



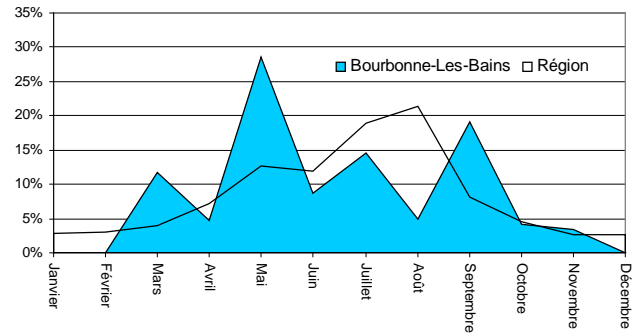
La clientèle touristique de Bourbonne-Les-Bains

Champs de l'étude : Les résultats suivants portent sur l'ensemble des séjours d'agrément en hébergement marchand sur la zone de Bourbonne-Les-Bains (hors séjours d'affaires).

Profil de la clientèle

Saisonnalité

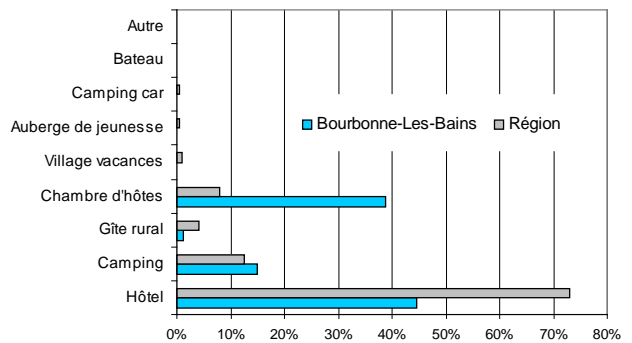
La fréquentation de Bourbonne-Les-Bains est assez chaotique en comparaison avec celle observée au niveau régional.



Hébergement : hôtels et chambres d'hôtes

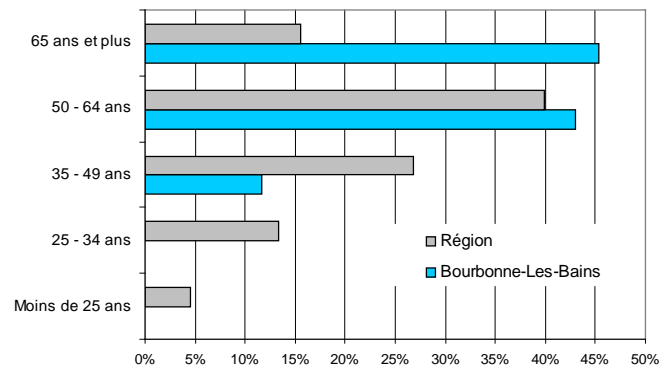
Le premier mode d'hébergement est l'hôtel avec 44.5% des séjours décrits contre 73% en moyenne régionale (-28.5 points).

Les chambres d'hôtes sont très largement représentées puisqu'elles constituent 38.8% des séjours décrits soit + 30.8 points au-dessus de la moyenne régionale.



Age : les plus de 65 ans

La classe la plus représentée est la classe des plus de 65 ans au vu des caractéristiques thermales de la ville. Ils sont largement sur-représentés avec +29.8 points au-dessus de la moyenne régionale.



C.S.P. : des retraités

Les retraités représentent la 1^{ère} catégorie socio-professionnelle avec 62.6% des citations soit + 37.7 points au-dessus de la moyenne régionale. Les employés représentent la 2^{ème} catégorie socio-professionnelle avec 12.4% des séjours.

