

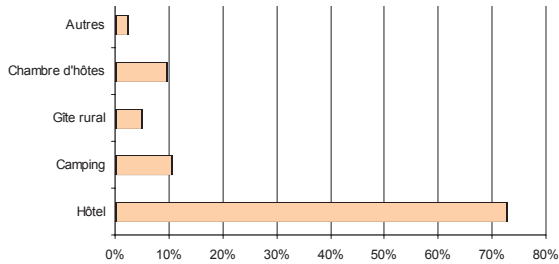


La clientèle touristique de l'Aube en hébergement marchand

Profil de la clientèle

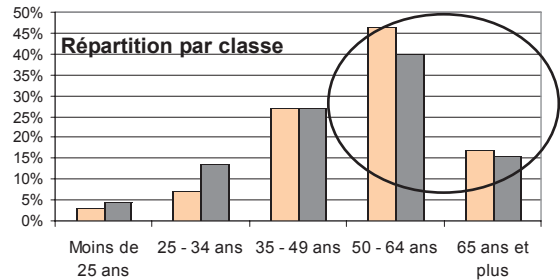
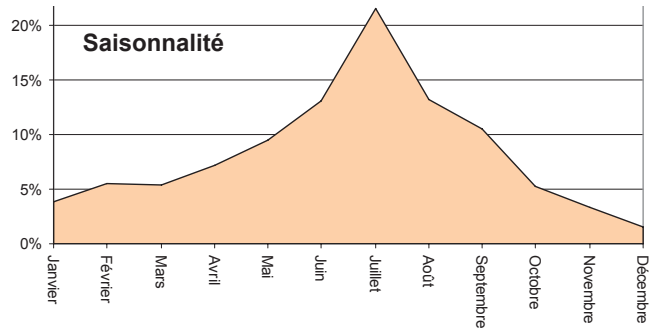
Type d'hébergement et saisonnalité

Les touristes se rendant dans l'Aube se dirigent principalement vers l'hôtel à près de 73%. La fréquentation est saisonnière mais plus étalée : 58.4% des séjours se font entre juin et septembre.



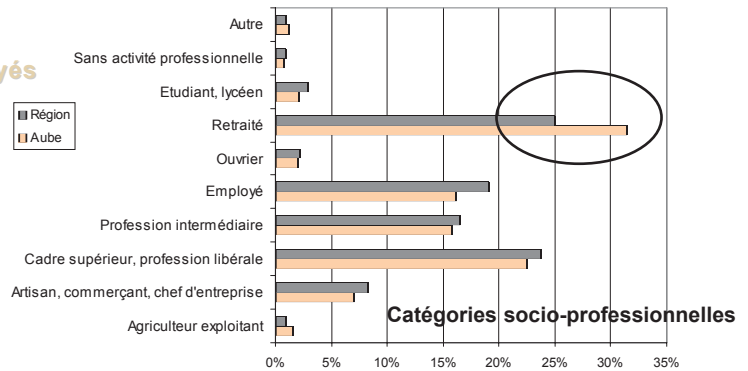
Age : une population plus âgée que la moyenne régionale

Les 50-64 ans représentent 46.3% de la population touristique de l'Aube. Cette classe d'âge est d'ailleurs sur-représentée par rapport à la moyenne régionale (+6.4 points). L'Aube a une population touristique plus âgée que la région.



