

LES CLIENTÈLES TOURISTIQUES EN LOIR-ET-CHER EN 2019

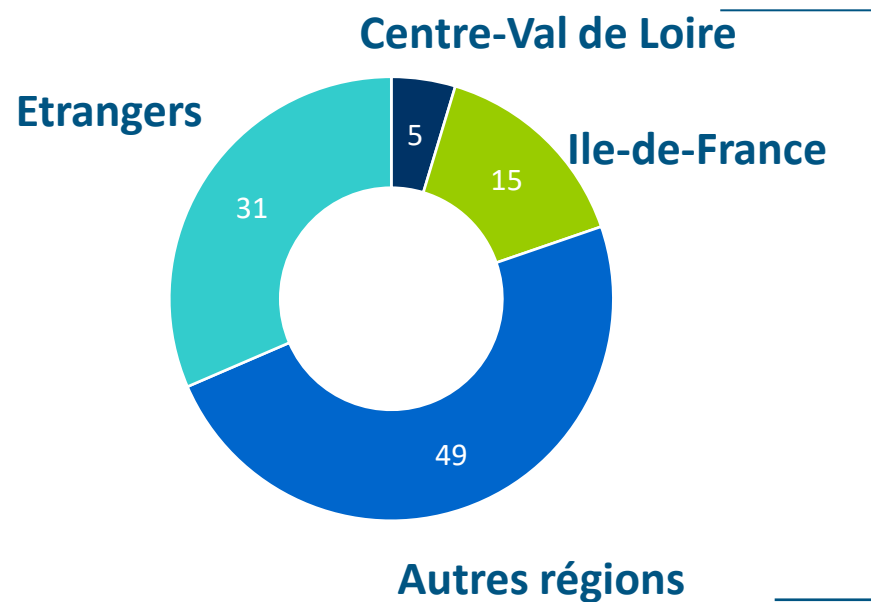
Analyse 2020

LA TYPOLOGIE DE LA CLIENTÈLE

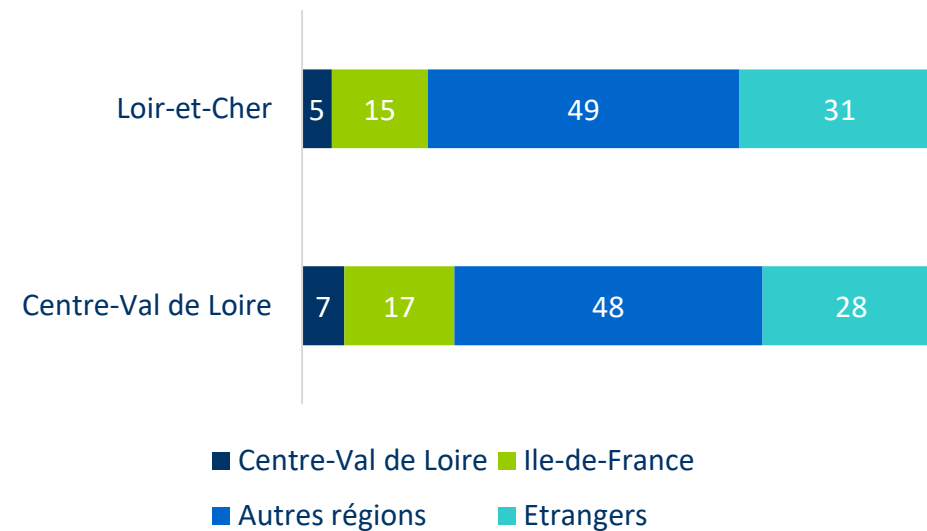
Répartition et provenance

Plus de 3 touristes sur 10 sont étrangers en 2019

Répartition et provenance des touristes (en % des séjours)

