



La clientèle touristique d'Epervay et Montagne de Reims



Champs de l'étude : Les résultats suivants portent sur l'ensemble des séjours en hébergements marchands en séjour d'agrément sur la zone Epervay / Montagne de Reims.

Profil de la clientèle

Saisonnalité

La zone Epervay et Montagne de Reims a une fréquentation beaucoup moins saisonnière que la moyenne régionale.

Hébergement : l'hôtel et les chambres d'hôtes

Les touristes vont prioritairement vers l'hôtel : 67% des séjours. Mais les chambres d'hôtes sont très bien fréquentées avec 15.5% des séjours décrits soit + 7.5 points par rapport à la moyenne régionale.

Age : une clientèle plutôt plus jeune

La population touristique de la zone d'Epervay et Montagne de Reims est constituée à 36% de 50-64 ans, 27% de 35-49 ans. Les 25-34 ans sont sur-représentés : 20% soit + 7 points par rapport à la moyenne régionale.

C.S.P. : cadres et commerçants

Epervay et Montagne de Reims attire une clientèle constituée de :

- cadres, commerçants et artisans à 39% soit 7 points de plus qu'en moyenne régionale ;
- retraités à 21% soit -4 points par rapport à la moyenne régionale ;
- employés à 18% soit -1 point par rapport à la moyenne régionale.

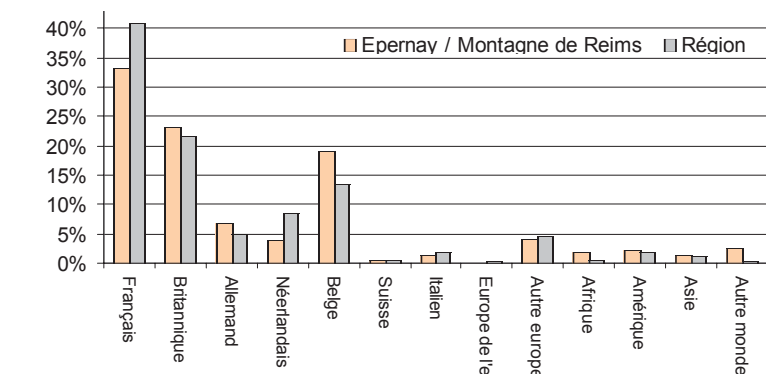
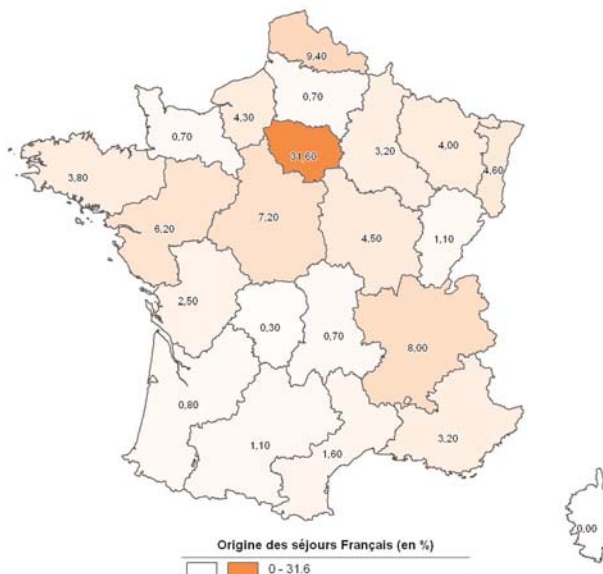
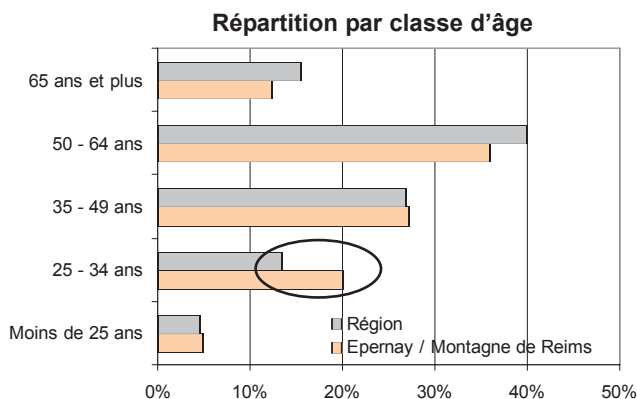
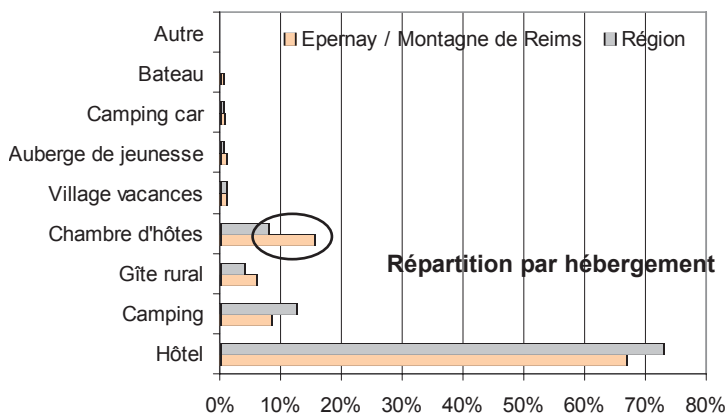
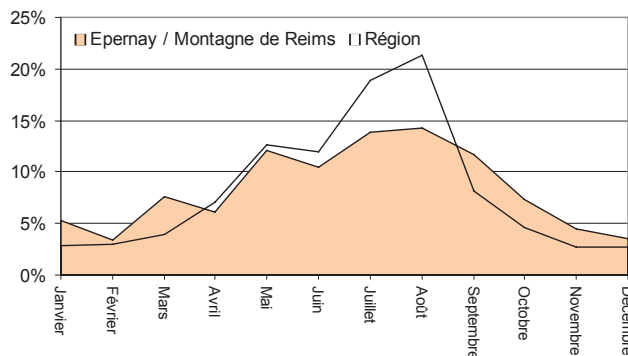
Origine de la clientèle : Britanniques et Belges