Profession : professions intermédiaires, retraités et employés

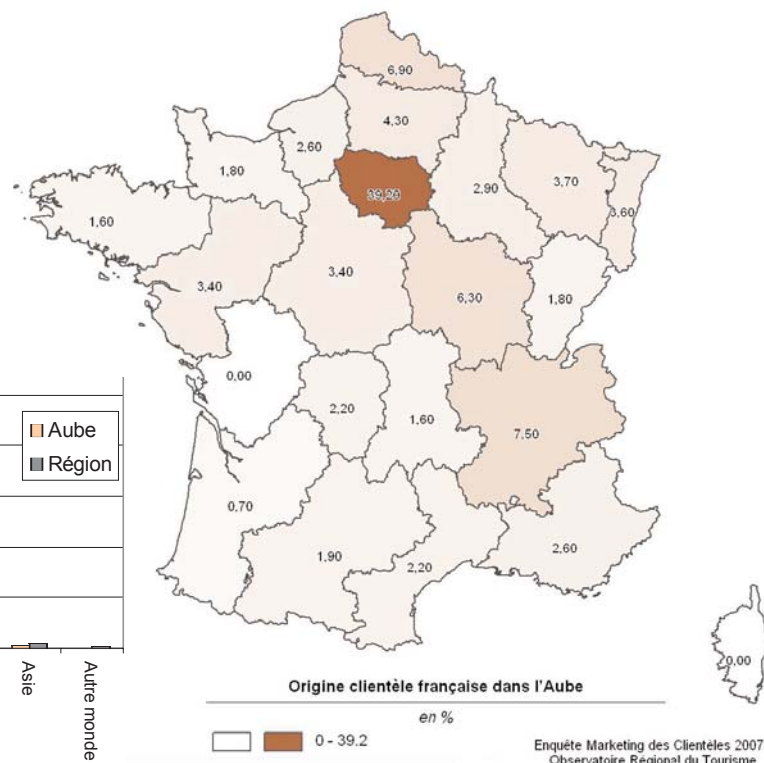
L'Aube accueille en priorité des retraités : 31.4% soit + 6.5 points qu'en moyenne régionale. Les cadres supérieurs et professions libérales arrivent en seconde position avec 22.4%.



Origine géographique : sur-représentation de la clientèle française

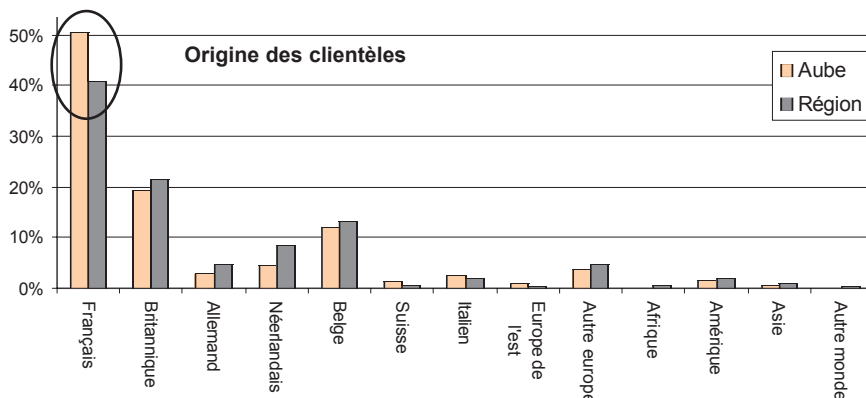
La clientèle française représente 50.6% des séjours décrits soit 9.8 points supplémentaires qu'en moyenne régionale. Les Français sont d'origine proche géographiquement : 39.2% pour l'Île-de-France, de Rhône-Alpes (7.5%), du Nord-Pas-de-Calais (6.9%) et de Bourgogne (6.3%). Les touristes d'Île-de-France et de Bourgogne sont d'ailleurs sur-représentés (respectivement + 9.9 et + 2 points par rapport à la moyenne régionale).

Origine de la clientèle française de l'Aube



La première clientèle étrangère du département, tous hébergements marchands confondus, est la clientèle britannique avec 19.3% des séjours.

Les Belges arrivent en 2nde position en terme de clientèles étrangères avec 11.9%.

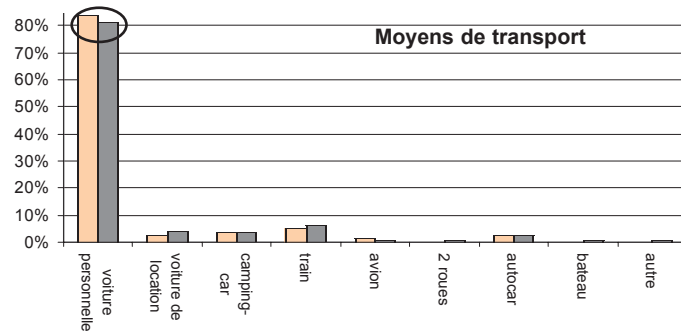


Répartition Aube
Répartition Région

Composition du ménage touristique

L'Aube accueille plus particulièrement des couples (63.1%) soit + 1.4 point que la moyenne régionale.

