

LES CLIENTELES TOURISTIQUES DU LOIRET



En 2019, le Comité Régional du Tourisme Centre-Val-de-Loire, en partenariat avec Tourisme Loiret, les ADT et professionnels du tourisme, a réalisé une étude marketing permettant d'actualiser les données de l'enquête clientèle réalisée en 2014.

PROFIL DES TOURISTES DU LOIRET

Origine géographique

La clientèle française (63 % des séjours)

La clientèle française provient principalement d'Ile-de-France (27% de la clientèle française), des régions Auvergne-Rhône-Alpes (11%), Centre-Val de Loire (10,5%) et Grand-Est (9%).

Méthodologie

L'étude repose sur 2 dispositifs d'enquête :

Enquête en séjour :

1 questionnaire autoadministré : 95 000 questionnaires « papier » et un questionnaire web, disponibles en 6 langues, 250 sites partenaires sur la région pour la diffusion (hébergements, monuments, sites de loisirs, offices de tourisme,...) dont 45 dans le Loiret.

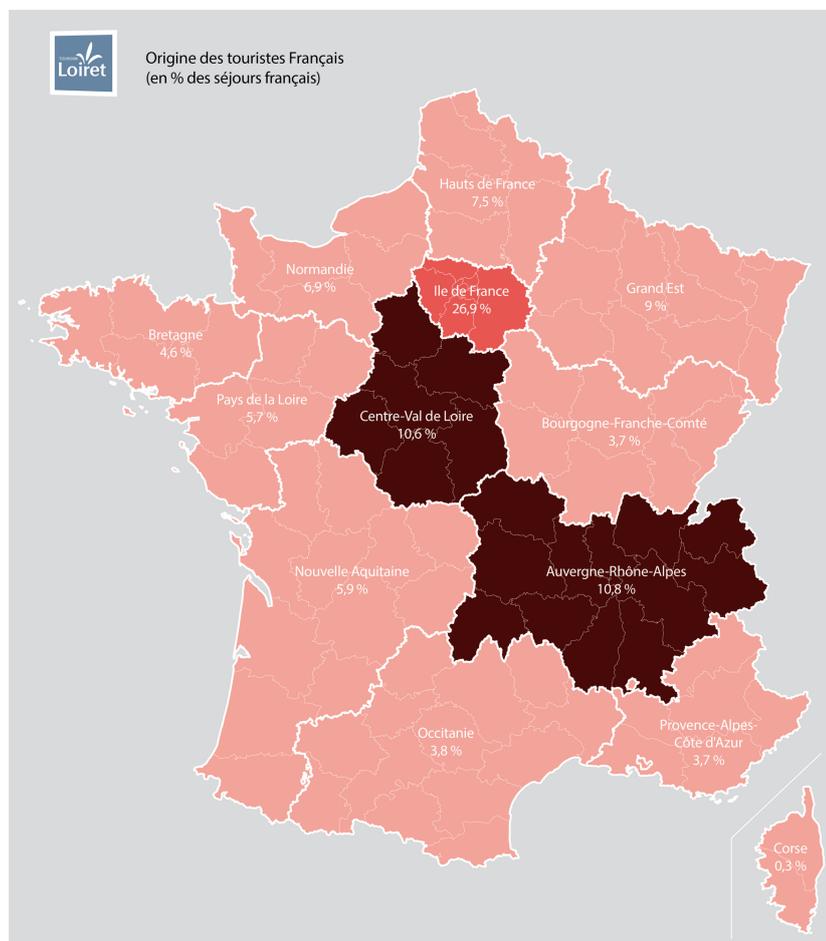
Une enquête de 7 mois (de Pâques à la Toussaint).

Enquête post-séjour :

1 questionnaire « web », envoyé aux visiteurs ayant répondu au premier questionnaire en séjour qui ont laissé leur adresse mail pour être recontactés.

Résultat :

9 270 réponses ont été exploitées « en séjour » et 2 800 réponses « post séjour ».



La clientèle internationale (28.8 % des séjours)

91 % des étrangers sont européens. Les Allemands arrivent en tête avec un séjour étranger sur 4. Suivent ensuite, Néerlandais, Belges, Britanniques, Espagnols, Italiens et Suisses. On note une diminution de la clientèle Néerlandaise. Les clientèles lointaines sont peu représentées dans l'enquête mais ces résultats ne reflètent pas nécessairement la réalité. En effet, les clientèles asiatiques sont très difficiles à enquêter.