La clientèle française représente 33% des séjours décrits, contre 41% en moyenne régionale.

La clientèle française de ce territoire est à l'image de la région, une clientèle de proximité. L'Île-de-France représente près de 32% des séjours décrits soit +2.3 points qu'en moyenne régionale. Les habitants du Nord-Pas-de-Calais arrivent en seconde position avec 9.4% des séjours mais sont moins présents qu'en moyenne régionale. La clientèle issue de la région Centre arrive en 4ème position, après Rhône-Alpes, avec 7.2% des séjours et est sur-représentée de 3.3 points.

La clientèle étrangère est très importante pour cette zone puisqu'elle constitue 2/3 des séjours. La première clientèle étrangère est la clientèle Britannique avec 23% des séjours décrits et de façon plus forte qu'en moyenne régionale (+2 points). Les Belges arrivent en seconde position avec 19.2% des séjours et là encore présents de manière plus importante (+6 points) qu'en moyenne régionale.

Les clientèles lointaines, hors Europe, sont aussi plus présentes qu'en moyenne régionale, même si elles ne représentent que 8% des séjours (+ 4 points par rapport à la moyenne régionale).



Composition du ménage touristique

Les couples sont majoritaires, comme sur la région avec 60% des séjours.

Les groupes avec parents ou amis représentent, eux, 25% des séjours décrits et sont plus présents avec +6.4 points par rapport à la moyenne régionale.

Les familles ont en moyenne 1.4 enfant de moins de 15 ans, contre 1.8 en moyenne régionale.

Comportements touristiques

Moyen de transport : la voiture

La voiture personnelle est le premier moyen de transport avec 74% soit -7.5 points par rapport à la moyenne régionale. Les voitures de location sont davantage présentes qu'en moyenne régionale (8% soit + 3.8 points). Les autocars sont aussi plus utilisés qu'en région.

Fidélité

Pour 57.5% de la population touristique, ce séjour est leur premier dans notre région.

Pour les habitués, 56.3% étaient venus dans les 3 dernières années.

Durée de séjour : 2.7 nuits en moyenne

La durée moyenne de séjour sur Épernay / Montagne de Reims s'élève à 2.7 nuits.

