

LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE EN RÉGION NOUVELLE-AQUITAINE



Creuse (23)



2

0

1

9

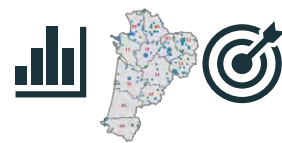
2

0

2

0

SOMMAIRE



Présentation de l'enquête

3



Données de cadrage

8



Caractéristiques de la clientèle

13



Caractéristiques du séjour

19



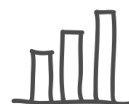
Dépenses du séjour

30



Fidélité / Satisfaction

35



Synthèse

41



Objectifs

- Apporter une vision globale de la réalité touristique de l'ensemble de la Région Nouvelle-Aquitaine.
- Apporter un éclairage sur les nouvelles pratiques et comportements émergeants par rapport aux retombées économiques directes sur le territoire.
- Prendre en considération l'ensemble des pratiques et des types de touristes, quels que soient leur motif et leur provenance.

Cible

Les touristes ayant séjourné au moins 1 nuit dans la Région, c'est-à-dire...

- les extra-régionaux, quel que soit le motif de présence en Nouvelle-Aquitaine dès lors que le séjour comporte au moins 1 nuit en Région Nouvelle-Aquitaine.
- les intra-régionaux dès lors qu'ils ont séjourné au moins 1 nuit hors de leur domicile principal (que ce soit dans leur département de résidence ou dans un autre département de la Région).

PRÉSENTATION DE L'ENQUÊTE RÉGIONALE



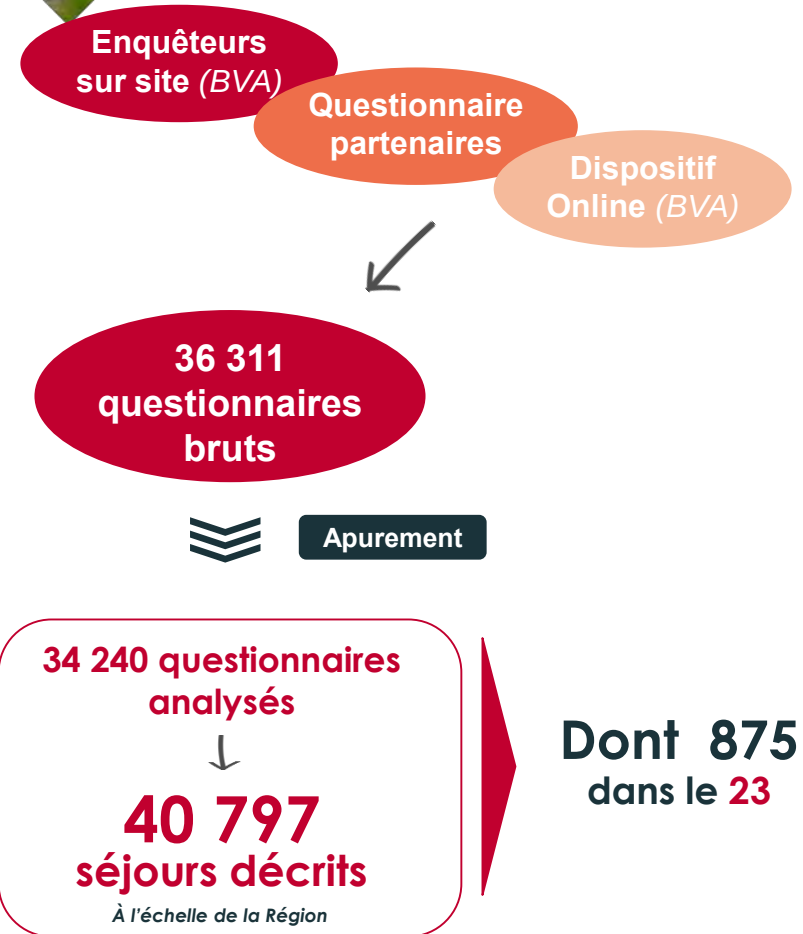
Méthodologie

- Questionnaire auto-administré (papier ou web)
- Qualification préalable du statut de l'interviewé : Touriste ? Pas touriste ? Intra-régionaux ? Extra-régionaux ? Quelle nationalité ?
- Une combinaison de dispositifs associant les Partenaires du CRT.



Calendrier

- Enquête de **juin 2019 à mars 2020***
- Vacances programmées afin de couvrir tous les **types de jours** (jour de semaine, week-end, jour férié, pont, vacances scolaires...) sur **l'ensemble des saisons** : printemps (mai/juin), été (juillet/août), automne (septembre/octobre) et hiver (novembre/avril).

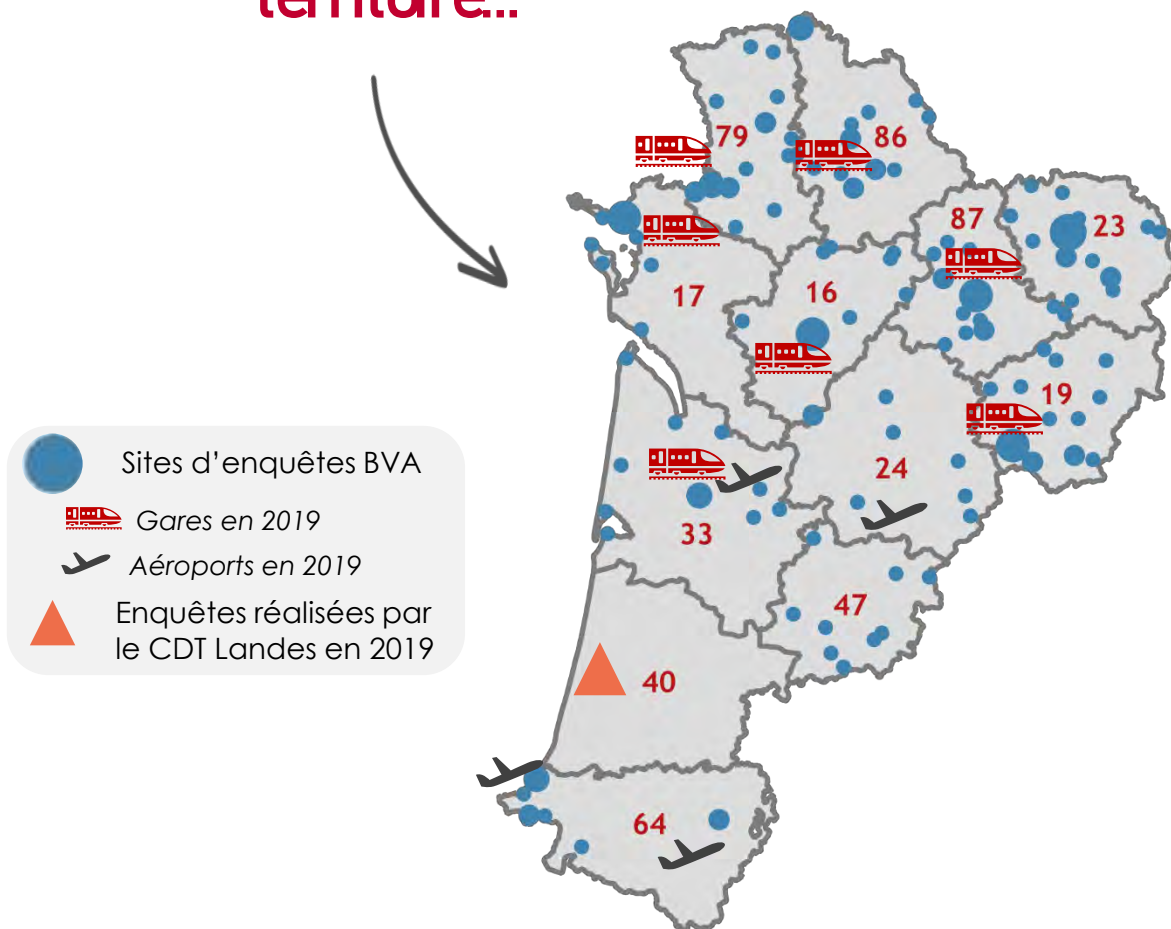


* Enquête web réalisée au printemps 2020 par la société Potloc sur l'activité touristique du printemps 2019 en remplacement de la séquence d'enquête initialement prévue au printemps 2020 (entre avril et juin 2020), annulée en raison du confinement.



COLLECTE DES DONNÉES

Une couverture de l'ensemble du territoire...



Nombre de séjours brut

...qui a permis de collecter des séjours dans toute la Région



BILAN DE COLLECTE DANS LE **23** : PRÈS DE 900 SÉJOURS DÉCRITS



Par Saison

Printemps
(Mai/Juin)



65 séjours

Été
(Juillet/Août)



558 séjours

Automne
(Septembre/Octobre)



138 séjours

Hiver
(Novembre/Avril)



114 séjours

Par Nationalité

France



705 séjours

Etranger



170 séjours



Valorisation des enquêtes par rapport à des données exogènes



Calage par les marges

Volume de nuitées Intra-régionales/Extra-régionales par saison ; volume de nuitées par hébergement, bassin, saison, nationalité, motif professionnel ; volume de séjours en mode de transport avion

Sources : CRT Nouvelle-Aquitaine / Enquête Résidents BVA / Enquête Rés. Secondaires BVA / Données INSEE / FVT / Données SDT ; données trafic Aéroports / Forwardkeys

**Reconstitution des volumes de séjours
et de nuitées annuels en Région Nouvelle-Aquitaine et par départements
(par saison, bassin, hébergement...)**

DONNÉES DE CADRAGE



Période de séjour



Lieux de séjour



Origine de la clientèle



LES 1ers CHIFFRES...

La fréquentation touristique dans la Creuse en 2019, c'est :

Rappel Région



0,63 Million de séjours (2% des séjours de la Région)



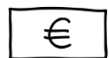
3,0 Millions de nuitées (2% des nuitées de la Région)



0,33 Million de nuitées étrangères (1% des nuitées étrangères de la Région)



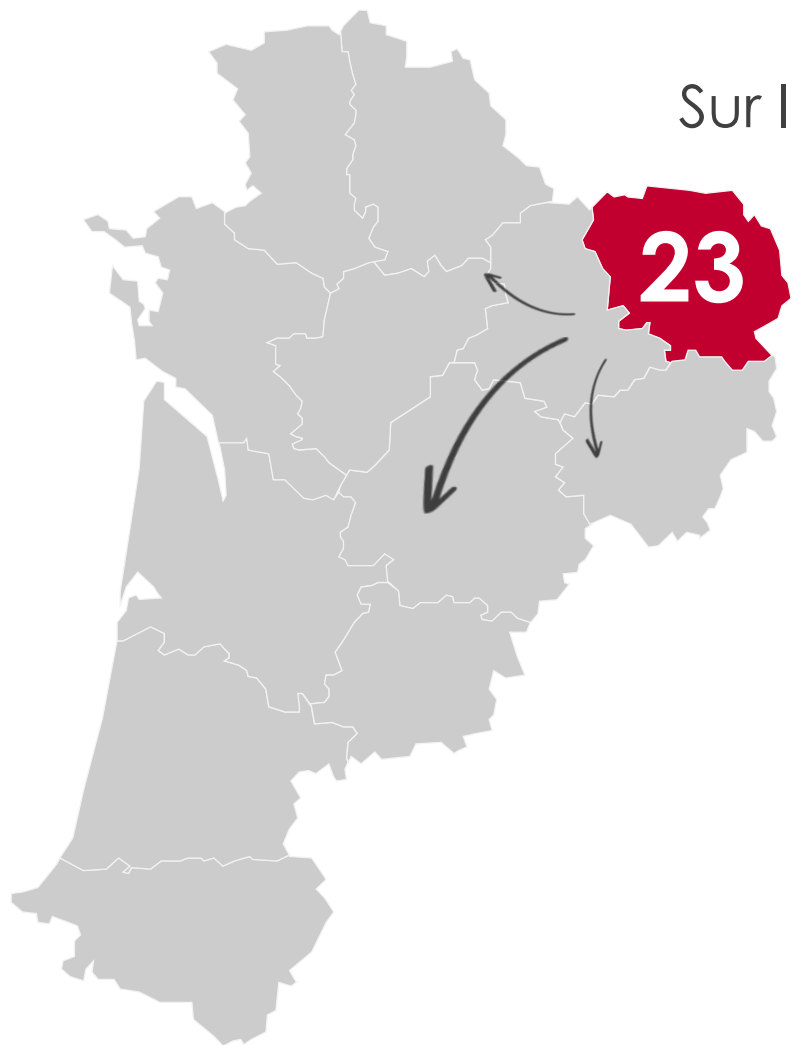
0,13 Million de nuitées pour les primo-visiteurs (<1% des nuitées primo-visiteurs de la Région)



139 Millions d'€ générés (1% des retombées économiques directes de la Région)



TOURISTES SÉDENTAIRES ET ITINÉRANTS



Sur les **0,63** Million de séjours réalisés...

88% des touristes ne visitent que le département de la Creuse (0,56M).

12% des touristes ont visité également un autre département de la Région (0,07M).