25,1 %

15,8 %

13,8 %

12,9 %

7,8 %

5,7 %

4,8 %

Allemagne

Pays-Bas

Belgique

Royaume-
Uni

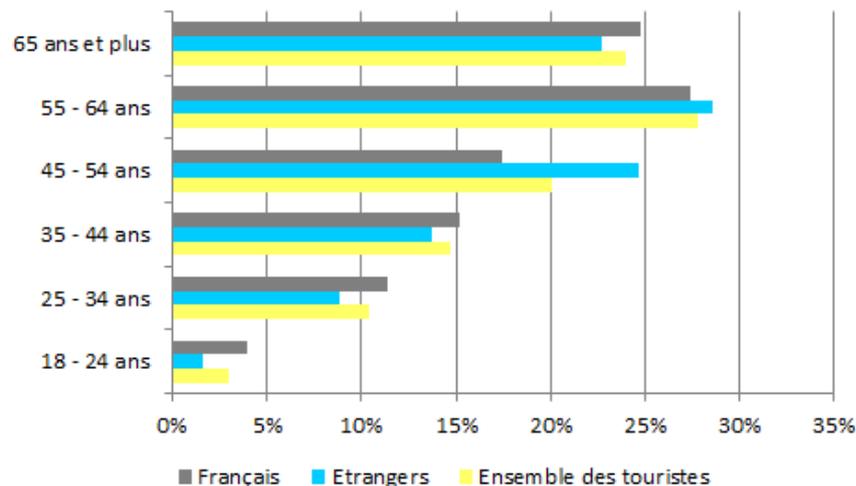
Espagne

Italie

Suisse

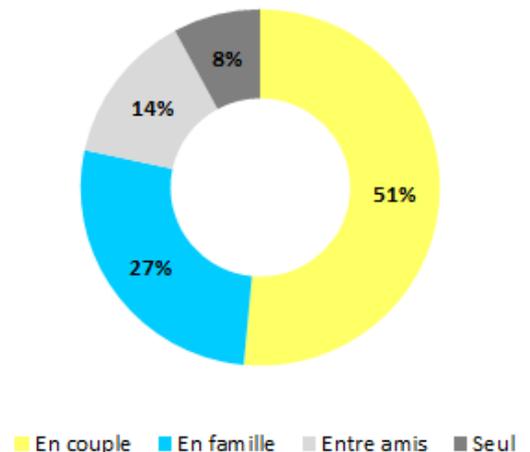
Age des touristes

72 % des touristes ont 45 ans ou plus. Comme en 2014, on observe une clientèle vieillissante : 52 % a plus de 55 ans.



Composition du groupe

Dans le Loiret, la clientèle vient majoritairement en couple, 1 peu plus d'un groupe sur 4 est une famille. La composition moyenne d'un groupe est 2,2 personnes.



COMPORTEMENT AVANT LE SEJOUR

Top 8 de ce qui a incité à choisir la destination

- Un site, une activité, un lieu en particulier : 23.1 %
- Des attaches (amis, famille, résidence secondaire) : 22.4 %
- Des informations vues sur internet (site web, blog...) : 17.9 %
- Un peu par hasard : 16,7 %
- Le bouche à oreille : 15,3 %
- Un hébergement disponible et répondant à mes attentes : 11,4 %
- Reportage sur destination, site, activité (TV, web, presse...) : 9,8 %
- Le classement au patrimoine mondial UNESCO : 9,6 % (16 % pour les étrangers)



Moyens utilisés pour préparer le séjour

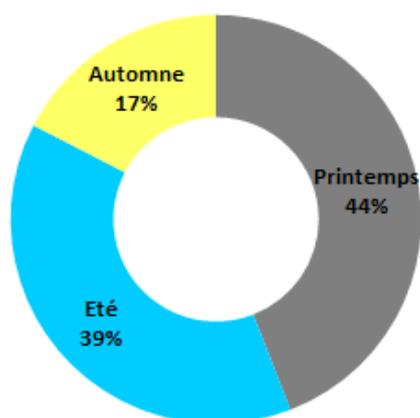


Un touriste sur 2 utilise les sites web des destinations qui sont le premier moyen d'information utilisé pour préparer le séjour. Dans plus de la moitié des cas, ils sont associés à d'autres outils, notamment les sites des professionnels du tourisme (hébergeurs, sites de visites...), les guides spécialisés ou dépliants gratuits. Les touristes âgés de 65 ans et plus sont moins utilisateurs que la moyenne d'Internet, et ce, au profit des autres moyens dont les outils papier (guides spécialisés, brochures gratuites) et les offices de tourisme.

