensors: the world of volunteered geography. *GeoJournal*, 69(4), 211-221. <https://doi.org/10.1007/s10708-007-9111-y>
- Hartigan, J. A. (1975). *Clustering algorithms*. New York, Wiley.
- Haverkort, H., Toma, L., Zhuang, Y. (2009). Computing visibility on terrains in external memory. *Journal of Experimental Algorithmics*, 13, Article 5.
- Imboden, L. (2020). *Etude de la gouvernance touristique du site de Lavaux, vignoble en terrasses*. Mémoire de stage de master, Université de Lausanne.
- Keller, R., Clivaz, M., Backhaus, N., Reynard, E. (2019). *Prestations paysagères dans les paysages d'importance nationale. Rapport de recherche et recommandations à l'intention de la Confédération, des cantons, communes, ONG et acteurs économiques*. Berne, sur mandat de l'Office fédéral de l'environnement OFEV. <https://www.bafu.admin.ch/bafu/fr/home/themes/paysage/publications-etudes/etudes.html>
- Lavaux Patrimoine mondial (2017). *Lavaux vignoble en terrasses. Patrimoine mondial de l'UNESCO*. <http://www.montreuxriviera.com/fr/Z4656/nos-brochures>
- Loubet del Bayle, J.-L. (2000). *Initiation aux méthodes des sciences sociales*. Paris / Montréal, L'Harmattan.

- Montreux-Vevey Tourisme (2017). *Guide des caveaux – Lavaux*. <http://www.montreuxriviera.com/fr/Z4656/nos-brochures>
- NASA/METI/AIST/Japan Spacesystems. (2009). *ASTER Global Digital Elevation Model*. NASA EOSDIS Land Processes DAAC. <https://doi.org/10.5067/ASTER/ASTGTM.002>
- OFS (2016). *Statistique de l'hébergement touristique (HESTA)*. Neuchâtel, Office fédéral de la statistique.
- OTV (2017). *Observatoire du tourisme. Périmètre d'analyse : Lavaux UNESCO*. Lausanne, Office du tourisme du Canton de Vaud. Document de travail, version du 17 mars 2017.
- Paliou, E., Lieberwirth, U., Polla, S. (2014) (Eds). *Spatial analysis and social spaces: Interdisciplinary approaches to the interpretation of prehistoric and historic built environments*. Berlin, Boston, De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110266436>
- Rupf, R., Wernli, M. (2013). Besuchermonitoring – Ein Überblick über Methoden und Anwendungsbereiche. In: Clivaz, C., Rupf, R., Siegrist, D. (Eds). *Visiman. Beiträge zu Besuchermonitoring und Besuchermanagement in Parks und naturnahen Erholungsgebieten*. Rapperswil, HSR Hochschule für Technik Rapperswil, 10, pp. 27-36.
- Services Flickr. (n.d.). <https://www.flickr.com/services/api/>
- Staab, J. (2017). *Applying Computer Vision for Monitoring Visitor Numbers*. Mémoire de master en géographie, Université de Würzburg.
- Stucki Y. (2019). Vaud Oenotourisme. Créer un cercle vertueux autour du vin. *Insight. Innovations pour un tourisme suisse performant*, 23, p. 4.
- Van Campenhoudt, L., Quivy, R., Marquet, J. (2011). *Manuel de recherche en sciences sociales*. Paris, Dunod.
- Wheatley, D., Gillings, M. (2002). *Spatial technology and archaeology: the archaeological applications of GIS*. New York, Taylor & Francis.
- Wilkinson, L., Friendly, M. (2009). The history of the Cluster Heat Map. *The American Statistician*, 63(2), 179-184. <https://doi.org/10.1198/tas.2009.0033>

Annexes

Annexe 1 Liste de questions sur l'offre originelle

Questions sur l'interlocuteur :

- Quelle est votre fonction au sein de l'entreprise (ou société) ? Depuis quand exercez-vous cette fonction ?
- Depuis quand votre entreprise/société est-elle active ? Quel est son but ?

Questions sur les caractéristiques de l'offre originelle de Lavaux :

- Outre le paysage et la viti-viniculture, quels sont les éléments susceptibles d'attirer des visiteurs à Lavaux qui résident à proximité, dans d'autres régions suisses ou à l'étranger ?
- L'attractivité touristique de Lavaux varie-t-elle au cours de l'année ?
- Selon vous y a-t-il des saisons plus propices que d'autres pour la découverte de Lavaux ? Si oui, lesquelles ?