Origine de la clientèle : Français, Néerlandais et Britanniques

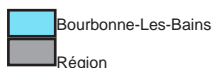
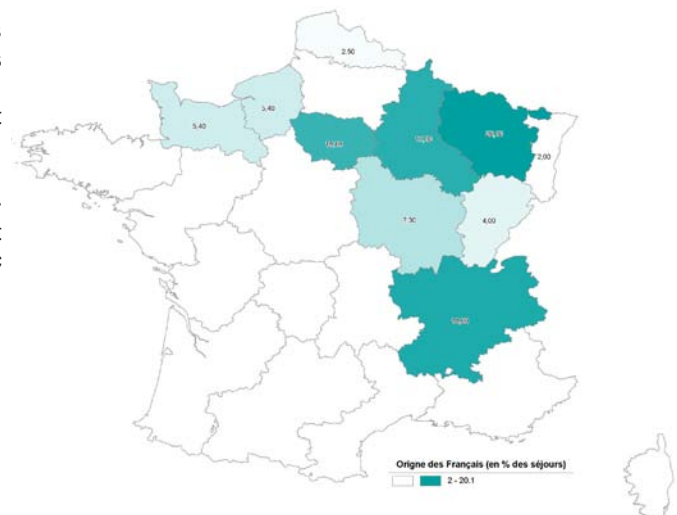
Les Français constituent la première clientèle de cette zone avec 87.2% des séjours décrits. Ils sont d'ailleurs sur-représentés par rapport à la moyenne régionale avec +46.4 points.

La clientèle française est une clientèle de proximité. En effet, les Lorrains arrivent en tête avec 20.1% des séjours français décrits et de façon plus forte qu'en moyenne régionale (+12.7 points).

La 2^{ème} clientèle est la clientèle de Picardie avec 18% des séjours soit + 12.5 points, suivi des champardennais (17.1% et + 13.2 points).

Les Néerlandais représentent la première clientèle étrangère de Bourbonne-Les-Bains avec 6% des séjours décrits. La 2^{ème} clientèle étrangère est la clientèle Belge avec 2.3% des séjours décrits, suivie des Allemands avec 2.1%.

Origine de la clientèle française (en % des séjours décrits)



Composition du ménage touristique

Les couples représentent 49.3% des séjours décrits et de manière plus prononcée qu'en moyenne régionale : +44.1 points au-dessus de la moyenne régionale.

Le nombre moyen d'enfants de moins de 15 ans est de 1.31, contre 1.8 en moyenne régionale.

Comportements touristiques

Moyen de transport : la voiture

Le premier mode de transport est la voiture personnelle à 92.6% et de façon plus prononcée qu'en moyenne régionale : +11.2 points. Le train constitue le 2^{ème} moyen de transport avec 4.7% des citations.

Fidélité

Pour 18.7% de la population touristique, ce séjour est le premier dans cette zone contre 59.1% en moyenne régionale. C'est donc une clientèle d'habités. 80.9% de ces derniers étaient d'ailleurs déjà venus au cours des 3 dernières années.

Durée de séjour : 18 nuits

La durée moyenne de séjour se fixe à 18 nuits à cause des cures thermales. Les séjours durent essentiellement entre 14 jours et 1 mois.

La motivation : calme, beauté des sites et patrimoine

Pour seulement 37.7% des séjours, Bourbonne-Les-Bains était la destination finale de leurs vacances.

La 1^{ère} motivation est la recherche du calme avec 56.8% des séjours et de façon beaucoup plus prononcée qu'en moyenne régionale : +29.5 points. La 2^{ème} motivation est la beauté des sites et des paysages : 35.4% et le patrimoine historique et culturel (23.6%).

On note que la qualité de l'environnement, les activités de nature et randonnées sont sur-représentées par rapport à la moyenne régionale.

La recherche d'informations : Brochures

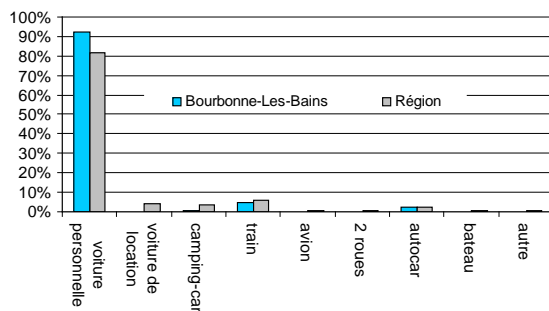
78.9% de la population touristique avait recherché des informations avant de se rendre à Bourbonne-Les-Bains.

