Enquête Marketing des Clientèles

Fiche 22

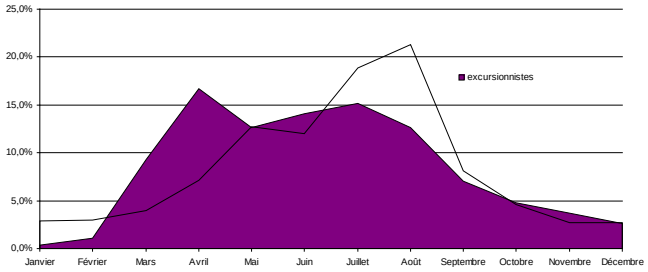
La clientèle excursionniste de Champagne-Ardenne

Champs de l'étude : Les résultats suivants portent sur l'ensemble des séjours réalisés par des excursionnistes.

Profil de la clientèle

Saisonnalité

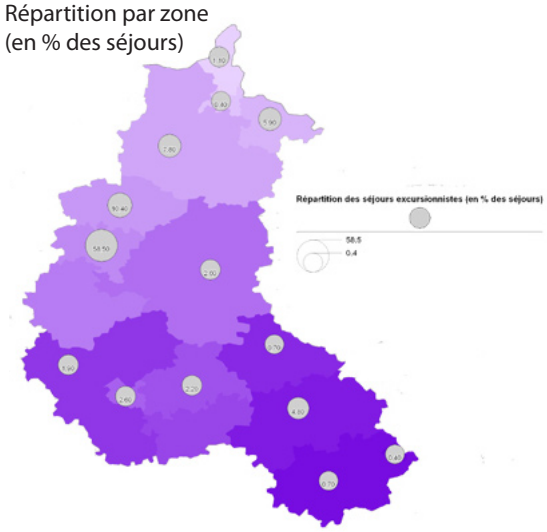
La fréquentation de la clientèle excursionniste est beaucoup moins saisonnière que celle des touristes en hébergement marchand.



Epernay : première zone d'accueil

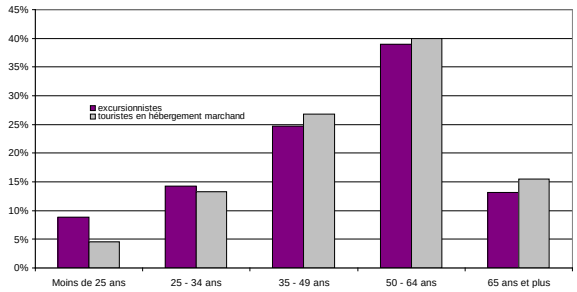
Epernay et sa région constitue la 1ère zone d'accueil des excursionnistes avec 58.5% des séjours décrits, suivi de Reims et sa région avec 10.4%.
Pays sedanais, Trois cantons suivent avec 5.9% des séjours et Thièrache et Crêtes préardennaises avec 7.8% des séjours.
La Marne accueille 71.1% des séjours des excursionnistes, suivi des Ardennes qui se placent en seconde position avec 15.2%. L'Aube et la haute-Marne, n'accueillent finalement que très peu de séjours excursionnistes avec respectivement 7% et 6.7%.

Répartition par zone
(en % des séjours)



Age : une clientèle plus jeune qu'en hébergement marchand

Les classes d'âge les plus présentes sont les 50-64 ans et les 35-49 ans avec respectivement 39% et 24.7% des séjours décrits.
Les plus jeunes sont davantage représentés que sur l'ensemble du marchand avec +4.4 et +1 points respectivement pour les moins de 25 ans et les 25-34 ans.



C.S.P. : retraités et employés

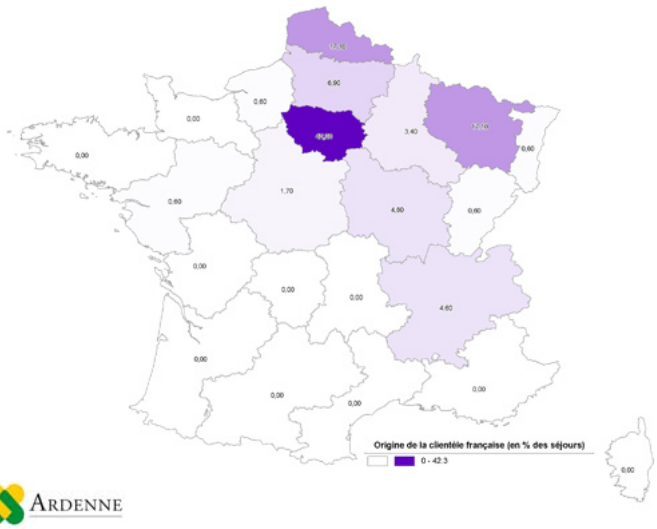
Les retraités représentent la première catégorie avec 26.9% des séjours décrits et de façon plus importante qu'en moyenne régionale avec +2 points. Les employés arrivent en seconde position avec 21.5% des séjours et + 2.5 points.
On notera que les sans activité profesionnelle et les lycéens sont davantage représentés en moyenne par rapport aux résultats des touristes en hébergement marchand.

