

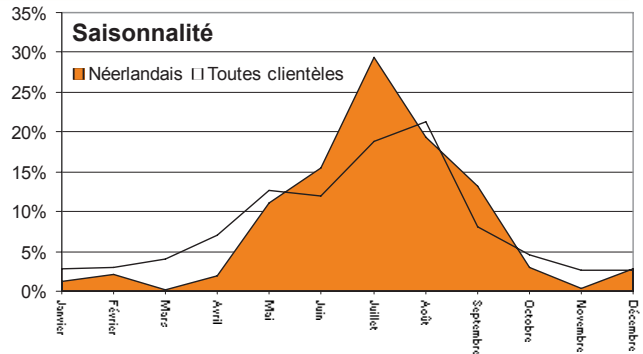


# La clientèle néerlandaise de Champagne-Ardenne

## Profil de la clientèle

### Saisonnalité

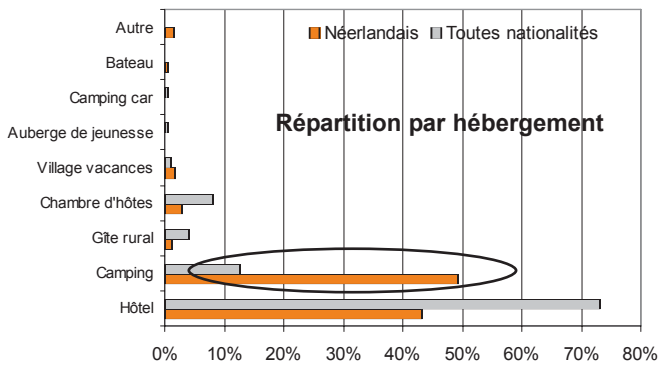
La fréquentation des Néerlandais est très saisonnière. La fréquentation de cette clientèle est très forte en juillet : 29.3% des séjours.



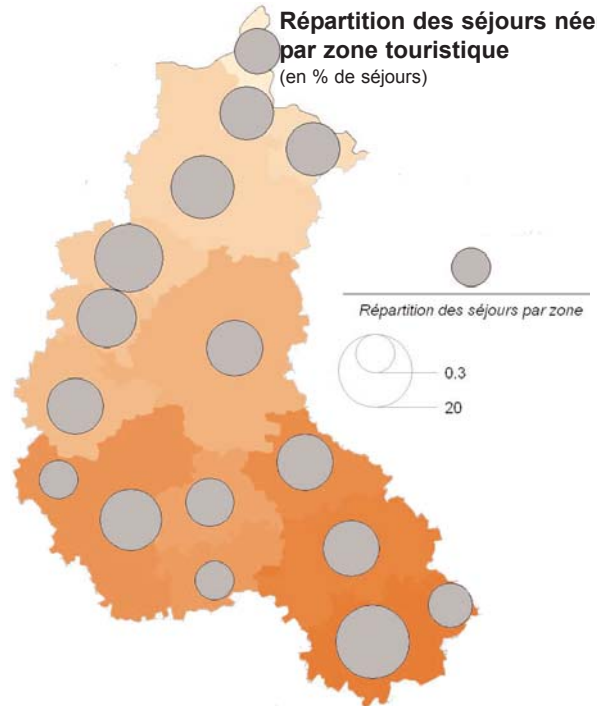
### Hébergement : le camping

Le camping est le premier mode d'hébergement choisi par les Néerlandais : 49% soit + 37 points par rapport à l'ensemble des clientèles.

L'hôtel arrive en seconde position avec 43% des séjours soit -30 points par rapport à l'ensemble des nationalités.