Questions sur la mise en avant de certaines composantes de l'offre originelle de Lavaux :

- Quelles sont les caractéristiques de Lavaux que vous mettez en avant pour attirer/conseiller les visiteurs ?
- Pour quelles raisons mettez-vous ces caractéristiques de Lavaux en avant et pas d'autres (p. ex patrimoine historique ou archéologique) ?
- Au moyen de quels outils faites-vous la promotion de la région de Lavaux (réseaux sociaux, publicité, guide touristique, site internet, agence de voyage, etc.) ?
- Pour quelles raisons utilisez-vous ces outils plutôt que d'autres (réseaux sociaux, dépliants, etc.) ?
- Collaborez-vous avec d'autres prestataires touristiques pour promouvoir la région de Lavaux et vos activités ? Si oui, lesquels ?
- Recevez-vous une aide de la part de spécialistes de la communication et/ou du tourisme pour la promotion de vos activités ?
- Pensez-vous que la région de Lavaux soit suffisamment mise en avant par Montreux-Vevey Tourisme ?
- Pensez-vous que la région de Lavaux exploite ses ressources touristiques de façon adaptée ?
- Pourquoi faites-vous la promotion d'une région qui n'est pas rattachée à votre entreprise (pour Lausanne tourisme) ?
- Pensez-vous que l'image de Lavaux promue auprès des touristes corresponde à la réalité ?
- Qu'est-ce qui différencie Lavaux des autres destinations viticoles / oenotouristiques du canton de Vaud ?
- Pourquoi avoir opté pour la démolition des bâtiments des Moulins de Rivaz, ancrés dans le paysage depuis plus de 6 siècles et la construction du Vinorama (pour la fondation les Moulins de Rivaz) ?
- Etes-vous satisfait de la mise en valeur de l'environnement naturel, construit et bâti de Lavaux ?

Questions sur le comportement touristique en Lavaux :

- Quelles sont les activités que vous organisez seul ou en partenariat ?
- Quelle est la fréquence de l'activité principale que vous organisez ?
- Quelle est la fréquentation de l'activité que vous organisez (p. ex visite guidée) ?
- Quel(s) type(s) de public participe à votre activité (âge, provenance, intérêt) ?
- Pour quels motifs les gens qui participent à votre activité viennent-ils à Lavaux ?
- Les personnes participant à votre activité assistent-elles à d'autres activités ? Si oui, lesquelles ?
- Vos clients ont-ils des exigences particulières ?
- Ces exigences varient-elles en fonction de la provenance de vos clients ? de leur âge ?
- Comment répondez-vous à ces exigences ?
- Réalisez-vous des enquêtes de satisfaction auprès de vos visiteurs ? Quels en sont les résultats ?
- Recevez-vous d'autres retours de la part des visiteurs ? Quels sont-ils ?
- Comment décririez-vous l'évolution du tourisme en Lavaux de 2005 à nos jours ?
- Pensez-vous que l'inscription du site à l'UNESCO ait eu un impact/influence sur vos activités ? Dans quelle mesure ? Est-il/elle toujours ressenti/e actuellement ?
- En moyenne, combien dépense un visiteur chez vous ?
- Les personnes fréquentant votre activité séjournent-elles dans la région ? dans quel type d'hébergement ?
- Quelle est la durée de séjour moyenne d'un visiteur ?
- Par quel moyen de transport, les visiteurs viennent-ils chez vous ?
- Les visiteurs sont-ils surpris (ou intéressés) d'apprendre que Lavaux n'est pas seulement constitué de beaux paysages, de vigne et de vin, mais qu'elle regorge également d'un riche patrimoine culturel ? (le savent-ils ?)

Questions sur les hot spots et les zones d'ombre Lavaux :

- Quels sont selon vous les sites phares que toute personne se rendant à Lavaux devrait visiter ?
- Qu'est-ce qui rend ces sites incontournables ?
- Quels sont selon vous les sites les plus visités à Lavaux ?
- Y a-t-il certains sites très fréquentés qui ne présentent pas d'attraits particuliers selon vous ?
- Quels sont, au contraire, les sites (ou les types de sites) très peu visités à Lavaux ?
- Qu'est-ce qui fait que ces sites sont des zones d'ombre touristique ?
- Est-ce que ces zones d'ombre mériteraient d'être plus connues des visiteurs ?
- Existe-il des sites incontournables surtout en été ? en automne ? en hiver ? au printemps ? ou les sites incontournables gardent-ils ce statut durant toute l'année ?
- Mettez-vous en avant dans votre activité les sites que vous considérez comme des hot spots ?
- Quelles sont les sources d'arrivée et de départ principales des visiteurs à Lavaux ?

Questions sur l'œnotourisme à Lavaux:

- Participez-vous en tant que prestataire touristique aux Caves ouvertes vaudoises ?
- Participez-vous à la promotion des caves ouvertes ? De quelle manière ?
- Qu'attendez-vous des caves ouvertes pour vous ?
- Participez-vous en tant que vigneron aux caves ouvertes vaudoises ?
- Combien dépense un visiteur en moyenne chez vous lors des caves ouvertes ?
- Les caves ouvertes vous permettent-elles d'avoir de nouveaux clients ?
- Organisez-vous d'autres activités œnotouristiques le reste de l'année ?
- En moyenne, combien de touristes accueillez-vous dans votre établissement (cave, œnothèque) par année ?
- Que recherchent les touristes qui viennent vous trouver (dégustation, activité, achat de vin, etc.) ?
- Collaborez-vous avec d'autres prestataires touristiques ou acteurs du développement touristique ? dans quelle mesure ?
- Vantez-vous d'autres caractéristiques de Lavaux à vos clients, à part le vin, la vigne et la paysage ?
- Quels sont les impacts (positifs / négatifs) sur votre exploitation/activité de l'inscription de Lavaux au Patrimoine mondial de l'UNESCO ?
- Etes-vous satisfait de la promotion de l'œnotourisme à Lavaux ?