Origine de la clientèle : Français et Belges

Les Français constituent la première clientèle de cette zone avec 66% des séjours décrits et de manière beaucoup plus forte que sur le marchand : +25.2 points.
C'est une clientèle française de proximité avec 42.3% de séjours de Franciliens. Les clientèles suivantes proviennent de Lorraine et du Nord-Pas de Calais avec respectivement 17.1% des séjours. Ces deux clientèles sont d'ailleurs largement plus représentées que sur l'hébergement marchand avec +9.7 et +3.6 points.

Les Belges sont clairement la première clientèle excursionniste avec 23.5% des séjours décrits soit 10.1 points au-dessus des résultats de l'hébergement marchand. Ce résultat s'explique par la proximité de ce pays à notre région et les fréquents allers-retours, notamment pour l'achat de champagne.

Origine de la clientèle française
(en % des séjours décrits)



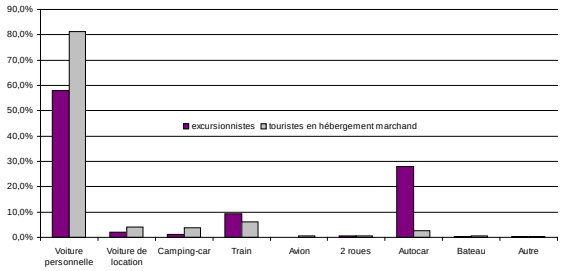
Excursionnistes

Touristes en hébergements marchands

Composition du ménage touristique

Les couples représentent 38.9% des séjours décrits mais de façon largement moins présentes que sur les hébergements marchands avec -22.8 points. Les groupes avec parents ou amis suivent avec 34.7% des séjours et de façon beaucoup plus forte que la moyenne de l'hébergement marchand : +16.2 points au-dessus de la moyenne de l'hébergement marchand.
Le nombre moyen d'enfants de moins de 15 ans est de 1.9, contre 1.8 en moyenne pour l'hébergement marchand.

Moyens de transport



Comportements touristiques

Moyen de transport : voiture, autocar et train

Le premier mode de transport est la voiture personnelle à 58.1% mais de façon très inférieure à l'hébergement marchand (-23.3 points). L'autocar arrive en seconde position avec 28.1% des séjours excursionnistes décrits soit + 25.5 points par rapport à l'hébergement marchand. Le train arrive ensuite avec 9.3% des séjours décrits avec +3.2 points.

Fidélité

Pour 58.2% de la population touristique, ce séjour est le premier dans cette zone contre 59.1% sur les touristes en hébergement marchand.
Pour les habitués, 73.3% étaient venus au cours des 3 dernières années.

La motivation : visite d'amis et de parents, calme et beauté des paysages

Pour 26% des séjours, la Champagne-Ardenne était la destination finale de leurs vacances contre 55.4% pour les touristes en hébergement marchand.

La 1ère motivation est bien évidemment la gastronomie et les vins à 39.6%, suivi du patrimoine historique et culturel à 31.9%, la beauté des sites et des paysages à 20.7%.
A noter que la proximité du domicile principal est citée par 19.6% soit +6.5 points par rapport aux touristes en hébergement marchand.