### Répartition des séjours néerlandais par zone touristique (en % de séjours)



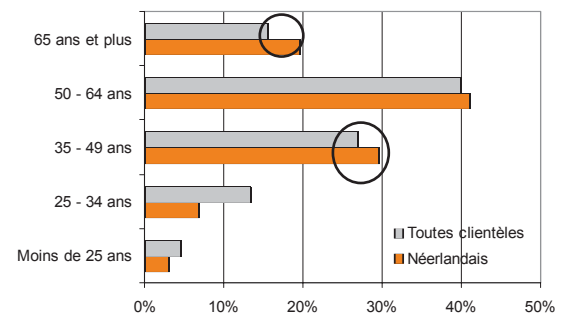
### Pays de Langres, première zone d'accueil

Les touristes Néerlandais, vont en priorité, vers le Pays de Langres avec 20% des séjours décrits. Reims et sa région est la deuxième zone d'accueil en terme de volume de séjours avec 15% des séjours néerlandais.

### Age : une clientèle plus âgée

La première classe d'âge est la classe 50-64 ans avec 41.1% des séjours soit +1.2 point. Ce sont dans les classes plus âgées que la clientèle néerlandaise est plus présente qu'en moyenne régionale. Les plus de 65 ans par exemple, représentent 19.6% des séjours soit + 4.1 points par rapport à l'ensemble des clientèles.

### Répartition par classe d'âge

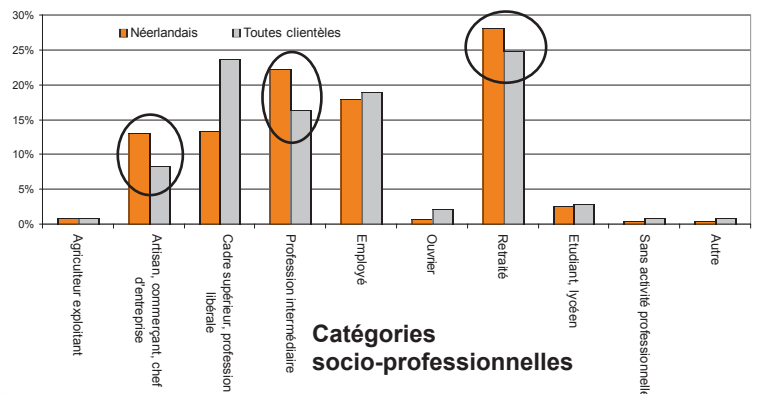


### Plutôt des classes moyennes

La Champagne-Ardenne attire une clientèle néerlandaise constituée de :

- retraités à 28.2% soit + 3.3 points ;
- professions intermédiaires à 22.2% soit +5.8 points ;
- d'employés à 18%, légèrement sous-représentée avec -1 point.

Les artisans et commerçants représentant 13% des séjours, sont sur-représentés par rapport à l'ensemble des nationalités avec +4.7 points.



### Composition du ménage touristique

Les couples sont majoritaires, comme sur l'ensemble des nationalités avec 59.9% des séjours. Mais, ils sont sous-représentés (-1.8 points par rapport à la moyenne, toutes nationalités). Les familles représentent 20.7%, elles sont sur-représentées avec +6.1 points. Le nombre moyen d'enfants de moins de 15 ans est en moyenne de 2.2 par famille contre 1.8 en moyenne régionale.

### Comportements touristiques

#### Moyen de transport : la voiture et le camping-car

La voiture personnelle est le premier moyen de transport avec 85.4% soit + 4 points par rapport à l'ensemble des nationalités. Le camping-car est relativement plus utilisé que chez les autres clientèles puisque 9.4% des séjours néerlandais en Champagne-Ardenne se font en camping-car soit + 5.6 points par rapport à la moyenne, toutes nationalités confondues.

#### Fidélité

Pour plus de 62.3% de la population touristique, ce séjour est leur premier dans notre région.

Pour les habitués, 60.3% étaient venus dans les 3 dernières années.

#### Durée de séjour : 5.4 nuits en moyenne

La durée moyenne de séjour des Néerlandais s'élève à 5.4 nuits sur la région. Les court-séjours (1 à 3 nuits) représentent près de 47.7% des séjours. Les séjours longs de 4 à 20 nuits sont eux sur-représentés comparé à la moyenne régionale.

#### Les touristes viennent tout d'abord pour la beauté des sites et des paysages

Pour 45.8% des séjours, la Champagne-Ardenne était la destination finale de leur séjour.