Les courts séjours de 2 (35.6%) et 3 (18.3%) nuits sont sur-représentés : +7.5 points et 1.2 point au-dessus de la moyenne régionale.

La gastronomie et les vins

Pour 55.9% des séjours, la Champagne-Ardenne était la destination finale de leur séjour, à l'image de la tendance régionale.

Les touristes d'Épernay / Montagne de Reims viennent en premier lieu et de façon forte pour la gastronomie et les vins à 76.4% soit + 31.3 points au-dessus de la moyenne régionale, ce qui confirme bien la spécificité de ce territoire. La deuxième motivation est la beauté des sites et des paysages avec 35% des touristes (-4.8 points par rapport à la moyenne régionale). La troisième motivation des touristes est le patrimoine avec 24.5% des citations, soit -12.8 points par rapport à la moyenne régionale.

La recherche d'informations : le web

75.2% de la population touristique a recherché des informations avant de venir sur le territoire Épernay / Montagne de Reims, soit de façon plus forte qu'en moyenne régionale.

Le premier moyen de recherche d'informations a été le réseau Internet pour 40.2% des touristes (-1 point par rapport à la moyenne régionale). Les brochures touristiques arrivent en seconde position avec 35.5% des citations (-1.4 point par rapport à la moyenne régionale). Les agences de voyages et tour opérateurs sont sur-représentés par rapport au comportement moyen du touriste se rendant en région avec +2.2 points.

Activités pratiquées : visite de caves

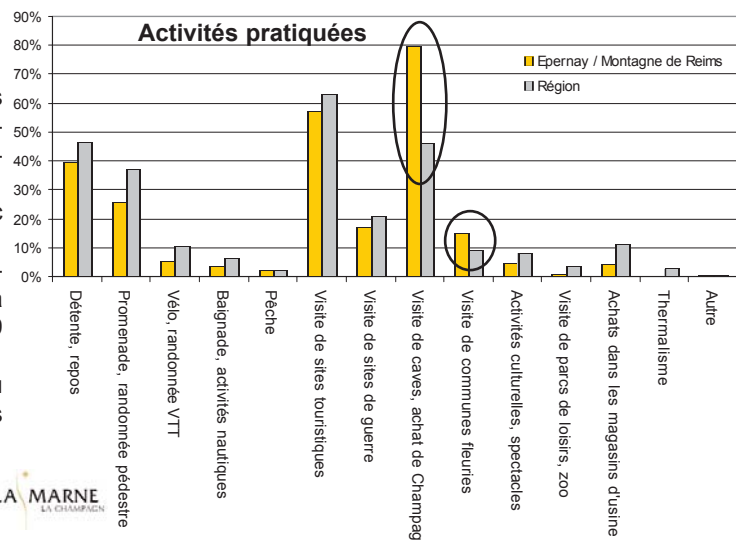
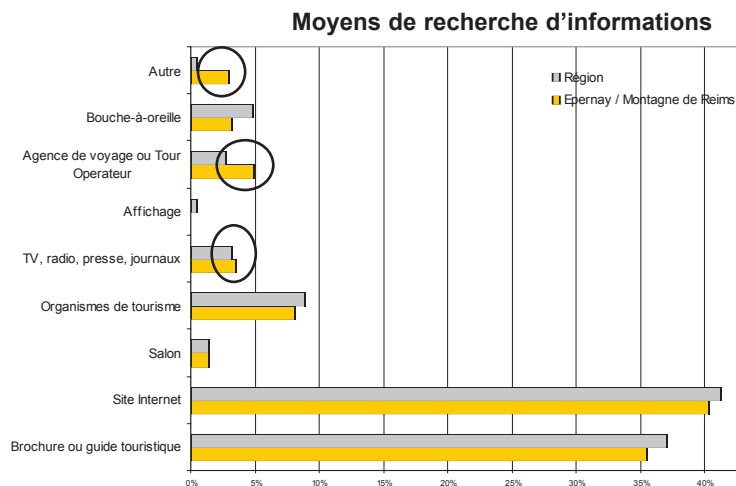
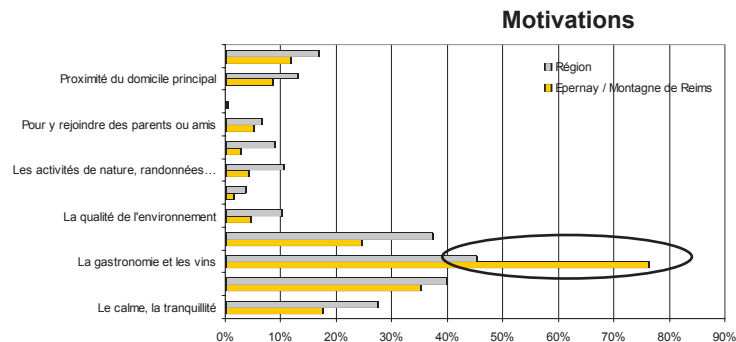
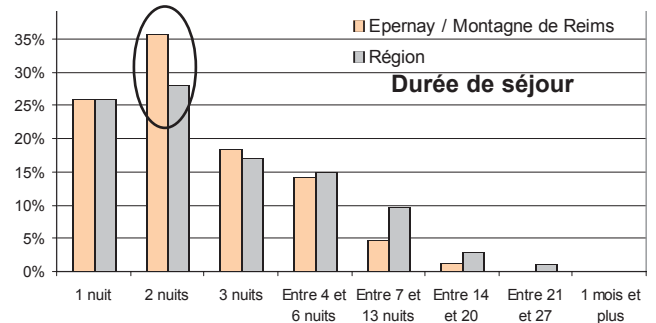
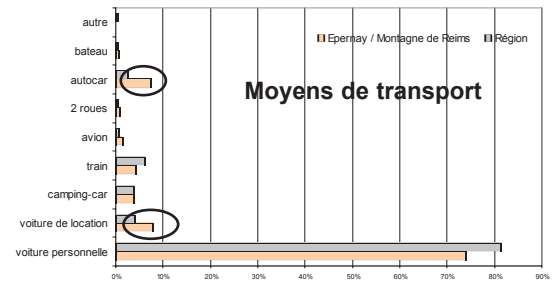
La clientèle d'Épernay / Montagne de Reims visite en premier lieu les caves et achète du champagne pour 79.7% soit +33.9 points par rapport au comportement du touriste moyen qui visite la Champagne-Ardenne.