... au niveau des **3,0** Millions de nuitées :

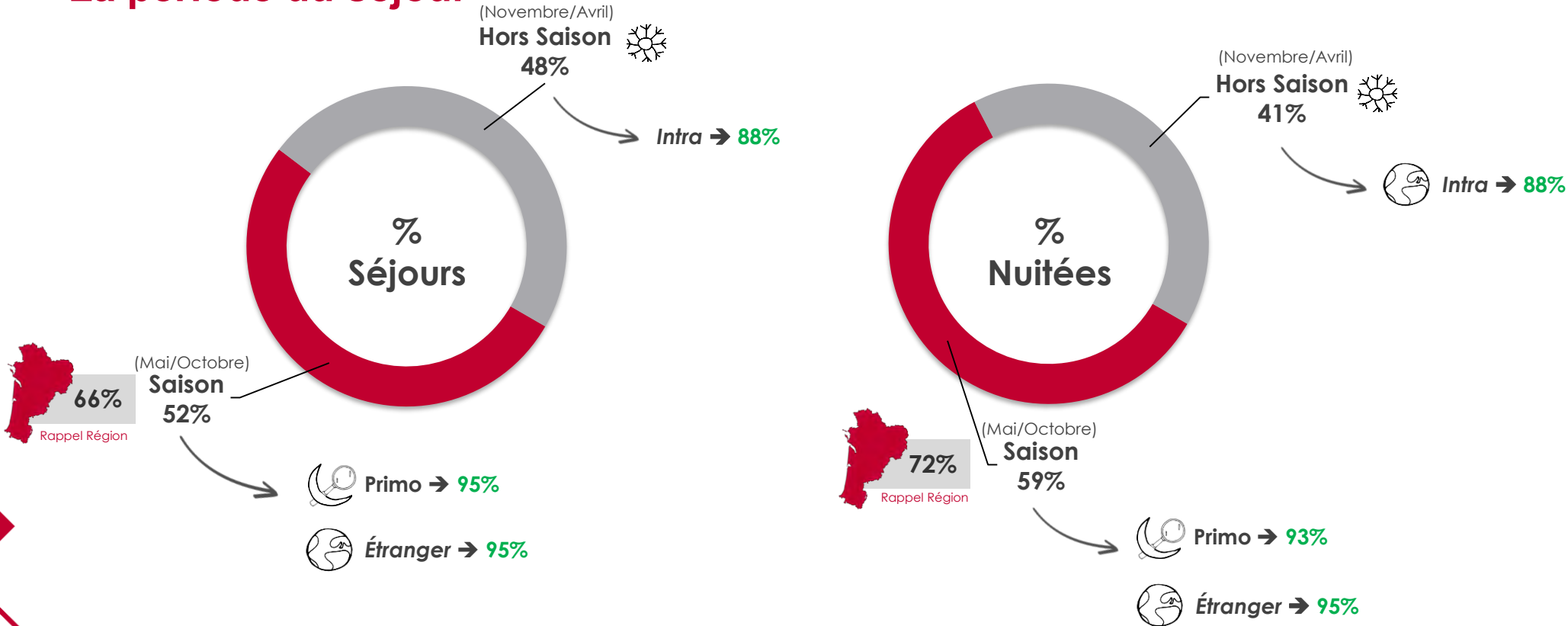
88% des nuitées générées par des touristes ne visitant que le département de la Creuse (2,7M).

12% des nuitées générées par des touristes qui ont visité également un autre département de la Région (0,3M).



59% des nuitées sont réalisées en saison (de mai à octobre), 13 points de moins qu'à l'échelle régionale. L'été (juillet/août) en concentre 31%. On observe des séjours relativement courts au printemps.

La période du séjour



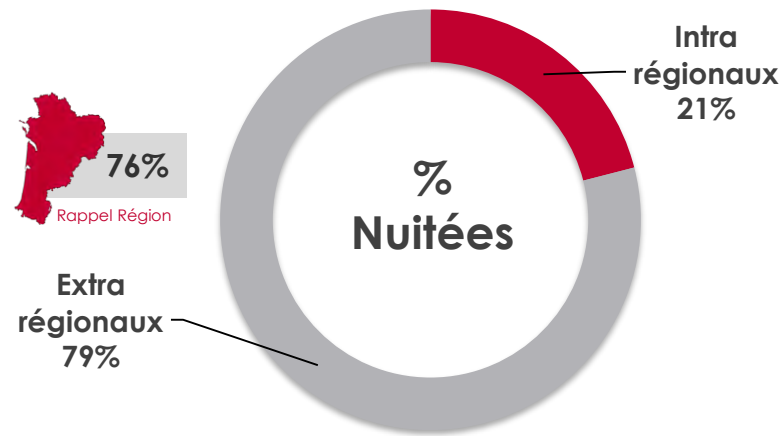
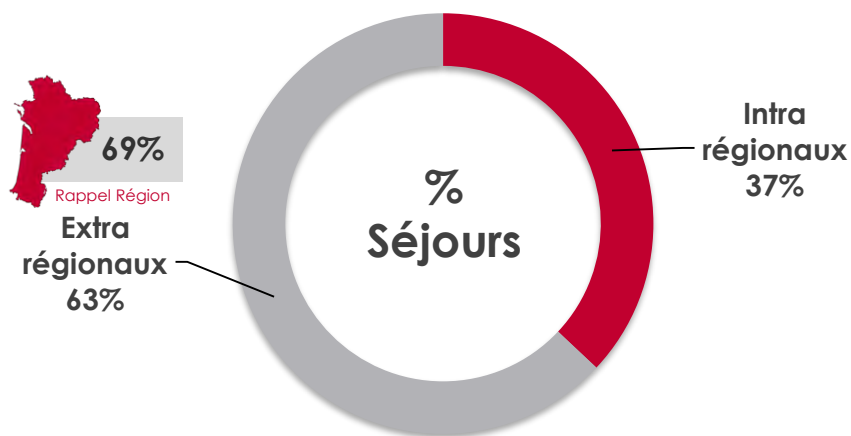
	Printemps	Été	Automne	Hiver	Ensemble
	Mai/Juin	Juillet/Août	Septembre/Octobre	Novembre/Avril	
Séjours	163 582	119 447	42 113	302 402	627 544
Nuitées	574 992	955 908	257 728	1 266 594	3 005 222
Durée moyenne du séjour	3,5 j	8,0 j	6,1 j	4,2 j	4,9 j
Dépense moyenne / jour / pers.	37,1 €	39,7 €	62,6 €	50,0 €	45,4 €

Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble
Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble



37% des séjours sont réalisés par des résidents néo-aquitains. 6 points de plus par rapport au résultat régional.

L'origine de la clientèle



	Intra-régionaux	Extra-régionaux	Ensemble
Séjours	232 097	395 447	627 544
Nuitées	655 390	2 399 832	3 055 222
Durée moyenne du séjour	2,8 j	6,1 j	4,9 j
Dépense moyenne / jour / pers.	56,4 €	42,4 €	45,4 €



CARACTÉRISTIQUES DE LA CLIENTÈLE



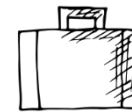
Origine de la clientèle



Structure des groupes et taille moyenne



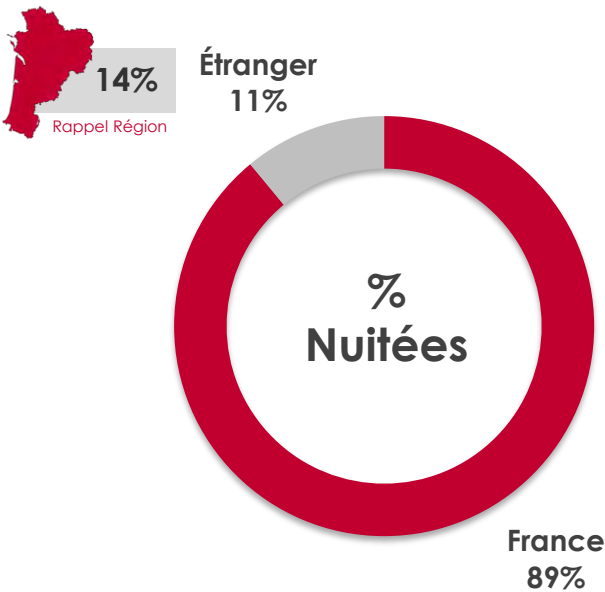
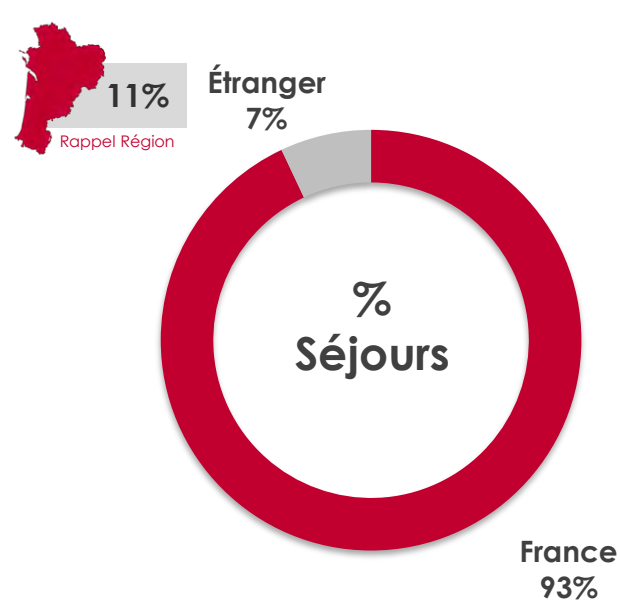
Âge de la clientèle



CSP (du répondant)

Une clientèle très majoritairement française visitant le département de la Creuse (plus de 9 touristes sur 10).

L'origine de la clientèle



**Automne**
(Septembre/Octobre)

20% d'étrangers en séjour

**Hiver**
(Novembre/Avril)

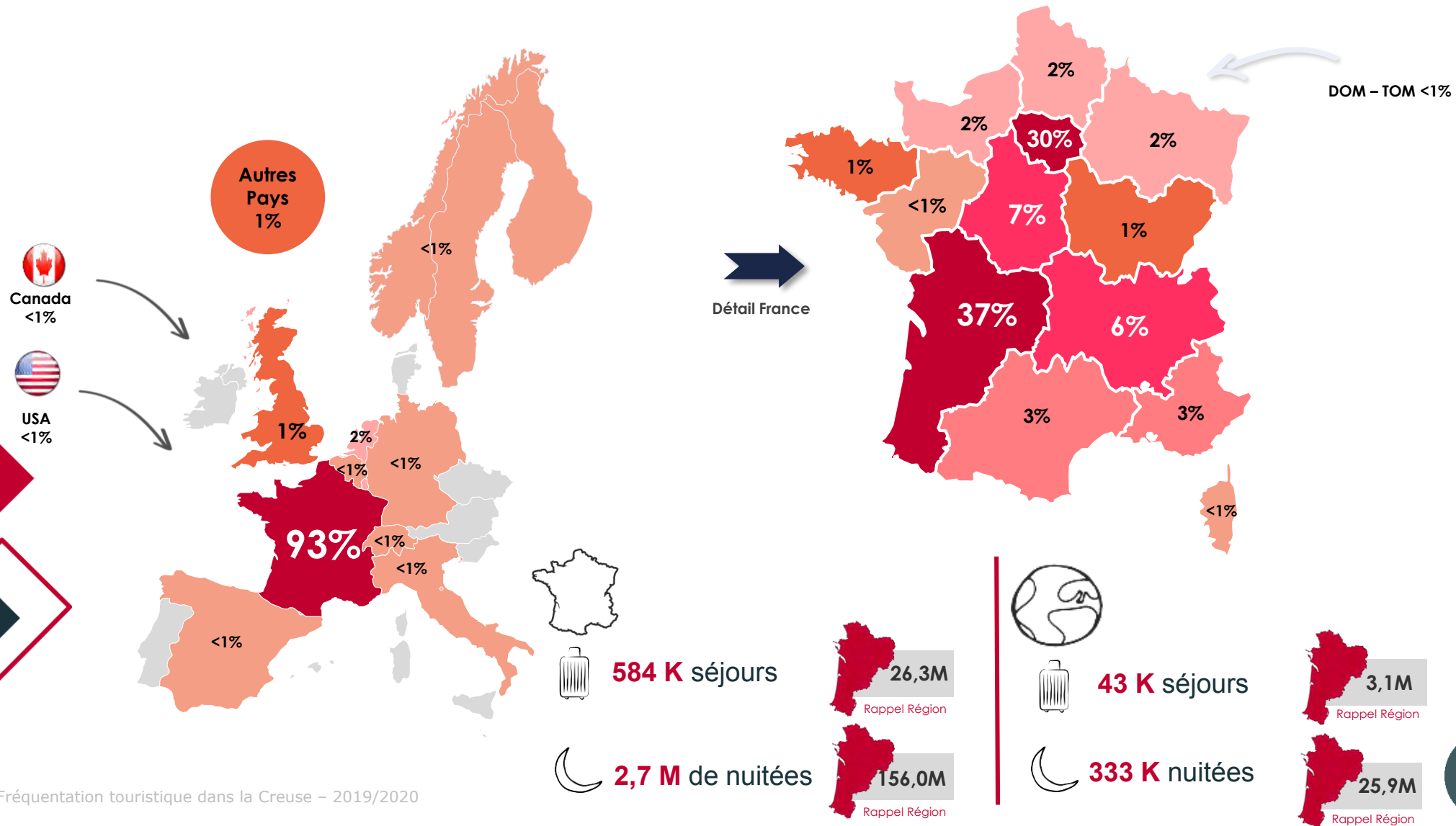
99% de Français en séjour

	France	Étranger	Ensemble
Séjours	584 398	43 146	627 544
Nuitées	2 721 965	333 257	3 055 222
Durée moyenne du séjour	4,7 j	7,7 j	4,9 j
Dépense moyenne / jour / pers.	44,4 €	54,2 €	45,4 €



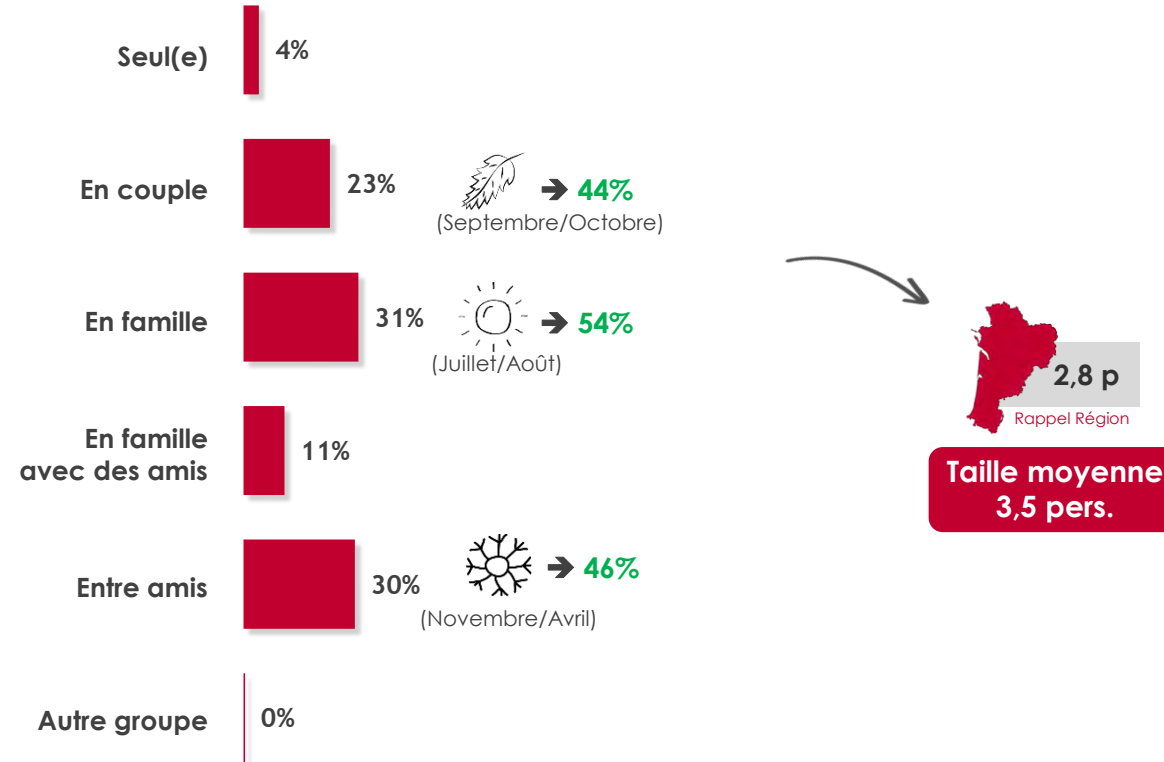
Les Néo-Aquitains, 1^{ère} clientèle touristique du département (37%), suivis par les Franciliens (30%). Une présence, en proportion, assez faible des autres clientèles.