Annexe 2 Liste des personnes interrogées dans le cadre de l'enquête « Tourisme en Lavaux »

Jean-Marc BADOUX	Vigneron, responsable de l'ensemble des caveaux
Luc-Antoine BAEHNI	Directeur de la CGN
Paul BAUMANN	Vigneron
Bernard BOVY	Vigneron (domaine Bovy), ancien président de l'Association pour l'inscription de Lavaux au patrimoine mondial de l'Unesco (AILU)
Christophe CHAPPUIS	Vigneron
Alain CHOLLET	Vigneron, initiateur du Lavaux Express
Yves DE GUNTEN	Président de l'association Lavaux-Panoramic
Armand et Lael DEUVAERT	BNB Villa Lavaux Boutique
Blaise DUBOUX	Vigneron
Marion DUC	Project Manager à Montreux Vevey Tourisme
Emmanuel ESTOPPEY	Ancien gestionnaire de site LPm
Eduardo FIGUEIREDO	Room Division Manager au Baron Tavernier
Céline GSPONER	Gérante de Tout un monde, restaurant certifié Vaud Cœnotourisme
Constance HELBECQUE	Créatrice d'événement Oeno'ludiques
Aurélia JOLY	Famille vigneronne certifiée Vaud Cœnotourisme
Constant JOMINI	Vigneron
Bernard MATTHEY-DORET	Responsable du balisage à Vaud Rando
Pierre MONACHON	Vigneron et ancien syndic de Rivaz
Maurice NEYROUD	Président de la commission intercommunale de Lavaux
Steeve PASCHE	Directeur de Lausanne Tourisme
Yolande PERDRIZAT-DUBOUX	BNB Le Vigny
Matthew RICHARDS	Guide du patrimoine de Lavaux
Delphine RIVIER	Directrice du Musée de Pully
Alain SCHNEIDER	Société de développement de Chexbres, Puidoux, Rivaz et St-Saphorin
Catherine STREHLER-PERRIN	Direction générale de l'environnement, Canton de Vaud
Yann STUCKI	Responsable du projet Vaud Cœnotourisme