Les brochures touristiques sont sur ce territoire sont les plus utilisées avec 53.5% des séjours décrits et de façon très prononcée (+19.2 points au-dessus de la moyenne régionale) du fait des particularités de la clientèle.

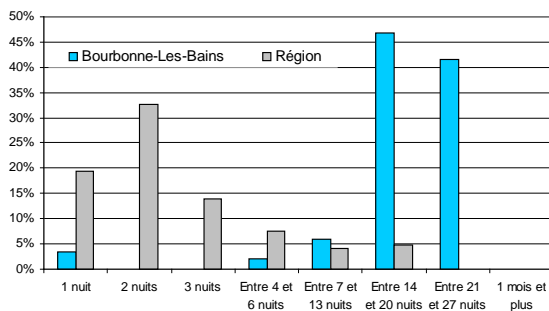
Activités pratiquées : thermalisme, détente et promenade

La première activité pratiquée est bien entendu le thermalisme à 87.3%. La détente et le repos est la 2^{ème} activité pratiquée avec 72.9% des citations et de façon plus fortement prononcée qu'en moyenne régionale (+26.5 points), suivi de la visite de sites touristiques (49%), comme les promenades et randonnées pédestres avec 55.5% des séjours et + 18.4 points au-dessus de la moyenne régionale.

