



La clientèle touristique du Nogentais, plaine champenoise, Chaourçois, Armance et Pays d'Othe

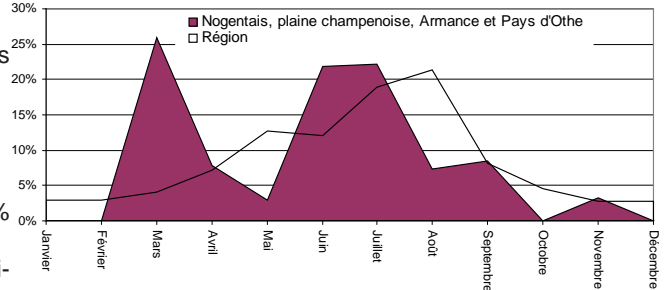


Champs de l'étude : Les résultats suivants portent sur l'ensemble des séjours d'agrément en hébergement marchand sur la zone du nogentais, plaine champenoise, Chaourçois, Armance et Pays d'Othe (hors séjours d'affaires).

Profil de la clientèle

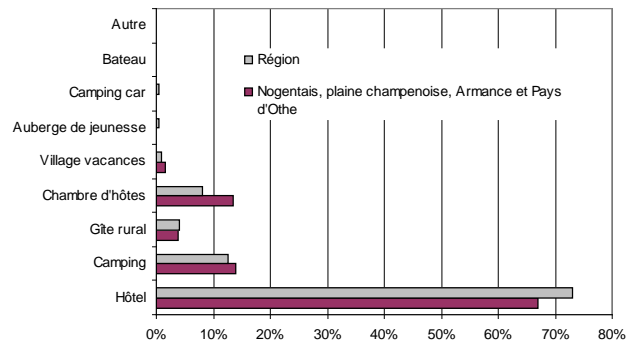
Saisonnalité

La fréquentation de la zone de ce territoire est assez chaotique : les mois les plus fréquentés sont mars, juin et juillet.



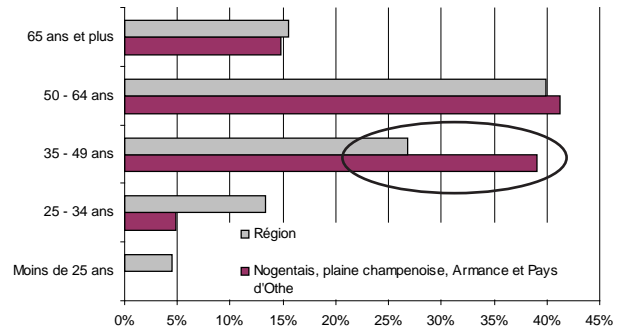
Hébergement : campings et chambres d'hôtes

Le premier mode d'hébergement est l'hôtel mais il ne représente que 67% des séjours décrits contre 73% en moyenne régionale (-6 points). Le tourisme vert est très sollicité par la clientèle de ce territoire et plus particulièrement le camping (14%) et les chambres d'hôtes (13.4%) et de façon plus forte qu'en moyenne régionale : +1.5 et + 5.4 points respectivement.



Age : 35-64 ans

La classe d'âge la plus représentée est la classe des 50-64 ans avec 41.3% des séjours soit +1.4 point qu'en moyenne régionale. La classe d'âge 35-49 ans arrive en seconde position avec 39.1% des séjours décrits soit + 12.3 points.