Les familles constituent 14.1% de la population touristique.
Le nombre moyen d'enfants de moins de 15 ans par famille est de 2.



Comportement touristique

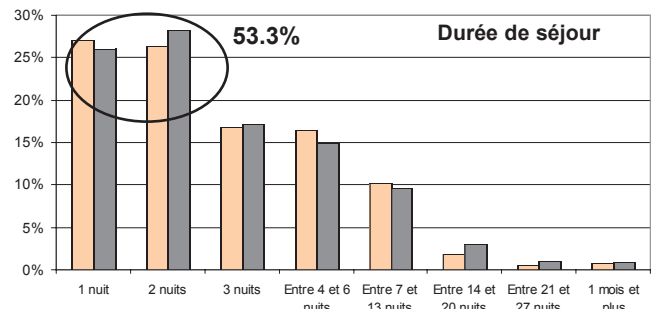
Moyen de transport : la voiture personnelle

La voiture personnelle est utilisée par 84% des touristes se rendant dans l'Aube soit 2.6 points supplémentaires par rapport à la moyenne nationale.

Fidélité à la destination

Pour 55.5% de la population, cette visite est la première.

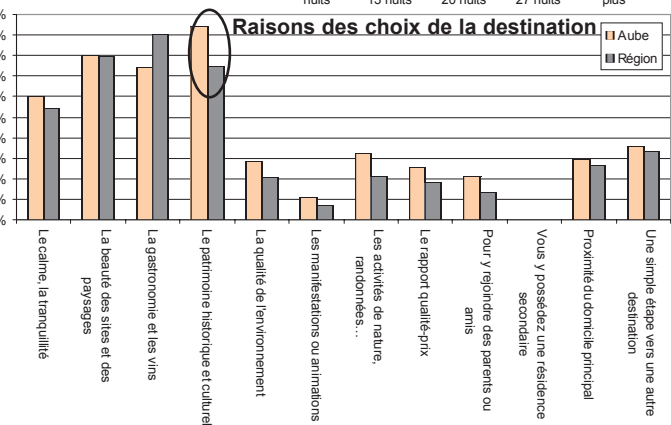
Parmi ceux qui s'étaient déjà rendus dans l'Aube auparavant, pour 75%, leur dernier séjour remontait aux 3 dernières années.



Durée de séjour : 3.7 nuits en moyenne

La durée de séjour enregistrée dans l'Aube est très légèrement supérieure à la moyenne régionale.

En effet, 53.3% des séjours décrits sont des séjours de 1 et 2 nuits. Les longs séjours (supérieurs à 3 nuits) ne représentent que 29.7% de la population.



Le choix de la destination Aube

Le choix de la destination Aube a des motivations diverses :

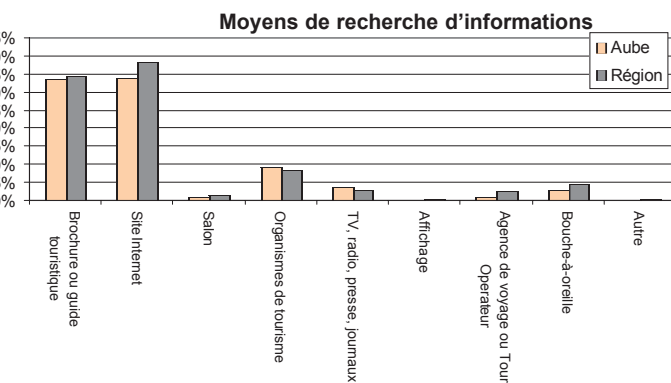
1-La 1^{ère} motivation en terme de nombre de citations est le patrimoine historique et culturel pour 47.1% soit +9.8 point par rapport à la moyenne régionale ;

2-La 2^{ème} motivation est la beauté des sites et des paysages avec 40.1% des citations ;

3-La gastronomie et les vins, en obtenant 37.2% des citations sont tout de même 7.9 points en-deçà de la moyenne régionale ;

4-Le calme et la tranquillité est citée par 30% de la population touristique auboise soit +2.7 points par rapport à la moyenne régionale ;

5-Une simple étape vers une autre destination occupe la 5^{ème} place avec 17.7% des citations.