L'origine de la clientèle en séjour



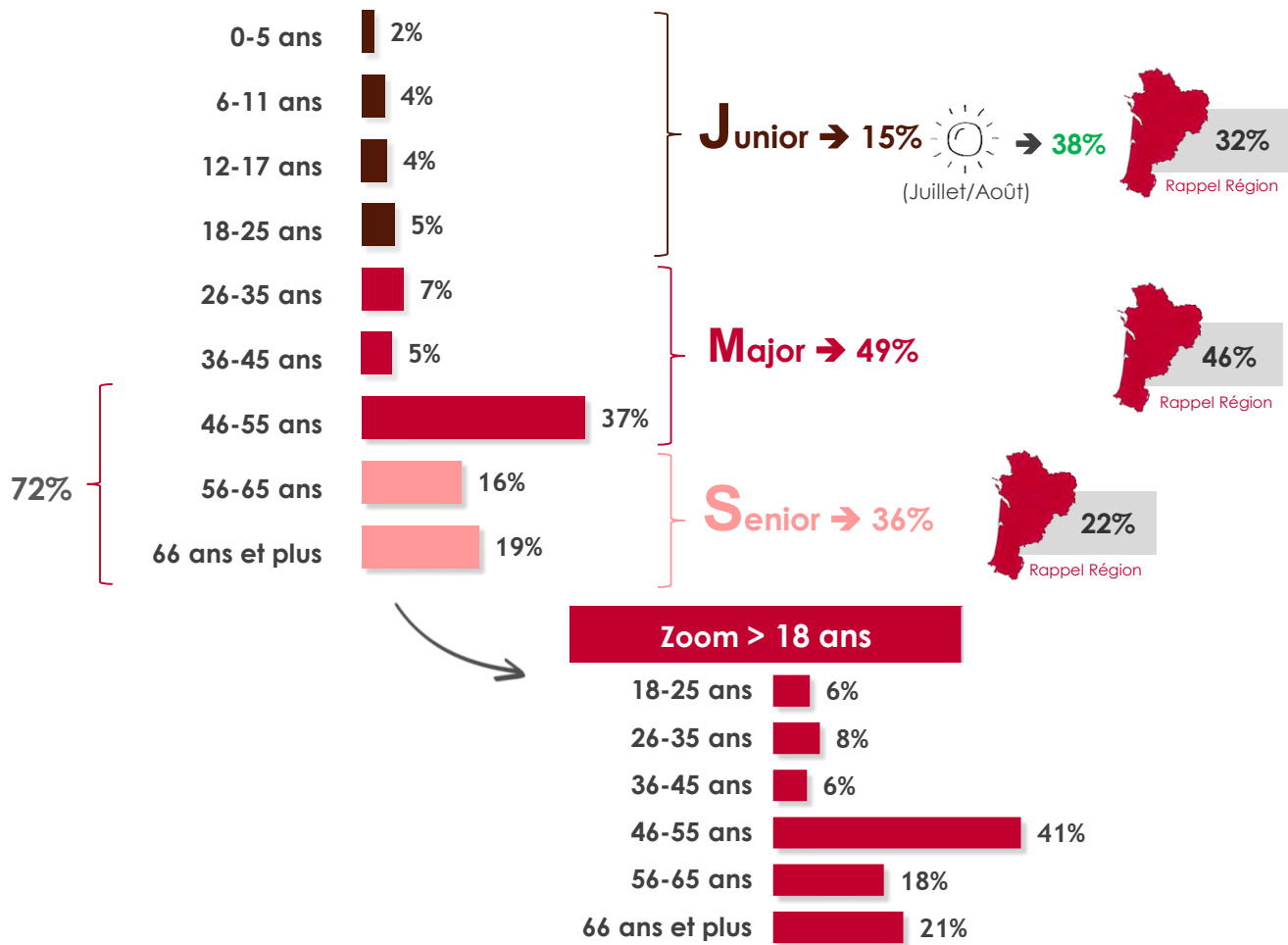
Des séjours qui se font le plus souvent dans un cadre familial mais aussi, spécificité du département, surreprésentation des séjours entre amis (30% vs 16% à l'échelle régionale).

La structure des groupes et la taille moyenne



Une clientèle plus âgée qu'à l'échelle de la Région (+14 pts pour les séniors) : 7 touristes sur 10 dans la Creuse ont plus de 45 ans.

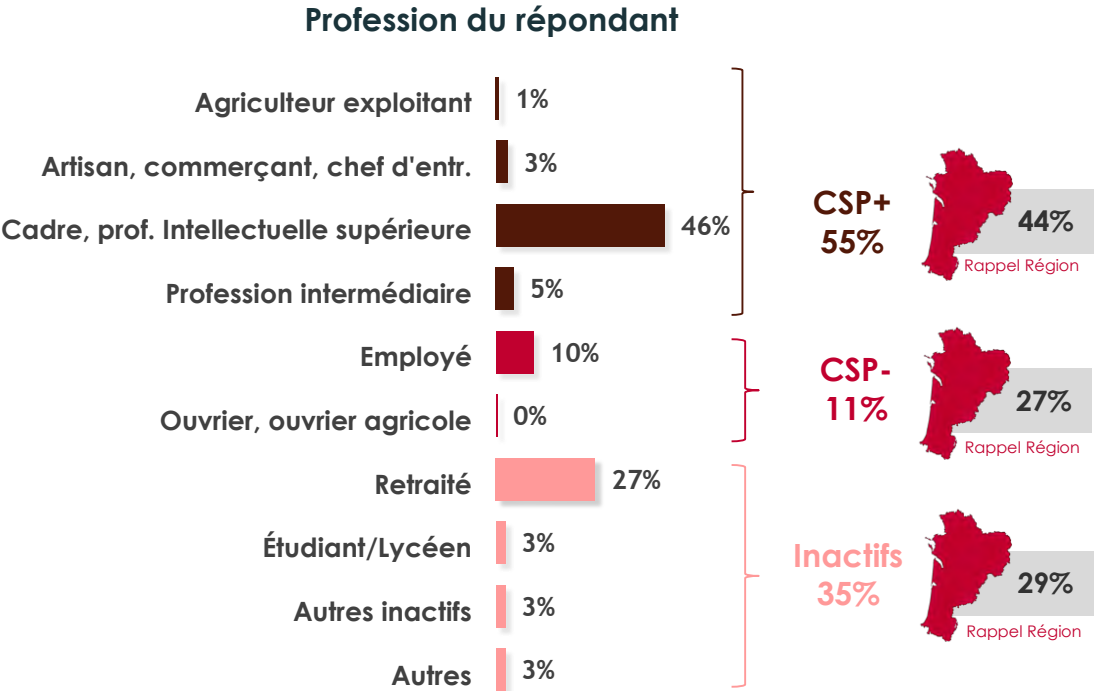
L'âge de la clientèle



Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble
Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble

Des touristes aux CSP plutôt aisées bien représentés (54% vs 44% à l'échelle régionale) tout comme les retraités (27% vs 18% à l'échelle régionale).

La CSP des répondants (et revenu du foyer)



CARACTÉRISTIQUES DU SÉJOUR



Préparation et modalité de réservation du séjour



Motif du séjour



Facteurs d'attractivité



Mode d'hébergement



Durée du séjour



Mode de transport utilisé
pour quitter la Région

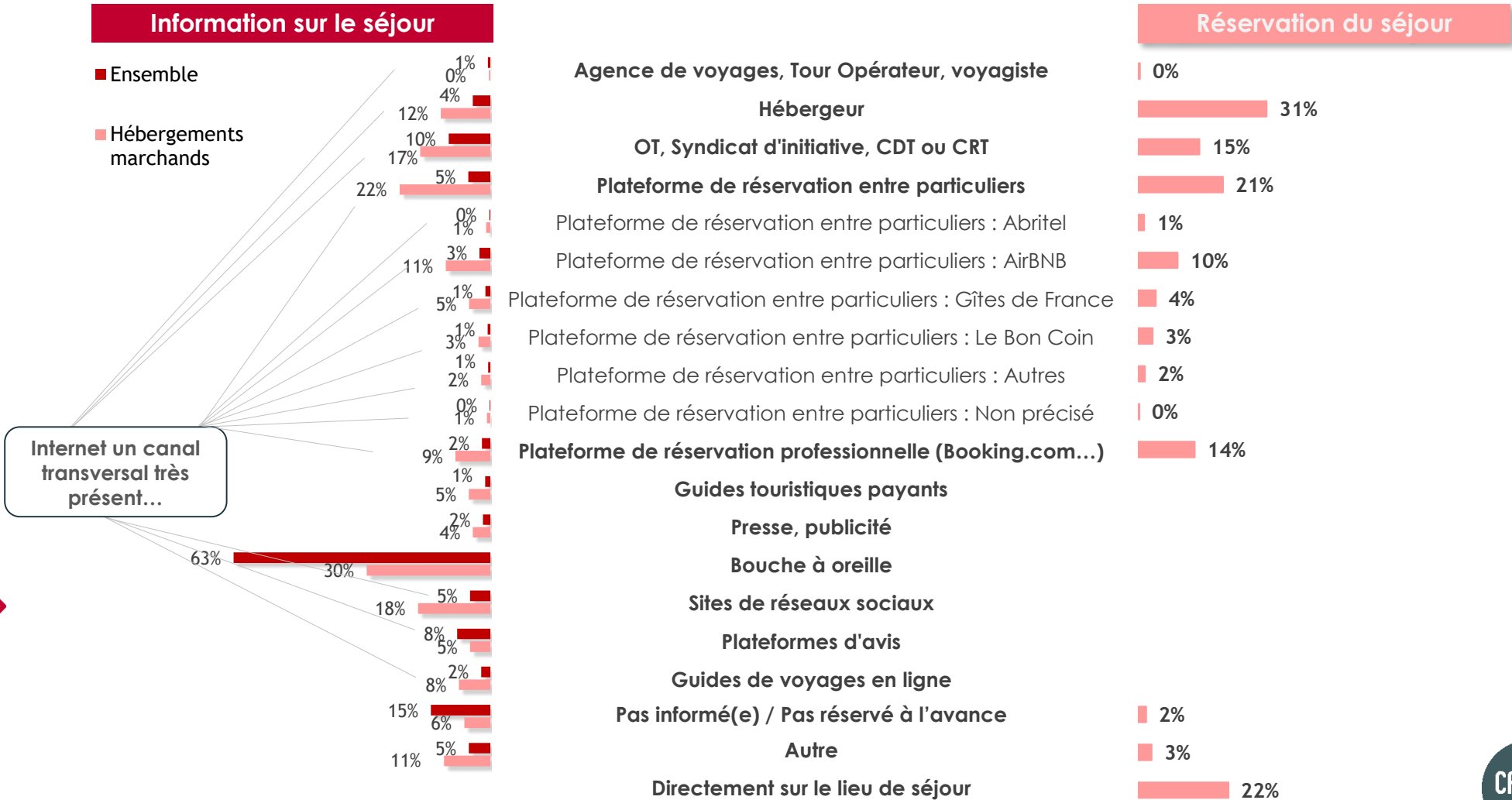


Activités pratiquées

Une quête d'informations qui passe avant tout par le bouche à oreille. Rôle central des hébergeurs dans la réservation du séjour.

Informations et réservation du séjour

Pour préparer votre séjour, pouvez-vous préciser auprès de qui ou de quelle(s) manière(s) vous vous êtes informé(e) / vous avez réservé ?

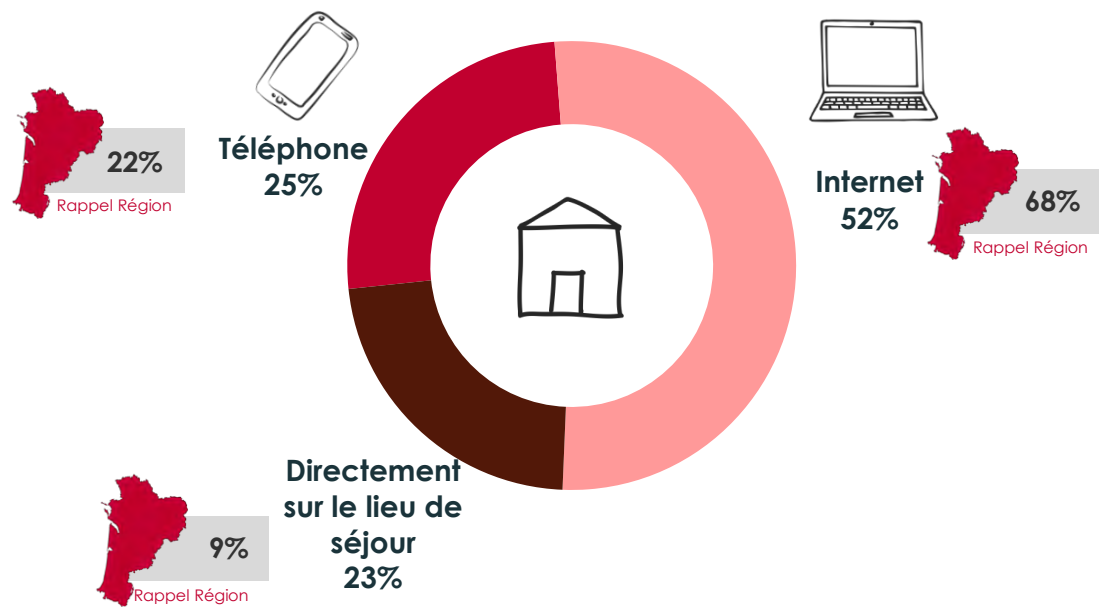


Internet, un vecteur incontournable de réservation de l'hébergement, mais bien en deçà du niveau régional (52% vs 68%). A contrario, la réservation sur le lieu de séjour est très pratiquée (23% vs 9%), plus particulièrement en hiver (65%).