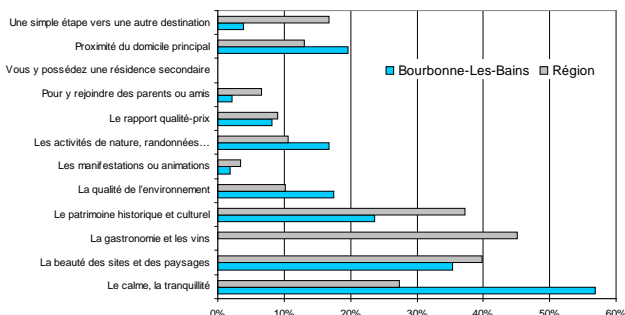
Moyens de transport



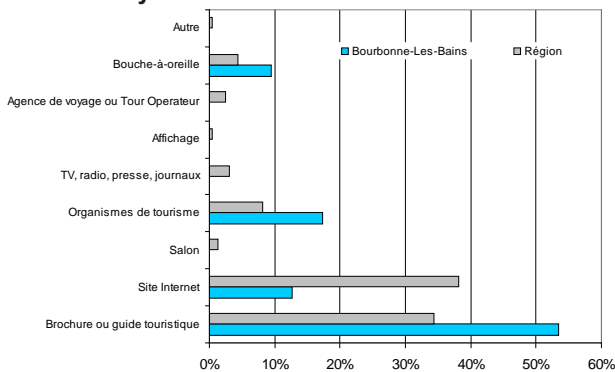
Durée de séjour



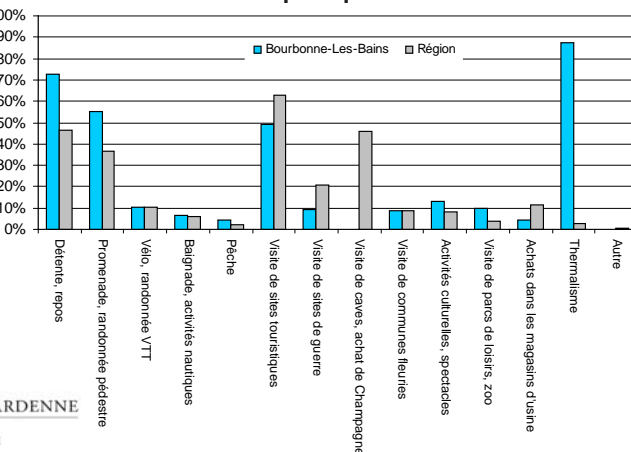
Motivations

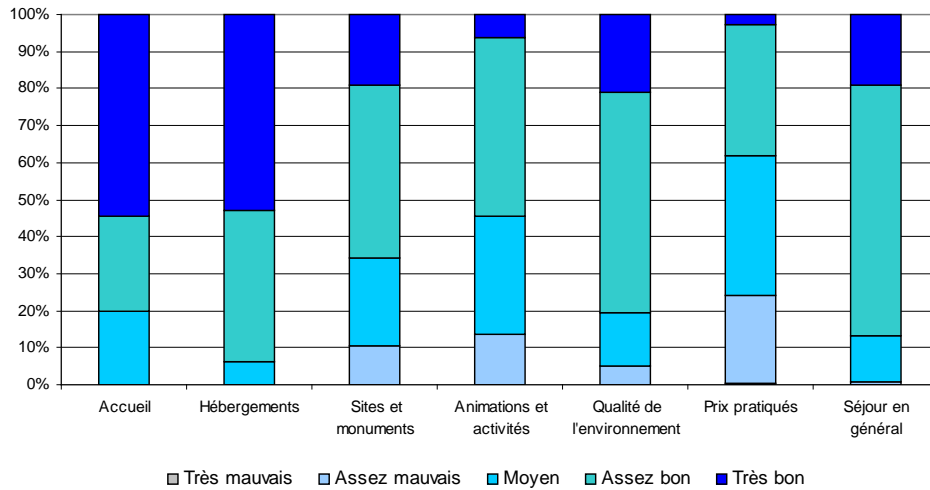


Moyens de recherche d'informations



Activités pratiquées





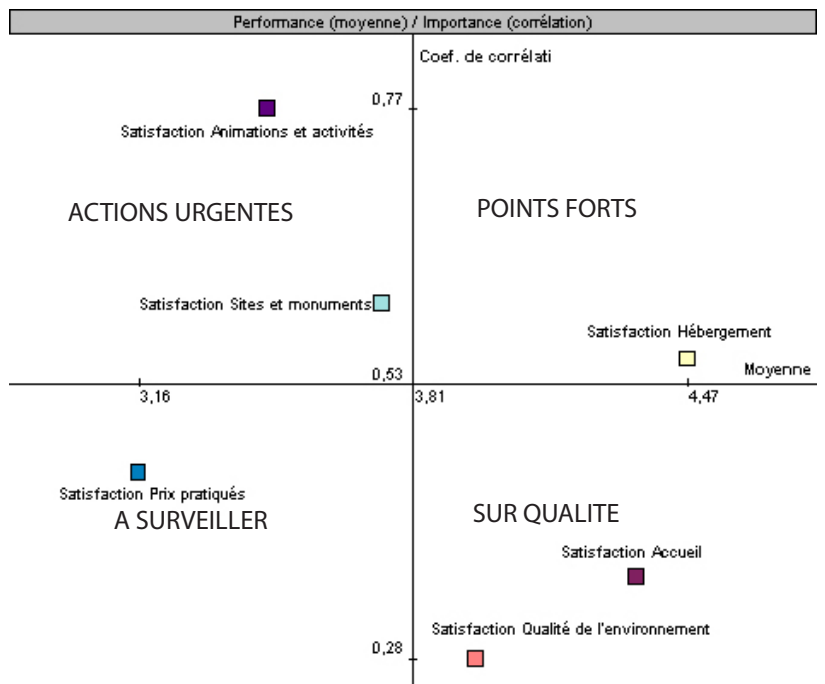
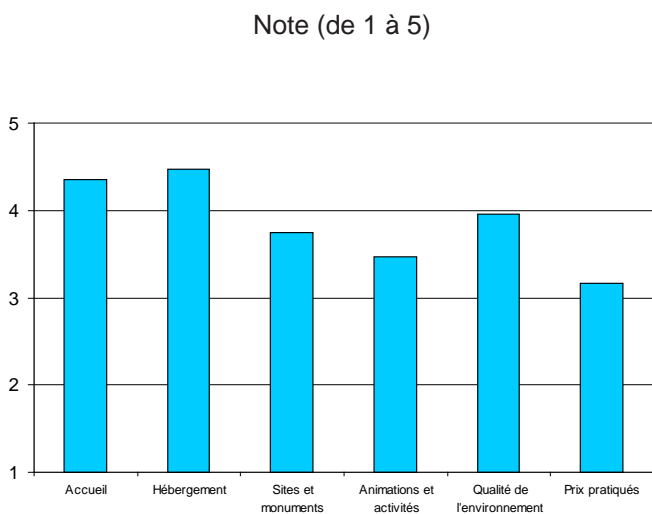
	Accueil	Hébergement	Sites et monuments	Animations et activités	Qualité de l'environnement	Prix pratiqués	Séjour en général
Très mauvais	0%	0%	0%	0%	0%	0.5%	0%
Assez mauvais	0%	0%	10.6%	13.5%	5.1%	23.7%	0.6%
Moyen	19.9%	6.2%	23.6%	32.2%	14.3%	37.8%	12.8%
Assez bon	25.7%	41%	46.9%	48.1%	59.7%	35.1%	67.7%
Très bon	54.4%	52.8%	18.9%	6.1%	20.9%	2.9%	18.9%