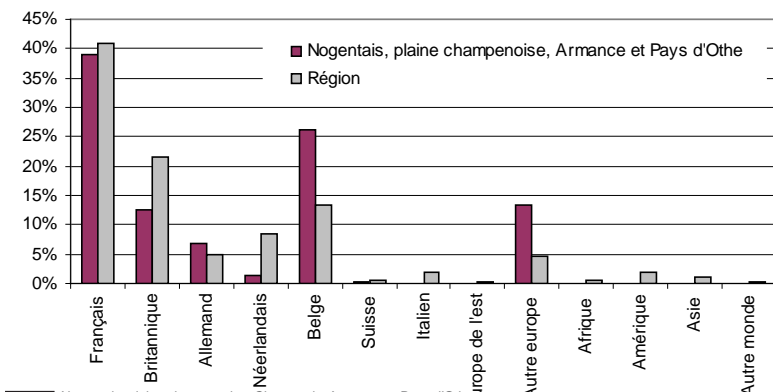


C.S.P. : retraités

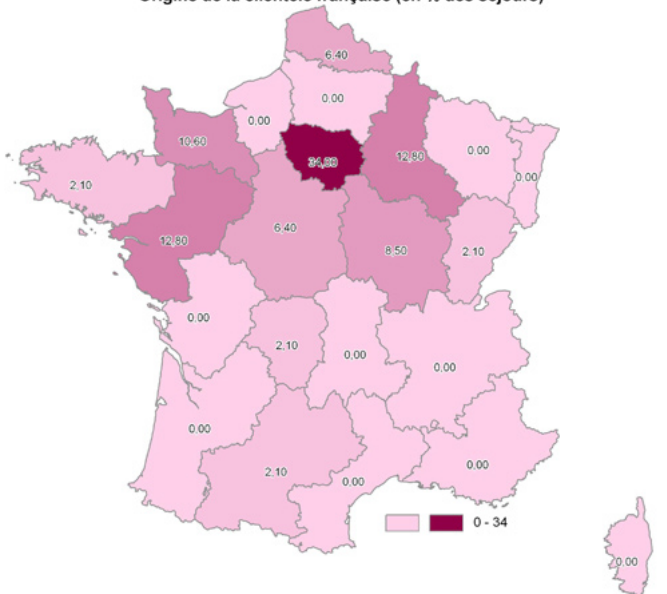
Les retraités représentent la 1^{ère} catégorie socio-professionnelle de la zone avec 25% des séjours décrits. Les cadres arrivent en 2^{ème} position avec 24.1% des séjours décrits. A noter que les artisans et commerçants sont plus présents qu'en moyenne régionale : 14.9% des séjours soit +6.6 points.

Origine de la clientèle : Français et Belges

Les Français constituent la première clientèle de cette zone avec 39% des séjours décrits. La clientèle française est une clientèle de proximité. Les Franciliens arrivent en tête avec 34% des séjours décrits et de façon plus forte qu'en moyenne régionale + 4.7 points. Les habitants de Champagne-Ardenne et des Pays-de-la-Loire représentent les clientèles suivantes avec respectivement 12.8% des séjours décrits. Ces deux clientèles sont d'ailleurs largement plus présentes qu'en moyenne régionale avec +8.9 et +10.1 points. La Basse-Normandie arrive ensuite avec 10.6% des séjours, soit +9.2 points au-dessus de la moyenne régionale. Ce sont les Belges qui constituent la première clientèle étrangère avec 26.3% des séjours décrits et de façon plus forte qu'en moyenne régionale : +12.9 points. Les Britanniques n'arrivent qu'en 2^{ème} position avec 12.6% des séjours soit -9 points au-dessous de la moyenne régionale.



Origine de la clientèle française (en % des séjours)



Composition du ménage touristique

Les couples représentent 49.9% des séjours décrits. Les personnes seules constituent 25.7% des séjours décrits avec 20.5 points de plus qu'en moyenne régionale.

Le nombre moyen d'enfants de moins de 15 ans est de 2.4 contre 1.8 en moyenne régionale.

Comportements touristiques

Moyen de transport : la voiture

Le premier mode de transport est la voiture personnelle à 88.2% soit 6.8 points de plus qu'en moyenne régionale.

Le camping-car occupe la 2^{ème} place avec 3.6% des séjours décrits. A noter que l'avion représente 3.4% des séjours décrits et est sur-représenté avec +2.8 points par rapport à la moyenne régionale.

Fidélité

Pour 33.4% de la population touristique, ce séjour est leur premier dans cette zone. C'est un territoire qui reçoit donc beaucoup d'«habitues».

Pour les habitués, 93.6% étaient venus au cours des 3 dernières années.

Durée de séjour : 5 nuits

La durée moyenne de séjour se fixe à 5 nuits contre 3.6 nuits en moyenne régionale.

Les séjours de 7 à 20 nuits représentent 34% des séjours décrits soit + 10 points par rapport à la moyenne régionale.

La motivation : Patrimoine et gastronomie

Pour 54.1% des séjours, ce territoire était la destination finale de leurs vacances.

La 1^{ère} motivation est le patrimoine historique et culturel (48.8%, avec + 11.5 points au-dessus de la moyenne régionale), la gastronomie arrive ensuite à quasi-égalité avec 48% des séjours décrits et 11.5 points au-dessus de la moyenne régionale.

La beauté des sites et des paysages suivent avec 36.5% des séjours, ainsi que le calme et la tranquillité (34%).

La recherche d'informations : Internet

74.3% de la population touristique avait recherché des informations avant de se rendre sur cette zone.

Les sites Internet restent sur ce territoire les plus utilisés avec 54.7% des séjours décrits et de façon plus prononcée qu'en moyenne régionale (+13.5 points). Le 2^{ème} moyen de recherche d'informations est la brochure touristique avec 35% des séjours décrits.