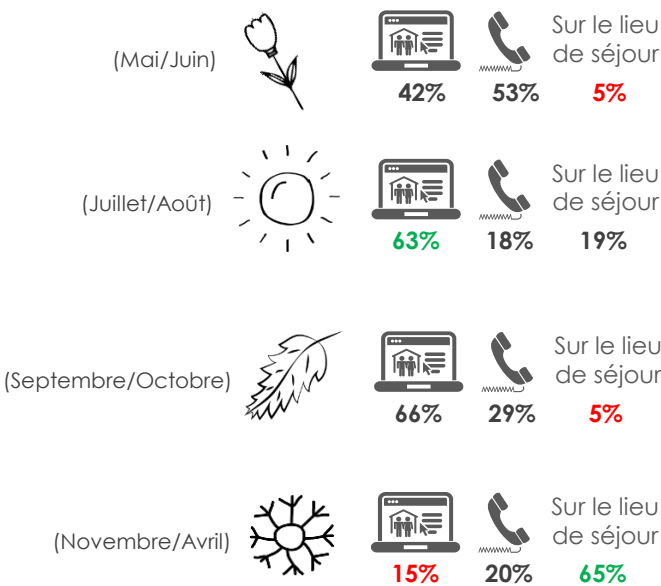
Le moyen de réservation du mode d'hébergement

Par quel moyen avez-vous réservé votre mode d'hébergement ?

Base des séjours en hébergements marchands



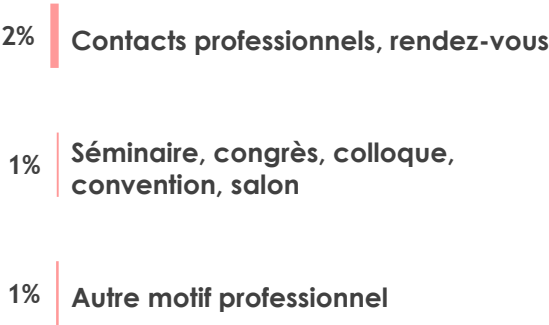
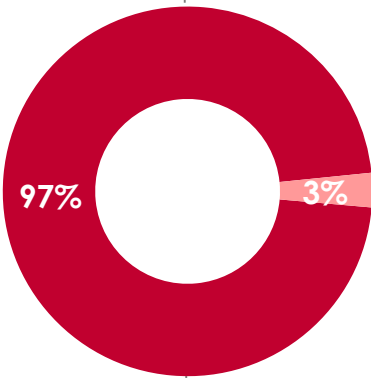
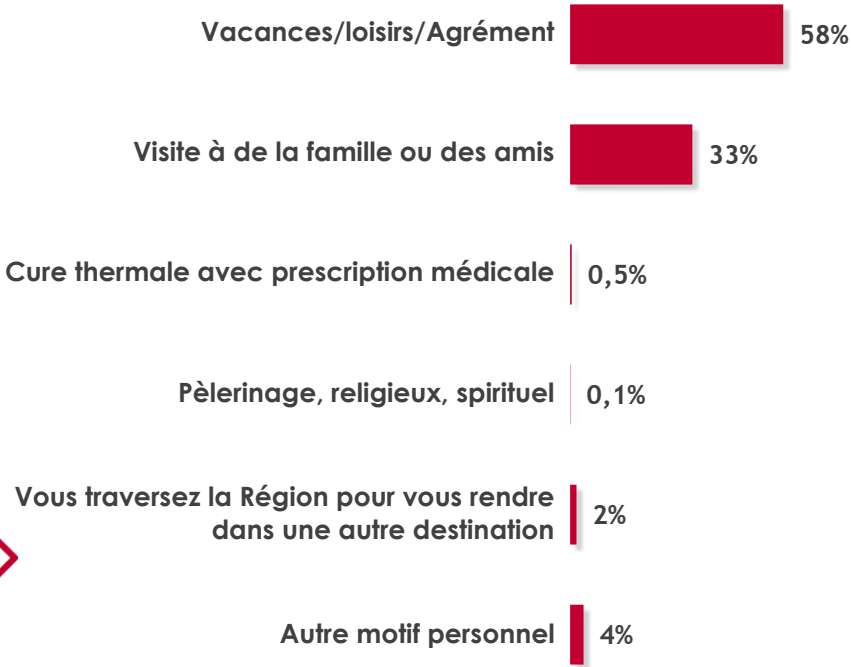
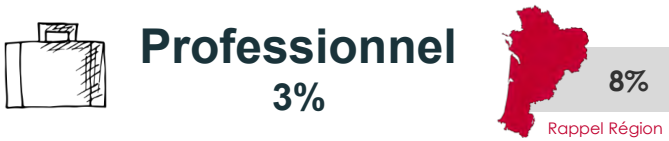
Par saison



Des séjours dans la Creuse en 1^{er} lieu pour un motif Vacances mais aussi pour motif affinitaire. Très peu de séjours pour motifs professionnels (3% vs 8% à l'échelle régionale).

Le motif du séjour

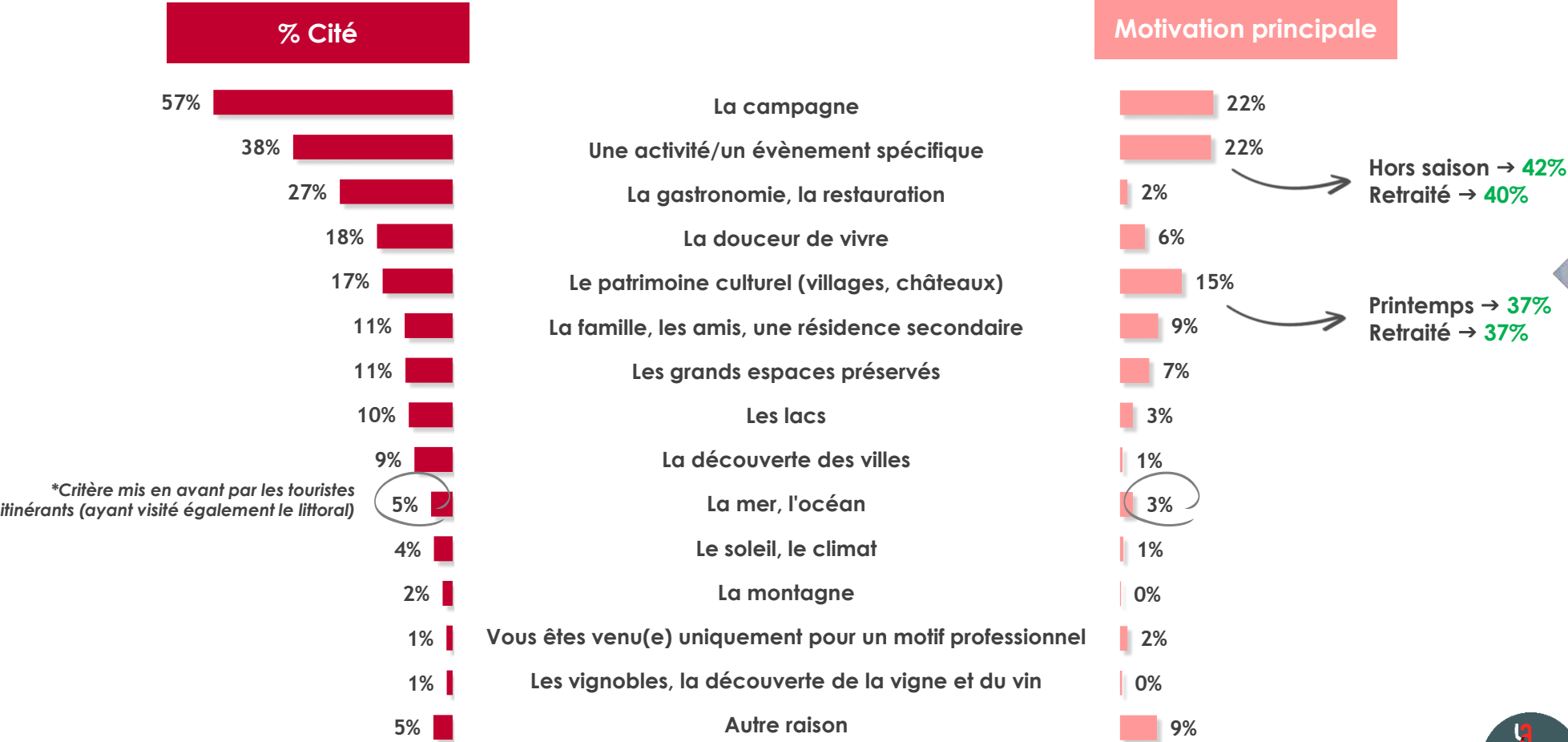
Pour quelle raison êtes-vous venu(e) en Nouvelle-Aquitaine ?



La venue des touristes, majoritairement motivée par la campagne et « une activité ou un évènement spécifique ».

Les motivations du séjour

Vous avez choisi de séjourner en Nouvelle-Aquitaine pour... (3 réponses maximum) / Quel est l'élément qui a le plus influencé votre choix de venue en Nouvelle-Aquitaine ?



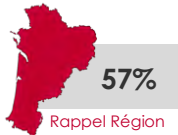
L'hébergement non marchand représente 80% des séjours, avec : 44% en résidence secondaire et 36% en résidence principale de parents ou amis (vs 27% à l'échelle régionale).

Le mode d'hébergement (base séjours)

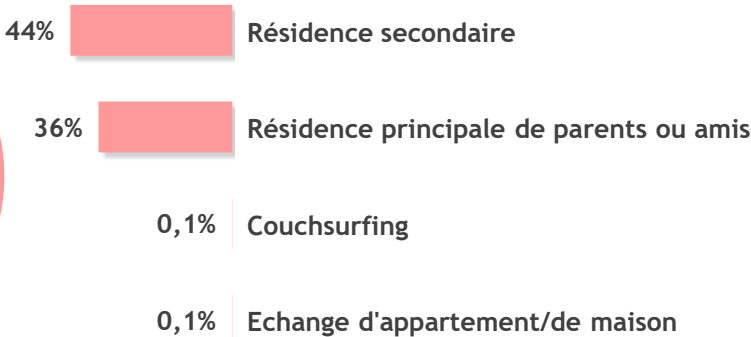
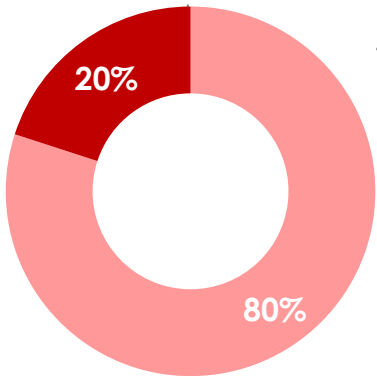
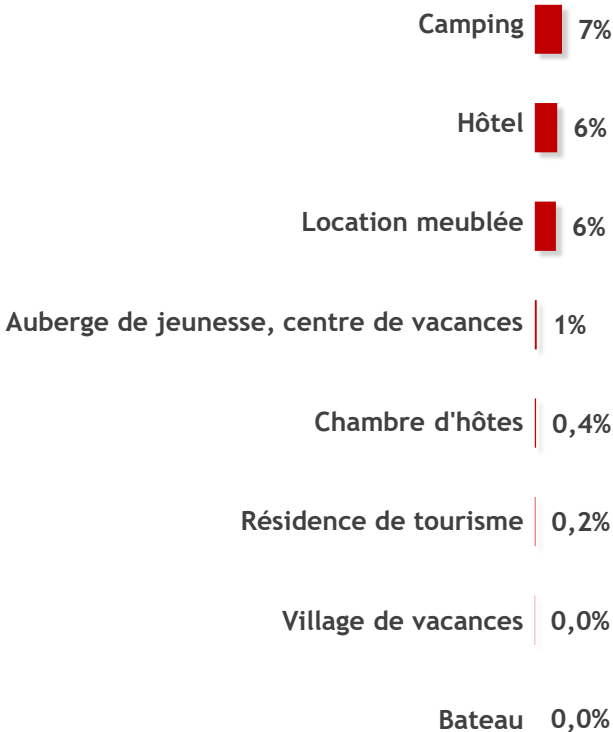
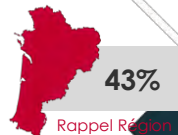
Dans quel mode d'hébergement avez-vous séjourné ?



Hébergement marchand
20%



Hébergement non marchand
80%



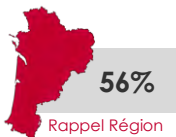
L'hébergement non marchand représente 82% des nuitées, avec : 41% en résidence secondaire (vs 17% à l'échelle régionale) et 40% en résidence principale de parents ou amis (vs 24% à l'échelle régionale).

