



La clientèle touristique de la Plaine champenoise, Perthois et Argonne marnaise

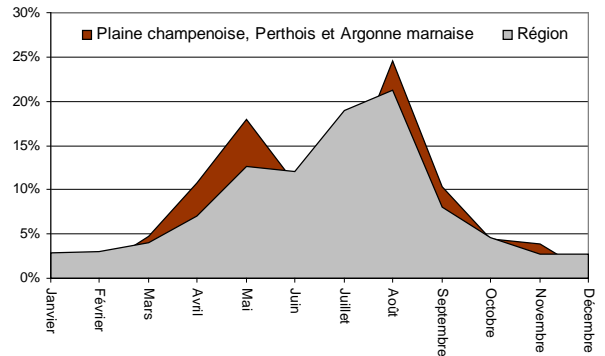


Champs de l'étude : Les résultats suivants portent sur l'ensemble des séjours d'agrément en hébergement marchand sur la zone de plaine champenoise, Perthois et Argonne marnaise (hors séjours d'affaires).

Profil de la clientèle

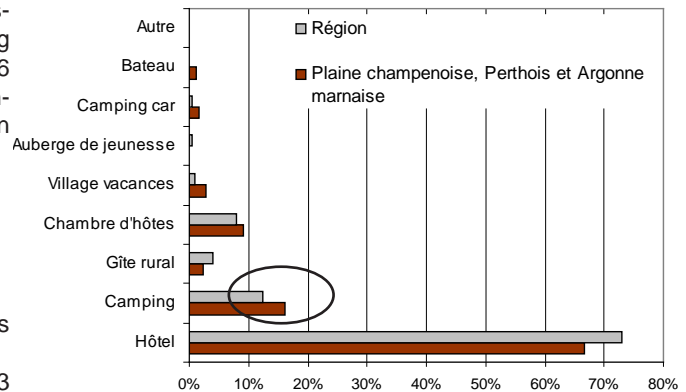
Saisonnalité

Le poids de la fréquentation mensuelle d'avril / mai et d'août / septembre de la Plaine champenoise, Perthois et Argonne est plus importante qu'en moyenne régionale.



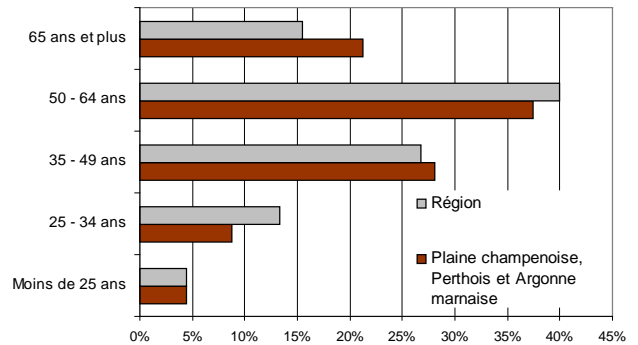
Hébergement : hôtel, camping et chambres d'hôtes

Le premier mode d'hébergement est l'hôtel à 66.6%. Il est d'ailleurs sous-représenté par rapport à la moyenne régionale (-6.4 points). Le camping arrive en 2^{ème} position avec 16.1% des séjours et est sur-représenté (+3.6 points). Les chambres d'hôtes sont très fréquentées puisqu'elles représentent le 3^{ème} mode d'hébergement de la zone et de façon plus forte qu'en moyenne régionale (9.2%).



Age : une clientèle plus âgée

La classe la plus représentée est la classe des 50-64 ans avec 37.4% des séjours, mais moins représentée qu'en moyenne régionale (-2.5 points). Les 35-49 ans arrivent en seconde position avec 28.1% des séjours (+1.3 point). Les 65 ans et plus, 21.2% des séjours décrits, sont largement plus présents qu'en moyenne régionale : +5.7 points.



C.S.P. : retraités

Les retraités sont la 1^{ère} catégorie socio-professionnelle de la zone avec 29.4% des séjours décrits et de façon plus forte qu'en moyenne régionale (+4.5 points). Les cadres arrivent en 2^{ème} position avec 22.4% des séjours décrits mais de façon moins forte qu'en moyenne régionale.