55 % réservent avant le séjour. Sur ces touristes qui réservent avant leur venue dans le Loiret, 83% réservent par internet (ce chiffre monte à 91 % pour les touristes étrangers).

COMPORTEMENT PENDANT LE SEJOUR

Répartition des séjours en fonction des saisons



Le mode d'hébergement

Hébergement marchand

L'hôtellerie confirme son importance, les hôtels accueillent 43.9 % des séjours touristiques marchands. Ils sont suivis par les campings (31,6 %), les locations ou gîtes (21,2 %) et les chambres d'hôtes (14.7 %). Comparés à 2014, l'hôtellerie et les chambres d'hôtes observent une légère perte de marché. On note une progression conséquente des locations/gîtes (+ 8 pts) et campings (+ 4 pts). Cette progression s'explique notamment par la hausse des réservations via les plateformes type Airbnb, Booking...

Budget :

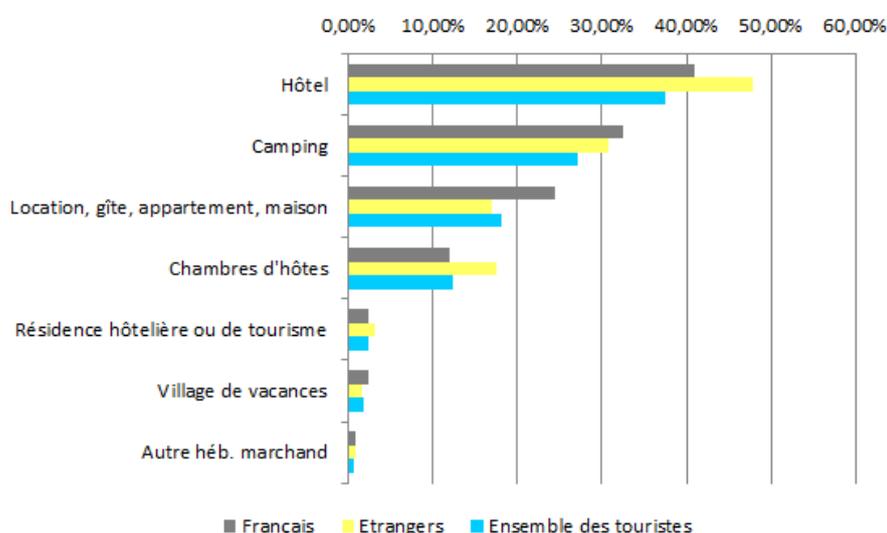
66 € : dépense moyenne par jour et par personne, une dépense légèrement inférieure à la moyenne régionale (68.7 €).
711 € : dépense moyenne d'un groupe de touristes durant leur séjour. (792 € en région).

Durée de séjour :

5 nuits est la durée moyenne de séjour dans le Loiret. (5.3 nuits en région).



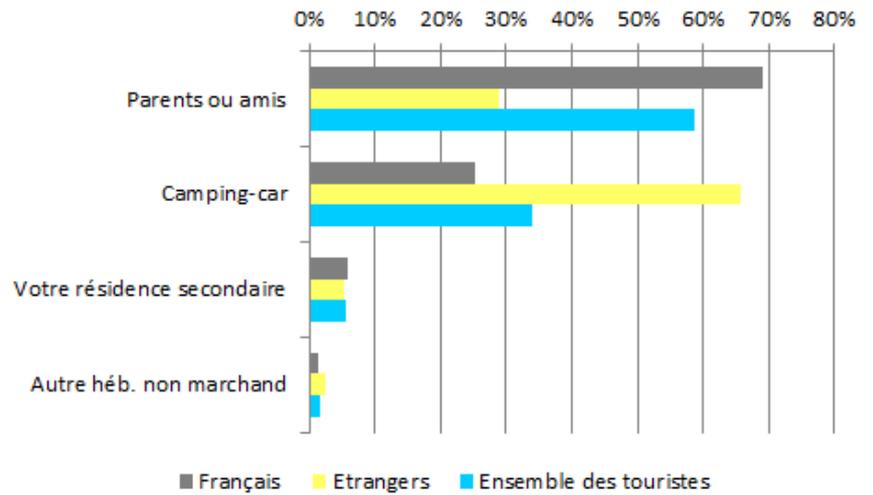
Répartition des séjours par mode d'hébergement marchand (en % des séjours marchands)