Le mode d'hébergement (base nuitées)

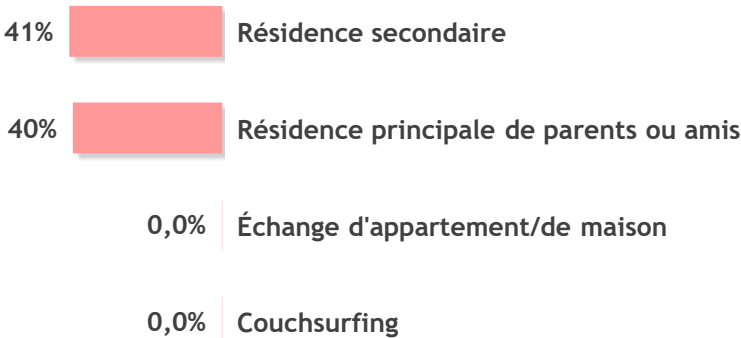
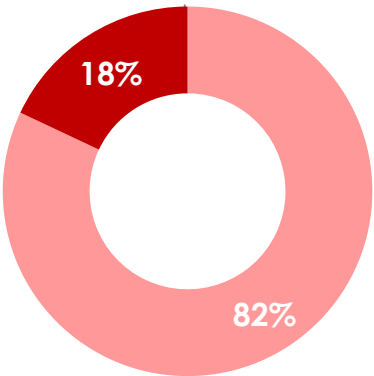
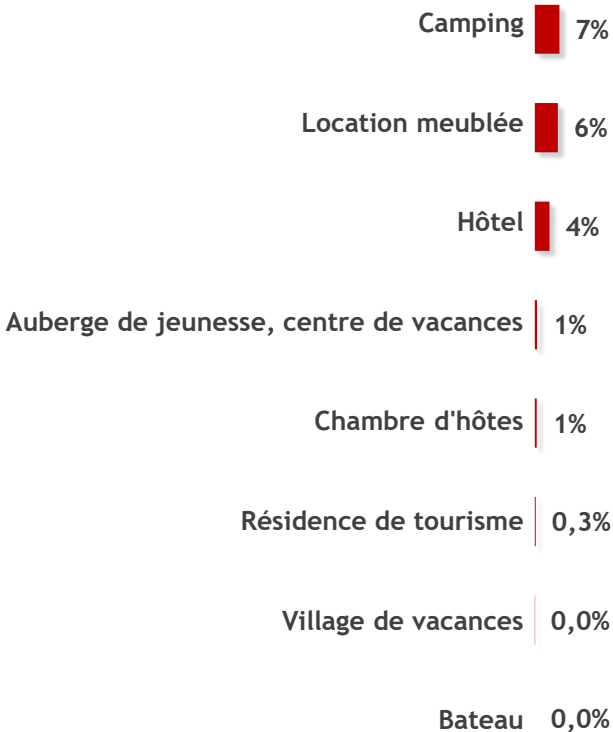
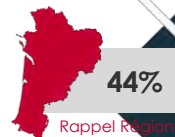
Dans quel mode d'hébergement avez-vous séjourné ?



Hébergement marchand
18%

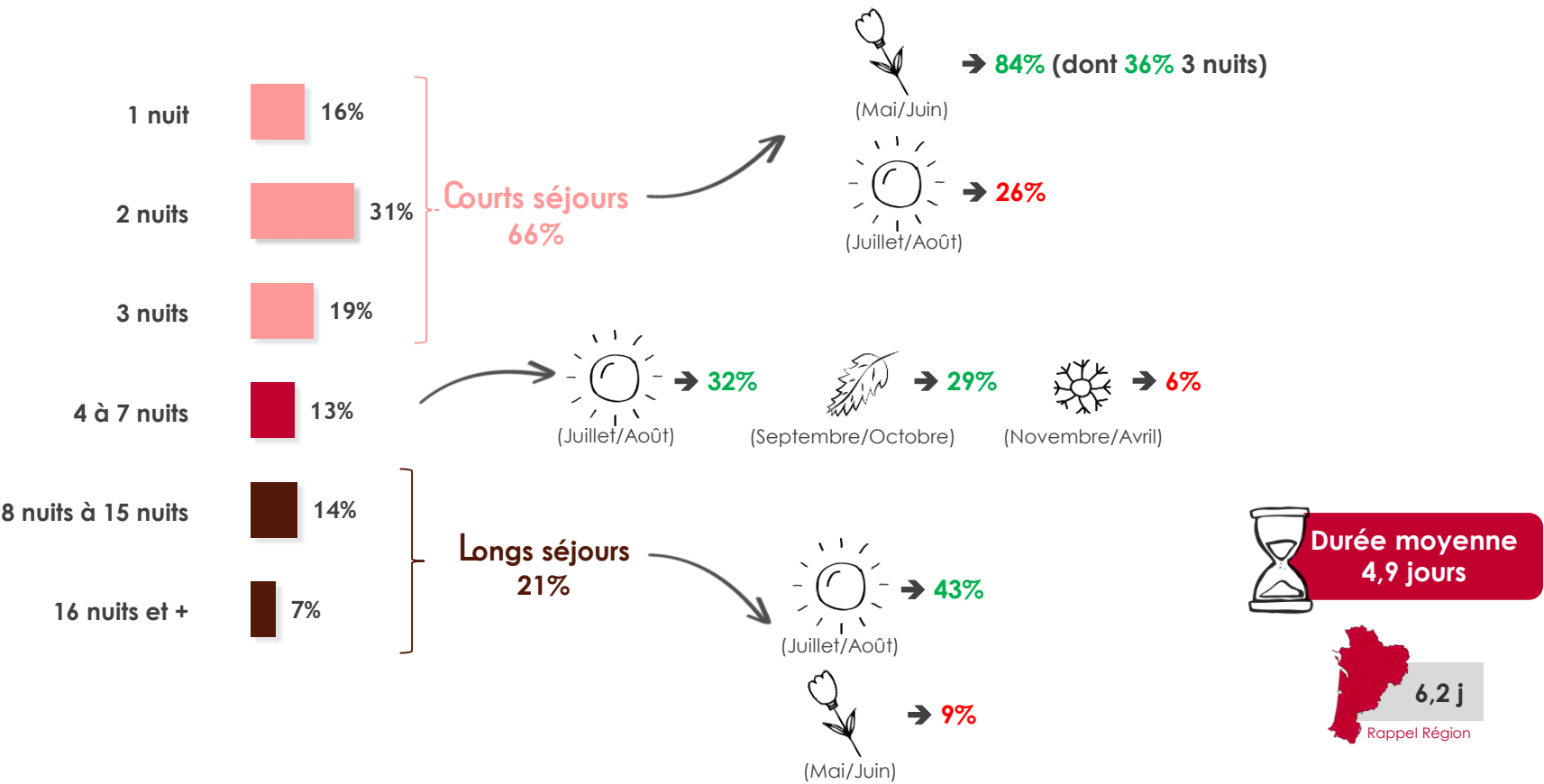


Hébergement non marchand
82%



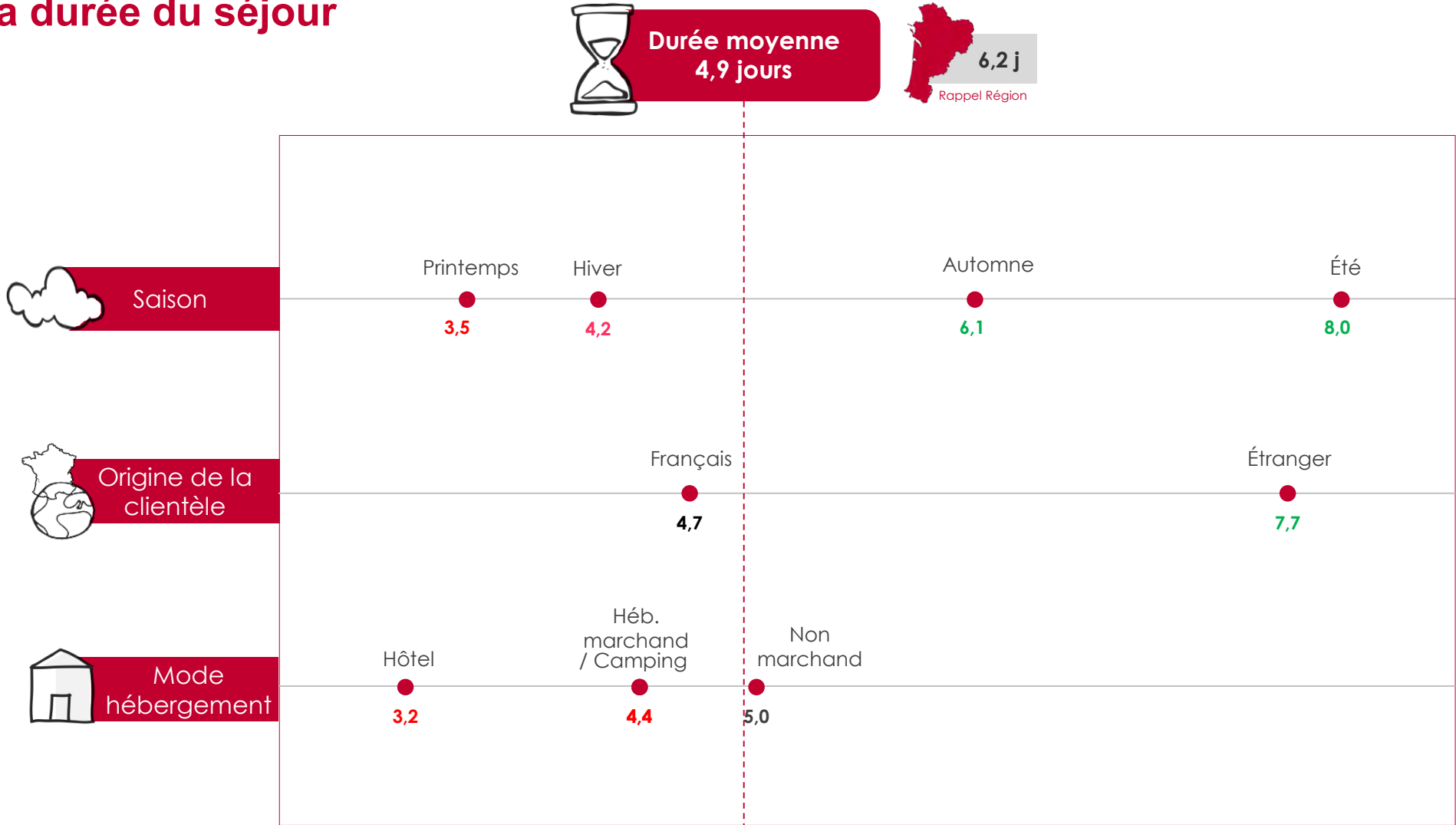
4,9 jours par séjour en moyenne, en deçà de ce que l'on observe à l'échelle de la Région... avec deux tiers (66%) de séjours courts (vs 51% à l'échelle régionale).

La durée du séjour (base séjours)



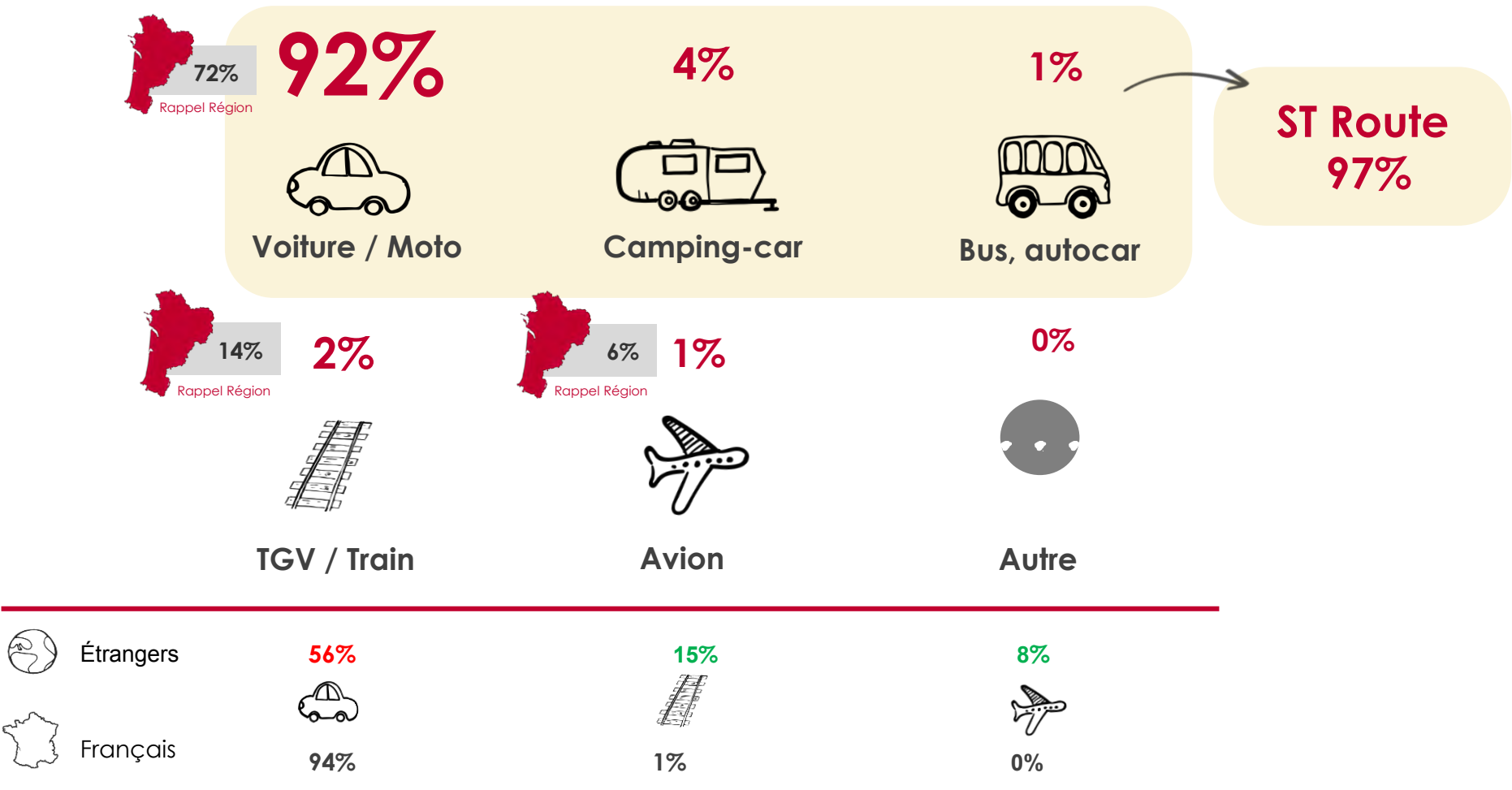
Des durées de séjour très hétérogènes selon le type d'hébergement (3,2 nuits à l'hôtel, 5,0 en hébergement non marchand), **l'origine** (4,7 nuits pour les français, 7,7 nuits pour les étrangers) **et la saison** (3,5 nuits au printemps, 8,0 nuits en été).

La durée du séjour



La voiture, mode de transport prépondérant en fin de séjour (92% vs 72% à l'échelle régionale).

