



La clientèle touristique de la Marne en hébergement marchand

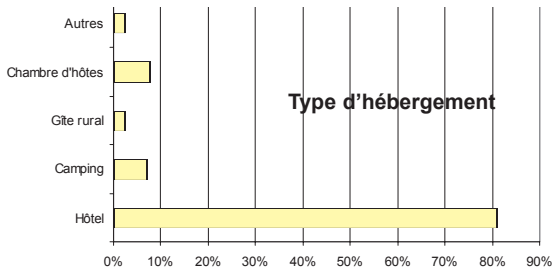
Objet de l'étude : Les résultats ci-après portent sur l'ensemble des hébergements marchands en séjours d'agrément (hors tourisme d'affaires).

Profil de la clientèle

Hébergement : l'hôtellerie

L'hôtel est le premier type d'hébergement avec plus de 80% des séjours.

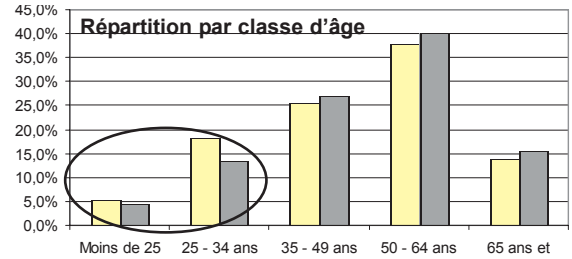
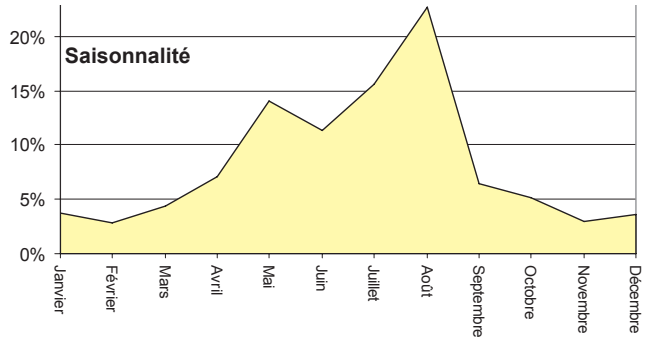
La fréquentation est saisonnière (38.3% sur juillet et août) avec un pic en mai contre 40% au niveau régional.



Age : une population plus jeune qu'en moyenne régionale

La Marne attire à 37.6% les 50-64 ans.

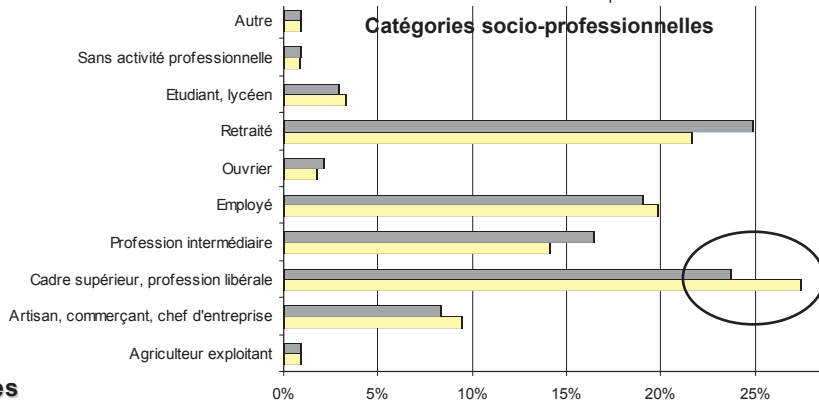
Mais, la population touristique jeune (inférieure à 35 ans) est sur-représentée par rapport à la moyenne régionale (+5.5 points).



Profession : cadres supérieurs et professions libérales

La Marne attire à 27.4% des cadres supérieurs et professions libérales. Cette catégorie est d'ailleurs sur-représentée par rapport à la moyenne régionale (+3.7 points).

Elle attire aussi à 21.6% des retraités.



