

# Echos Tourisme

Bulletin de l'Observatoire Régional du Tourisme de Champagne-Ardenne

Cette enquête, mise en place à l'initiative de l'Observatoire Régional du Tourisme, a pour but de connaître la perception des professionnels du tourisme de la région sur la fréquentation estivale de mai à septembre. Les résultats présentés, ci-dessous, sont les tendances pour le mois de septembre 2007.

## Un été indien favorable au tourisme champardennais

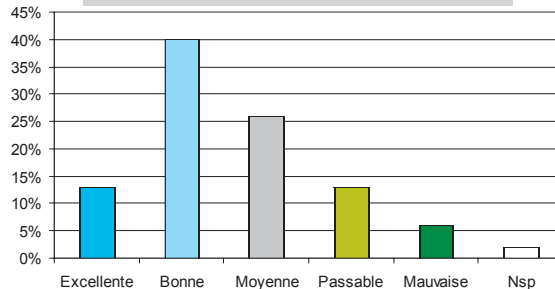
### Des professionnels majoritairement satisfaits

Les professionnels champardennais sont globalement satisfaits de la fréquentation touristique de ce mois de septembre: 53% estiment la fréquentation "bonne à excellente".

Mais des disparités départementales sont à noter. En effet, si les professionnels marnais et aubois sont les plus satisfaits (respectivement 68% et 55% d' "excellente à bonne"), les Ardennais sont eux plutôt négatifs : 41% d'entre eux estiment la fréquentation "passable à mauvaise".

Les plus satisfaits sont les hôtels 0 étoile (71%), hôtels 2 étoiles (60%), hôtels 3 étoiles (80%), hôtels 4 étoiles (75%), les OTSI (56%) et les caves (100%).  
(cumul citations "bonne à excellente")

*Vous estimez la fréquentation du mois de septembre 2007 comme... ? [Base = 300]*



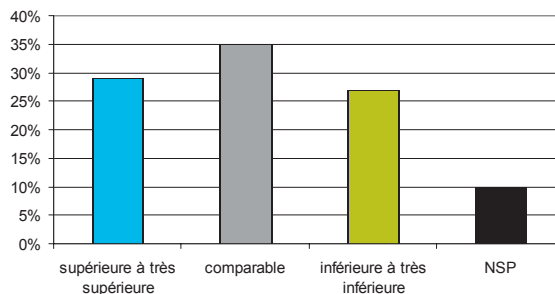
*Vous estimez la fréquentation du mois de septembre 2007 comme... ? [résultats par département, Base régionale = 300]*

A l'inverse, l'été indien n'est pas venu inverser la tendance pour les professionnels du camping qui sont, depuis le mois de mai, très insatisfaits de la saison 2007.