Les Néerlandais viennent en premier lieu pour la beauté des sites et des paysages à 50.3% des séjours décrits soit 10.5 points, le calme et la tranquillité avec 40.1% avec +12.8 points. Le patrimoine attire en 3<sup>ème</sup> position avec 36.1% soit -1.2 points.

#### La recherche d'informations : le web

56% 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 pour 42.5% des touristes néerlandais et de façon plus forte que sur la moyenne régionale (+1.3 point). Les brochures touristiques sont encore un moyen bien implanté dans la population touristique néerlandaise venant en région avec 37.9% des séjours décrits (+1 point par rapport à la moyenne régionale). La recherche par le biais des organismes de tourisme est aussi importante avec 10.5% des séjours soit +1.7 points par rapport à la moyenne régionale.

#### Activités pratiquées : visite de sites de mémoire

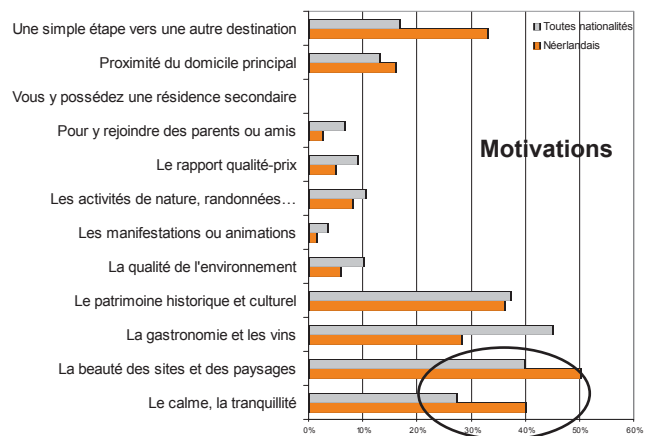
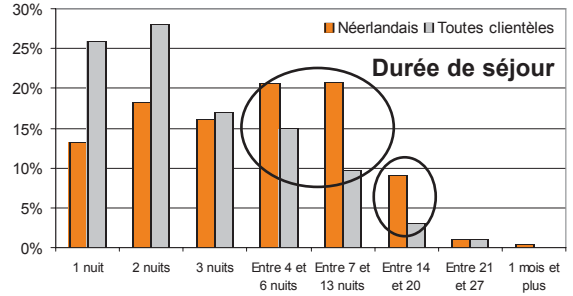
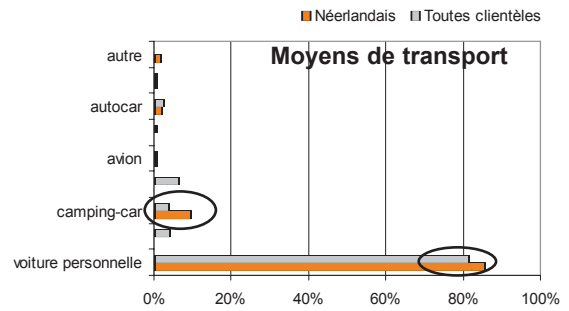
La clientèle néerlandaise de Champagne-Ardenne présente des caractéristiques atypiques. Elle visite en premier lieu les sites de mémoire à 56.8% soit + 36.3 points par rapport à la moyenne régionale.

Ils pratiquent de façon plus importante que la moyenne régionale la promenade et la randonnée pédestre à 54.4% soit + 17.7 points.