Origine géographique : Franciliens, Britanniques et Belges

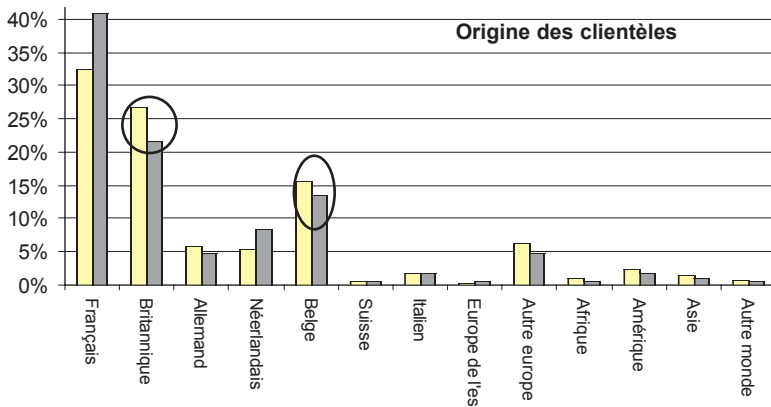
La clientèle française est sous-représentée par rapport à la moyenne régionale (32.5% contre 40.8% en moyenne régionale).

Les Français qui visitent la Marne sont prioritairement des Franciliens (31.4% de la population française).

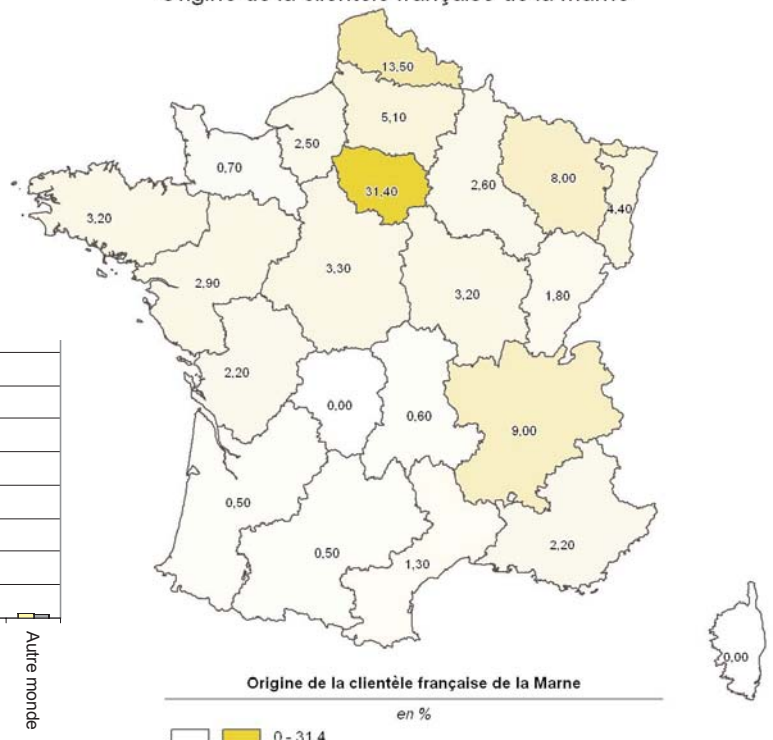
La clientèle étrangère constitue une part importante de la population touristique de la Marne.

Les Britanniques sont la première clientèle de ce département (26.6% soit + 5 points que la moyenne régionale).

La clientèle Belge arrive en seconde position avec 15.6% soit + 2.2 points que la moyenne régionale.



Origine de la clientèle française de la Marne



■ Répartition Marne
■ Répartition Région

Composition du ménage touristique

La Marne attire à plus de 63% des couples.

Ce type de ménage est d'ailleurs sur-représenté par rapport à la moyenne régionale : + 1.4 point .

La Marne accueille des familles ayant un nombre moyen d'enfants de 1.7 (contre 1.8 en moyenne régionale).

Comportements touristiques

Moyen de transport : la voiture personnelle

La voiture personnelle est utilisée par 78.5% des touristes se rendant dans la Marne soit -2.9 points par rapport à la moyenne régionale.

Le train (8.3%) et dans une moindre mesure, la voiture de location (5.2%) (forte présence de Franciliens) sont sur-représentés par rapport à la moyenne régionale.

Fidélité à la destination

Pour 62.1% de la population, cette visite est la première. La Marne est l'un des départements de Champagne-Ardenne qui accueille le plus de primo-visiteurs.

Parmi les habitués, pour 56%, leur dernier séjour remontait aux 3 dernières années.

Durée de séjour : 2.9 nuits en moyenne

La durée de séjour enregistrée dans la Marne est de 2.9 nuits. C'est le département qui enregistre la plus faible durée de séjour (forte "utilisation" des hôtels dans lesquels la durée de séjour est plus faible).

