



## Composition du ménage touristique

Les couples représentent 63% des séjours décrits. Les groupes avec parents ou amis représentent 25.2% des séjours et sont aussi sur-représentés (+6.7 points par rapport à la moyenne régionale).  
Le nombre moyen d'enfants de moins de 15 ans est de 2, contre 1.8 en moyenne régionale.

## Comportements touristiques

### Moyen de transport : la voiture

Le premier mode de transport est la voiture personnelle à 70.2%, mais de façon moins forte qu'en moyenne régionale (-11.2%). L'autocar arrive en seconde position avec 10.4% soit 7.8 points au-dessus de la moyenne régionale (+7.8 points).  
Le train arrive ensuite avec 9% des séjours décrits (+2.9 points).

### Fidélité

Pour 46.3% de la population touristique, ce séjour est le premier dans cette zone.  
Pour les habitués, 50.6% étaient venus au cours des 3 dernières années.

### Durée de séjour : 3.2 nuits

La durée moyenne de séjour se fixe à 3.2 nuits soit légèrement supérieure à la moyenne régionale.  
Les séjours d'une nuit et de 3 nuits sont sur-représentés par rapport à la moyenne régionale (+3.6 et +6.7 points en moyenne régionale).

### La motivation : gastronomie, beauté des paysages et patrimoine

Pour 43.3% des séjours, la Champagne-Ardenne était la destination finale de leurs vacances soit -12.1 points au-dessus de la moyenne régionale.

La 1<sup>ère</sup> motivation est la gastronomie et les vins à 53.5% et de façon plus large qu'en moyenne régionale : +16.2 points.  
La beauté des sites et des paysages représente 34.8% des citations.  
Le patrimoine historique et culturel arrive en 3<sup>ème</sup> position avec 33.5% des séjours décrits et + 6.2 points.

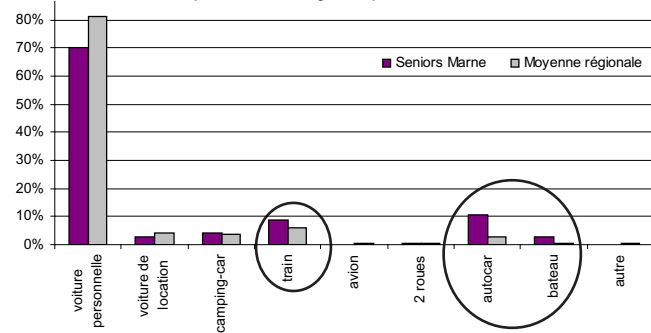
### La recherche d'informations : brochures

75.9% de la population touristique avait recherché des informations avant de se rendre en Champagne-Ardenne.  
Les brochures touristiques restent les plus utilisées avec 41.4% des séjours décrits et de façon plus prononcée qu'en moyenne régionale (+4.5 points).  
Le 2<sup>ème</sup> moyen est le réseau Internet avec 21% des séjours décrits mais de façon beaucoup moins importante qu'en moyenne régionale (-20.2 points).  
Les médias (TV, radio, presse,...) arrivent en 3<sup>ème</sup> position avec 10.7% soit +7.5 points au-dessus de la moyenne régionale.

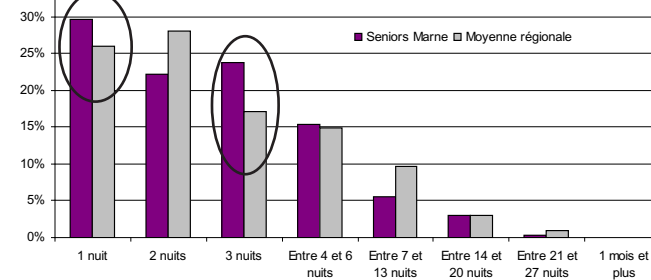
### Activités pratiquées : visites de sites et de caves

La 1<sup>ère</sup> activité pratiquée est la visite de sites touristiques avec 59.1% des séjours soit -3.9 points, suivis de la visite de caves et achat de champagne avec 50.3% des séjours et de façon plus forte qu'en moyenne régionale (+4.5 points).  
La détente et le repos arrivent ensuite avec 29.1% des séjours suivie de la promenade et de la randonnées pédestre (19.9%).