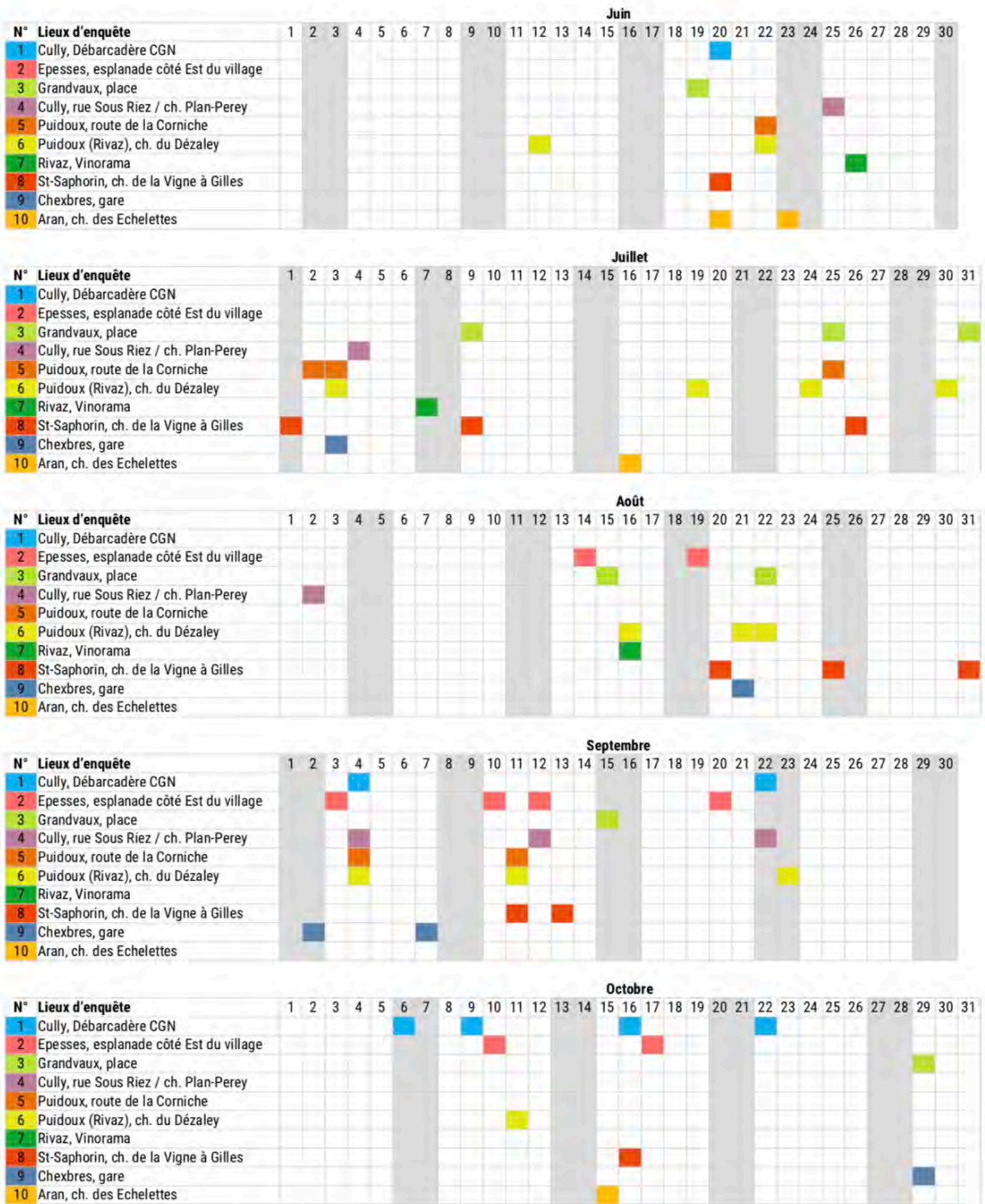
Monica TOMBA

Gérante du Vinorama Lavaux

Gérald VALLELIAN

Vigneron et syndic de St-Saphorin

Annexe 3 Enquête auprès des visiteurs - Planification des points sélectionnés



Annexe 4 Enquête auprès des visiteurs – Version longue

Contexte

Le projet « Tourisme en Lavaux » est réalisé par l'Université de Lausanne en collaboration avec l'association Lavaux Patrimoine mondial (LPm) et l'Office du tourisme du Canton de Vaud (OTV). Il vise cinq objectifs :

1. Etablir un état des lieux de l'offre touristique de Lavaux ;
2. Récolter des données statistiques sur le tourisme à Lavaux (provenance, etc.) ;
3. Développer une stratégie d'acquisition de données sur la mobilité et les pratiques touristiques à l'intérieur du périmètre de Lavaux Patrimoine mondial ;
4. Réaliser une étude de cas sur l'œnotourisme (analyse de l'offre et des pratiques) ;
5. Compléter la base de données GéoLavaux avec diverses données statistiques sur le tourisme dans la région de Lavaux.

1. Informations générales

1.1 Vous êtes:

- Un homme
 Une femme
 Je ne me prononce pas

1.2 Quel est votre âge ?

J'ai ans.

1.3 Quelle est votre profession / secteur d'activité ?

.....

2. Provenance

2.1 Veuillez indiquer votre pays de résidence :

- Suisse France Italie
 Allemagne Espagne Belgique
 Pays-Bas Royaume-Uni Russie
 Autre pays d'Europe; veuillez préciser:

- États-Unis d'Amérique Chine Emirats Arabes Unis
 Inde
 Autre pays non-européen; veuillez préciser:
 Je ne me prononce pas

2.2 [si réponse à 2.1 = Suisse] Veuillez indiquer votre canton de résidence :

- AG AI AR BE BL BS FR GE GL GR
 JU LU NE NW OW SG SH SO SZ TG
 TI UR VD VS ZG ZH
 Je ne me prononce pas

2.3 [si réponse à 2.1 = France] Veuillez indiquer votre numéro de département de résidence :

.....

2.4 [si réponse à 2.1 = Italie] Veuillez indiquer votre région de résidence :

- Abbruzzo Basilicata Calabria
 Campania Emilia-Romagna Friuli-Venezia Giulia
 Lazio Liguria Lombardia
 Marche Molise Piemonte
 Puglia Sardegna Sicilia
 Toscana Trentino-Alto Adige Umbria
 Valle d'Aosta Veneto
 Je ne me prononce pas

2.5 [si réponse à 2.1 = Allemagne] Veuillez indiquer votre Land de résidence :

- Baden-Württemberg Bayern Berlin
 Brandenburg Bremen Hamburg
 Hessen Mecklenburg-Vorpommern Niedersachsen
 Nordrhein-Westfalen Rheinland-Pfalz Saarland
 Sachsen Sachsen-Anhalt Schleswig-Holstein
 Thüringen
 Je ne me prononce pas

3. Durée du séjour

3.1 Quelle est la durée de votre séjour à Lavaux (ou dans les environs : Vevey, Montreux, Lausanne...) ?

Nombre de nuitées :

4. Modes de visite

4.1 Etes-vous déjà venu(e) dans la région de Lavaux auparavant ?

- Non, c'est ma première visite
- Oui, une fois
- Oui, entre 2 à 10 fois
- Oui, plus de 10 fois

- Je ne me prononce pas

4.2a Vous visitez la région de Lavaux :

- Seul(e)
- Avec mon conjoint / ma conjointe
- En famille
- Avec des collègues
- Avec des amis
- En voyage organisé, en groupe
- Autres, précisez:

- Je ne me prononce pas

4.2b Quel est la taille de votre groupe ?

Indiquer 1 si vous venu(e) seul(e)

.....

4.3 Lors de votre visite à Lavaux, quel moyen de transport avez-vous majoritairement utilisé pour vous rendre sur place ?