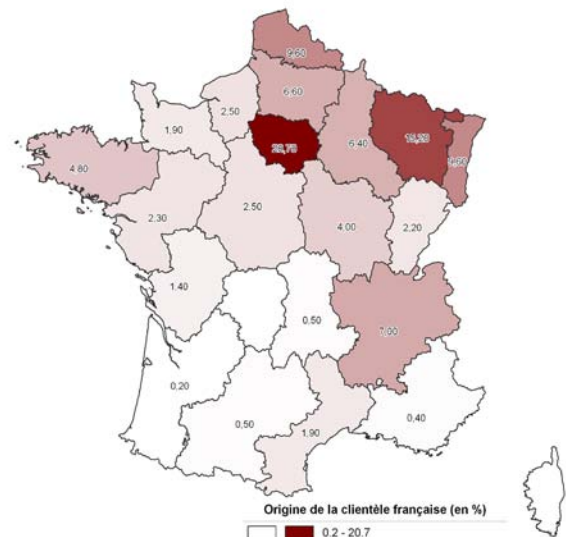
Origine de la clientèle : Français et Britanniques

Les Français constituent la première clientèle de cette zone avec 47% des séjours décrits. Ils sont d'ailleurs sur-représentés par rapport à la moyenne régionale avec +6.2 points.

La clientèle française est une clientèle de proximité. En effet, les Franciliens arrivent en tête avec 20.7% des séjours français décrits, mais avec 8.6 points de moins qu'en moyenne régionale.

Mais cette zone attire plutôt des clientèles de l'est de la France. Les Lorrains suivent avec 15.2% des séjours français, soit +7.8 points qu'en moyenne régionale. Notons également que l'Alsace arrive en 3^{ème} position avec 9.6% des séjours décrits soit +6.3 points par rapport à la distribution moyenne régionale.

Les Britanniques représentent la première clientèle étrangère de la zone Plaine champenoise, Perthois et Argonne marnaise avec 27.9% des séjours décrits. Ils sont d'ailleurs plus présents qu'en moyenne régionale : +6.3 points. La deuxième clientèle étrangère est la clientèle Belge avec 13.3% des séjours décrits, dans les mêmes proportions qu'en moyenne régionale.



■ Plaine champenoise, Perthois et Argonne marnaise
 ■ Région

Composition du ménage touristique

Les couples représentent 64.4% des séjours décrits avec +2.7 points de plus qu'en moyenne régionale. Les familles représentent 20.2% des séjours et sont aussi sur-représentées (+5.6 points par rapport à la moyenne régionale).

Le nombre moyen d'enfants de moins de 15 ans est de 1.9 contre 1.8 en moyenne régionale.

Comportements touristiques

Moyen de transport : la voiture

Le premier mode de transport est la voiture à 89.7% soit 8.3 points de plus qu'en moyenne régionale.

Les camping-cars sont le deuxième mode de transport utilisé par les touristes pour se rendre dans cette zone avec 5.2% des séjours décrits soit +1.4 point que la moyenne régionale.

Fidélité

Pour 49.1% de la population touristique, ce séjour est leur premier dans cette zone.

Pour les habitués, 68.7% étaient venus au cours des 3 dernières années.

Durée de séjour : 3.9 nuits

La durée moyenne de séjour se fixe à 3.9 nuits.

Les séjours d'une nuit sont sur-représentés : 35.3% des séjours soit 9.3 points au-dessus de la moyenne régionale.

La beauté des sites et des paysages

Pour 55.4% des séjours, la zone Plaine champenoise, Perthois et Argonne marnaise était la destination finale de leurs vacances.

La 1^{ère} motivation est la beauté des sites et des paysages (35.8%), le calme et la tranquillité arrivent en 2^{ème} position avec 32.9% des séjours soit + 5.6 points.

La gastronomie et les vins suivent avec 26.6% des séjours ainsi que le patrimoine historique et culturel (24.9% des séjours).

Ce territoire a une image forte liée à la nature et à l'environnement.

La recherche d'informations : Internet

71% de la population touristique avait recherché des informations avant de se rendre sur cette zone.

Le réseau Internet constitue le 1^{er} moyen de recherche d'informations (44.1% et de façon plus forte qu'en moyenne régionale : +2.9 points). Les deux autres moyens «traditionnels» de recherche d'informations sont aussi sur-représentés : les brochures (40.1%, soit +3.1 points) et les salons (3%, +1.6 point).