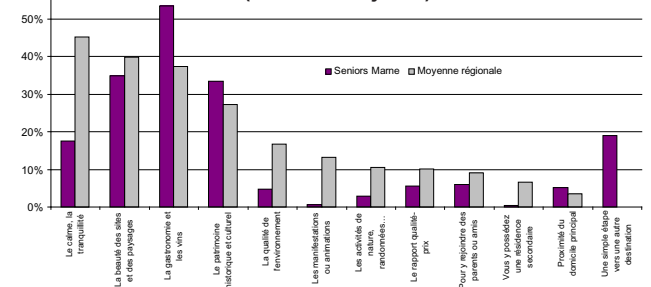
Moyens de transport (en % des séjours)



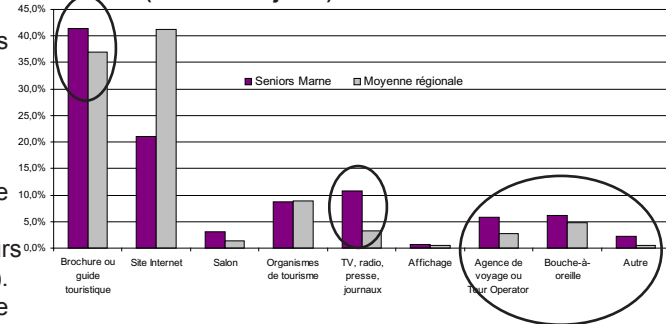
Durée de séjour (en % des séjours)



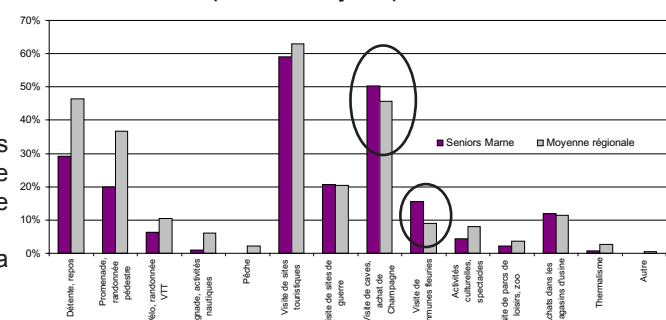
Motivations (en % des séjours)



Moyens de recherche d'informations (en % des séjours)

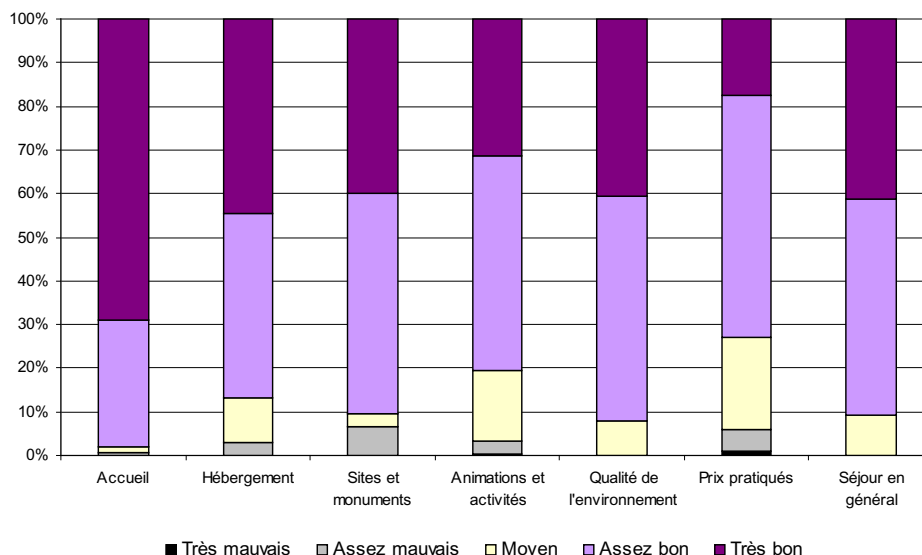


Activités pratiquées (en % des séjours)