Hébergement non marchand

Près de 60 % des séjours non marchands se font dans la famille ou chez les amis. Les camping-caristes tiennent une place de plus en plus importante et consomment également de l'hébergement marchand, sous forme d'emplacements dans les campings notamment.

Répartition des séjours par mode d'hébergement non-marchand (en % des séjours non-marchands)



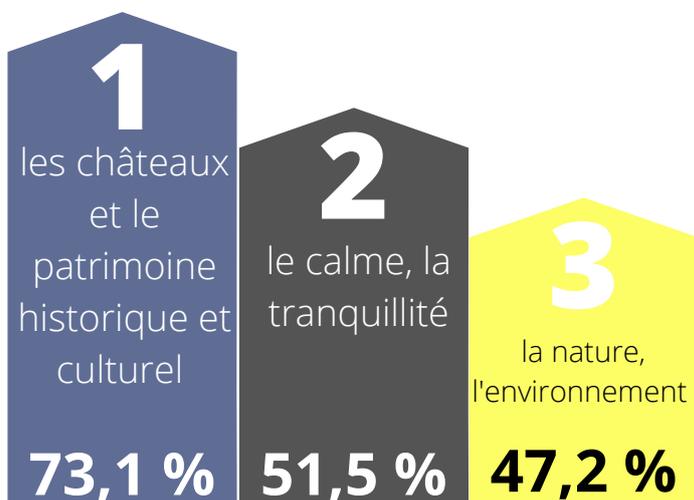
Activités pratiquées durant le séjour

Plus de 75% des touristes visitent au moins un monument ou château pendant leur séjour dans le département, et 47.6 % visitent un parc ou jardin. La visite de musées est la 3^e activité la plus pratiquée (37,8 %), suivi par la balade à pied ou randonnée pédestre (32,9 %) et la balade à vélo (28,7 %). Les touristes déclarent également pratiquer la découverte de la gastronomie locale (22,8 %), l'observation de la nature (22 %), le shopping (19%) au cyclotourisme (18.2 %) ou encore des activités culturelles (18,1 %). En moyenne, un touriste déclare pratiquer plus de 3 activités différentes pendant son séjour.



COMPORTEMENT APRES LE SEJOUR

Le top 3 de ce qui a été le plus apprécié



Satisfaction et points d'amélioration

Globalement, la majorité des touristes est très satisfaite du séjour (73,7 % de très satisfaits et 26 % de satisfaits). Même s'ils restent positifs, les avis sont plus nuancés quand on analyse le séjour dans le détail. C'est pour la restauration qu'il semble y avoir la marge de progression la plus importante : 36,8 % de très satisfaits et 57,2 % pour les hébergements. Les étrangers sont plus satisfaits de leur séjour que les Français, et ce, en global (77,9 % de très satisfaits contre 70,6 % pour les Français).

Dans les enquêtes « tourisme » l'objectif à atteindre est de 80 % de très satisfait.

Top 5 des points à améliorer pour les touristes

L'accès et le stationnement sur les sites touristiques

33,3 %

Le rapport qualité-prix des services proposés

24,2 %



Les animations proposées (en nombre et en qualité)

18,8 %

La facilité d'accès à la région

21,3 %

L'accès à l'information touristique sur place

23,4 %

Partage du séjour

48,4 % des visiteurs ont partagé des moments de leur séjour sur internet. Sur ces visiteurs, 74,2 % ont partagés des photos ou vidéos et 38 % des commentaires sur les sites d'avis (hébergement, site, restaurant...). Les médias les plus utilisés sont Facebook, les sites d'avis (Tripadvisor, Google...) et Instagram.



Les excursionnistes

Les excursionnistes sont peu représentés dans cette enquête. Ce sont à 90 % des Français en provenance de la région Centre et d'Île de France. Ils dépensent en moyenne 61 € par jour et par personne et la taille du groupe est d'environ 2.2 personnes.