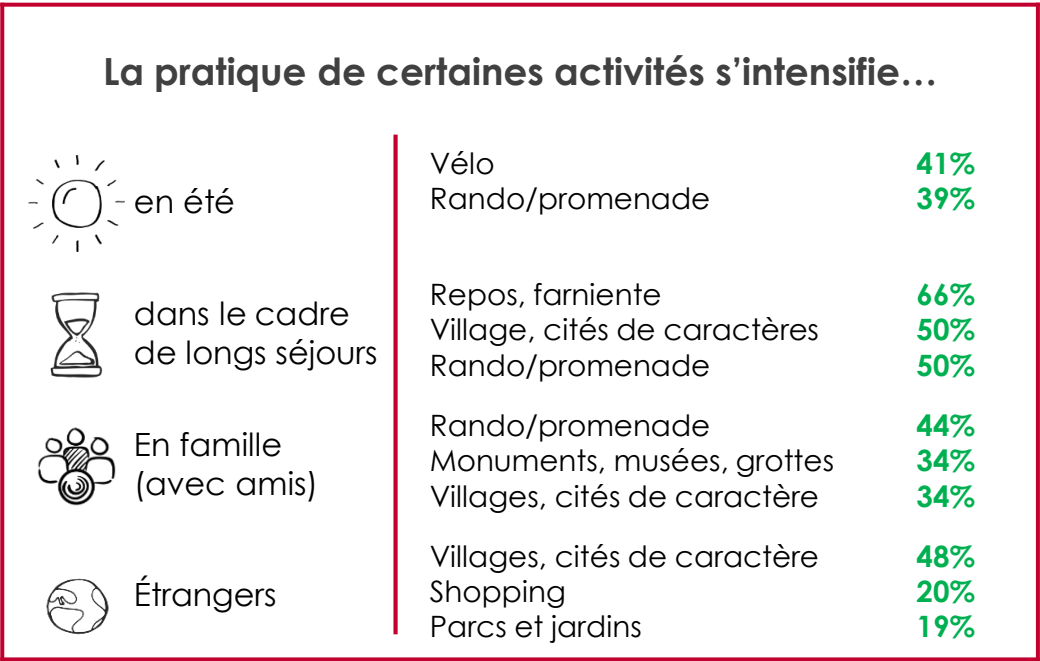
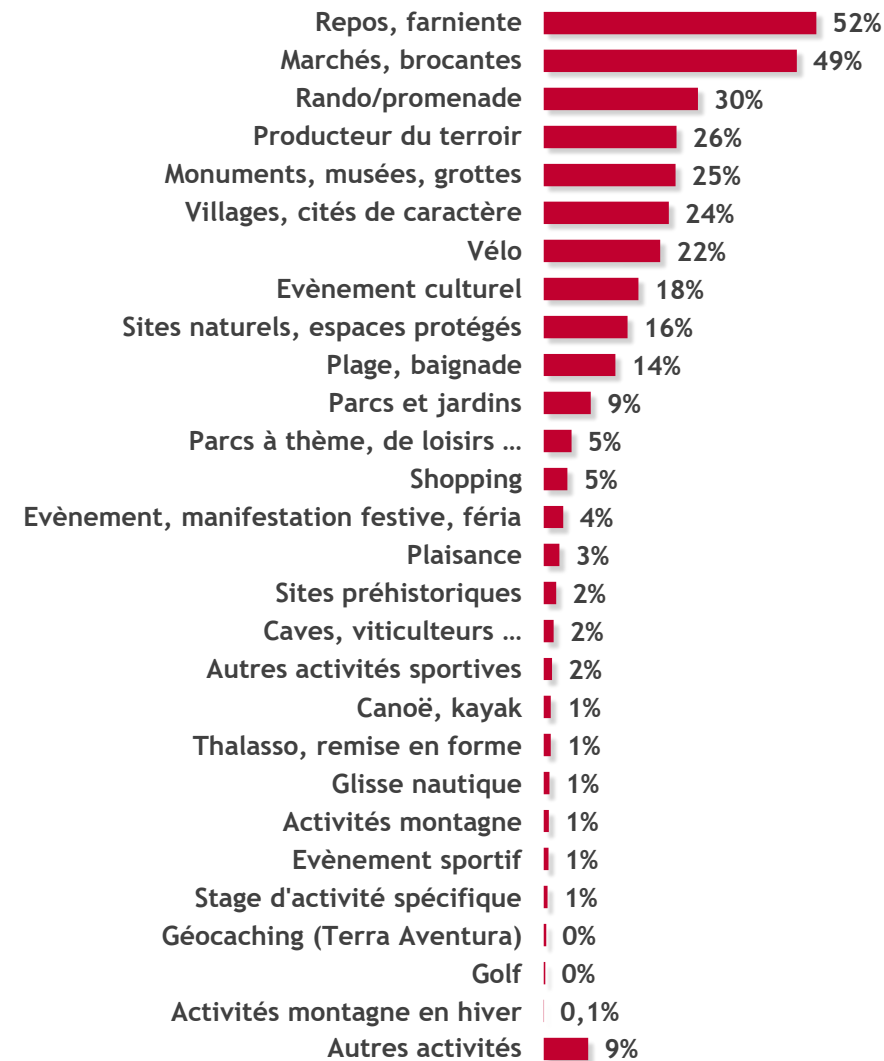
Le mode de transport utilisé pour quitter la région



Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble
Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble

Des touristes principalement adeptes de repos, farniente et de marchés, brocantes.

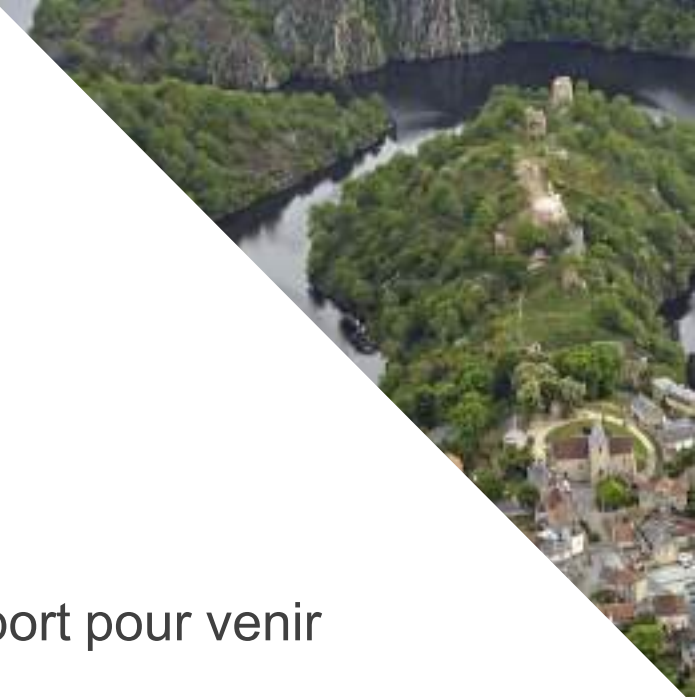
Les activités pratiquées



DÉPENSES



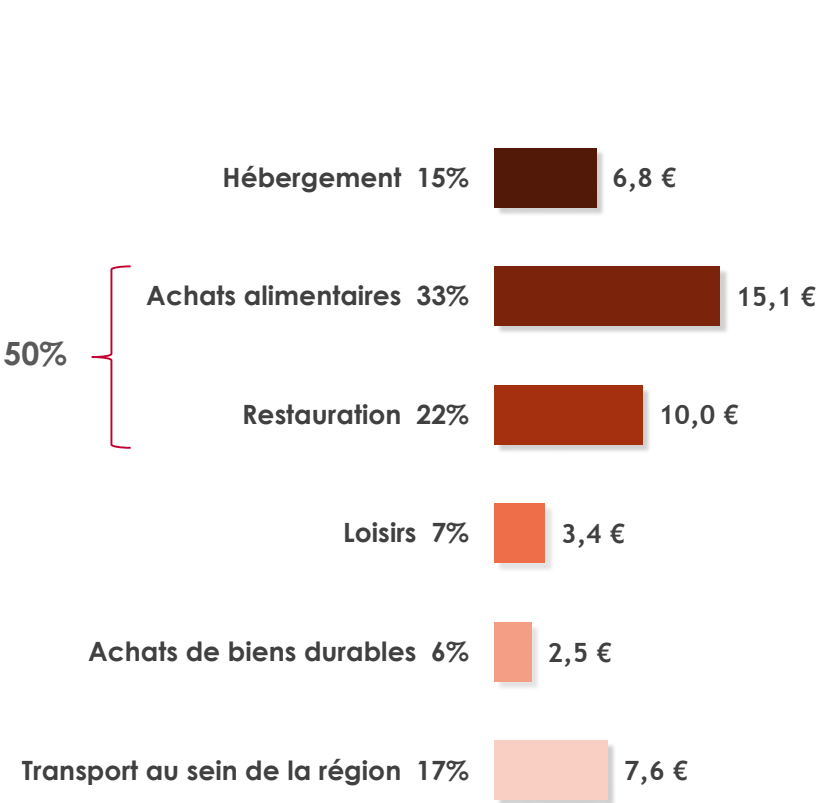
Dépenses du séjour
(hors dépenses de transport pour venir
en Nouvelle-Aquitaine)



Un niveau de dépense par jour et par personne de 45,4€, bien en deçà du niveau régional (67,6€) . La moitié de ces dépenses est consacrée aux achats alimentaires et restauration. Seuls 15% sont alloués à l'hébergement, en adéquation avec le recours très massif au non-marchand.

Les dépenses par poste

Dépenses / jour / pers



Poste de dépense
% dans l'ensemble des dépenses

Dépense totale par jour par personne
45,4 €

67,6€
Rappel Région

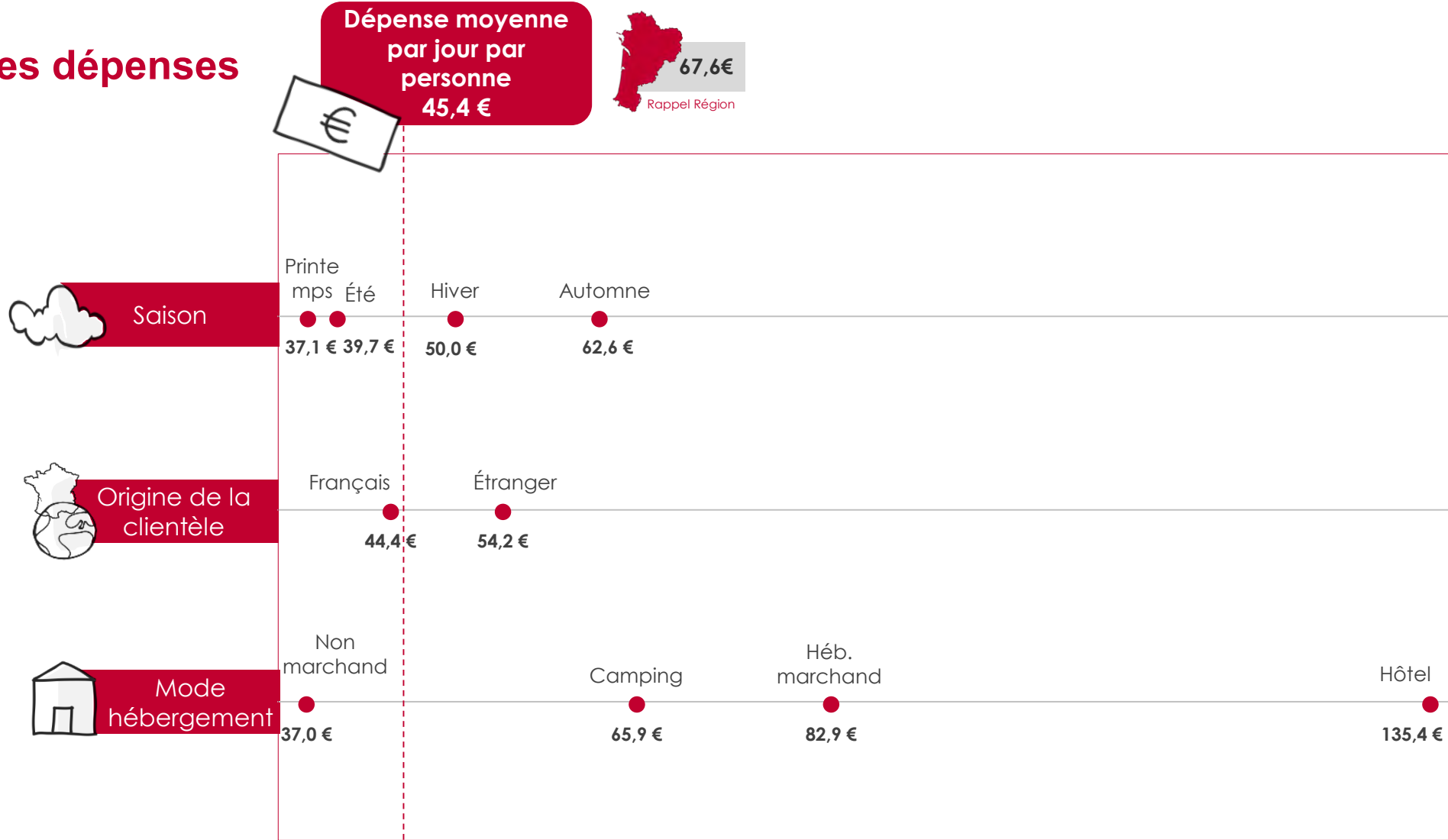
Pension complète ou demi-pension
1 %

% de séjours en pension complète ou demi-pension (base hébergement marchand)