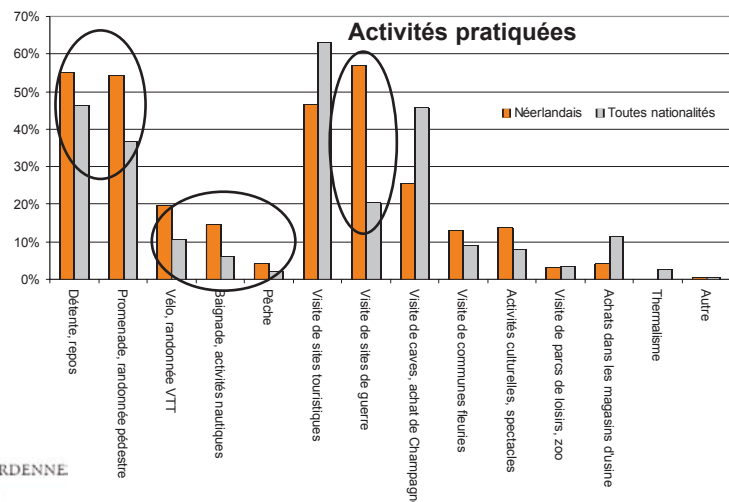
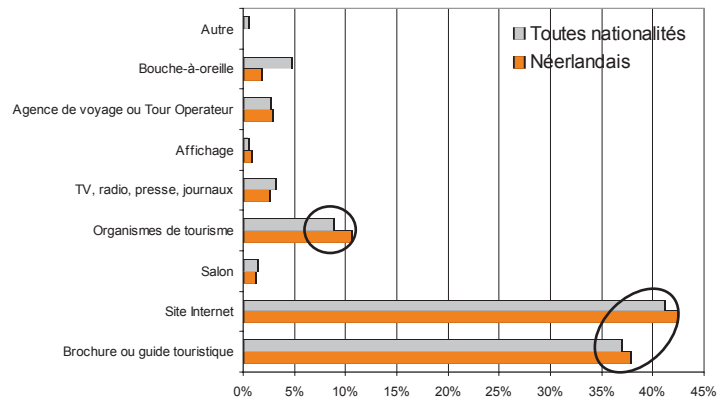
La visite de sites touristiques constitue la 3<sup>ème</sup> activité avec 46.8% des séjours mais de façon moins importante que la moyenne régionale 46.8% (-16.2 points).

Les visites de caves et l'achat de champagne est pratiquée par un quart de la population néerlandaise mais de façon moins importante que la moyenne régionale (-20.3 points).

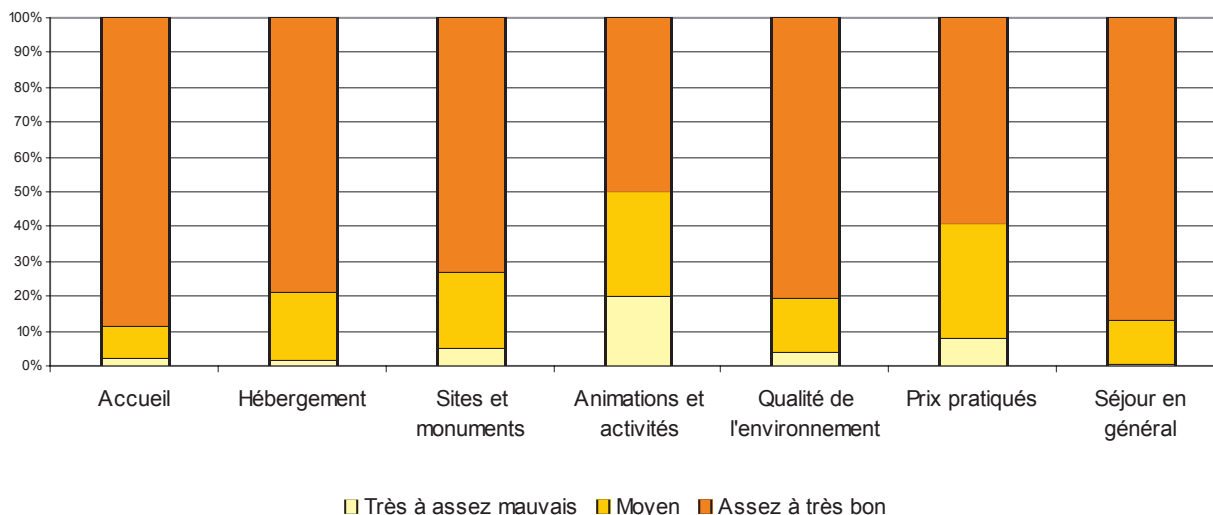
■ Pays-Bas  
■ Toutes nationalités



#### Moyens de recherche d'informations



## Niveau de satisfaction



	Accueil	Hébergement	Sites et monuments	Animations et activités	Qualité de l'environnement	Prix pratiqués	Séjour en général
<b>Très à assez mauvais</b>	2,5%	1,5%	5,3%	20,4%	3,8%	8,1%	0,7%
<b>Moyen</b>	8,9%	19,9%	21,6%	29,5%	16,0%	32,8%	12,6%
<b>Assez à très bon</b>	88,6%	78,6%	73,1%	50,2%	80,1%	59,0%	86,7%