La deuxième activité pratiquée est la visite de sites touristiques avec 57% des citations (-6 points par rapport à la moyenne régionale).

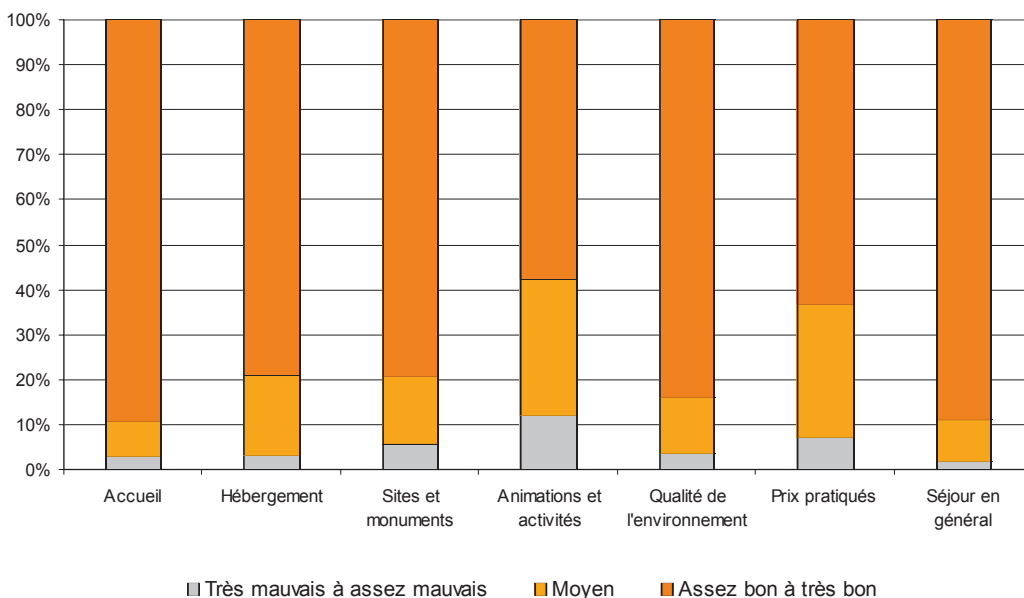
La détente et le repos arrivent en 3ème position avec 39.8% des citations (-6.6 points par rapport à la moyenne régionale), suivis de la promenade et de la randonnée pédestre avec 25.8% soit -10.9 points.