- Transports publics (bus, train, bateau, etc...) Voiture de location
- Voiture privée Moto, scooter
- Vélo À pied
- Autre, précisez:

- Je ne me prononce pas

4.4 Lors de votre visite à Lavaux, quel moyen de transport avez-vous majoritairement utilisé pour vous déplacer dans la région ?

- Transports publics (bus, train, bateau, etc...) Voiture de location
- Voiture privée Moto, scooter
- Vélo À pied
- Autre, précisez:

- Je ne me prononce pas

5. Motif du séjour

5.1 Quel est le motif principal de votre séjour à Lavaux:

- Loisirs Affaires
- Transit Visite d'amis ou de la famille
- Études, formation Autres, veuillez préciser:

- Je ne me prononce pas

6. Qualités déterminantes dans le choix de la destination

6.1 Qu'est-ce qui a motivé votre choix de venir à Lavaux?

(plusieurs réponses possibles)

- Les coûts pour s'y rendre
- Les coûts sur place
- Une offre spéciale, une promotion
- La distance, la situation géographique
- La proximité des destinations touristiques urbaines (Montreux-Vevey, Lausanne)
- La beauté des paysages
- Le patrimoine bâti
- L'offre en excursions individuelles ou organisés
- L'offre en infrastructures de loisirs
- La possibilité de pratiquer un sport
- La possibilité de se ressourcer
- L'offre gastronomique
- L'offre œnotouristique (dégustation)
- L'offre œnotouristique (achats)
- L'offre culturelle
- Un événement, une manifestation
- L'appartenance du site au patrimoine mondial UNESCO
- Autre, veuillez préciser:

- Je ne me prononce pas

7. Activités

7.1 Quelles activités avez-vous réalisées à Lavaux ?

(plusieurs réponses possibles)

- Visite d'un musée
- Visite du Vinorama
- Visite de caves/caveaux
- Visite d'une exploitation viticole
- Dégustation de vins
- Achat de vins

- Randonnée/promenade à pied
- Randonnée/promenade à vélo
- Randonnée didactique avec guide
- Randonnée didactique sans guide (p.ex. application smartphone)
- Excursion en bateau, navigation
- Excursion en train touristique

- Gastronomie
- Achats (autres que vin)
- Visite famille/amis
- Congrès, réunion, assemblée
- Participation à une manifestation, précisez laquelle:
- Autres visites chez un prestataire, précisez:
- Autres activités personnelles, précisez:

- Je ne me prononce pas

7.2 Comment jugez-vous l'offre en activités dans la région de Lavaux ?

- Excellente Bonne
- Moyenne L'offre devrait être améliorée

- Je ne me prononce pas / je ne sais pas

7.3 Avez-vous des suggestions d'amélioration de l'offre pour des activités de loisir dans la région de Lavaux ?

8. Hébergement & repas

8.1 Dans quel type d'hébergement avez-vous logé ?

- Hôtel Bed & Breakfast
- Appartement de vacances Chambre AirBnB (ou similaire)
- Camping Chez des amis ou famille
- Votre résidence secondaire Hébergement insolite
- Autres, veuillez préciser:

- Dans aucun, je n'ai pas dormi sur place

- Je ne me prononce pas / je ne sais pas

8.2 Dans quelle ville / village avez-vous logé ?

(plusieurs réponses possibles, ne répondre que si vous avez logé sur place)

- Lutry Saint-Saphorin Grandvaux
- Chardonne Villette Corseaux
- Rieux Corsier-sur-Vevey Epesses
- Jongny Cully Lausanne
- Chexbres Vevey Puidoux
- Montreux Rivaz
- Autres, précisez:

- Je ne me prononce pas / je ne sais pas

8.3 Lors de votre visite dans la région de Lavaux, avez-vous mangé au restaurant pour vos repas ?

- Oui, à midi et le soir
- Oui, seulement à midi
- Oui, seulement le soir
- Non

- Je ne me prononce pas

9. Achats et dépenses

9.1 Avant votre visite à Lavaux, avez-vous acheté ou commandé du vin de Lavaux ?

- Oui Non

- Je ne me prononce pas

10. Hotspots & zones d'ombre

10.1 Avec quelle intensité avez-vous fréquenté les milieux ci-dessous ?

	Presque exclusivement	Plusieurs fois	Une fois, quelques heures	Une fois, quelques minutes	Pas du tout	Pas de réponse
Le vignoble	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les quais du lac	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les bourgs, les villages	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10.2 Parmi les propositions suivantes, laquelle correspond le mieux à ce que vous recherchez à Lavaux ?

- Je recherche plutôt la proximité à l'urbanisation
- Je recherche plutôt l'éloignement de l'urbanisation
- Je n'ai pas de préférence

- Je ne me prononce pas / je ne sais pas

10.3 Veuillez cocher les localités où vous vous êtes rendu(e) lors de votre séjour :



	Je me suis rendu dans cette localité	J'ai bénéficié d'une prestation dans cette localité
Lutry	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Grandvaux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Villette	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Riex	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Epresses	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cully	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chexbres	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Puidoux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rivaz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saint-Saphorin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chardonne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Corseaux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Corsier-sur-Vevey	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jongny	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11 Oenotourisme

11.1 Vous intéressez-vous à l'œnologie (étude et connaissance de l'élaboration du vin) ?

- Énormément Beaucoup Un peu
 Pas beaucoup Pas du tout
- Je ne me prononce pas / je ne sais pas

11.2 Lors de votre séjour, pensez-vous avoir augmenté vos connaissances sur la façon de produire et de déguster des vins ?

