

Composition du ménage touristique

Les couples représentent 64.2% des ménages soit 2.5 points de plus que sur l'ensemble des hébergements marchands.

Les personnes seules sont très peu présentes : 5.3%.
Le nombre moyen d'enfants de moins de 15 ans par famille est de 1.7.

Comportements touristiques

Moyen de transport : la voiture personnelle

La voiture personnelle est clairement le premier moyen de transport utilisé par les touristes pour venir en Champagne-Ardenne (82.1%).

Le train prend une place importante avec 7.9% des séjours décrits soit + 1.8 points par rapport à l'ensemble des séjours en hébergements marchands.

Fidélité

Pour plus de 58.8% de la population touristique, ce séjour est le premier dans notre région. La Champagne-Ardenne continue d'attirer de nouveaux clients.

Pour les habitués, 62.8% étaient venus dans les 3 dernières années.

Durée de séjour : 2.8 nuits en moyenne

La durée moyenne de séjour dans les hôtels s'élève à 2.8 nuits sur la région.

Les court-séjours (1 à 3 nuits) représentent 79.1% des séjours décrits.

La Champagne-Ardenne attire en priorité par sa gastronomie et ses vins

Pour 54.5% des séjours, la Champagne-Ardenne était la destination finale de leur séjour.

Les touristes en hôtels choisissent la région en premier lieu pour sa gastronomie et ses vins (51.2% soit +6.1 points par rapport à l'ensemble des séjours en hébergements marchands), le patrimoine historique (40% soit + 2.7 points) et la beauté des sites et des paysages (37.7% soit - 2.1 points).

La recherche d'informations : le web

71.1% de la population touristique a recherché des informations avant de venir en Champagne-Ardenne.

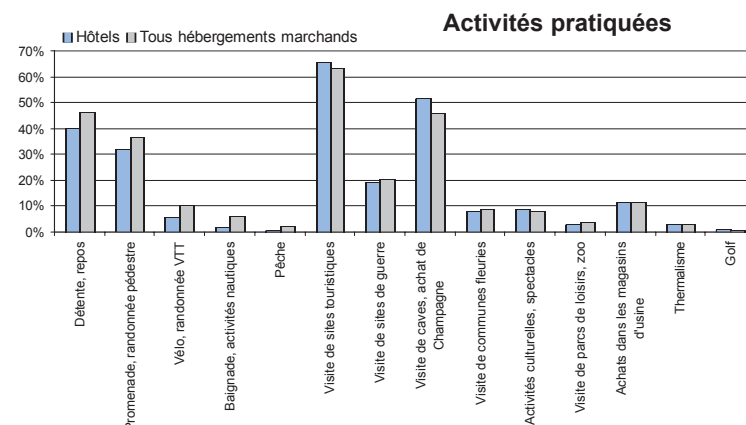
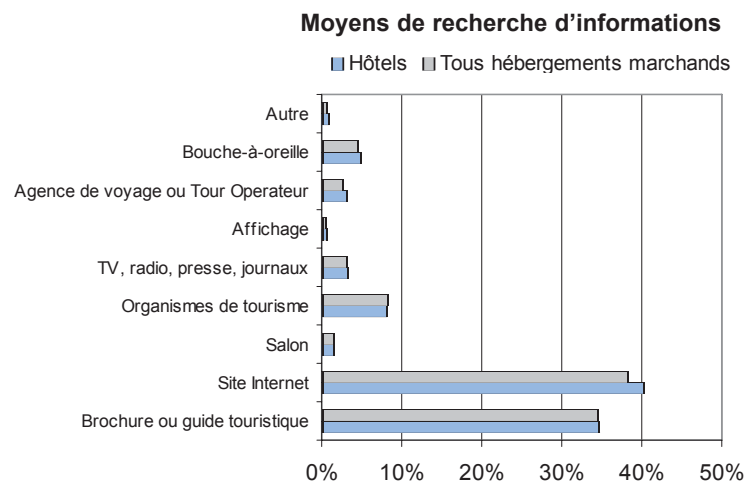
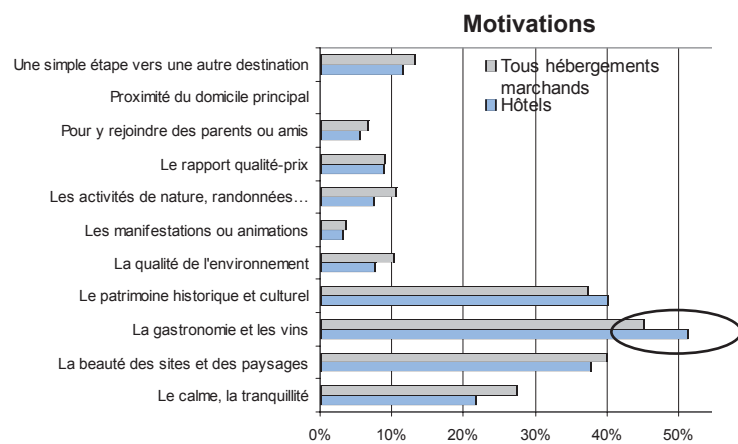
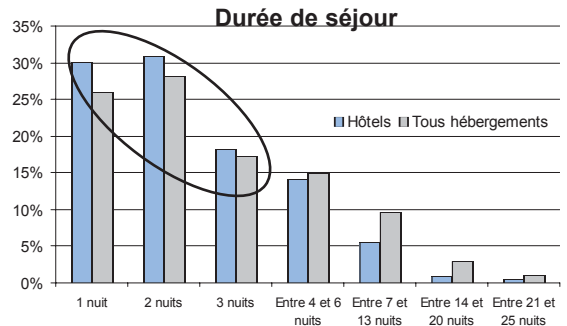
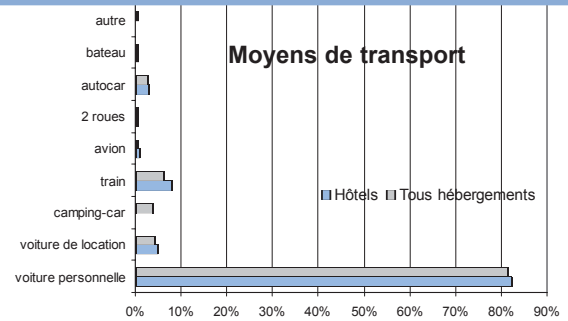
Le premier moyen de recherche d'informations a été le réseau Internet (40.2% soit + 2 points).