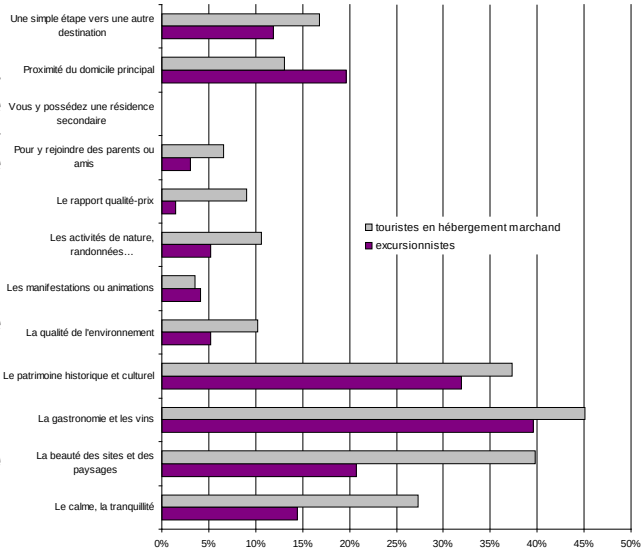
La recherche d'informations : brochure et Internet

62.9% de la population excursionniste avait recherché des informations avant de se rendre en Champagne-Ardenne.
Les brochures et guides touristiques restent les plus utilisés avec 42.4% des séjours décrits et de façon moins prononcée que pour les touristes en hébergement marchand (+5.5 points).
Les sites Internet touristiques représentent le 2ème moyen de recherche d'information avec 35.8% des citations et de façon largement moins prononcée que pour les touristes en hébergements marchands : -5.4 points.

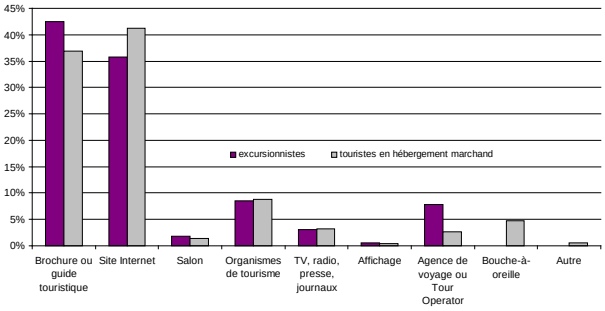
Activités pratiquées : champagne, sites et randonnée

La première activité pratiquée est la visite de caves et l'achat de champagne avec 43% des citations, ceci est notamment accentué par la forte présence de Belges.
La visite de sites touristiques avec 36.7% des séjours excursionnistes suit, ainsi que la promenade et la randonnée pédestre avec 25.2% des séjours.
Le repos / farniente arrive en 4ème position avec 19.3%.