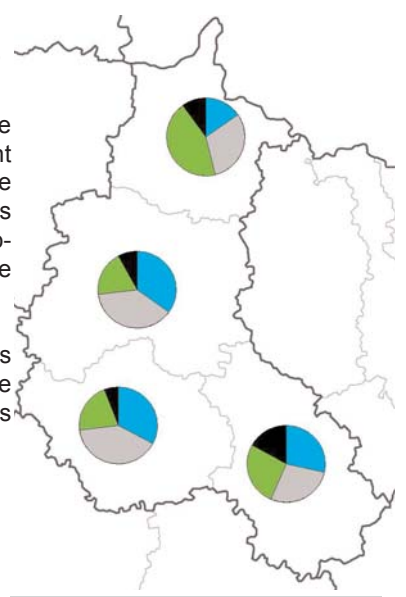
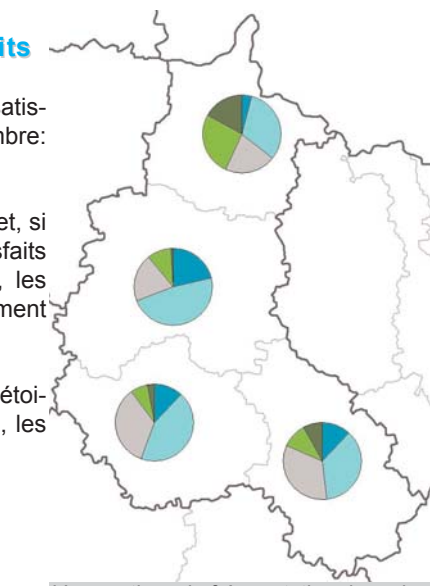
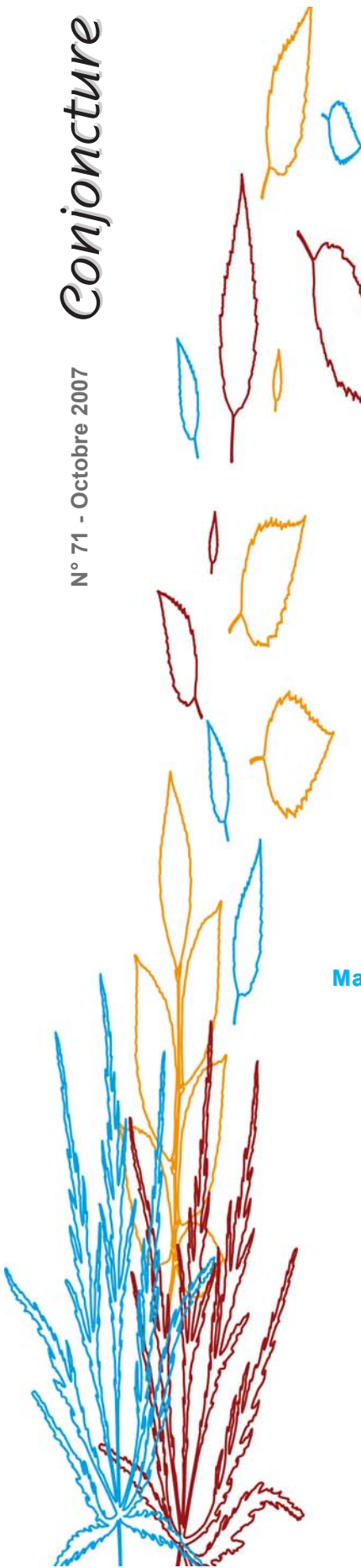
### Mais une évolution qui partage les professionnels

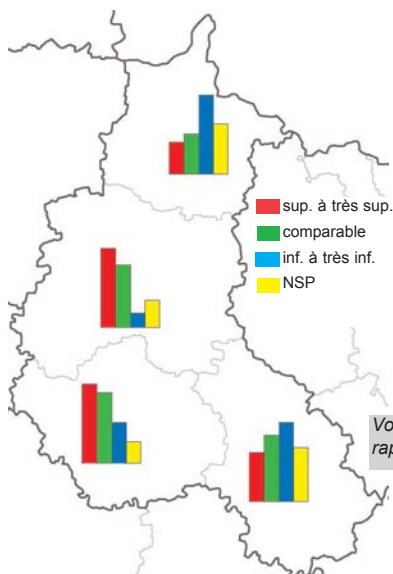
Concernant l'évolution de la fréquentation de septembre 2007 par rapport à septembre 2006, les professionnels sont partagés : 35% la qualifient de "comparable", 29% de "supérieure à très supérieure" et 27% d' "inférieure à très inférieure". Comme pour la question précédente, les professionnels ardennais sont les plus insatisfaits : 43% de citations "inférieure à très inférieure".

Les hôtels 0 et 3 étoiles, les associations de tourisme, les caves, les gîtes ruraux sont plutôt satisfaits et affichent une part de citations "supérieure à très supérieure" au-dessus de la moyenne régionale.



*Vous estimez la fréquentation du mois de septembre 2007 par rapport à celle de septembre 2006 comme... ? [Base = 300]*





Vous estimez la fréquentation étrangère du mois de septembre 2007 par rapport à celle de septembre 2006 comme... ? [Base = 300]

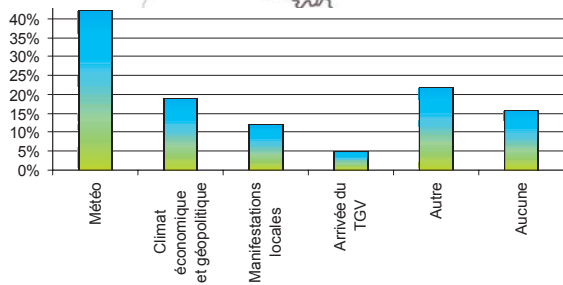
### Clientèle française stable et étrangère plutôt en hausse

La fréquentation française est considérée comme stable par 42% des professionnels champardennais. On note la difficulté des professionnels à déterminer une tendance sur cette clientèle (16% de "Ne sait pas").