La visite de communes fleuries est sur-représentée par rapport au comportement moyen observé en région avec 14.8% des citations soit +5.9 points.

Épernay / Montagne de Reims
Région



Niveau de satisfaction



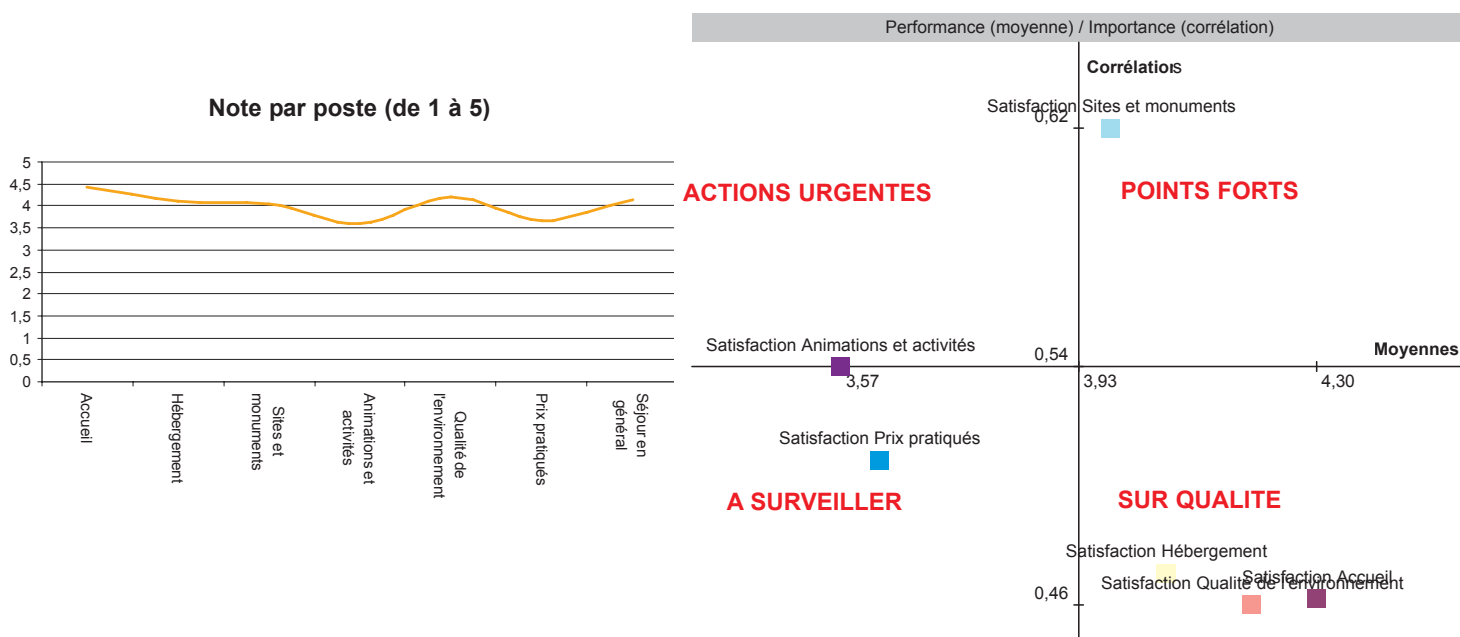
	Accueil	Hébergement	Sites et monuments	Animations et activités	Qualité de l'environnement	Prix pratiqués	Séjour en général
Très mauvais à assez mauvais	3,0%	3,3%	5,7%	12,0%	3,4%	7,1%	1,7%
Moyen	7,5%	17,7%	14,9%	30,2%	12,7%	29,5%	9,4%
Assez bon à très bon	89,5%	79,0%	79,3%	57,8%	83,9%	63,4%	88,9%

Points forts

C'est aussi sur ce territoire que les touristes notent le mieux l'accueil (4.43 sur 5). La qualité de l'environnement (4.19) et les hébergements (4.11) arrivent après.