5%
Rappel Région

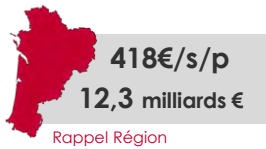
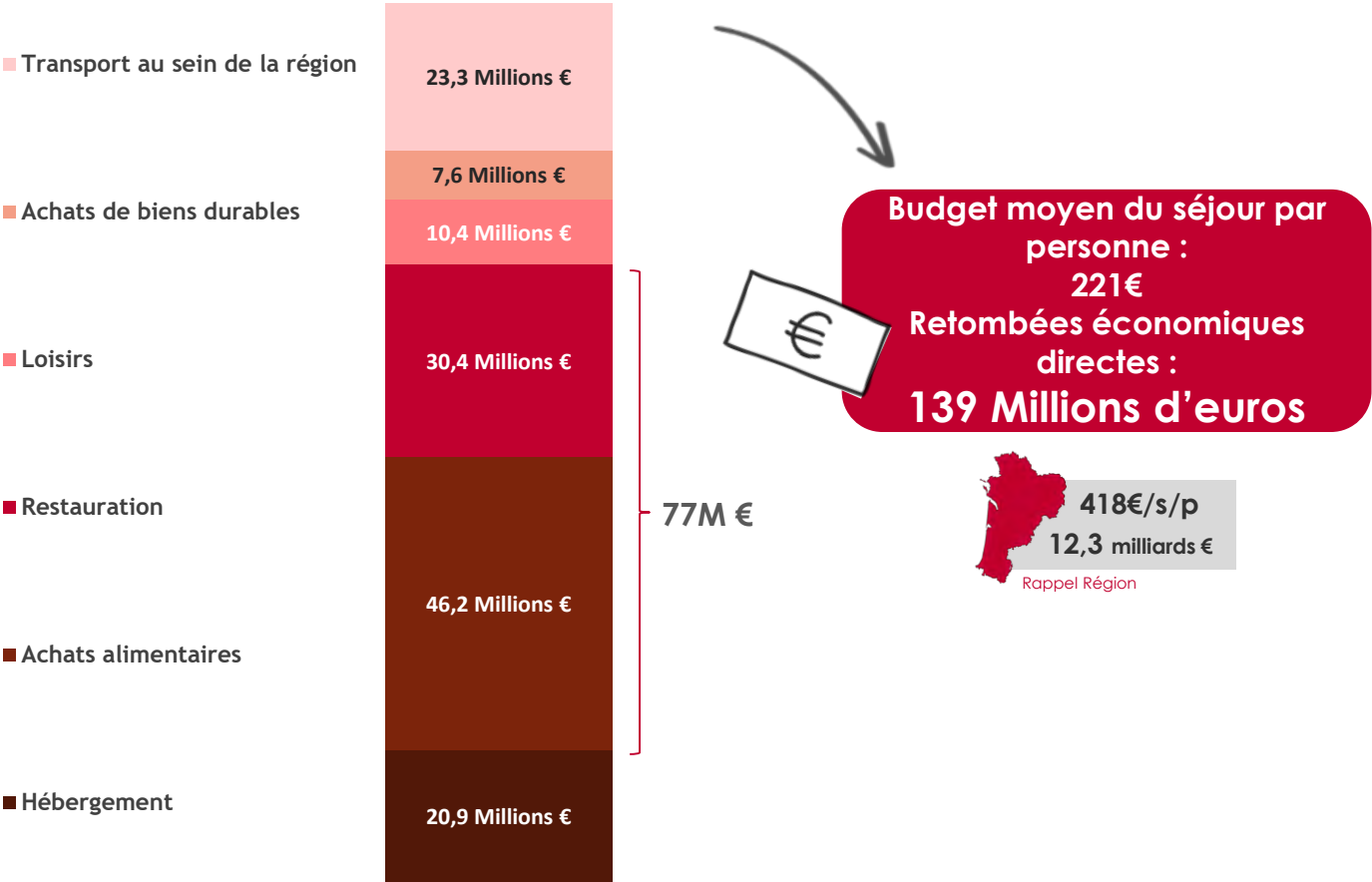
Un niveau de dépense / j / pers très différent selon le mode d'hébergement (37€ en hébergement non marchand, 135€ à l'hôtel) et la saison (37€ au printemps, 63€ en automne).

Les dépenses



139 millions d'euros de retombées économiques directes (1% des retombées économiques de la Région).
Un budget moyen du séjour par personne inférieur à celui constaté à l'échelle régionale (221€ vs 418€) **en raison d'une prédominance de séjours courts dans le département.**

Les retombées économiques directes

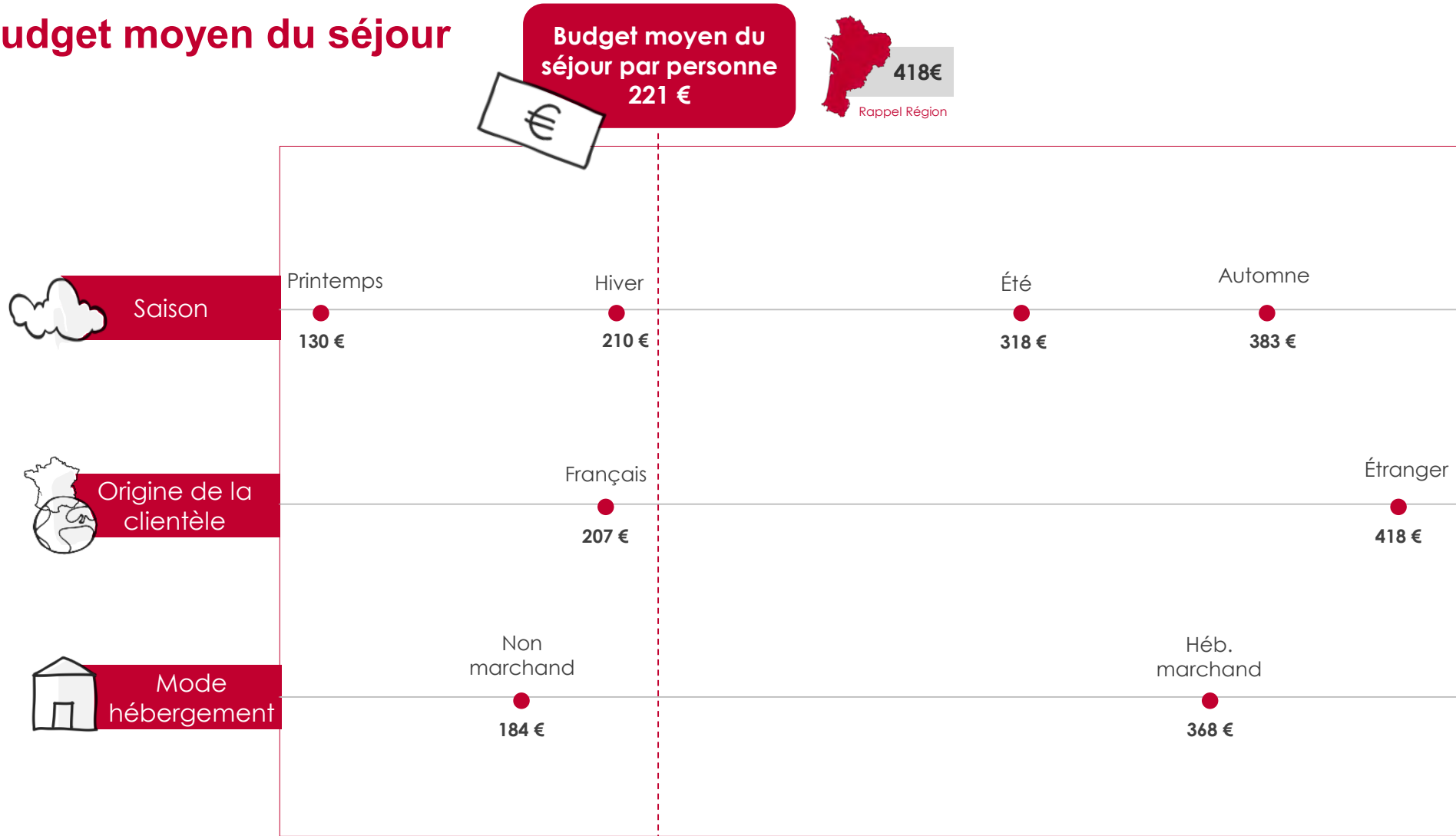


	Par saison
	Conso. Touristique
	21 Millions €
	38 Millions €
	16 Millions €
	63 Millions €



Un budget moyen du séjour par personne très hétérogène où le printemps se distingue des autres saisons.

Budget moyen du séjour



FIDÉLITÉ ET SATISFACTION



Fidélité

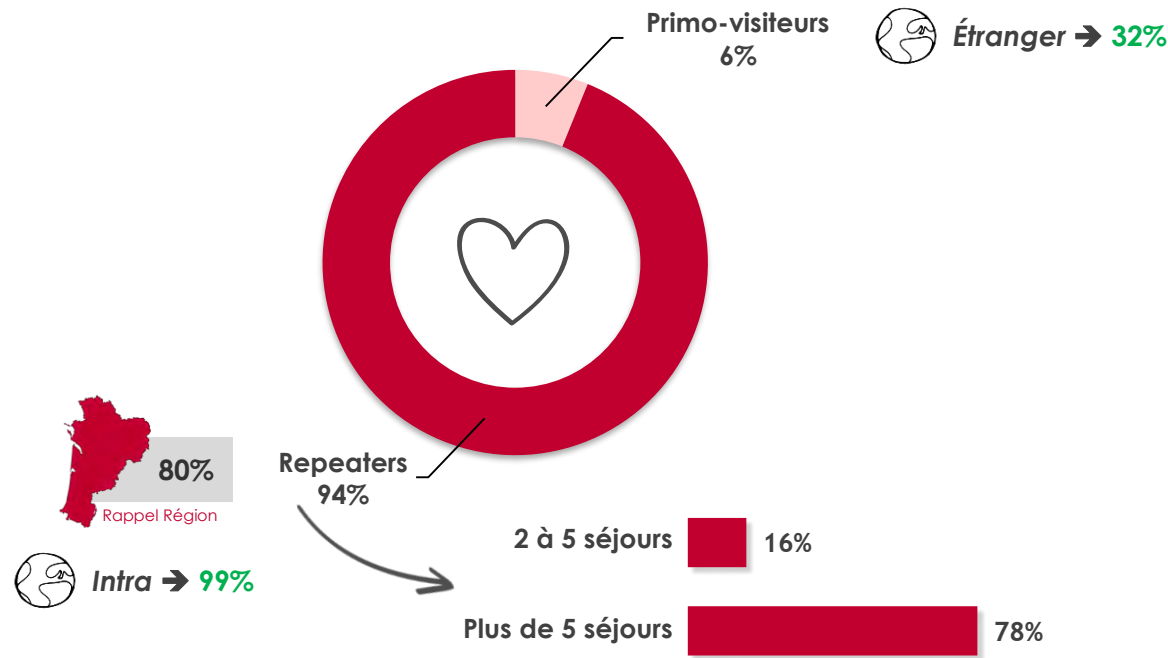


Satisfaction



94% des touristes de la Creuse ont déjà séjourné en Nouvelle-Aquitaine (vs 80% à l'échelle régionale), en lien avec un tourisme affinitaire, souvent récurrent.

Le nombre de séjours en Nouvelle-Aquitaine (fidélité)



Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble
Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble

Des touristes très satisfaits, qui manifestent un grand enthousiasme.

La satisfaction globale

Globalement, par rapport à votre séjour, vous êtes...



Pas du tout satisfait

Peu satisfait

Satisfait

Très satisfait

% de très satisfait

+++

% de très satisfait

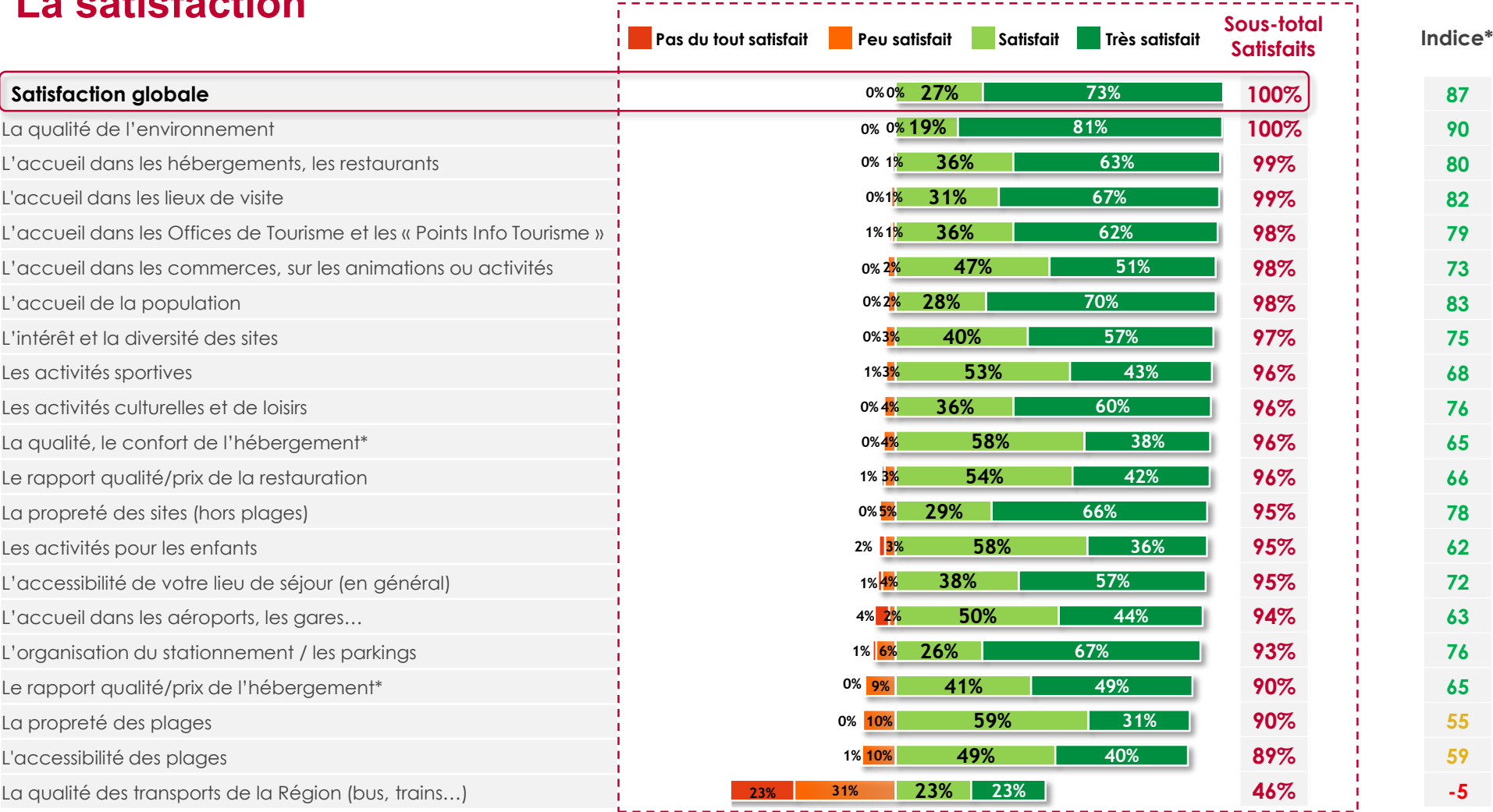
Hiver	88%
Entre amis	92%

Été	52%
CSP-	56%
Seul	48%
Accompagné d'enfant(s)	59%



Forte satisfaction sur la plupart des critères. Les thèmes relatifs à l'accueil sont particulièrement bien évalués.