En effet, les court-séjours (inférieurs ou égaux à 3 nuits) représentent 79.1% des séjours décrits.

Le choix de la destination Marne

Pour 58.2% de la population, la Marne était la destination finale de leur séjour.

Le choix de la destination Marne a des motivations diverses :

- 1-La gastronomie et les vins : 61.3% soit + 16.2 points par rapport à la moyenne régionale ;
- 2-La beauté des sites et des paysages : 35.4% soit -4. points par rapport à la moyenne régionale ;
- 3-Le patrimoine historique et culturel : 33.2% soit 4.1 points de moins qu'en moyenne régionale.
- 4-Le calme et la tranquillité : 20.33 % soit 7 points de moins qu'en moyenne régionale.

Recherche d'informations touristiques

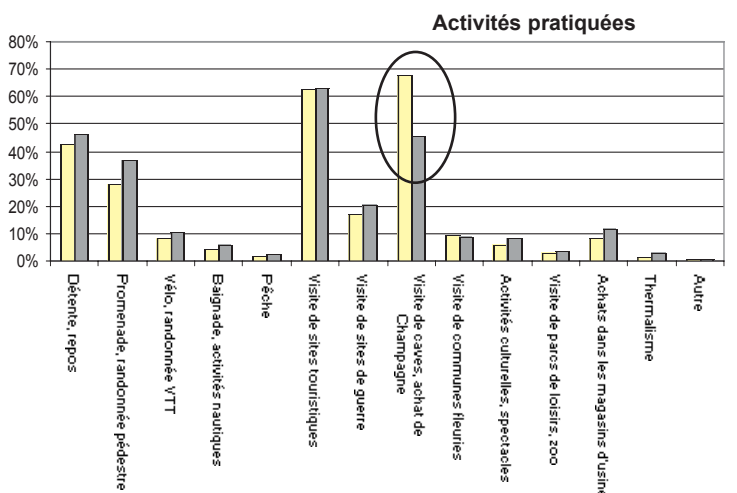
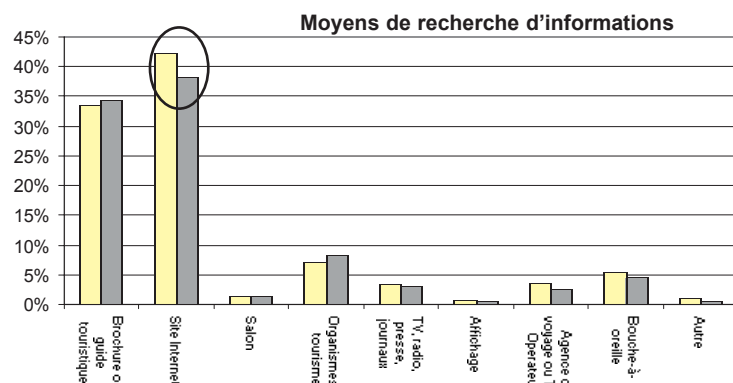
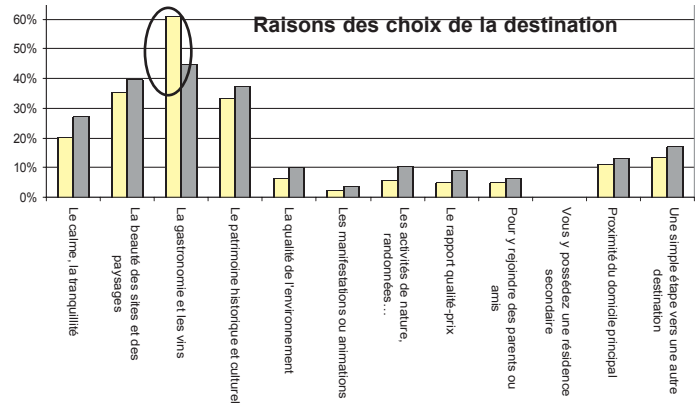
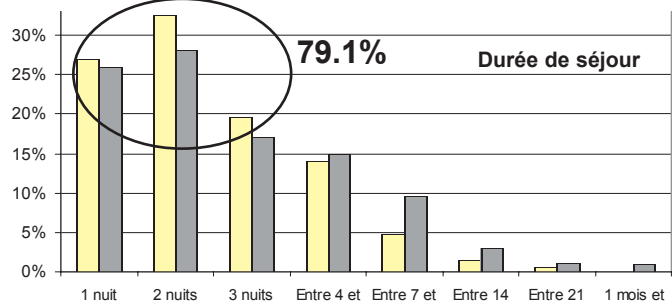
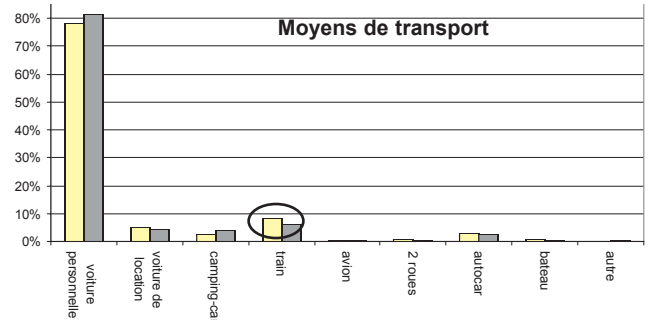
73.2% avaient cherché de l'information avant de venir soit + 3.9 points de moins qu'en moyenne régionale.