Points faibles

Comme pour l'ensemble des territoires, les prix pratiqués et le manque d'animations sont les deux points faibles. Les touristes attribuent une note moyenne de 3.66 sur 5 pour les prix et 3.61 sur 5 pour les animations. Par contre, ces deux points faibles ne semblent pas pour l'instant à envisager comme action urgente. Il reste tout de même à surveiller ces deux éléments.



Dépenses

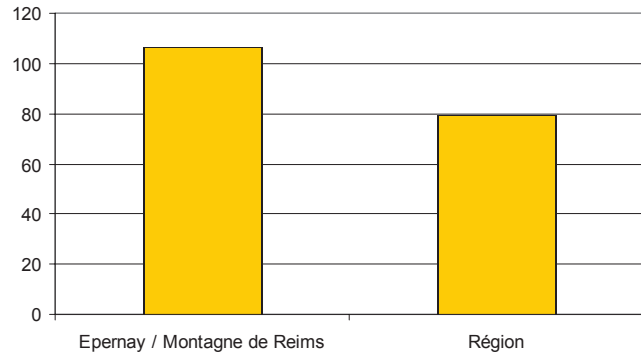
La dépense moyenne globale par nuitée et par personne, tous hébergements marchands confondus sur la zone d'Épernay / Montagne de Reims se fixe à 107 €.

Cette dépense est plus élevée qu'en moyenne régionale avec + 27.2 € supplémentaires.

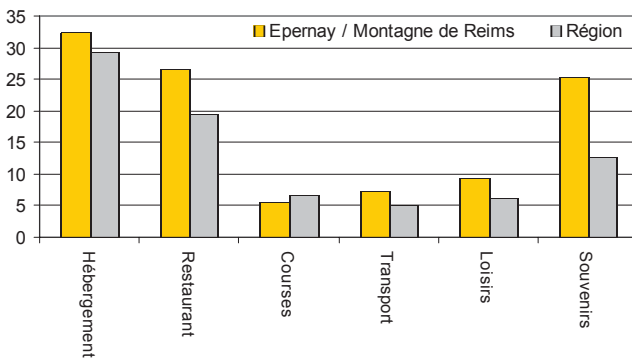
Le poste de dépenses le plus fort est l'hébergement avec 32.4 € en moyenne (tous types d'hébergements confondus). Il représente 30.4% de la dépense totale mais, cette part est plus faible qu'en moyenne régionale.

La dépense en souvenirs est le 3ème poste de dépense, 23.7% de la dépense totale soit + 7.7 points au-dessus de la moyenne régionale, conséquence de l'achat de champagne.

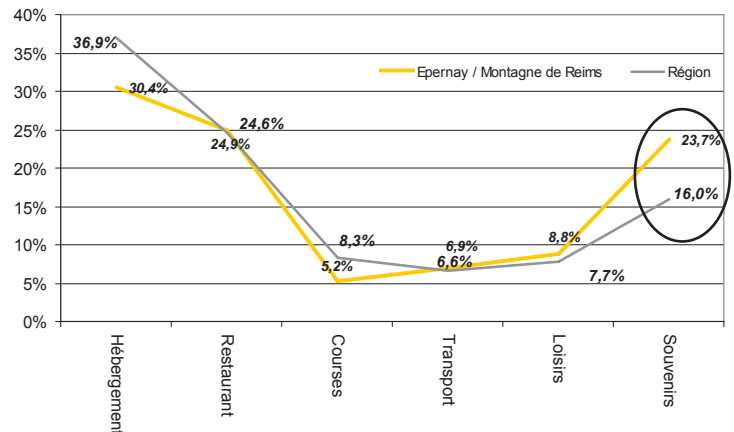
Dépense



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 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 (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 exploitation 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.