

Composition du ménage touristique

Les couples représentent 57.8% des ménages.
 Les familles sont sur-représentées comparé à l'ensemble des hébergements marchands. En effet, les familles constituent 26.6% des séjours soit + 12 points.
 Le nombre moyen d'enfants de moins de 15 ans par famille est de 2 contre 1.8, tous hébergements marchands confondus.

Comportements touristiques

Moyen de transport : la voiture et camping-car

La voiture personnelle est clairement le premier moyen de transport utilisé par les campeurs pour venir en Champagne-Ardenne (71.9%).

Cependant, les camping-cars sont très présents : 24.1% soit +20.3 points par rapport à l'ensemble des hébergements marchands.

Fidélité

Pour plus de 56.2% de la population touristique, ce séjour est le premier dans notre région.

Pour les habitués, 78.2% étaient venus dans les 3 dernières années.

Durée de séjour : 7.3 nuits en moyenne

La durée moyenne de séjour dans l'hôtellerie de plein air s'élève à 7.3 nuits sur la région.
 Les court-séjours (1 à 3 nuits) ne représentent que 41.1% des séjours décrits contre 71.2% sur l'ensemble du marchand. Les séjours entre 4 et 13 nuits représentent 42.3% des séjours.

Les touristes viennent tout d'abord pour l'environnement et la tranquillité

Pour 46.9% des séjours, la Champagne-Ardenne était la destination finale de leur séjour.

Les touristes choisissant l'hôtellerie de plein air, le font en premier lieu pour la beauté des sites et paysages (47.8% soit + 8 points par rapport à l'ensemble des séjours marchands), le calme et la tranquillité (44.2% soit + 16.9 points) et le patrimoine à 25.7% soit - 11.6 points.

La qualité de l'environnement, la randonnée et le rapport qualité/prix et une simple étape sont sur-représentés par rapport à l'ensemble des hébergements marchands.

La recherche d'informations : le web

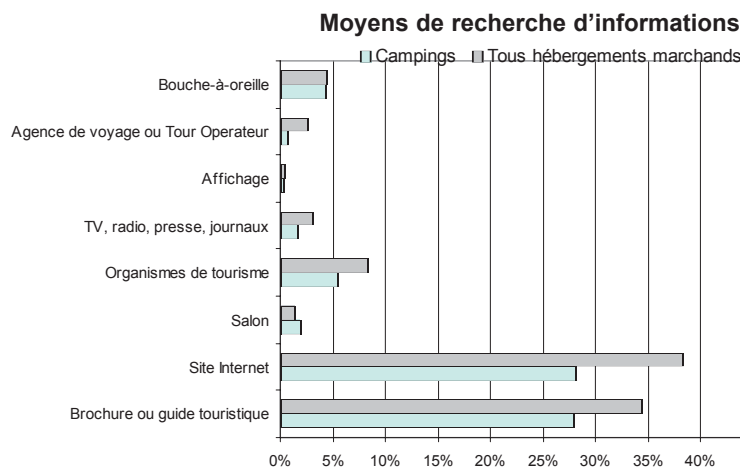
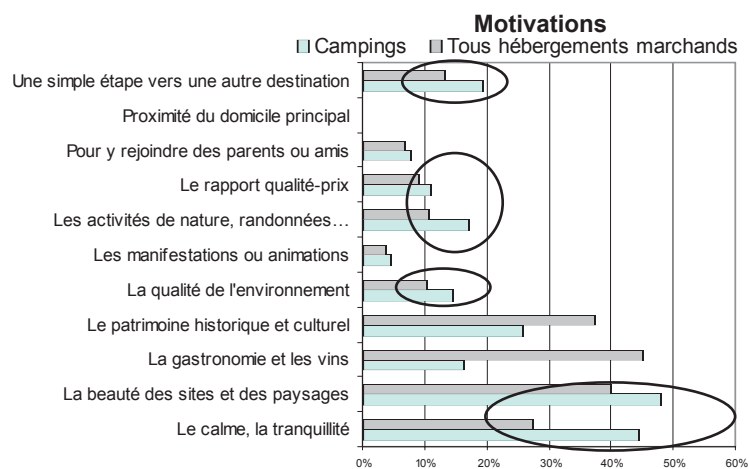
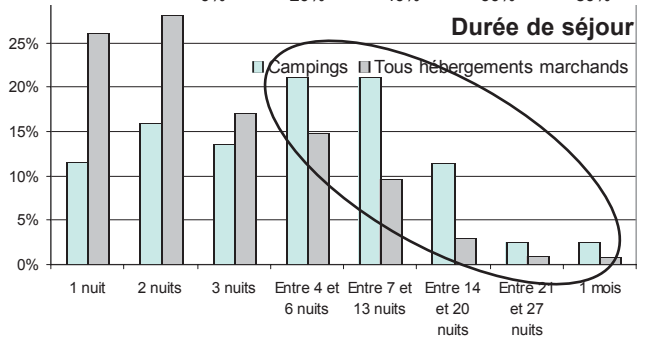
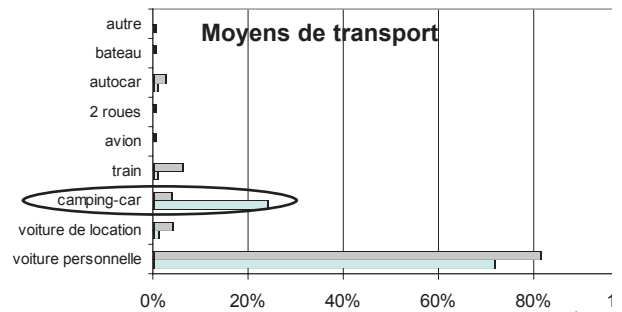
56.8% de la population touristique a recherché des informations avant de venir en Champagne-Ardenne.