- Significativement Beaucoup Un peu
 Pas beaucoup Pas du tout
- Je ne me prononce pas / je ne sais pas

11.3 Lors de votre visite à Lavaux, avez-vous dégusté un vin de la région ?

- Oui, plusieurs fois Oui, une fois Non
- Je ne me prononce pas / je ne sais pas

11.4 Lors de votre visite à Lavaux, combien avez-vous acheté de bouteilles du vin de la région ?

- 0 1 2 3 4-6
 7-12 13-18 19-24 25-48 Plus de 49
- Je ne me prononce pas / je ne sais pas

11.5 [si réponse à 11.4 > 0] Où vous êtes-vous procuré du vin de la région ? (plusieurs réponses possibles)

- Au restaurant
 Au Vinorama
 Dans une cave (chez le producteur)
 Dans une cave (coopérative, marchand de vins)
 Dans une oenothèque
 Dans un centre commercial
 Dans une épicerie
 Dans un magasin spécialisé
 À une manifestation
 Autre, précisez:
- Je ne me prononce pas / je ne sais pas

11.6 [si réponse à 11.4 > 0] De quel lieu de production est (sont) le(s) vin(s) que vous vous êtes procuré ?
(plusieurs réponses possibles)

- Lutry Villette Epresses
 Calamin Dézaley St-Saphorin
 Chardonne Vevey-Montreux Lavaux

 Je ne me prononce pas / je ne sais pas

11.7 Lorsque vous achetez ou commandez du vin, pouvez-vous préciser quels sont vos critères de choix ?

	Cela m'importe beaucoup	Cela m'importe	Cela m'importe peu	Cela ne m'importe pas	Je ne sais pas	Pas de réponse
La couleur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le prix	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La bouteille (aspect, étiquette, présentation)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le millésime	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'origine géographique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le cépage	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le contexte de production (le domaine, le vigneron, les techniques, le bio...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La connaissance préalable du vin ou la recommandation par un tiers	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12 Caves ouvertes

12.1 Avez-vous participé au week-end des Caves Ouvertes du 19 au 20 mai 2018 ?

- Oui Non
 Je ne me prononce pas / je ne sais pas

12.2 Avez-vous participé par le passé à un week-end des Caves Ouvertes vaudoises ?

- Oui Non
 Je ne me prononce pas / je ne sais pas

13.2 Reviendriez-vous à Lavaux ?

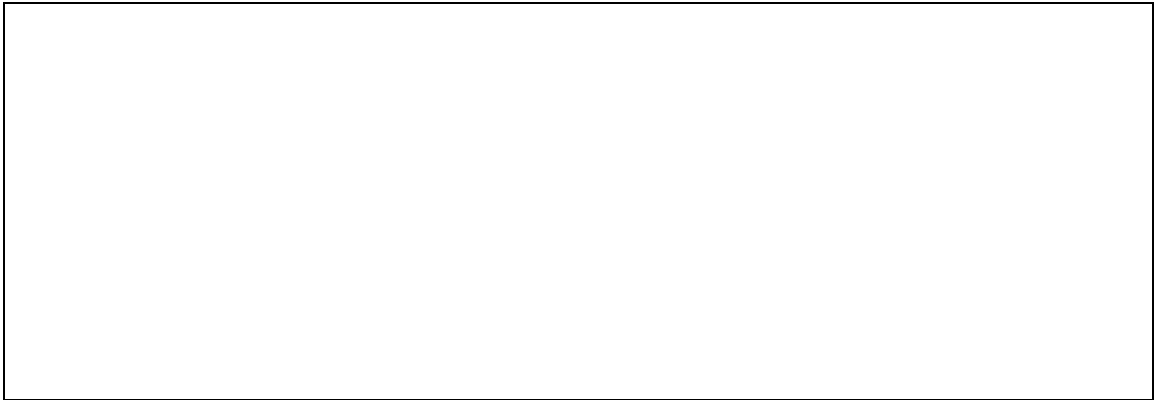
- Très certainement Certainement
- Peut-être
- Certainement pas Très certainement pas

- Je ne me prononce pas / je ne sais pas

14 Fin de l'enquête

14.1 Vous êtes arrivé(e) à la fin de cette enquête. L'équipe de recherche vous remercie pour le temps que vous avez accepté de mettre à disposition afin de compléter ce questionnaire.