Recherche d'informations touristiques

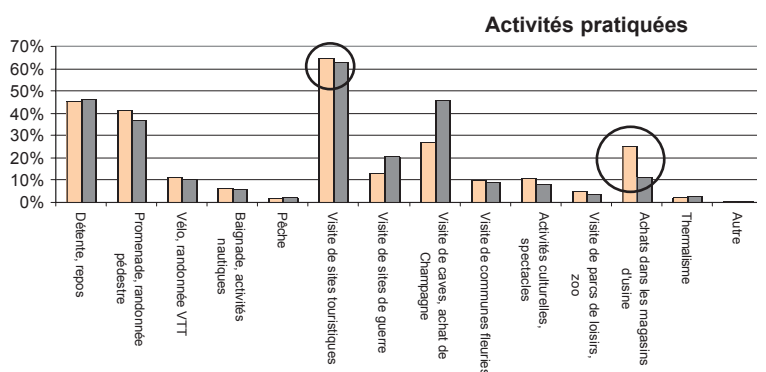
65.1% avaient cherché de l'information avant de venir dans l'Aube mais c'est tout de même 4.4 points de moins qu'en moyenne régionale.

33.7% l'ont fait par un site Internet (-4.5 points par rapport à la moyenne régionale) et 33.4% pour des brochures et guides touristiques.

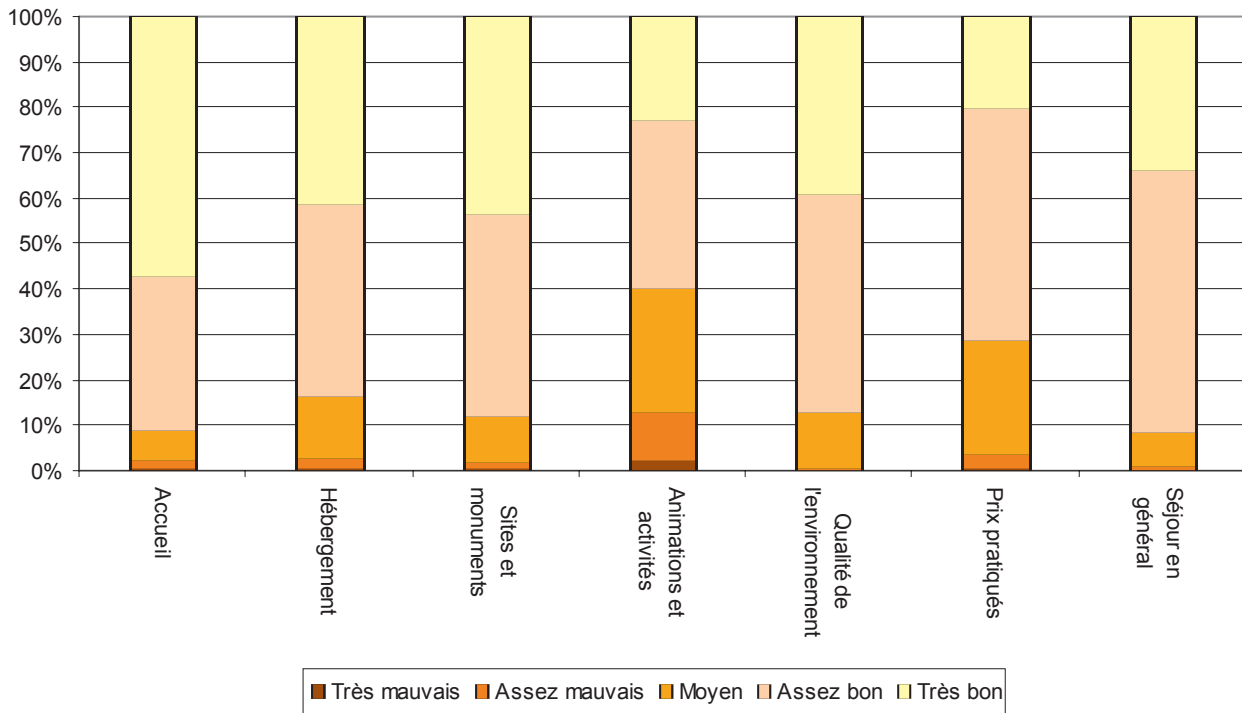
Activités pratiquées : des séjours variés