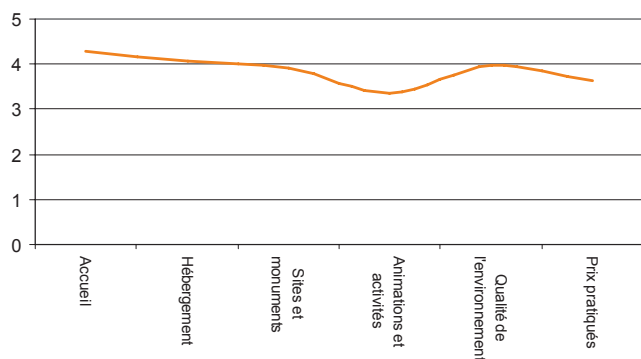
### Points forts

C'est l'accueil que les touristes néerlandais notent le mieux avec 4.29 sur 5. L'hébergement arrive ensuite avec une moyenne de 4.08, la qualité de l'environnement suit avec 3.99.

### Points faibles

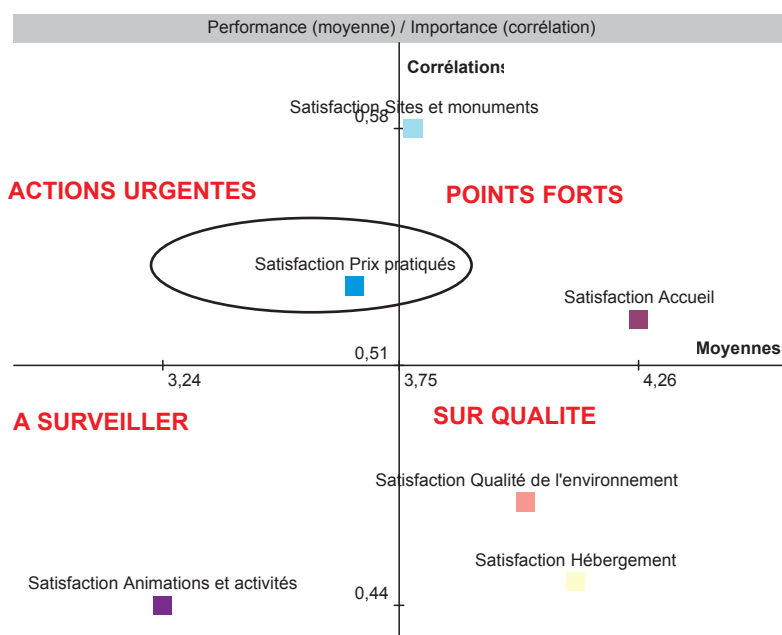
Comme pour l'ensemble des clientèles, les prix pratiqués et le manque d'animations sont les deux points faibles. Les Néerlandais attribuent une note moyenne de 3.64 sur 5 pour les prix et 3.35 sur 5 pour les animations. Par contre, ces deux points faibles n'agissent pas de la même façon. Ainsi, une action urgente est à mener sur les prix pratiqués qui impacte négativement sur la note de satisfaction globale alors que le manque d'animations ne constitue pas pour l'instant une éventuelle raison de non retour.