Si vous avez encore des commentaires ou suggestions, vous pouvez les mentionner ici :



Annexe 5 Enquête auprès des visiteurs – Version courte

Contexte

Le projet « Tourisme en Lavaux » est réalisé par l'Université de Lausanne en collaboration avec l'association Lavaux Patrimoine mondial (LPm) et l'Office du tourisme du Canton de Vaud (OTV). Il vise cinq objectifs :

1. Etablir un état des lieux de l'offre touristique de Lavaux ;
2. Récolter des données statistiques sur le tourisme à Lavaux (provenance, etc.) ;
3. Développer une stratégie d'acquisition de données sur la mobilité et les pratiques touristiques à l'intérieur du périmètre de Lavaux Patrimoine mondial ;
4. Réaliser une étude de cas sur l'œnotourisme (analyse de l'offre et des pratiques) ;
5. Compléter la base de données GéoLavaux avec diverses données statistiques sur le tourisme dans la région de Lavaux.

1. Informations générales

1.1 Vous êtes:

- Un homme
 Une femme
 Je ne me prononce pas

1.2 Quel est votre âge ?

J'ai ans.

2. Provenance

2.1 Veuillez indiquer votre pays de résidence :

- Suisse France Italie
 Allemagne Espagne Belgique
 Pays-Bas Royaume-Uni Russie
 Autre pays d'Europe; veuillez préciser:
- États-Unis d'Amérique Chine Emirats Arabes Unis
 Inde
 Autre pays non-européen; veuillez préciser:
- Je ne me prononce pas

2.2 [si réponse à 2.1 = Suisse] Veuillez indiquer votre canton de résidence :

- AG AI AR BE BL BS FR GE GL GR
 JU LU NE NW OW SG SH SO SZ TG
 TI UR VD VS ZG ZH
- Je ne me prononce pas

3. Durée du séjour**3.1 Quelle est la durée de votre séjour à Lavaux
(ou dans les environs : Vevey, Montreux, Lausanne...)?**

Nombre de nuitées :

4. Modes de visite**4.1 Vous visitez la région de Lavaux :**

- Seul(e)
 Avec mon conjoint / ma conjointe
 En famille
 Avec des collègues
 Avec des amis
 En voyage organisé, en groupe
 Autres, précisez:
- Je ne me prononce pas

4.2 Lors de votre visite à Lavaux, quel moyen de transport avez-vous majoritairement utilisé pour vous déplacer dans la région ?

- Transports publics (bus, train, bateau, etc...) Voiture de location
 Voiture privée Moto, scooter
 Vélo À pied
 Autre, précisez:
- Je ne me prononce pas

5. Motif du séjour**5.1 Quel est le motif principal de votre séjour à Lavaux:**

- Loisirs Affaires
 Transit Visite d'amis ou de la famille
 Études, formation Autres, veuillez préciser:

- Je ne me prononce pas

6. Qualités déterminantes dans le choix de la destination

6.1 Qu'est-ce qui a motivé votre choix de venir à Lavaux?

(plusieurs réponses possibles)

- Les coûts pour s'y rendre
- Les coûts sur place
- Une offre spéciale, une promotion
- La distance, la situation géographique
- La proximité des destinations touristiques urbaines (Montreux-Vevey, Lausanne)
- La beauté des paysages
- Le patrimoine bâti
- L'offre en excursions individuelles ou organisés
- L'offre en infrastructures de loisirs
- La possibilité de pratiquer un sport
- La possibilité de se ressourcer
- L'offre gastronomique
- L'offre oenotouristique (dégustation)
- L'offre oenotouristique (achats)
- L'offre culturelle
- Un évènement, une manifestation
- L'appartenance du site au patrimoine mondial UNESCO
- Autre, veuillez préciser:
- Je ne me prononce pas

7. Hébergement & repas

7.1 Dans quel type d'hébergement avez-vous logé ?

- Hôtel Bed & Breakfast
- Appartement de vacances Chambre AirBnB (ou similaire)
- Camping Chez des amis ou famille
- Votre résidence secondaire Hébergement insolite
- Autres, veuillez préciser:
- Dans aucun, je n'ai pas dormi sur place
- Je ne me prononce pas / je ne sais pas

8. Hotspots & zones d'ombre

8.1 Veuillez cocher les localités où vous vous êtes rendu(e) lors de votre séjour :

TOURISME EN LAVAUX



Je me suis rendu dans
cette localité

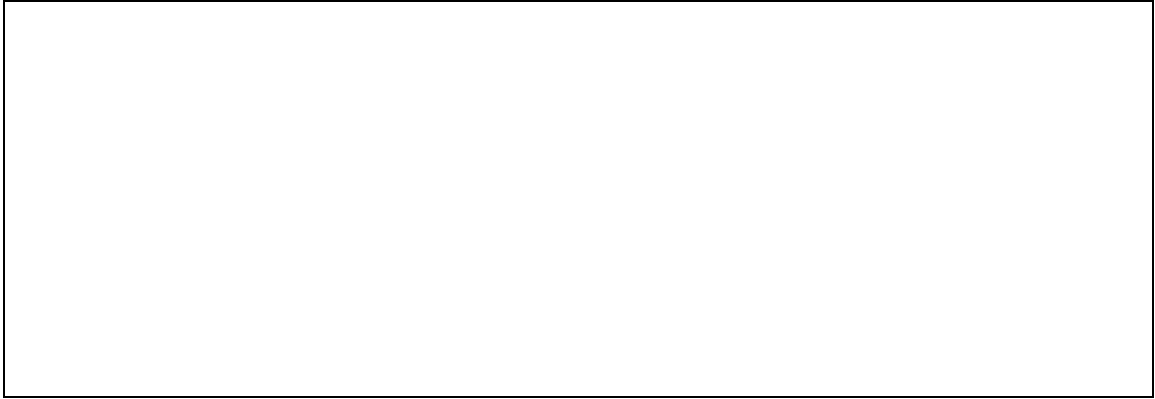
J'ai bénéficié d'une prestation
dans cette localité