La satisfaction



* Calcul de l'indice : (% très satisfait + 1/2 % satisfait - 1/2 % peu satisfait - % pas du tout satisfait)
Interprétation de l'indice : Exemple de norme : + de 60 -> Excellent, de 30 à 60 -> Assez bon, - de 30 -> Mauvais

** Uniquement pour les hébergements marchands



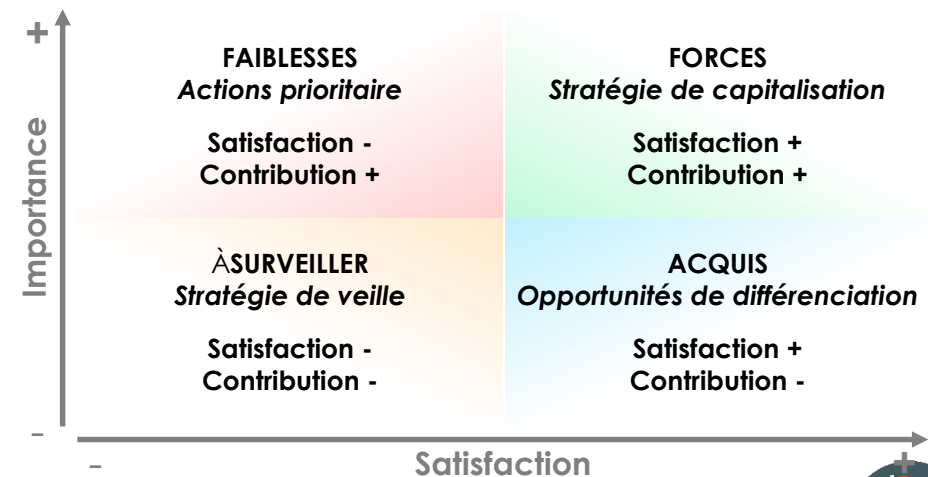
L'ANALYSE DE LA SATISFACTION



Une méthode statistique permet de hiérarchiser l'ensemble des critères de satisfaction et d'établir les priorités d'investissements pour optimiser la qualité de service proposée : il s'agit de l'analyse de contribution.

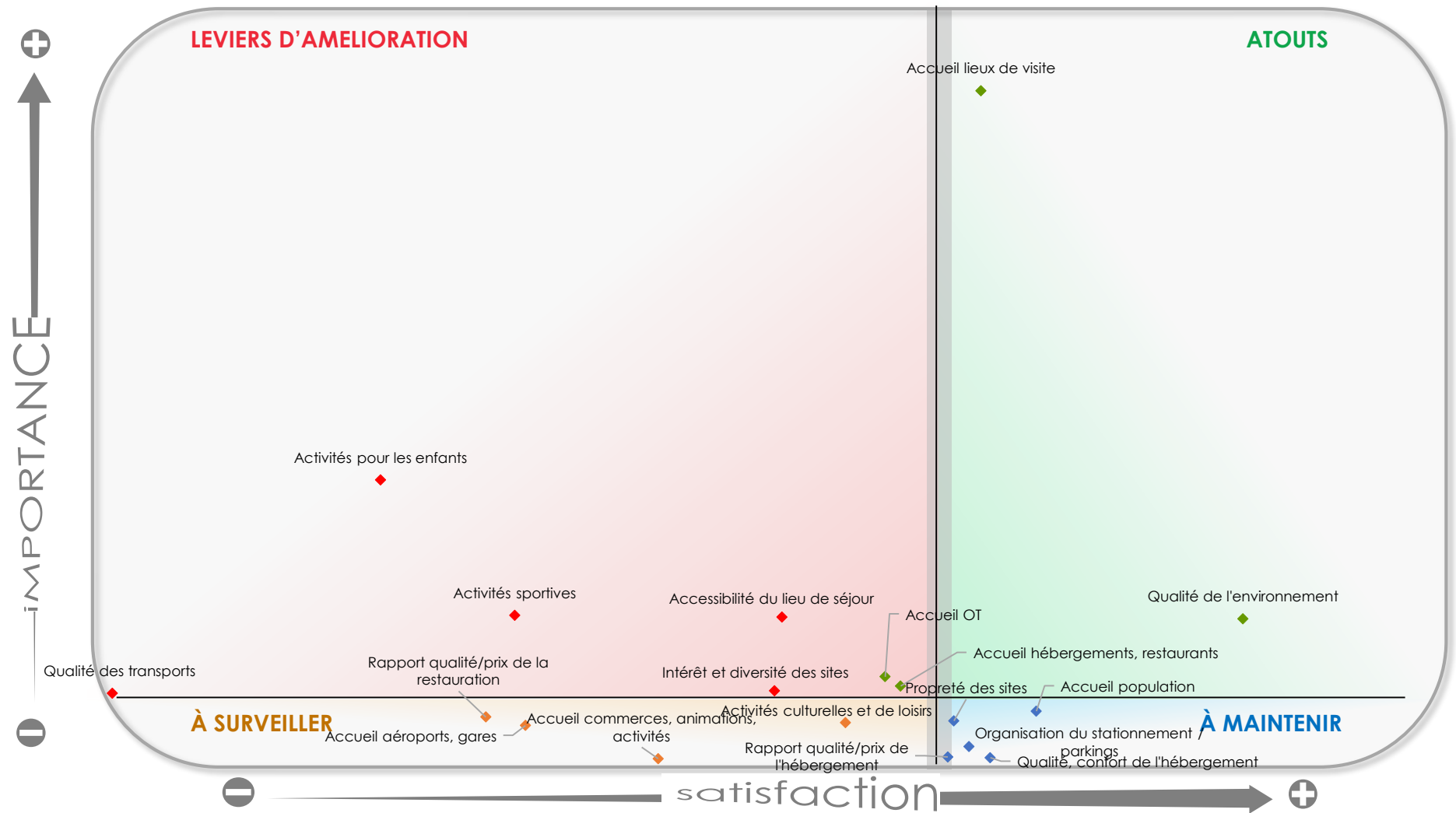
L'analyse de la contribution est une technique statistique qui permet de comprendre comment se construit la satisfaction globale du visiteur. Les critères de satisfaction sont hiérarchisés en fonction de l'intensité de la liaison entre la satisfaction globale et l'ensemble des critères jugés. Il en résulte un mapping sur lequel sont placés chacun des items de satisfaction.

La représentation graphique sous forme de mapping permet de positionner les critères en fonction de leur **contribution** et du **niveau de satisfaction** qu'ils obtiennent. La proportion de « très satisfait » de chaque item est reportée sur l'axe des abscisses tandis que l'indicateur de contribution (ou importance) est reportée sur l'axe des ordonnées ; le croisement des deux axes en leurs médianes respectives divise le mapping en quatre parties.

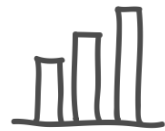


Bilan et axes d'amélioration

Ensemble des clientèles / année



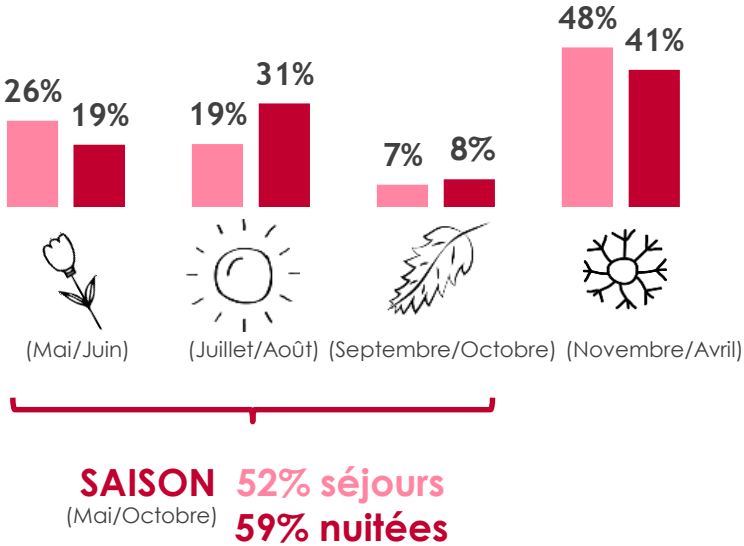
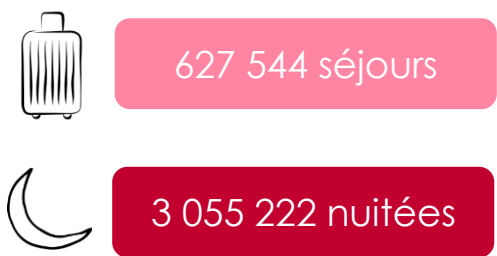
SYNTHÈSE



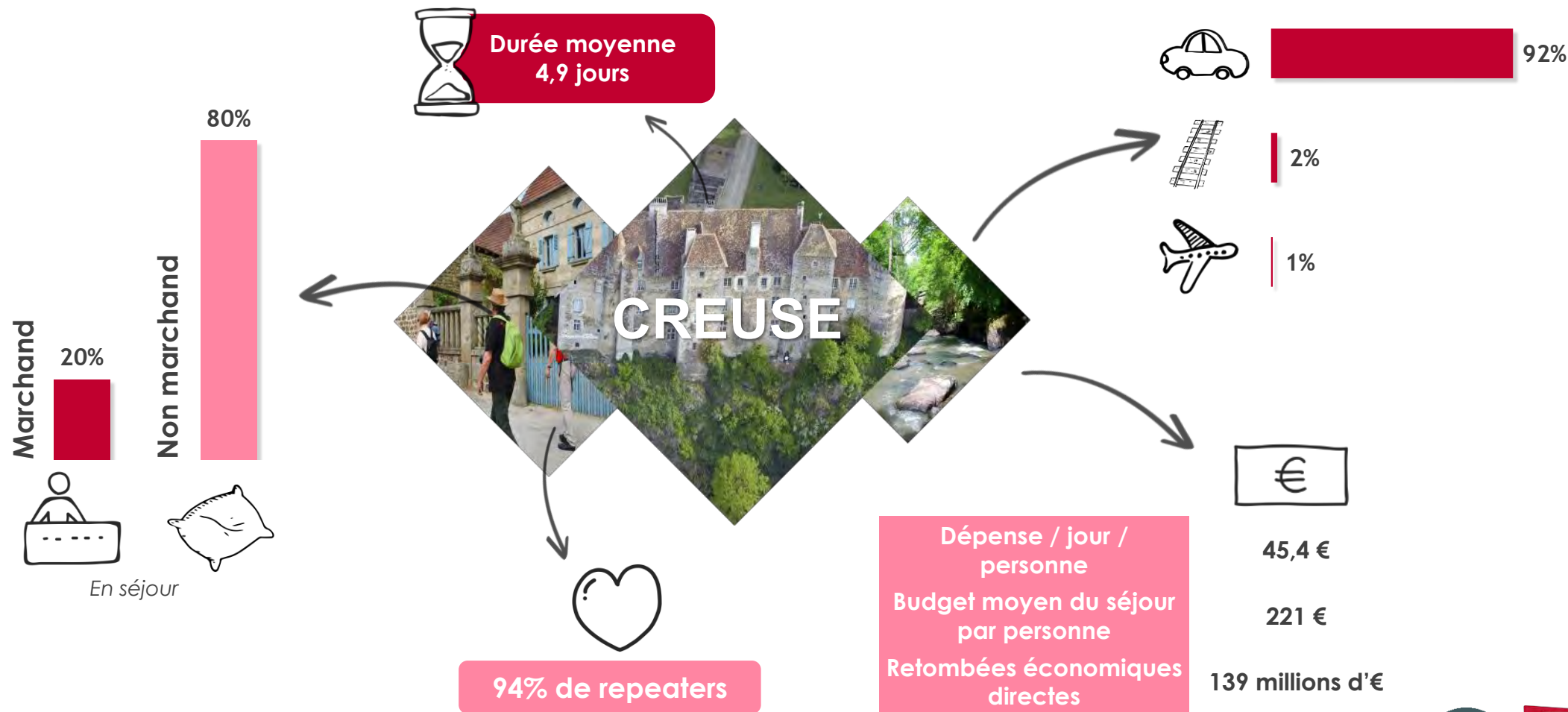
Synthèse



LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE DANS LA CREUSE EN UN COUP D'ŒIL...



LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE DANS LA CREUSE EN UN COUP D'ŒIL...



SUR 10 TOURISTES DANS LA CREUSE...

...Moins d'1 est étranger pour 9 Français dont 4 Néo-Aquitains.

...4 viennent en famille ou en famille avec des amis et 3 viennent entre amis

...6 viennent pour vacances / agrément et 3 pour motif affinitaire

...8 résident en hébergement non marchand (dont 4 en résidence secondaire et 4 en résidence principale de parents ou amis)

...5 séjournent entre novembre et avril (durant la « hors saison »)

...7 restent dans la région moins de 4 nuits

...et tous sont satisfaits ! (dont 7 très satisfaits)



SUR 10 TOURISTES DANS LA CREUSE...



2 réalisent un long séjour



4 viennent en famille ou en famille avec des amis

Ce qui les caractérise...



53% en famille (vs 31% pour l'ensemble des touristes du 23)



16% en résidence secondaire personnelle (vs 6%)



14% sont étrangers (vs 7%)



38% en été (vs 19%)

Ce qui les caractérise...



71% en saison (vs 52% pour l'ensemble des touristes du 23)



31% de longs séjours (21%)



60% en résidence principale de parents ou amis (vs 36%)



50% visitent la famille ou les amis (vs 33%)



86% ont effectué plus de 5 séjours (vs 78%)



SUR 10 TOURISTES DANS LA CREUSE...



**4 sont des
Néo-Aquitains**



3 viennent entre amis

Ce qui les caractérise...

-  61% entre amis (vs 30% pour l'ensemble des touristes du 23)
-  100% pour un motif personnel (vs 97%)
-  80% dans une résidence secondaire de parents / amis (vs 37%)
-  88% de courts séjours (vs 66%)
-  98% de repeaters (vs 94%)
-  89% en hiver (vs 48%)
-  42% réservent directement sur le lieu de séjour (vs 23%)

Ce qui les caractérise...

-  74% en hiver (vs 48% pour l'ensemble des touristes du 23)
-  95% de courts séjours (66%)
-  67% en résidence secondaire de parents ou amis (vs 37%)
-  75% de CSP+ (vs 55%)
-  92% de « très satisfaits » (vs 73%)