### Note par poste (de 1 à 5)



#### 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

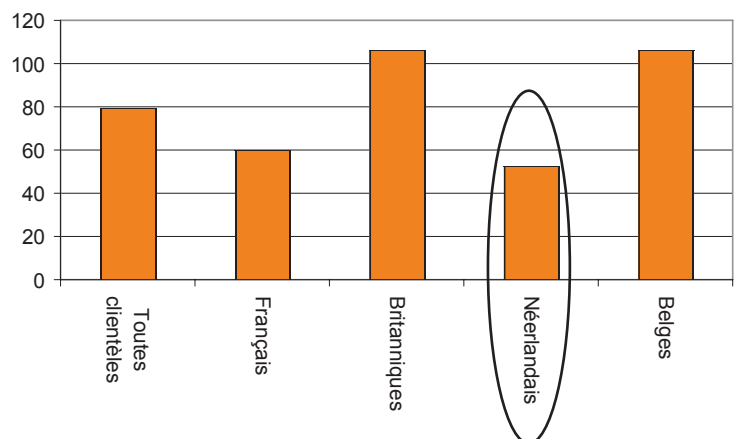
La dépense moyenne globale par nuitée et par personne, tous hébergements marchands confondus se fixe à 79.5 €.

Les Néerlandais dépensent 52.6 € par personne et par nuitée. Cette dépense est la plus faible comparativement aux autres clientèles étudiées : -26.9 € par rapport à la moyenne, toutes nationalités confondues.

Un Britannique dépense près de 2 fois plus qu'un Néerlandais en hébergement marchand en Champagne-Ardenne.

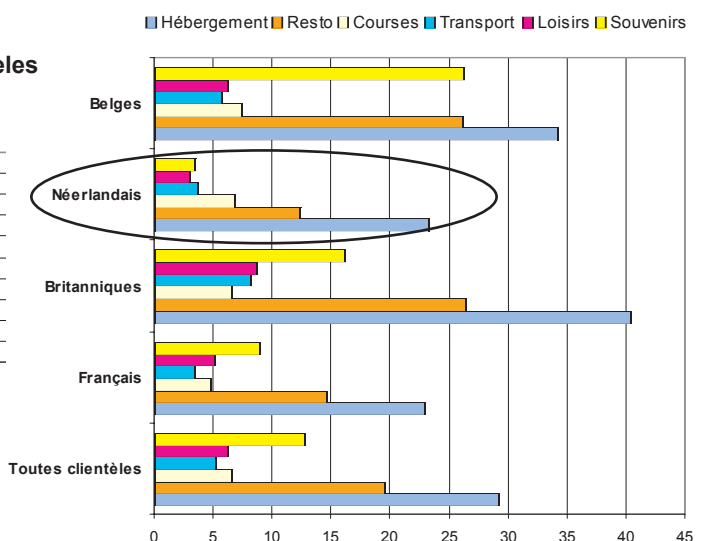
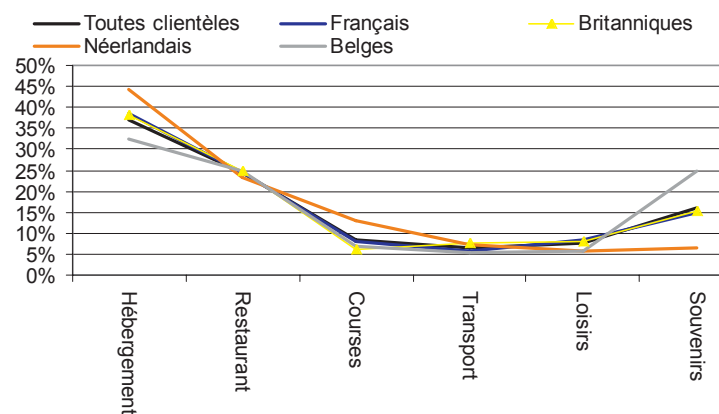
Les parts des dépenses en hébergement et en courses alimentaires sont plus fortes que pour les autres clientèles.

### Dépense



### Répartition des dépenses par poste selon les clientèles

#### Poids de chaque poste de dépense par poste selon les clientèles



**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 Eureka 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 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>

Un grand merci à tous les professionnels du tourisme, partenaires de cette opération, aux Comités Départementaux du Tourisme Aube et Marne, co-financeurs, et aux Comités Départementaux du Tourisme Ardennes et Haute-Marne pour leur soutien technique.