Ils le font à 42.1% par l'intermédiaire des sites internet touristiques. Cette proportion de cyber-touristes est plus forte de 3.7 points qu'en moyenne régionale (présence plus forte de jeunes, de Belges et de Britanniques ayant une plus forte propension à utiliser le web).

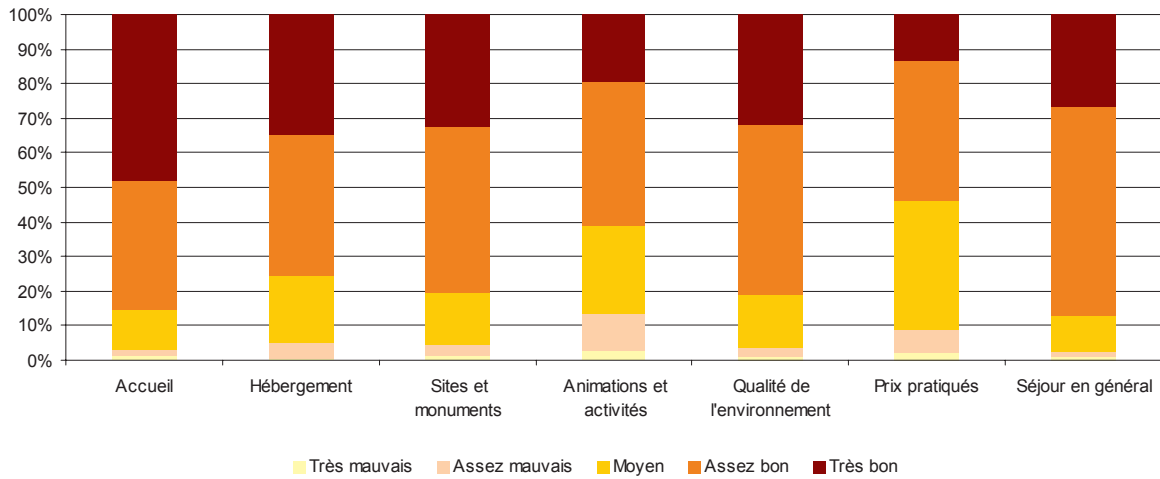
Activités pratiquées

Les touristes marnais pratiquent durant leurs séjour :

- 1-Les visites de caves à 67.5% soit 21.7 points de plus qu'en moyenne régionale. Près de 7 touristes sur 10 qui se rendent dans la Marne visitent au moins une cave ;
- 2-Les visites de sites touristiques : 62.6% ;
- 3-La détente et le repos : 42.5% ;
- 4-La promenade et la randonnée pédestre : 27.8%.