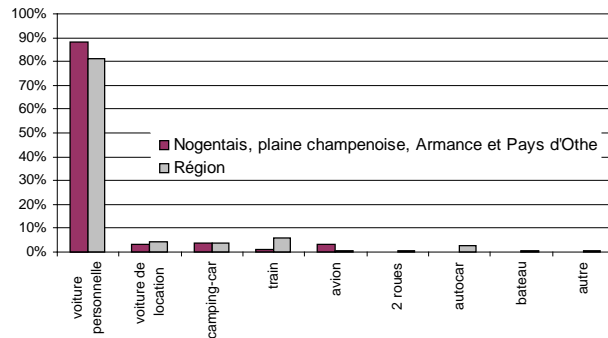
Activités pratiquées : visites de sites et détente

La première activité pratiquée est la visite de sites touristiques avec 62.4% des séjours, suivie de la détente et du repos avec 47.7% des séjours (+1.3 points).

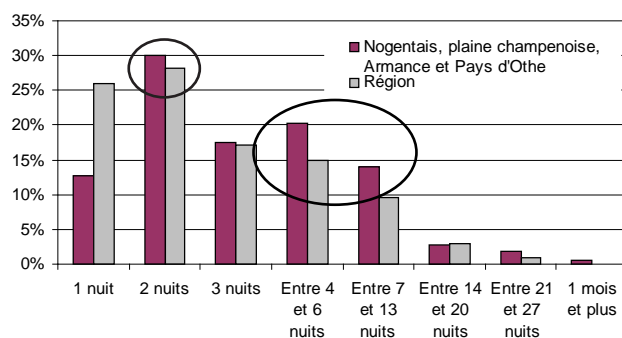
La promenade et la randonnée arrivent en 3^{ème} position avec 34.3% des séjours décrits.