Le premier moyen de recherche d'informations a été le réseau Internet à quasi-égalité avec les brochures touristiques (28%).

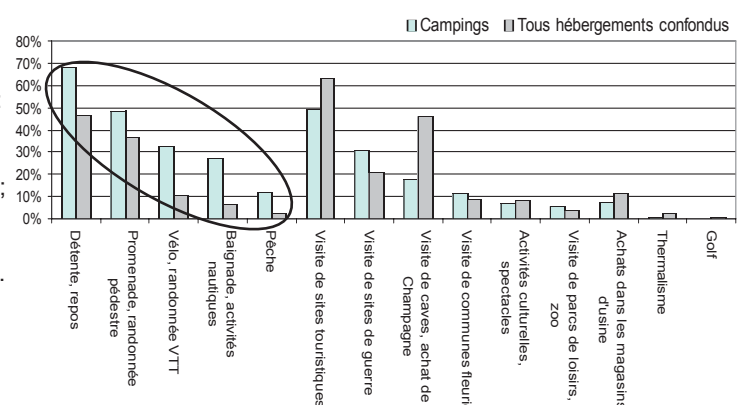
Activités pratiquées

Les touristes hébergés en campings se dirigent prioritairement vers :

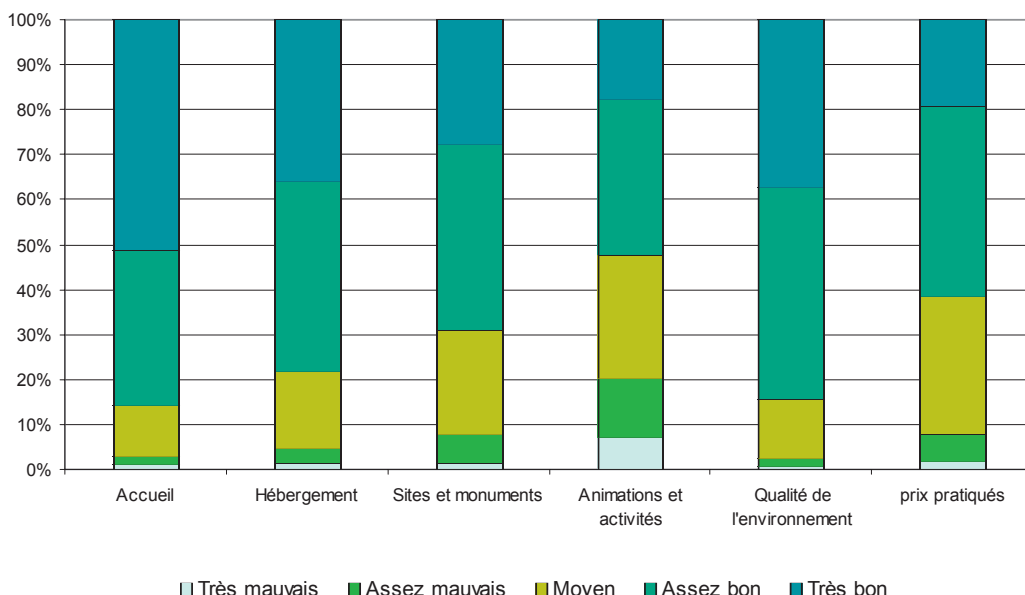
- 1- La détente et le repos à 68.1% soit + 21.7 points par rapport à l'ensemble des séjours en hébergements marchands;
- 2- La visite de sites touristiques à 49% soit - 14 points ;
- 3- La randonnée à 48.8% soit +12.1 points ;
- 4- Le vélo et la randonnée V.T.T. à 32.6% soit + 22.2 points.



Activités pratiquées



Niveau de satisfaction