Clientèle senior dans la Marne  
Toutes clientèles

Satisfaction



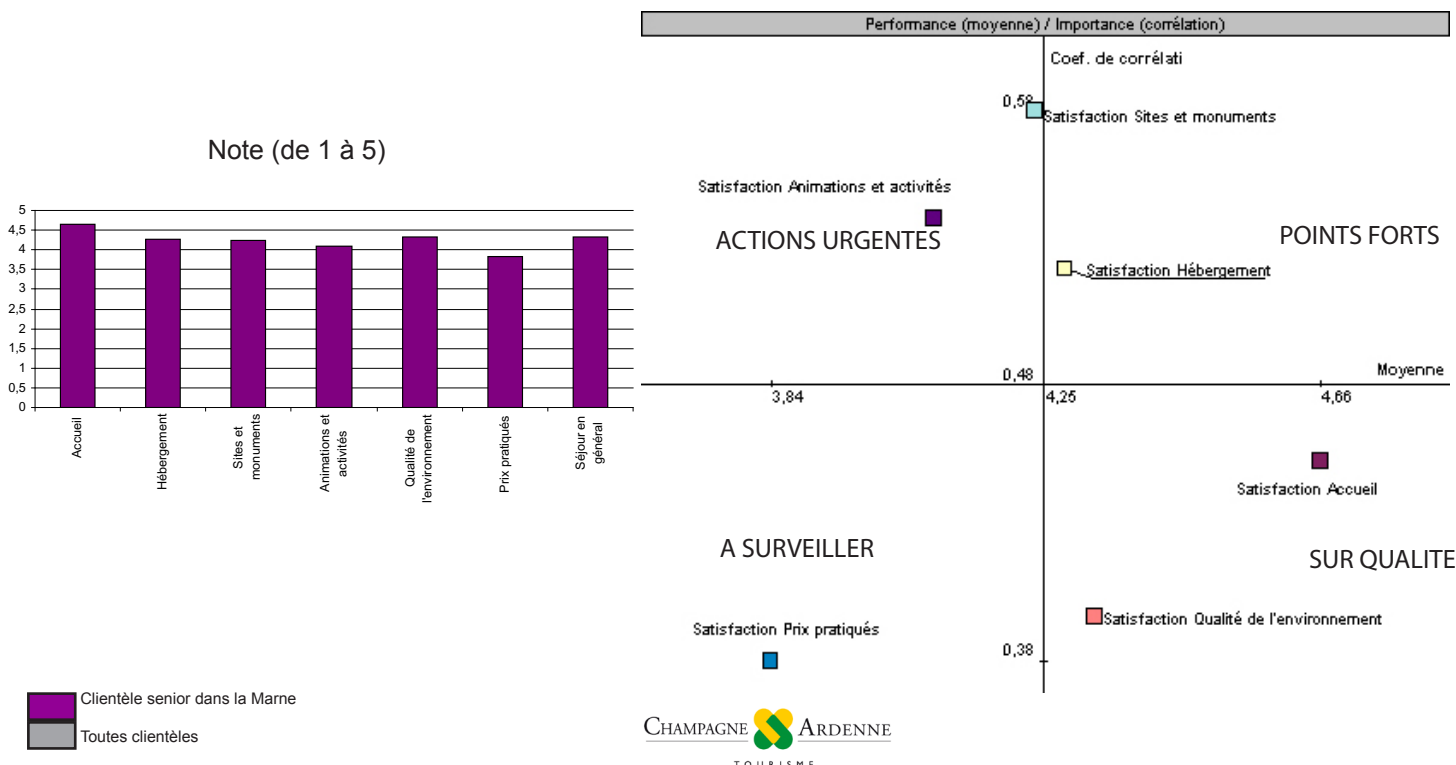
	Accueil	Hébergement	Sites et monuments	Animations et activités	Qualité de l'environnement	Prix pratiqués	Séjour en général
Très mauvais	0%	0%	0%	0.4%	0%	1.1%	0%
Assez mauvais	0.5%	3.1%	6.5%	3%	0%	4.7%	0%
Moyen	1.6%	10.2%	3.1%	16%	7.9%	21.1%	9.1%
Assez bon	29%	42.2%	50.6%	49.2%	51.6%	55.6%	49.5%
Très bon	68.9%	44.5%	39.7%	31.5%	40.5%	17.6%	41.5%

Points forts

Globalement, le séjour dans la Marne est noté par la clientèle senior à 4.32 sur 5. L'accueil est la modalité la mieux notée (4.66 sur 5). La qualité de l'environnement arrive ensuite avec 4.33, suivi des hébergements et des sites touristiques : 4.28 et 4.23 respectivement.