Les brochures touristiques restent tout de même bien utilisées : 34.5%.

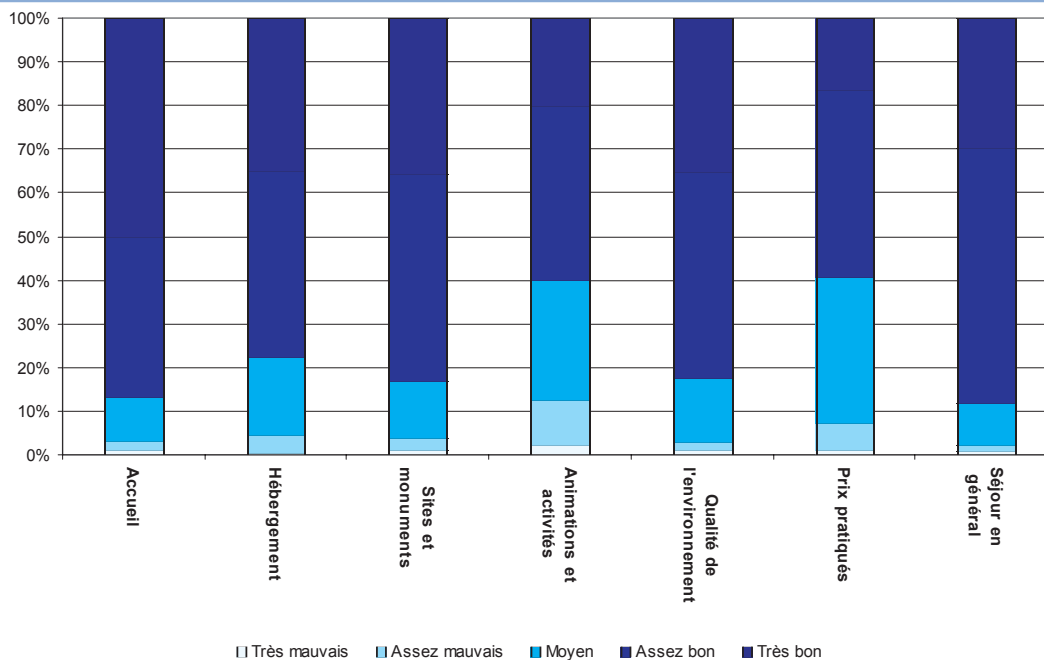
Activités pratiquées

Les touristes hébergés en hôtels se dirigent prioritairement vers :

- Les sites touristiques à 65.2% soit + 2.2 points ;
- Les visites de caves et achat de champagne (51.6% soit + 5.8 points) ;
- La détente, le repos (39.8%) ;
- Les promenades et randonnées pédestres (32.2%).



Niveau de satisfaction



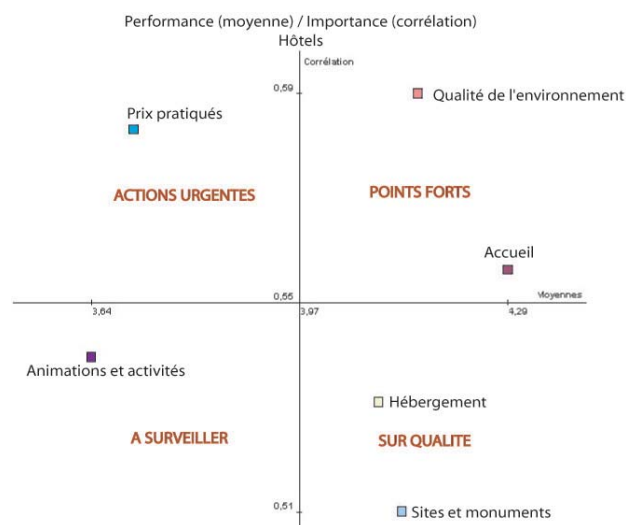
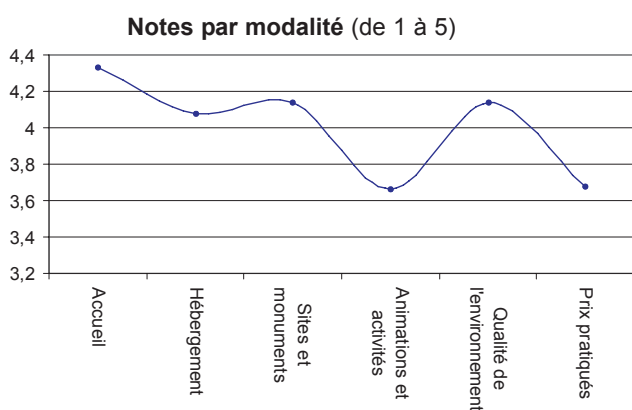
	Accueil	Hébergement	Sites et monuments	Animations et activités	Qualité de l'environnement	Prix pratiqués	Séjour en général
Très mauvais	1,1%	0,5%	1,1%	2,1%	0,9%	1,2%	0,7%
Assez mauvais	2,1%	4,0%	2,8%	10,4%	1,9%	5,9%	1,4%
Moyen	9,8%	17,8%	12,8%	27,4%	14,8%	33,6%	9,7%
Assez bon	37,0%	42,7%	47,5%	39,8%	47,0%	42,8%	58,3%
Très bon	50,0%	35,0%	35,8%	20,3%	35,4%	16,6%	30,0%

Points forts

Les touristes hébergés en hôtellerie traditionnelle sont tout d'abord séduits par l'accueil avec 4.33 sur 5. Les sites et monuments et la qualité de l'environnement arrivent en seconde position avec 4.14 à égalité. Les hébergements sont aussi bien notés puisqu'ils obtiennent 4.08.