■ Nogentais, plaine champenoise, Chaourçois, Armanche et Pays d'Othe
■ Région

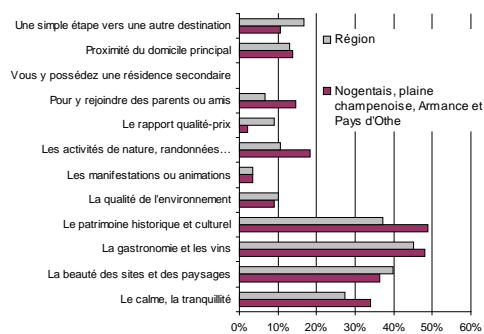
Moyens de transport



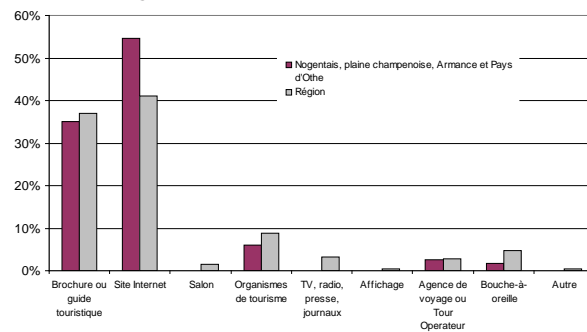
Durée de séjour



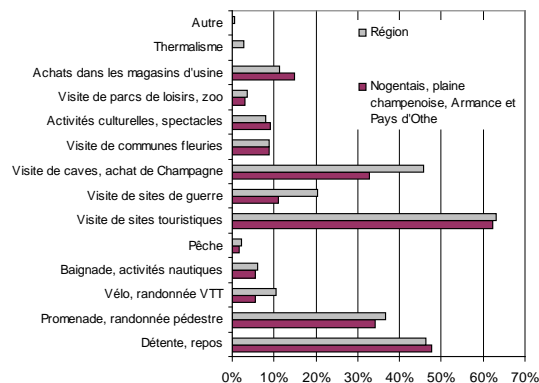
Motivations

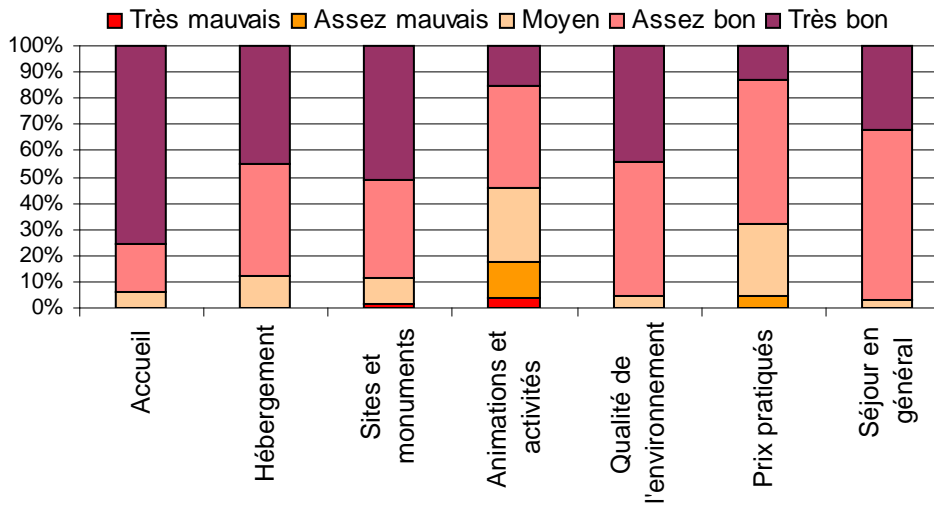


Moyens de recherche d'informations



Activités pratiquées





	Accueil	Hébergement	Sites et monuments	Animations et activités	Qualité de l'environnement	Prix pratiqués	Séjour en général
Très mauvais	0%	0%	1.4%	3.9%	0%	0%	0%
Assez mauvais	0%	0%	0%	13.6%	0%	4.3%	0%
Moyen	6.2%	12%	10.4%	28.1%	4.9%	27.5%	3.2%
Assez bon	18.5%	42.9%	37.1%	39.1%	51.2%	55.3%	64.4%
Très bon	75.3%	45%	51%	15.2%	43.9%	12.8%	32.4%

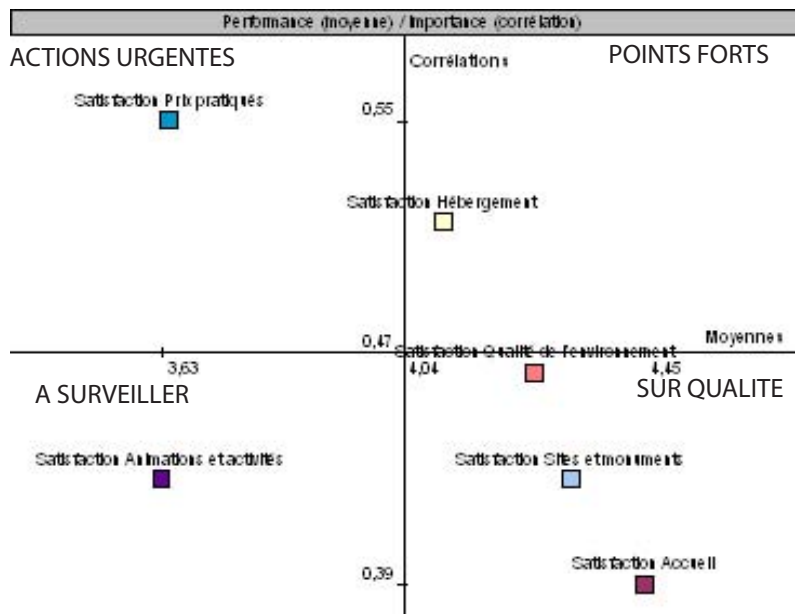
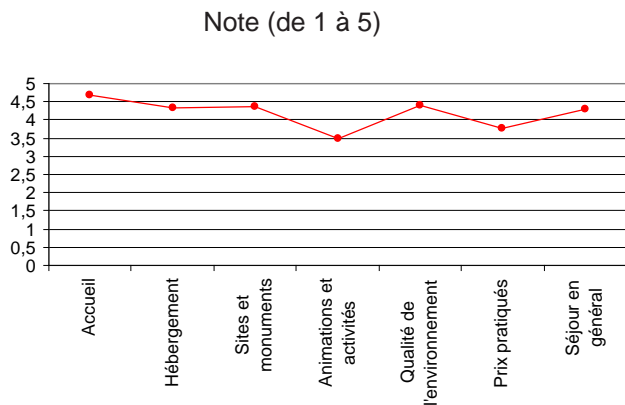
Points forts

L'accueil est la modalité la mieux notée (4.69 sur 5). La qualité de l'environnement et les sites et monuments suivent avec respectivement : 4.39 et 4.36 respectivement.

Points faibles

A l'inverse, les prix pratiqués (3.77) et les animations et activités (3.48 sur 5) sont les moins bien notées. Ces deux éléments présentent directement sur le niveau de satisfaction global.

Mais c'est la perception des prix pratiqués qui jouent le plus sur le niveau global de satisfaction.



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 recueilli 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-financeurs, et aux Comités Départementaux du Tourisme des Ardennes et de la Haute-Marne pour leur soutien technique.