Lutry	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Grandvaux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Villette	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Riex	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Epesses	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cully	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chexbres	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Puidoux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rivaz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saint-Saphorin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chardonne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Corseaux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Corsier-sur-Vevey	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jongny	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

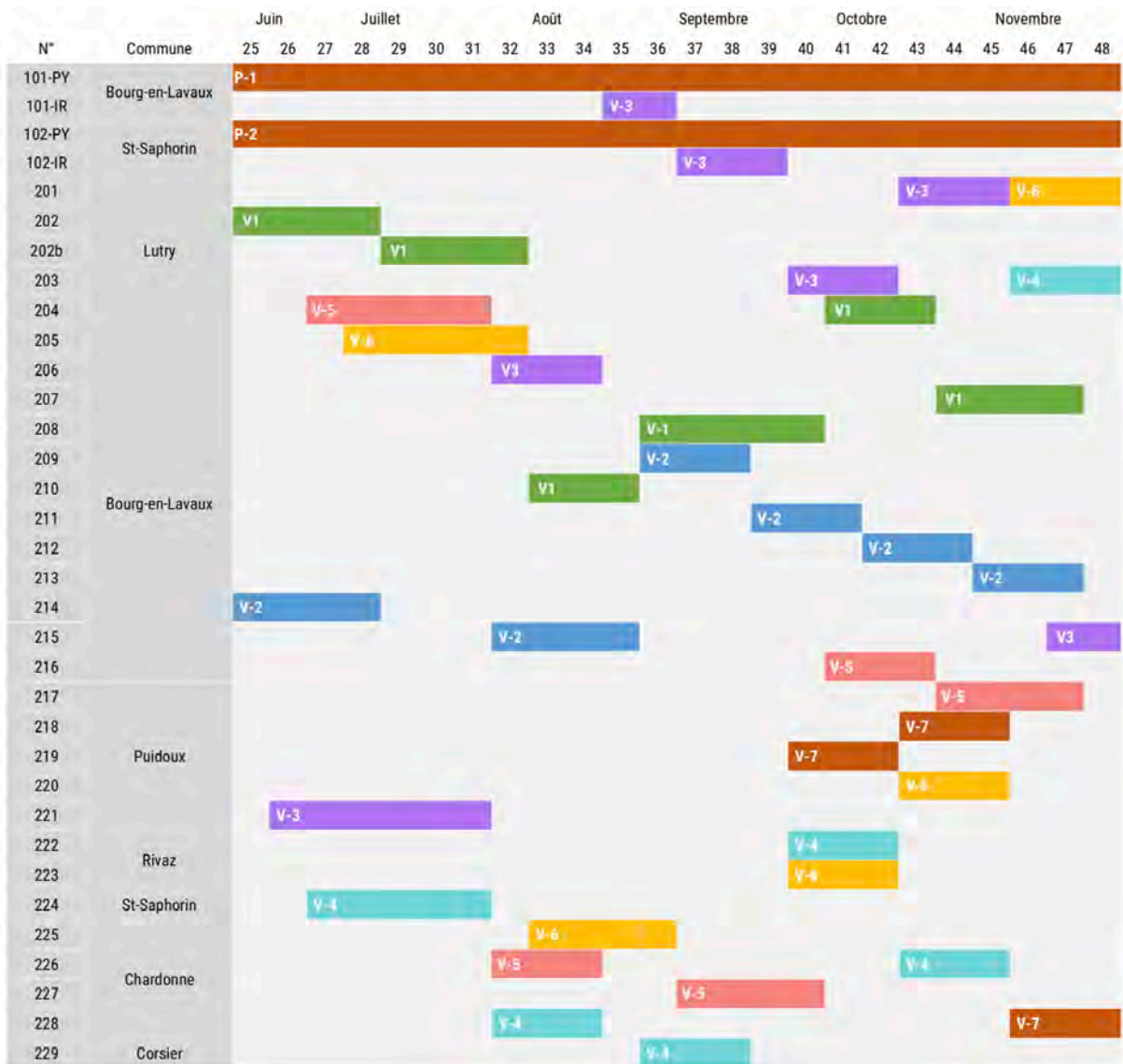
11 Fin de l'enquête

11.1 Nous vous remercions d'avoir participé à notre enquête.

Si vous avez encore des commentaires ou suggestions, vous pouvez les mentionner ici :



Annexe 6 Planning temporel du comptage des piétons 2018



Annexe 7 Domaine de visibilité du site inscrit

