



CHAMPAGNE ARDENNE  
COMITE REGIONAL DU TOURISME

N°46 - Décembre 2003



# ECHOS Tourisme

de l'Observatoire Régional du Tourisme

## Les franciliens en Champagne-Ardenne



Source des données : enquête Suivi de la Demande des Français - NELSON TAYLOR SOFRES, 2002

# Sommaire

<b>L'essentiel</b>	<b>1</b>
<b>Préambule</b>	<b>2</b>
<b><u>Partie I : Profil socio-démographique des franciliens visiteurs de la Champagne-Ardenne en 2002</u></b>	
<b>1.1-L'âge</b>	<b>3</b>
<b>1.2-La catégorie socio-professionnelle</b>	<b>4</b>
<b>1.3-Taille d'agglomération</b>	<b>4</b>
<b>1.4-Taille du foyer</b>	<b>4</b>
<b><u>Partie II : Les séjours des franciliens visiteurs de la Champagne-Ardenne en 2002</u></b>	
<b>2.1-Retour de congés des franciliens</b>	<b>5</b>
<b>2.2-Durée de séjour</b>	<b>5</b>
<b>2.3-Modes d'hébergement</b>	<b>6</b>
<b>2.4-Modes de transport</b>	<b>6</b>
<b>2.5-Motifs du séjour</b>	<b>6</b>
<b>2.6-Environnement et activités pratiquées</b>	<b>7</b>
<b>2.7-Taux de réservation</b>	<b>8</b>
<b>Enquête de satisfaction</b>	<b>9</b>
<b>Vos notes</b>	<b>10</b>
<b>Remerciements</b>	<b>10</b>

## L'essentiel

La clientèle touristique française de la Champagne-Ardenne est originaire de régions proches géographiquement. L'Île de France représente plus de 30% des nuitées françaises de la région (marchand et non-marchand). Elle est la première clientèle française de la région.

La clientèle francilienne de la région est plutôt jeune. Plus de 40% appartiennent à la classe d'âge 25-34 ans. Cette classe est d'ailleurs largement sur-représentée en comparaison avec la moyenne des séjours en métropole.

La Champagne-Ardenne affiche une forte proportion de cadres, de professions intermédiaires et d'employés. A l'opposé, la part des étudiants et retraités est inférieure à la moyenne nationale.

Ils proviennent à 90% de Paris.

La région attire plus volontiers des foyers de 3 à 4 personnes. Les célibataires et les familles nombreuses sont sous-représentés en Champagne-Ardenne.

Les franciliens se rendant en Champagne-Ardenne le font plutôt en avant saison (printemps). La durée de séjour est faible. Près de 80% des séjours durent entre 1 à 3 nuits (courts séjours).

Le mode d'hébergement le plus utilisé est l'hébergement non marchand. Dans l'hébergement marchand, l'hôtel est le premier mode d'hébergement choisi.

La visite à la famille ou à des amis est le principal motif de séjour dans notre région.

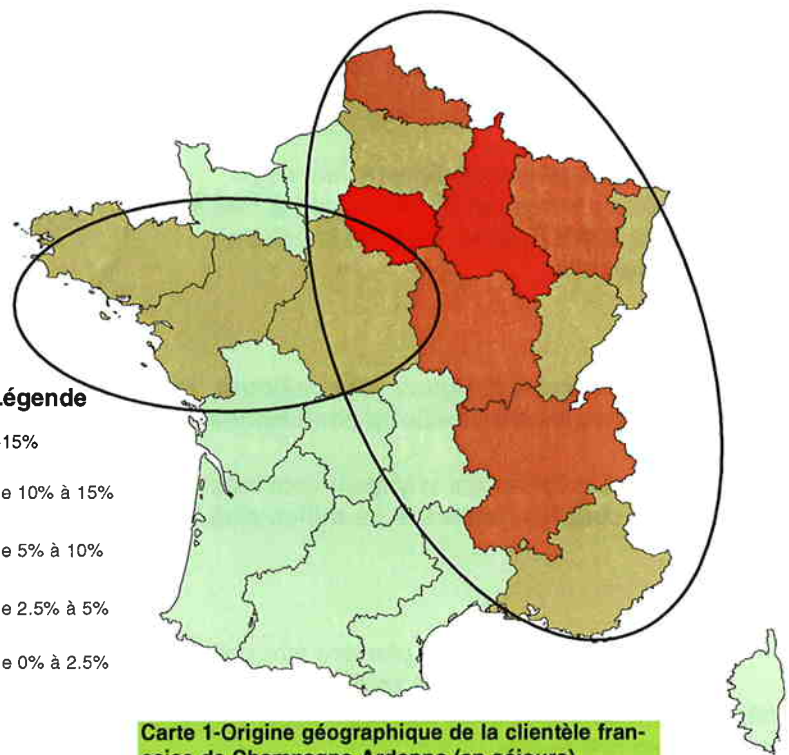
En Champagne-Ardenne, les franciliens recherchent la campagne et ne pratiquent pour la majorité d'entre eux aucune activité.