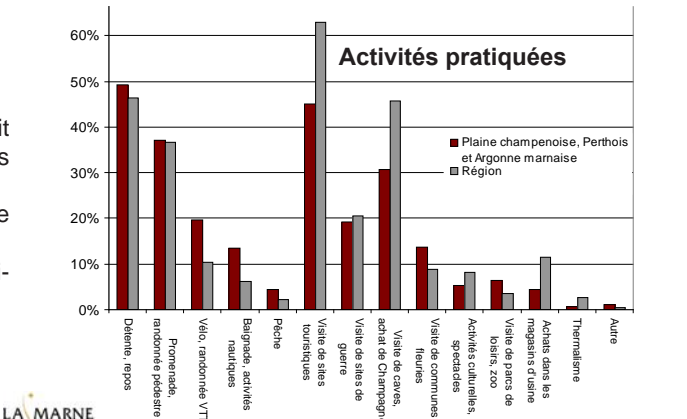
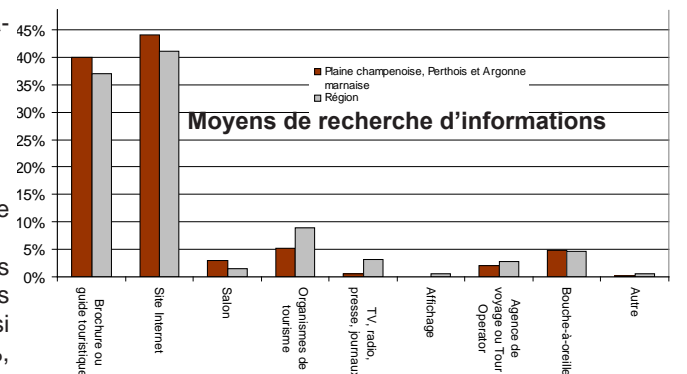
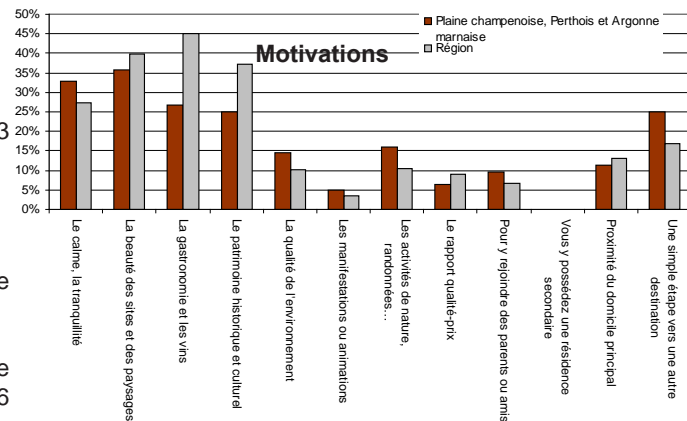
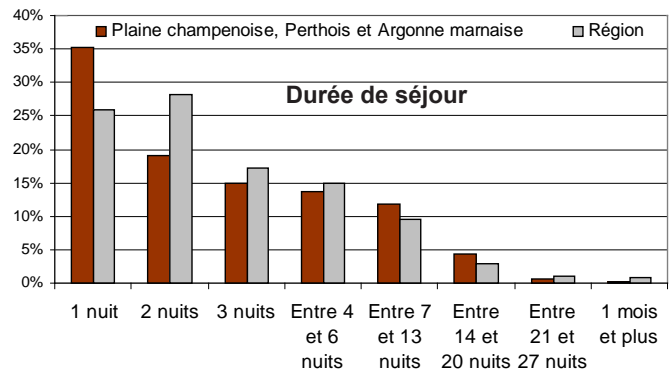
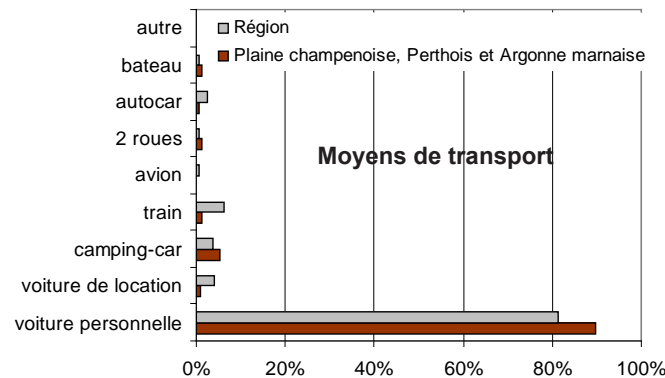
Activités pratiquées : farniente et visites de sites