Points forts

Le séjour en général est noté 4.05 sur 5. La modalité la mieux notée est l'hébergement avec 4.47 sur 5, suivie de l'accueil (4.35) et de la qualité de l'environnement (3.96).

Points faibles

A l'inverse, les prix pratiqués (3.16), les sites et monuments (3.74) et les animations et activités (3.47) sont les moins bien notées. Le niveau de satisfaction des animations et activités ainsi que les sites et monuments pèsent négativement sur le niveau global de satisfaction.

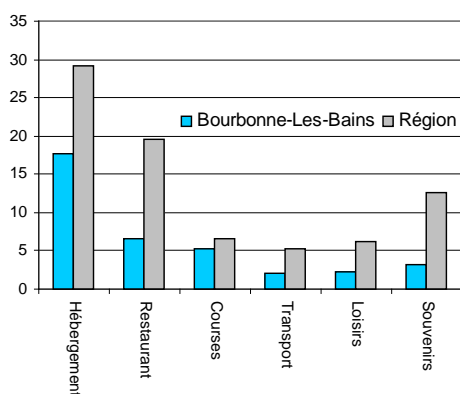


Dépenses

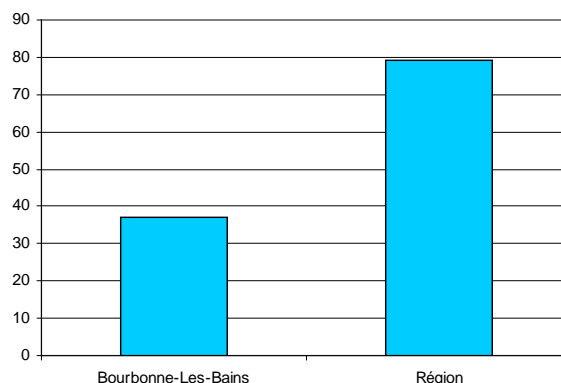
La dépense des touristes sur la zone de Bourbonne-Les-Bains s'élève à 37 € soit 42€ de moins qu'en moyenne régionale.

La part de la dépense en hébergement est largement plus forte qu'en moyenne régionale (+11 points). A l'inverse, le poids de la dépense en souvenirs est beaucoup moins élevée qu'en moyenne régionale.

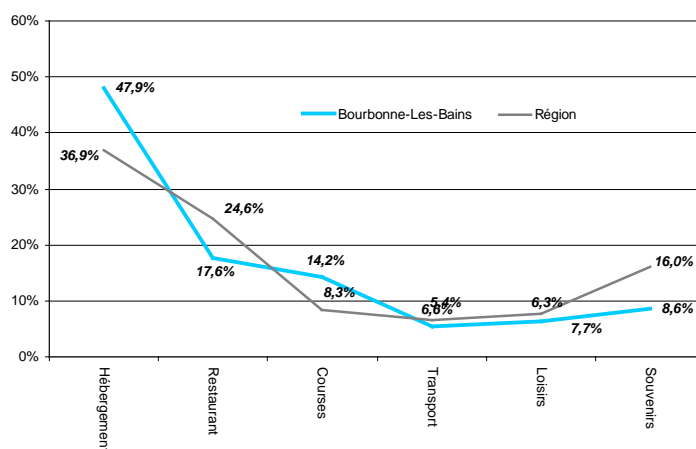
Répartition des dépenses par poste selon les clientèles



Dépenses



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