Ils réservent très peu leurs séjours en comparaison avec leurs séjours vers d'autres destinations.

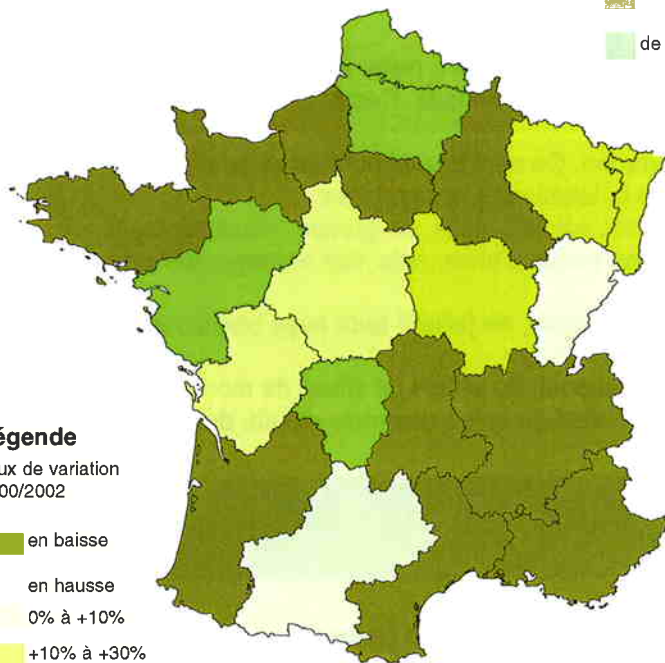
## Préambule

La clientèle touristique française de la Champagne-Ardenne provient principalement de régions proches géographiquement (carte 1) : Ile de France, Lorraine, Nord-Pas-de-Calais, Bourgogne et Rhône-Alpes.

Les clientèles des régions du Sud-Ouest viennent relativement peu en Champagne-Ardenne.



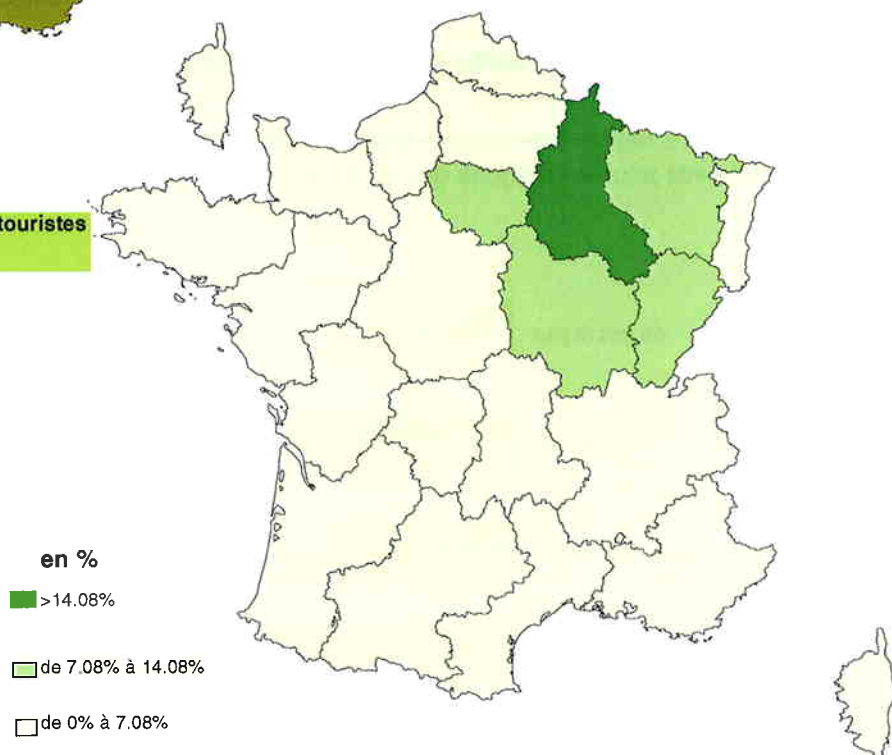
**Carte 1-Origine géographique de la clientèle française de Champagne-Ardenne (en séjours)**