Points faibles

Les deux principaux points faibles sont les prix pratiqués et les animations et activités proposées. Mais, si ces critères obtiennent les plus mauvaises notes (3.68 et 3.66 respectivement), ils n'ont pas la même influence sur la satisfaction globale et donc sur l'intention de revenir en Champagne-Ardenne. En effet, même si les animations et activités sont mal notées, elles n'influencent pas négativement sur le niveau de satisfaction global. Par contre, à l'inverse, les prix agissent directement sur le niveau de satisfaction global et pourraient avoir donc un effet sur les prochains séjours.



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, tous hébergements marchands confondus se fixe à 79.5 €.

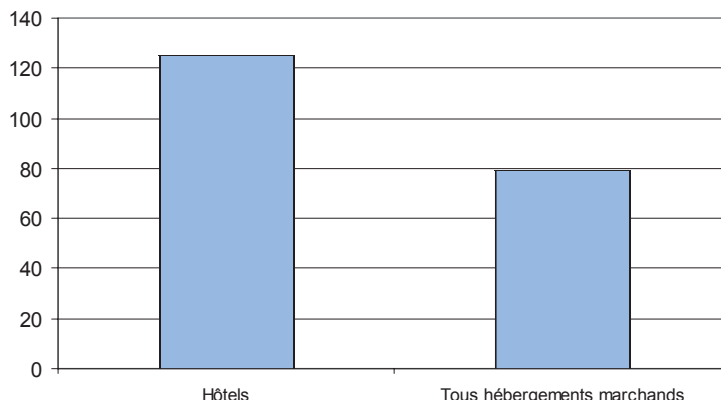
La dépense en hôtellerie traditionnelle s'élève à 125 €. Elle est donc bien plus élevée que celle de l'ensemble des hébergements marchands (+45.5 €).

C'est le poste hébergement qui accapare la plus forte partie de la dépense avec 45 € (36%).

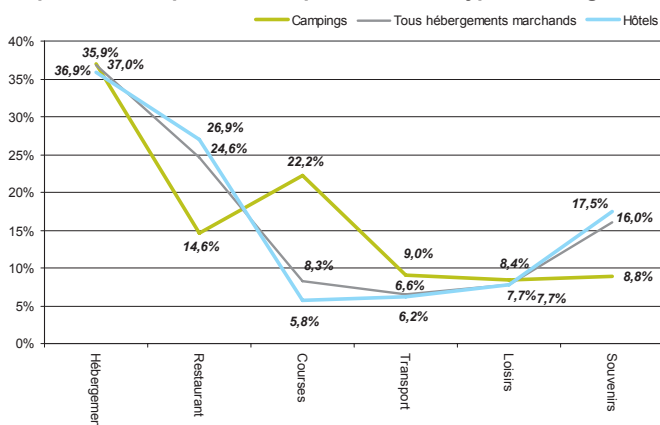
Les touristes dépensent relativement plus en restaurant et en souvenirs / produits locaux quand ils se rendent dans les hôtels de la région que sur l'ensemble des hébergements marchands.

Notons également que la dépense en souvenirs / produits locaux des touristes hébergés en hôtels est plus forte que la dépense en hébergement pour les touristes en hôtellerie de plein air.

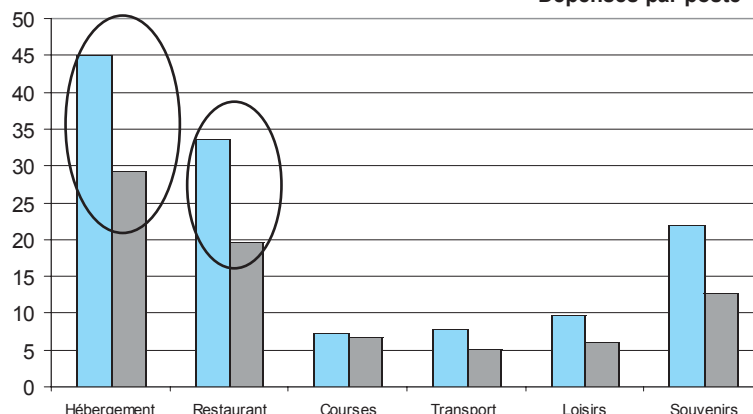
Dépenses



Répartition des postes de dépense selon le type d'hébergement



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 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 un an (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.