Niveau de satisfaction



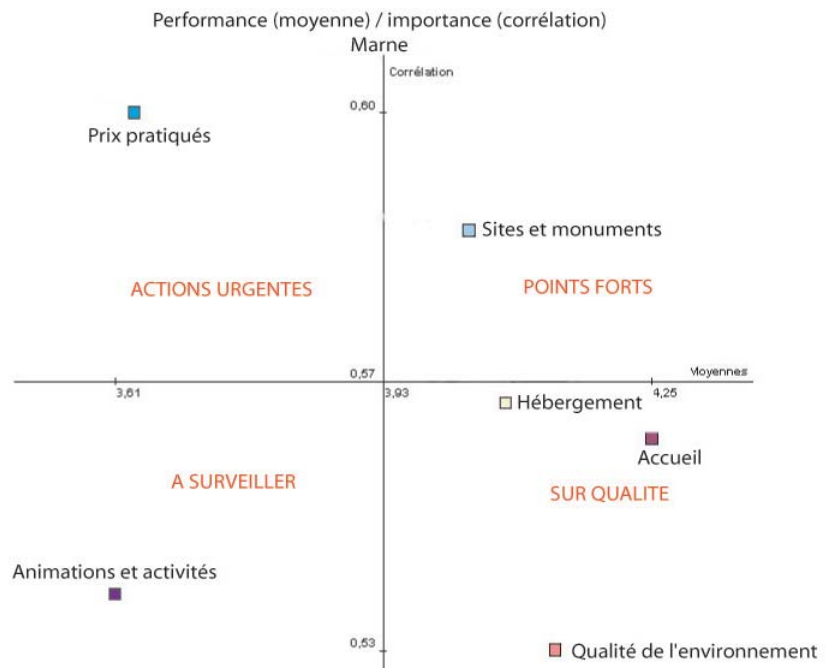
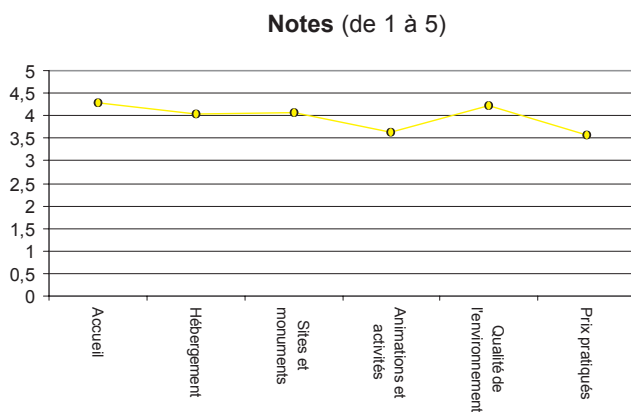
	Accueil	Hébergement	Sites et monuments	Animations et activités	Qualité de l'environnement	Prix pratiqués	Séjour en général
Très mauvais	1,5%	0,5%	1,4%	2,9%	1,1%	2,1%	0,8%
Assez mauvais	1,8%	4,8%	3,1%	10,3%	2,5%	6,7%	1,4%
Moyen	11,4%	19,3%	14,8%	25,8%	15,4%	37,5%	10,7%
Assez bon	37,2%	40,6%	48,4%	41,5%	49,1%	40,5%	60,2%
Très bon	48,1%	34,8%	32,3%	19,5%	31,9%	13,2%	26,8%

Points forts

La Marne est le département le moins bien noté avec une note moyenne globale de 4.11 sur 5. Mais, l'écart est faible par rapport aux autres départements. L'accueil, les hébergements et les sites et monuments sont les mieux notés. La qualité des sites et monuments a un impact positif sur le niveau global de satisfaction, constituant un point fort du tourisme marnais.

Points faibles

Les prix pratiqués et les animations et activités sont les deux modalités les moins bien notées. Mais, l'impact des prix sur le niveau global de satisfaction est significatif. Des prix trop élevés peuvent constituer clairement un obstacle au retour des touristes dans ce département. A l'inverse, le manque d'animations et d'événements ne joue pas négativement sur le niveau global de satisfaction à ce jour.



Comment lire ce graphique ?

Sur l'axe des abscisses, les notes moyennes par modalité sont indiquées. Sur l'axe des ordonnées, ce sont les coefficients de corrélation entre la note moyenne de chaque modalité et la note globale de satisfaction. Plus le coefficient de corrélation est élevé, plus la modalité a un impact sur la satisfaction globale. Les points qui nécessitent une action urgente sont les points qui obtiennent une note basse et un coefficient de corrélation élevé (relativement).

Dépenses

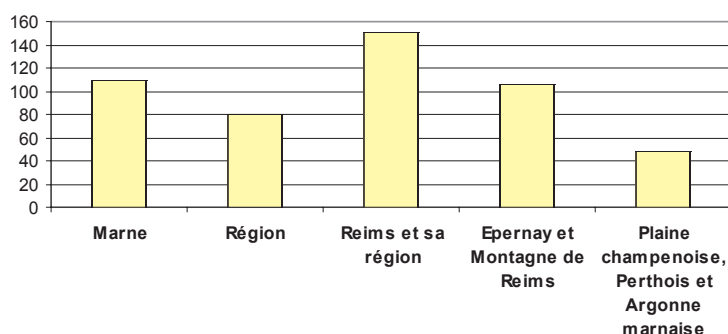
La dépense moyenne globale par nuitée et par personne est la plus élevée des 4 départements : 108.6 €.