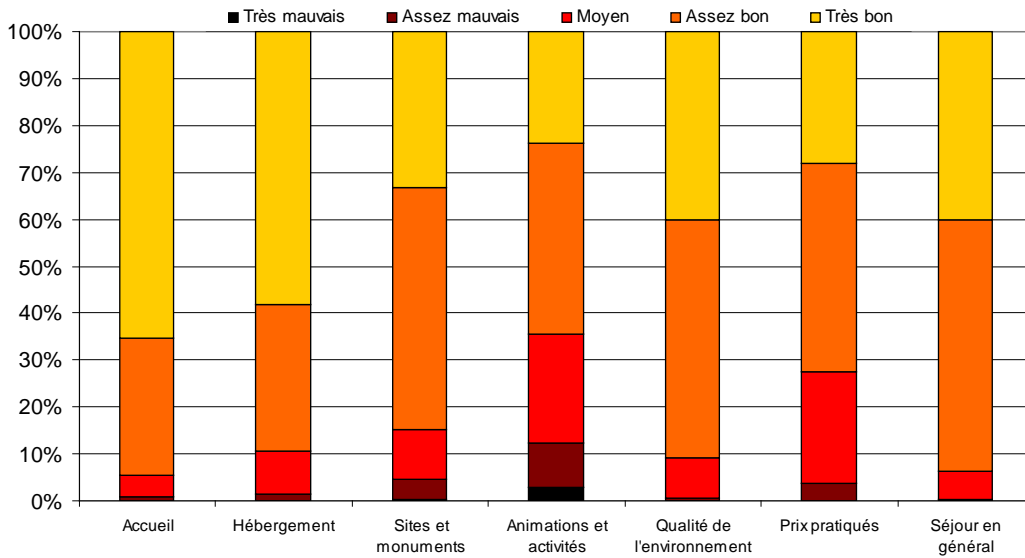
La première activité pratiquée est la détente avec 49.3% des séjours soit +2.9 points, suivie de la visite de sites touristiques avec 45.1% des séjours (-17.9 points).

La promenade et la randonnée constituent la troisième activité pratiquée avec 37.2% des séjours décrits.

La visite de caves et l'achat de champagne représentent le 4^{ème} type d'activités pratiquées.

■ Plaine champenoise, Perthois et Argonne marnaise
■ Région





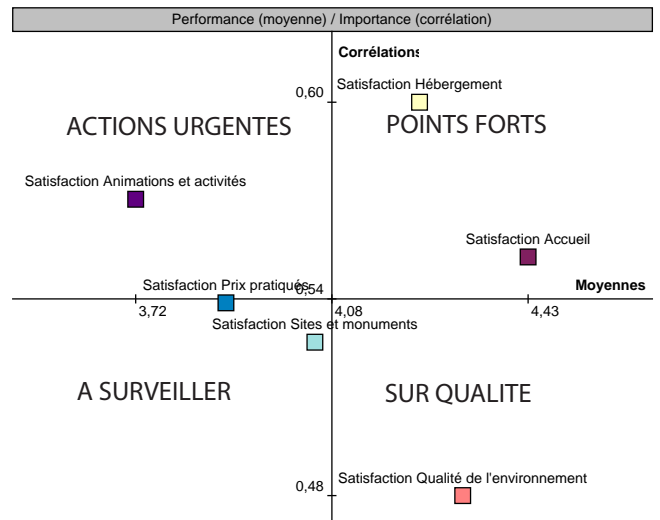
	Accueil	Hébergement	Sites et monuments	Animations et activités	Qualité de l'environnement	Prix pratiqués	Séjour en général
Très mauvais	0,1%	0,0%	0,3%	3,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Assez mauvais	0,8%	1,4%	4,4%	9,4%	0,6%	3,6%	0,3%
Moyen	4,6%	9,3%	10,5%	23,2%	8,5%	23,9%	6,1%
Assez bon	29,2%	31,2%	51,6%	40,7%	50,7%	44,3%	53,4%
Très bon	65,4%	58,1%	33,2%	23,6%	40,1%	28,1%	40,2%

Points forts

L'accueil est la modalité la mieux notée par les touristes avec 4.59 sur 10. Les hébergements (4.46), et la qualité de l'environnement suivent.