Les touristes aubois pratiquent des activités, représentant bien la diversité de l'offre auboise :

- La 1^{ère} activité citée est la visite de sites (64.6%) soit + 2 points par rapport à la moyenne régionale ;
- La 2^{ème} activité citée est la détente et le repos par 45% ;
- La 3^{ème} est la promenade et la randonnée pédestre 41.2% soit 5 points au-dessus de la moyenne régionale ;
- La visite de caves et achat de champagne arrive en 4^{ème} position avec 26.7% des citations ;
- L'achat dans les magasins d'usine est un passage obligé avec 25.3% des citations soit + 14 points au-dessus de la moyenne régionale.



Niveau de satisfaction



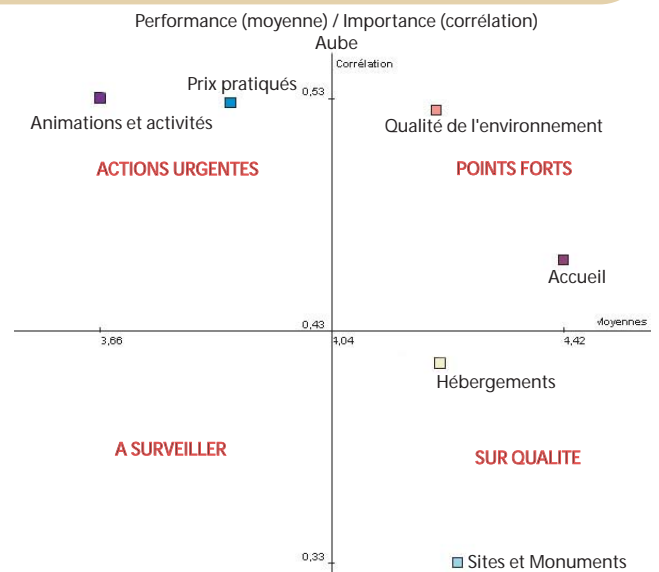
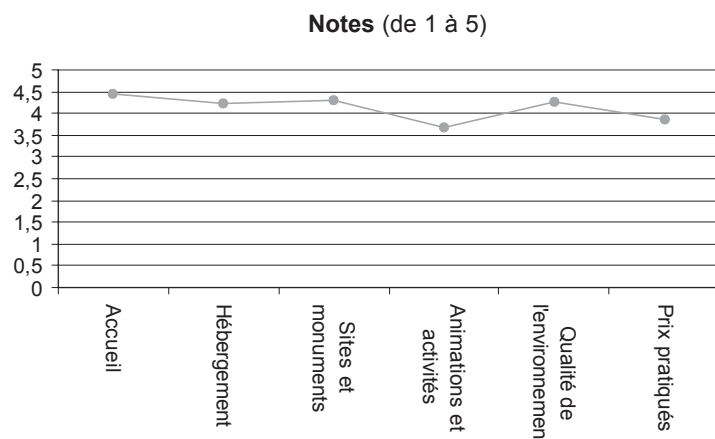
| | Accueil | Hébergement | Sites et monuments | Animations et activités | Qualité de l'environnement | Prix pratiqués | Séjour en général |
|----------------------|---------|-------------|--------------------|-------------------------|----------------------------|----------------|-------------------|
| Très mauvais | 0,4% | 0,5% | 0,6% | 2,0% | 0,2% | 0,3% | 0,1% |
| Assez mauvais | 1,8% | 2,0% | 1,2% | 10,8% | 0,2% | 3,4% | 0,9% |
| Moyen | 6,4% | 13,6% | 9,9% | 27,5% | 12,4% | 25,0% | 7,2% |
| Assez bon | 34,3% | 42,3% | 44,8% | 36,7% | 47,8% | 51,2% | 57,7% |
| Très bon | 57,1% | 41,6% | 43,5% | 23,0% | 39,3% | 20,1% | 34,1% |