Points faibles

A l'inverse, les prix pratiqués (3.84) et les animations / activités (4.08 sur 5) sont les moins bien notés. Ces deux éléments pèsent directement sur le niveau de satisfaction global. Mais ce sont les animations et activités qui agissent le plus fortement sur le niveau général de satisfaction (actions urgentes).

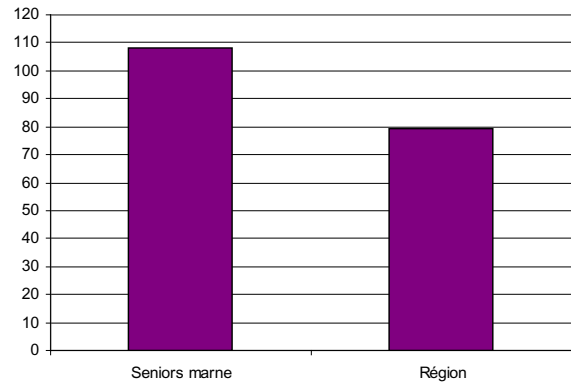


## Dépenses

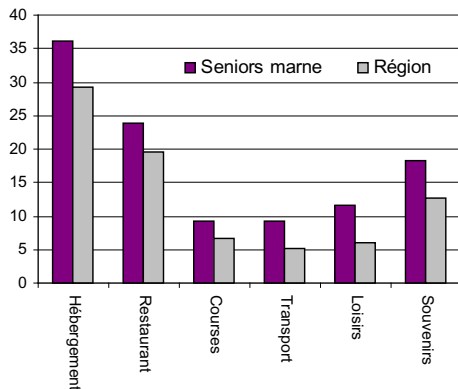
La dépense moyenne par nuitée et par personne s'élève pour la clientèle senior de la Marne à 108.3 € soit l'équivalent de la dépense moyenne pour la Marne mais largement supérieure à la moyenne régionale (79.3 € pour rappel).

Cette clientèle privilégie son hébergement et sa restauration puisque ces deux postes pèsent 6.1 points de plus sur la dépense totale.

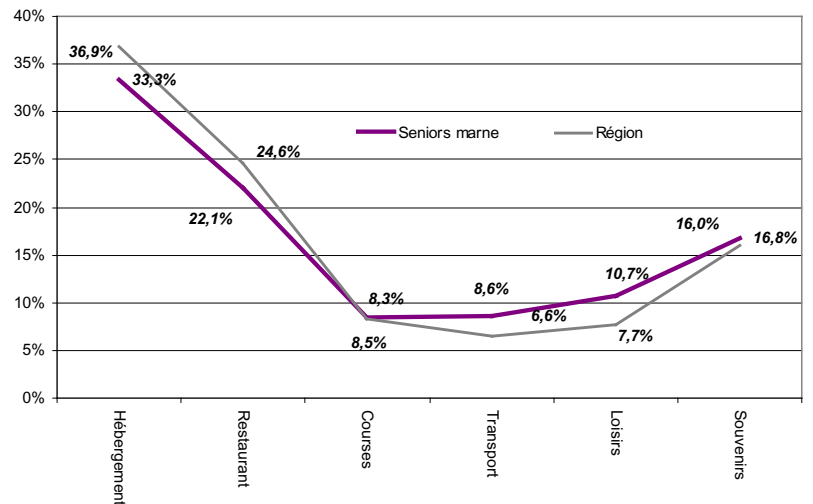
## Dépenses



### Répartition des dépenses par poste selon les clientèles



### Poids des dépenses par poste



## 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 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 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 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.