Points faibles

A l'inverse, les prix pratiqués (3.97) et les animations et activités (3.72), à l'image de la tendance régionale, sont les modalités les moins bien notées. Mais, le manque d'animations impacte plus fortement sur la note de satisfaction globale que les prix pratiqués.

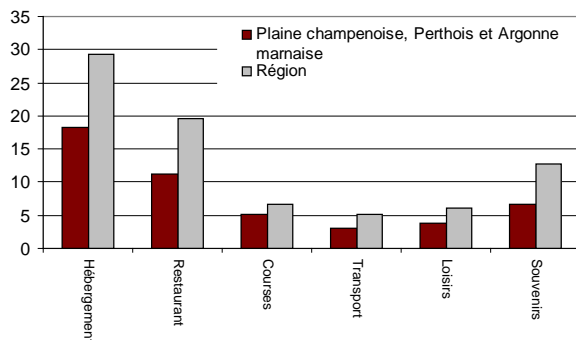


Dépenses

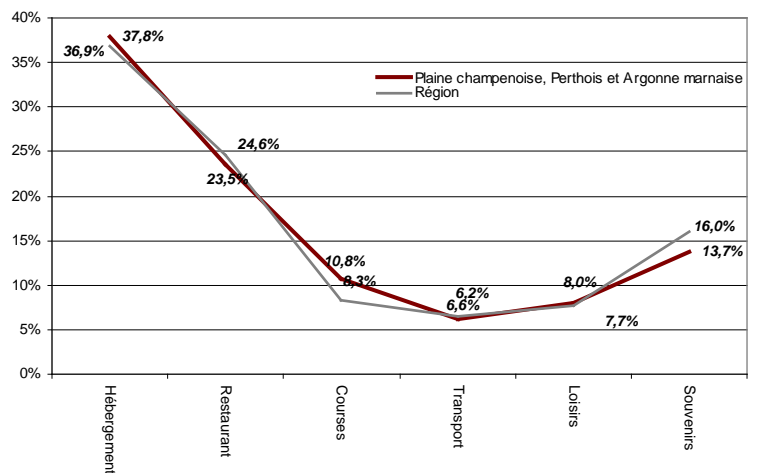
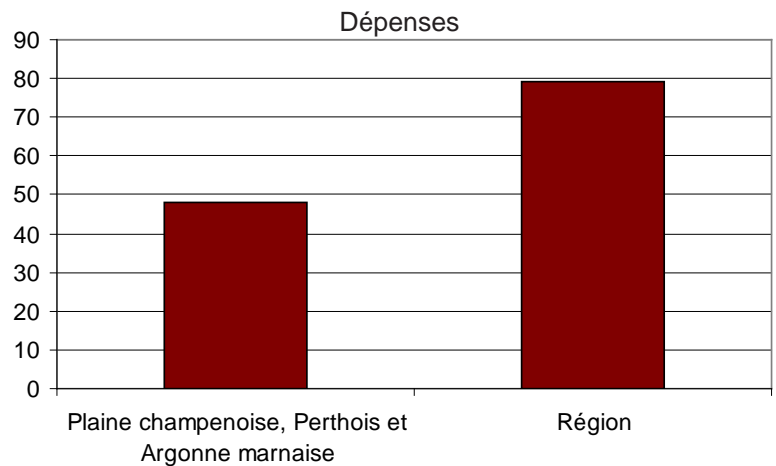
La dépense des touristes sur cette zone s'élève à 48.2 € par nuitée et par personne. Elle est très faible en comparaison avec la moyenne régionale : 31 € de moins. Le poste hébergement sur cette zone, représente 37.5% de moins qu'en moyenne régionale.

Mais, la répartition par poste de dépenses est quasiment similaire à celle enregistrée au niveau régional.

Le poste courses alimentaires étant légèrement plus important à cause de la présence plus forte des séjours hébergés en campings.



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 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 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 de l'Aube et de la Marne, co-financiers, et aux Comités Départementaux du Tourisme des Ardennes et de la Haute-Marne pour leur soutien technique.