Points forts

Toutes les modalités notées obtiennent des notes supérieures à la moyenne régionale. L'Aube obtient la meilleure note globale de tous les départements. La meilleure note est pour l'accueil (4.46 sur 5). Les sites et monuments, les hébergements et la qualité de l'environnement donnent également satisfaction.

Points faibles

Les points les plus faibles mis en évidence par les touristes sont les animations et activités ainsi que les prix pratiqués. Il faut d'ailleurs agir rapidement sur ces deux modalités car elles ont un impact négatif sur la note globale de satisfaction.



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

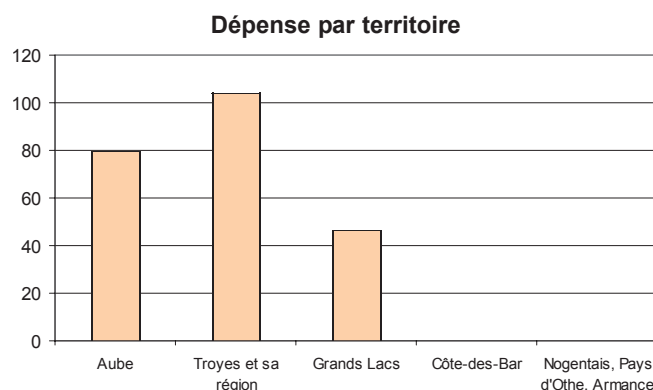
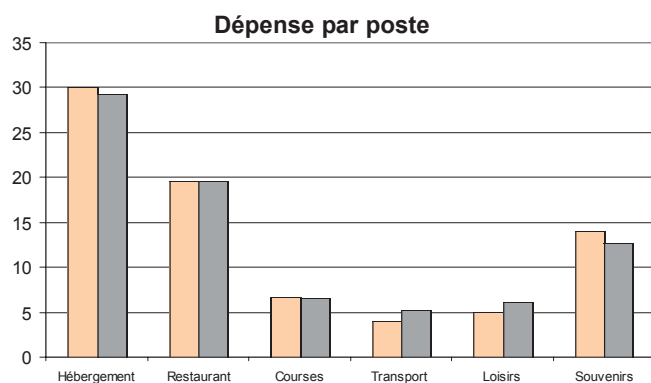
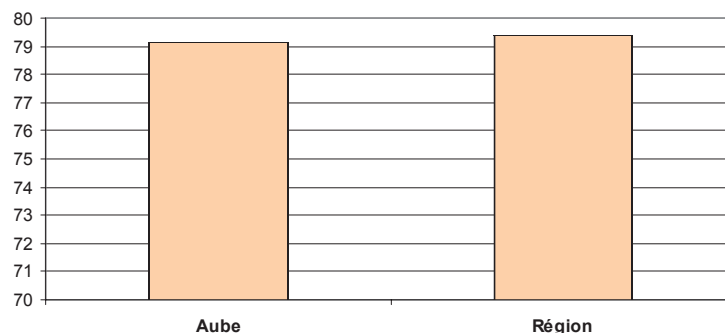
La dépense moyenne par nuitée et par personne s'élève à 79.1 €, à l'image de la tendance régionale.

Dépense globale

Par contre, un touriste de Troyes et sa région (104 €) dépense 2.25 fois plus qu'un touriste séjournant dans la zone des Grands Lacs (46.2 €). Ce sont sur les postes hébergement, restauration et souvenirs / achat de produits locaux que la différence se fait.

L'hébergement, premier poste de dépense, représente 38% de la consommation par nuitée.

Le poste achat de produits locaux, souvenirs est plus important qu'en moyenne régionale (18% contre 16% en moyenne régionale).



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 (de 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-financiers, et aux Comités Départementaux du Tourisme Ardennes et Haute-Marne pour leur soutien technique.