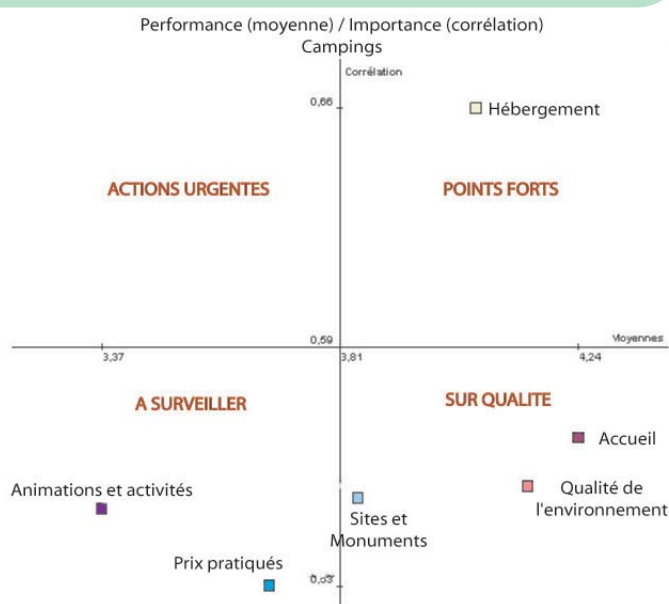
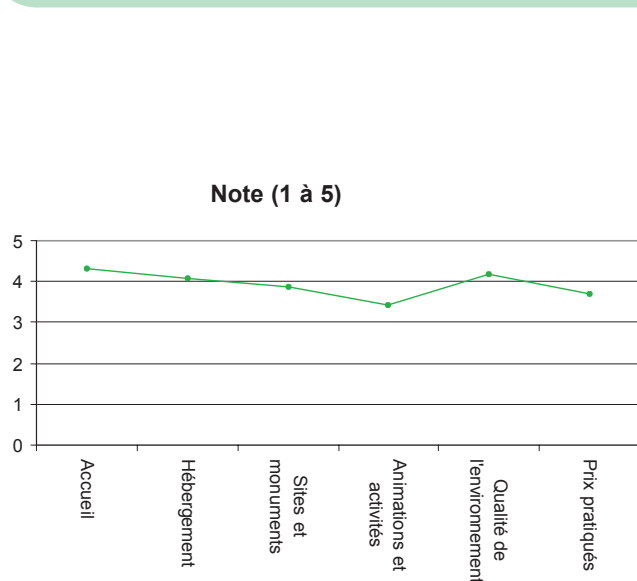
	Accueil	Hébergement	Sites et monuments	Animations et activités	Qualité de l'environnement	prix pratiqués
Très mauvais	1,2%	1,3%	1,6%	7,1%	0,8%	1,8%
Assez mauvais	1,5%	3,3%	6,4%	13,2%	1,8%	6,2%
Moyen	11,7%	17,0%	22,9%	27,5%	12,9%	30,4%
Assez bon	34,3%	42,5%	41,3%	34,4%	47,3%	42,4%
Très bon	51,3%	36,0%	27,9%	17,8%	37,1%	19,1%

Points forts

Les touristes hébergés en hôtellerie de plein air sont tout d'abord séduits par l'accueil avec 4.33 sur 5. La qualité de l'environnement et les hébergements arrivent ensuite avec respectivement 4.18 et 4.09.