1/3 des Ardennais la jugent inférieure à très inférieure.

La clientèle étrangère est plutôt vue en hausse par 31% des professionnels, mais 29% la voient stable. Comme pour les autres questions, les Marnais et Aubeois sont les plus satisfaits. A l'inverse, les Ardennais et Haut-marnais sont les plus négatifs.

20% citent les Britanniques en hausse, 19% les Belges (notamment les OTSI). 58% des professionnels ne voient aucune clientèle étrangère en diminution.



### La météo, 1<sup>er</sup> facteur explicatif, plutôt pour les mécontents

La météo obtient 42% des citations. Elle est plus particulièrement citée par les professionnels mécontents.

Le climat économique et géopolitique arrive encore en seconde position (après "autres").

Selon vous, parmi les éléments suivants, quels sont ceux qui ont contribué à expliquer vos résultats ? [Base = 300]

### Typologie

**Les réguliers (59.67%)** = Fréquentation bonne. La clientèle étrangère est en hausse en 2007. La clientèle française est comparable en 2007. Les clientèles nord-américaine et belge sont en hausse. Les clientèles néerlandaise et espagnole sont en baisse. La météo et le climat économique et géopolitique n'ont pas eu d'impact sur l'activité alors que les manifestations locales en ont eu. Ce sont plus particulièrement les établissements de l'Aube et de la Marne et des hôtels 3 étoiles.

**Les fragiles (23.33%)** = Fréquentation passable et en baisse par rapport à 2006. La météo et le climat économique et géopolitique ont eu un impact sur l'activité de l'enseigne. L'arrivée du TGV et les manifestations locales n'ont pas eu d'impact sur l'activité de l'enseigne. Aucune clientèle étrangère est en hausse. Les clientèles britannique et belge sont en baisse. Ce sont plutôt les établissements des Ardennes.

**Les menacés (3%)** = Fréquentation mauvaise et très inférieure à 2006. La clientèle néerlandaise est en baisse. Le climat économique et géopolitique a eu un impact sur l'activité de l'enseigne. Ce sont plutôt les établissements des Ardennes.

**Les étourdis (14%)** = Évolution de la fréquentation inconnue. Aucune clientèle étrangère en baisse.

**Méthode** = La typologie permet de structurer la population en groupes homogènes et distincts dans leur perception, et décrit pour chaque groupe identifié la perception des individus le composant, leur profil et le poids de chacun de ces groupes. La typologie se construit à partir d'une analyse factorielle et d'une classification ascendante hiérarchique à partir de 2 types de variables (actives et illustratives). Les variables actives sont utilisées pour dresser la typologie, par analyse factorielle puis classification (questions sur les évolutions de fréquentation). Les variables illustratives ne sont pas décisives pour construire les classes (catégorie, département, nationalité en progression, nationalité en baisse, facteurs explicatifs).

Evolution positive

Les réguliers Les fragiles

Fréquentation excellente évolution positive depuis 2006

Les étourdis

Evolutions méconnues

● Les menacés

Fréquentation mauvaise - évolution négative depuis 2006

**Méthodologie** : L'enquête a été réalisée par téléphone du 5 au 9 octobre 2007 auprès de 300 professionnels de la région par le cabinet d'études NOVAMETRIE. **Professionnels interrogés** : Hôtels, campings, gîtes ruraux, chambres d'hôtes, associations de tourisme, offices de tourisme, caves, sites touristiques et fluvial. La marge d'erreur maximale pouvant être obtenue s'élève à + ou - 5.62% pour un intervalle de confiance fixé à 95% (pour une proportion de 50% observée dans l'échantillon). **Remerciements** : Nous tenons à remercier très chaleureusement tous les professionnels qui ont bien voulu répondre à notre enquête. Bulletin édité par l'Observatoire Régional du Tourisme de Champagne-Ardenne - 15, avenue du Maréchal Leclerc - BP 319 - 51013 Châlons en Champagne cedex ou contact@tourisme-champagne-ardenne.com