Le poste le plus fort est celui consacré à l'hébergement : 37.1 € soit 34% de la dépense totale.

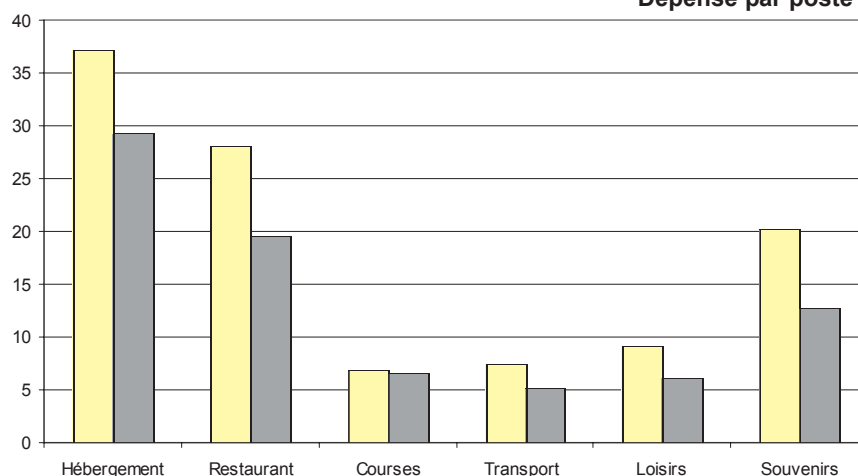
C'est dans la Marne que la dépense en souvenirs / produits locaux est la plus forte : près de 1.6 fois plus qu'en moyenne régionale.

Notons l'hétérogénéité de la Marne en la matière. En effet, les différences sont sensibles d'un territoire à l'autre. En effet, si la dépense moyenne est de 48.2 € sur la zone Plaine champenoise, Perthois et Argonne marnaise ; elle se fixe à plus de 150 € sur la zone de Reims et sa région.

Dépense globale



Dépense par poste



Dépenses par personne et par nuitée : on entend par dépense par nuitée, la dépense au niveau de l'hébergement, restauration, courses alimentaires, transport sur place (parking, essence), loisirs, activités et visites, cadeaux, souvenirs et produits locaux.

Méthodologie

Objectifs : Les enquêtes nationales ne répondant pas à la problématique locale de connaissance des publics touristiques, il a été décidé, de mener une enquête de clientèles afin d'obtenir, par territoire (région, département et territoires touristiques infra-départementaux), par type d'hébergement, par clientèle,... le profil de la clientèle, le comportement touristique, les dépenses et les attentes.

Méthodologie : Pour des raisons de coût, la méthode de sondage prioritairement adoptée a été par questionnaires auto-administrés avec un système d'urne déposée auprès de 260 professionnels du Tourisme, volontaires pour être relais d'enquête. Le cabinet Eurema a été mandaté pour gérer cette opération.

L'enquête a duré une année (février 2007 à mars 2008). Avant le lancement, des réunions décentralisées dans chacun des départements ont été organisées. Tous les mois, afin d'animer le réseau, les partenaires ont reçu une newsletter pour les informer des retours globalement, mais aussi par territoire.

Ce dispositif a été complété par 1 000 enquêtes en face-à-face.

Les résultats attendus dépassent les objectifs, puisque nous avons recueillis plus de 8 500 questionnaires auto-administrés.

Les résultats sur l'hébergement marchand ont été redressés par mois, par territoire, par nationalité et par type d'hébergement. N'ayant aucune donnée fiable sur les excursionnistes et les séjours dans le non-marchand, les données n'ont pas été redressées et les résultats seront traités séparément.

Résultats : Les résultats sont disponibles sous formes de fiches sur le site de l'Observatoire Régional du Tourisme <http://observatoire.tourisme-champagne-ardenne.com>

Plus de 30 exploitations sous forme de fiches profil seront bientôt disponibles.

Un grand merci à tous les professionnels du tourisme, partenaires de cette opération, aux Comités Départementaux du Tourisme Aube et Marne, co-financeurs, et aux Comités Départementaux du Tourisme des Ardennes et Haute-Marne pour leur soutien technique.