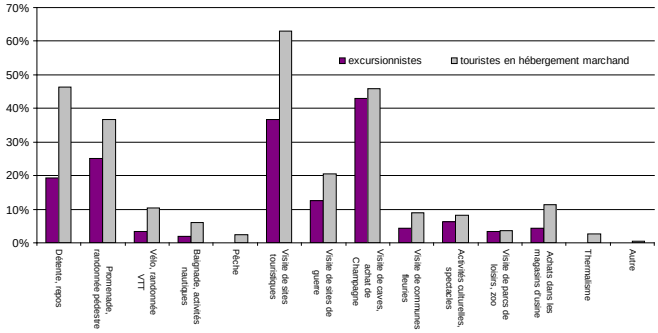
Motivations



Moyens de recherche d'informations



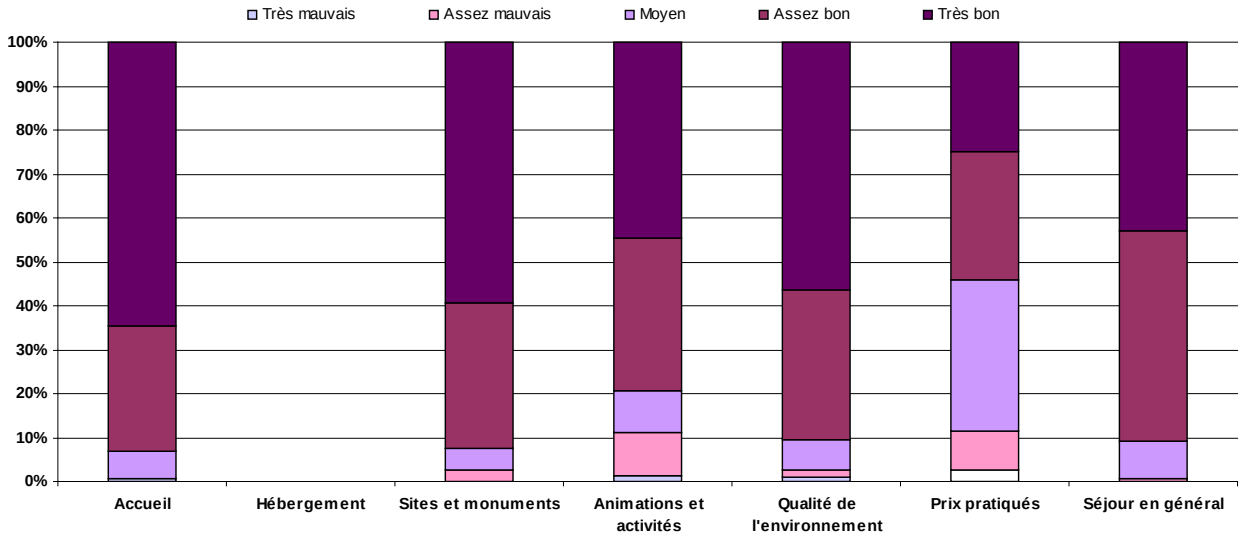
Activités pratiquées



Excursionnistes

Touristes en hébergements marchands

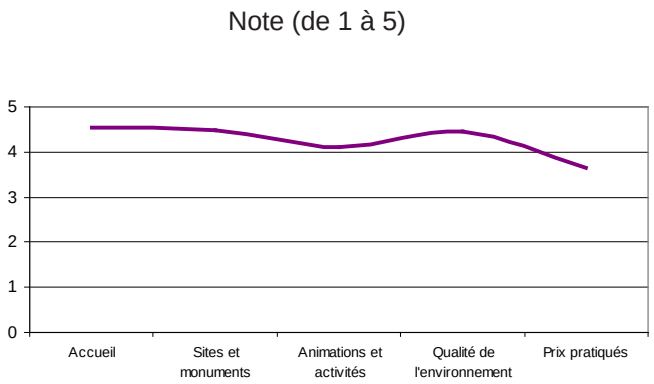
Fiche 22 : La clientèle excursionniste de Champagne-Ardenne

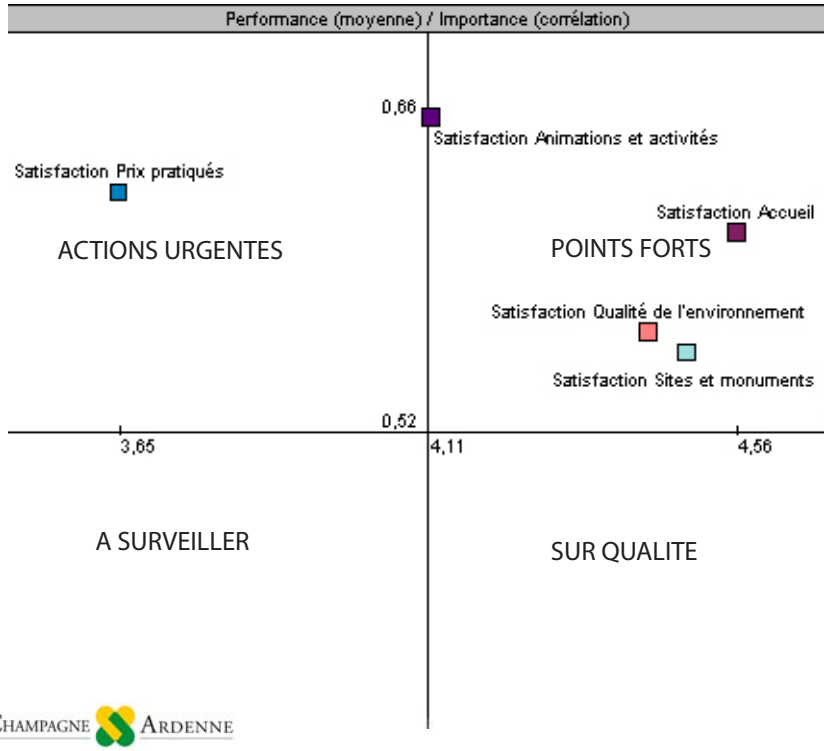


	Accueil	Hébergement	Sites et monuments	Animations et activités	Qualité de l'environnement	Prix pratiqués	Séjour en général
Très mauvais	0.7%	0%	0%	1.4%	0.9%	2.7%	0%
Assez mauvais	0%	0%	2.5%	9.7%	1.7%	8.8%	0.8%
Moyen	6.1%	0%	5.1%	9.7%	6.8%	34.5%	8.5%
Assez bon	28.6%	0%	33.1%	34.7%	34.2%	29.2%	47.7%
Très bon	64.6%	0%	59.3%	44.4%	56.4%	24.8%	43.1%

Points forts
Globalement, le séjour en Champagne-Ardenne est noté par la clientèle excursionniste à 4.33 sur 5 contre 4.16 en moyenne pour les touristes en hébergements marchands. L'accueil est la modalité la mieux notée avec 4.55 sur 5 suivie des sites et monuments (4.49), de la qualité de l'environnement (4.44).