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 (3.71 et 3.43 respectivement), ils n'ont que peu d'influence sur la satisfaction globale et donc sur l'intention de revenir en Champagne-Ardenne. Mais, ces deux éléments restent à surveiller.



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).

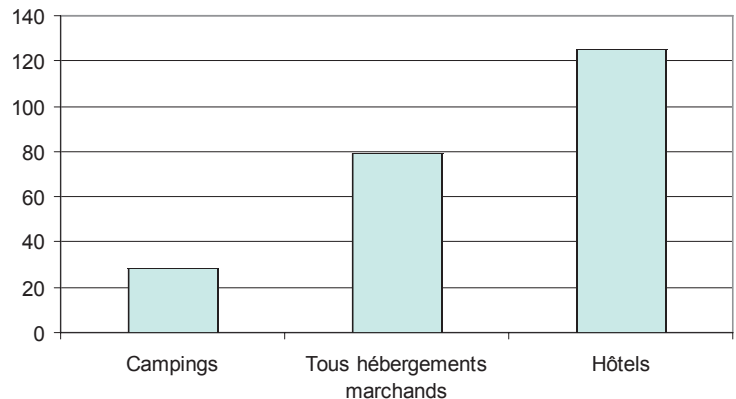
Dépenses

La dépense moyenne globale par nuitée et par personne, tous hébergements marchands confondus se fixe à 79.5 €.

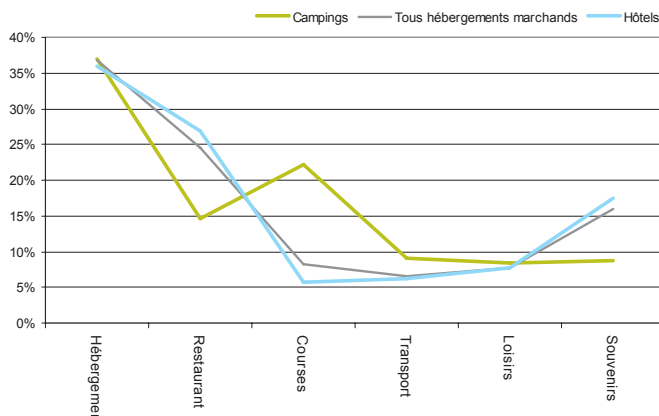
En hôtellerie de plein air, la dépense est très faible : 29 €. Elle est 4.3 fois plus faible qu'en hôtellerie traditionnelle.

La part consacrée aux restaurants et souvenirs / produits locaux est moins importante que sur l'ensemble des hébergements marchands. A l'inverse, les courses alimentaires représentent plus de 22% du budget journalier.

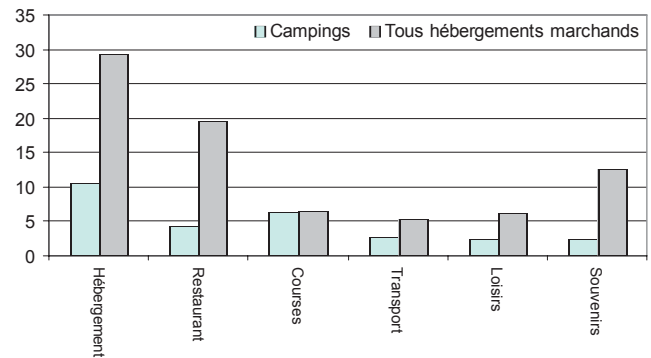
Dépense



Part de chacun des postes dans la dépense totale



Dépense 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 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 des Ardennes et Haute-Marne pour leur soutien technique.