**Carte 2-Evolution entre 2000 et 2002 de la part des touristes selon leurs régions d'origines**

Entre 2000 et 2002, le poids de plusieurs régions émettrices a diminué (carte 2) : Champagne-Ardenne, Ile de France, Normandie, Bretagne, PACA et Rhône Alpes, Aquitaine, Auvergne et Languedoc Roussillon. progression : Pays de la Loire, Nord-Pas-de-Calais, Limousin et Picardie.

Si les régions proches géographiquement viennent beaucoup en terme de quantité absolue, la part des séjours effectués en Champagne-Ardenne reste forte par rapport à leur population totale (carte 3).

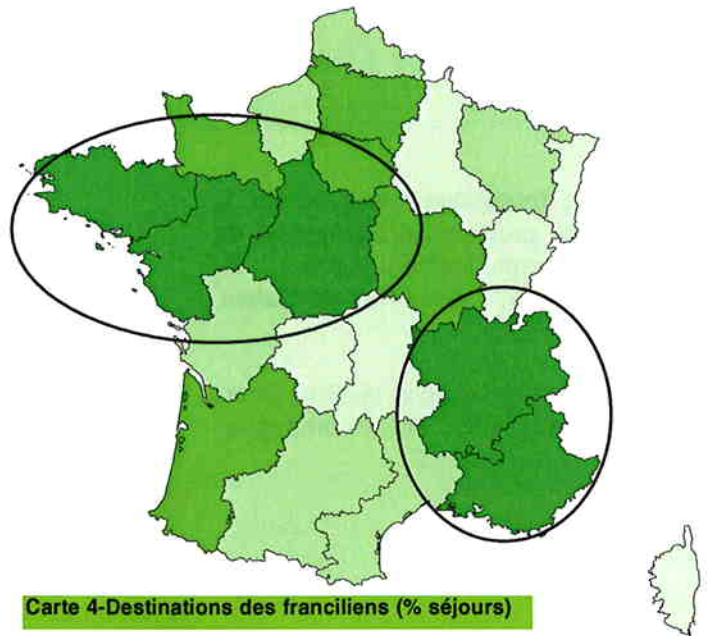


**Carte 3-Séjours réalisés en Champagne-Ardenne par région rapportés à la population totale de la région (en %)**

**La clientèle francilienne est la première clientèle de la région avec plus de 30% de nuitées françaises.**

## Répartition géographique des séjours des franciliens

Les franciliens se dirigent vers deux grands pôles : le sud-est (Rhône-Alpes et PACA) et le centre ouest (Centre, Pays de la Loire et Bretagne)(carte 4).



## Principales caractéristiques des séjours des franciliens (toutes destinations confondues)

Les franciliens qui voyagent sont majoritairement des **couples**, **jeunes** et de **milieu aisé**.

Carte 4-Destinations des franciliens (% séjours)

Cinq types de séjours peuvent être distingués :

-les **séjours dans les régions proches** (bassin parisien et nord-est dont notre région). Ce sont des séjours familiaux de courtes durées, à la campagne avec la pratique de la promenade. Ces séjours se déroulent en été et en mai et juin.

-les **séjours au bord de la mer** dans l'ouest et la méditerranée. Ce sont des séjours de vacances et de longues durées effectués durant l'été. Les résidences secondaires et locations y sont prisées.

-Les **séjours à la montagne** dans le centre est. Ce sont des séjours longs, en groupe, principalement en août et en hiver. Les activités principales sont la randonnée et les sports d'hiver, avec des hébergements en location et gîte rural.

-les **séjours dans le sud ouest** : longs, en famille, à la campagne, en juillet / août avec beaucoup de promenades.

-les **séjours à l'étranger** : longs séjours, très actifs avec beaucoup de visites de villes, de monuments, de musées ou de sites naturels. Ils se déroulent souvent en ville, à l'hôtel au cours des mois d'août, de novembre et d'avril.

## Partie I : Profil socio-démographique des franciliens visiteurs de la Champagne-Ardenne en 2002

### 1.1-L'âge : forte attractivité de la région sur la clientèle jeune

La région Champagne-Ardenne attire davantage une clientèle jeune.  
+19 points pour la catégorie des 25-34 ans par rapport à la répartition moyenne des séjours en métropole.