Points faibles
A l'inverse, les prix pratiqués (3.65) sont les moins bien notés. Ils pèsent d'ailleurs négativement sur le niveau général de satisfaction (actions urgentes).





Excursionnistes
Touristes en hébergements marchands

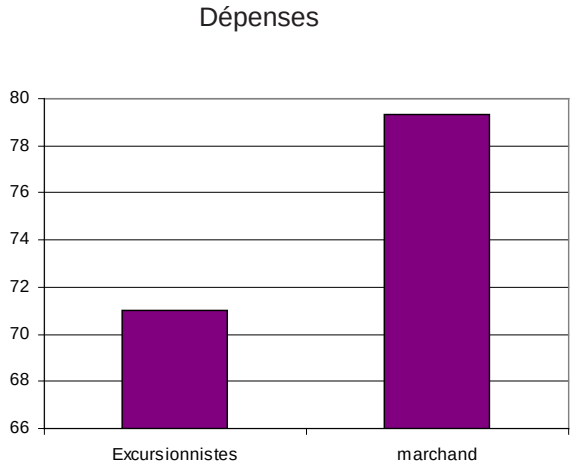
CHAMPAGNE ARDENNE TOURISME

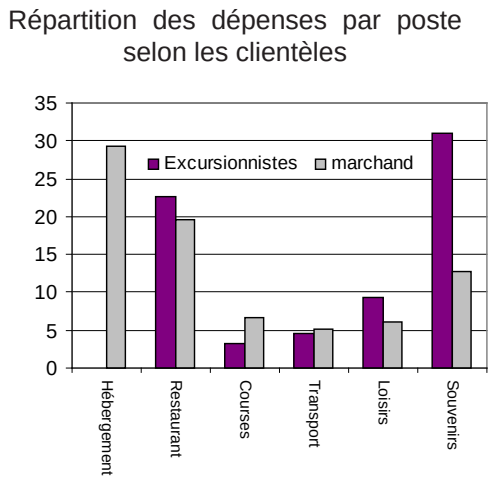
Dépenses

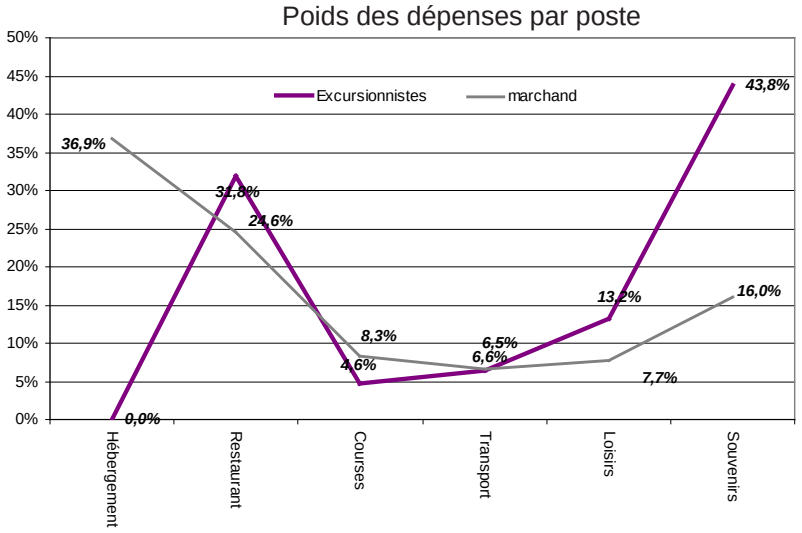
La dépense des excursionnistes est forte. Elle s'élève en moyenne à 71 € contre 79 € pour les touristes en hébergement marchand.

L'absence du poste hébergement est presque totalement rattrapée par la dépense en souvenirs qui représente 44% de la dépense totale (31.1 €) ceci s'explique par l'achat de champagne notamment.

On notera aussi la dépense plus forte en loisirs et restaurants par rapport à celle des touristes en hébergement marchand.







Méthodologie

Objectifs : Les enquêtes nationales ne répondant pas à la problèmatique 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 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 recueilli 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 excursonnistes 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 de l'Aube et de la Marne, co-financeurs, et aux Comités Départementaux du Tourisme des Ardennes et de la Haute-Marne pour leur soutien technique.