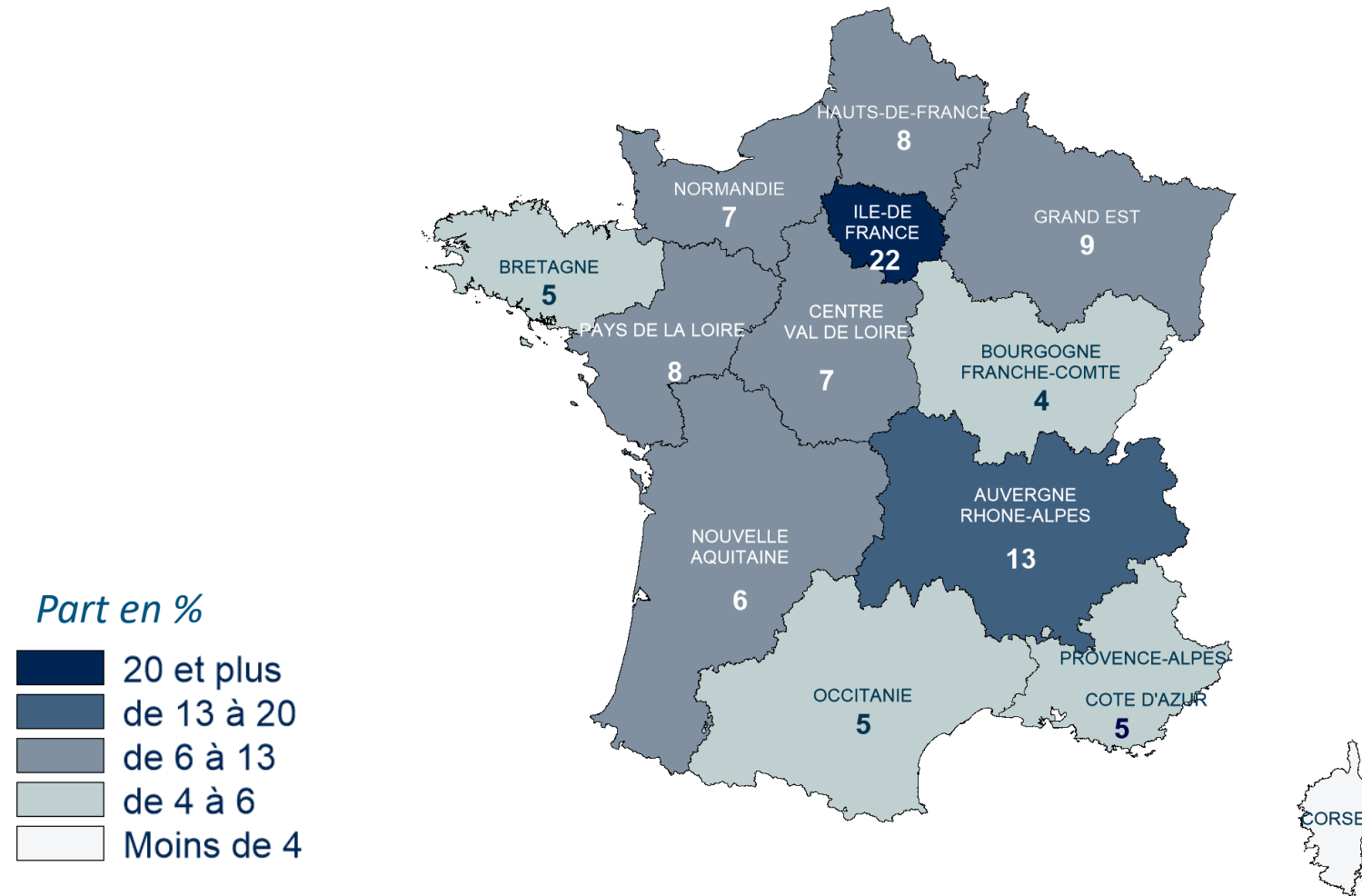


Français
69 %



L'Ile-de-France, premier bassin de clientèle française du département

Répartition et provenance des touristes français (en % des séjours)



5 nationalités européennes représentent les $\frac{3}{4}$ des touristes étrangers

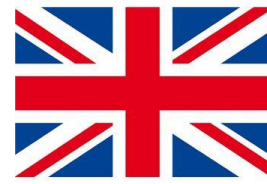
Répartition et provenance des touristes étrangers (en % des séjours)



Allemagne
23 %



Belgique
15 %



Royaume-Uni
13 %



Italie
12 %



Pays-Bas
12 %

74 %



Espagne
9 %



Canada/USA
6 %



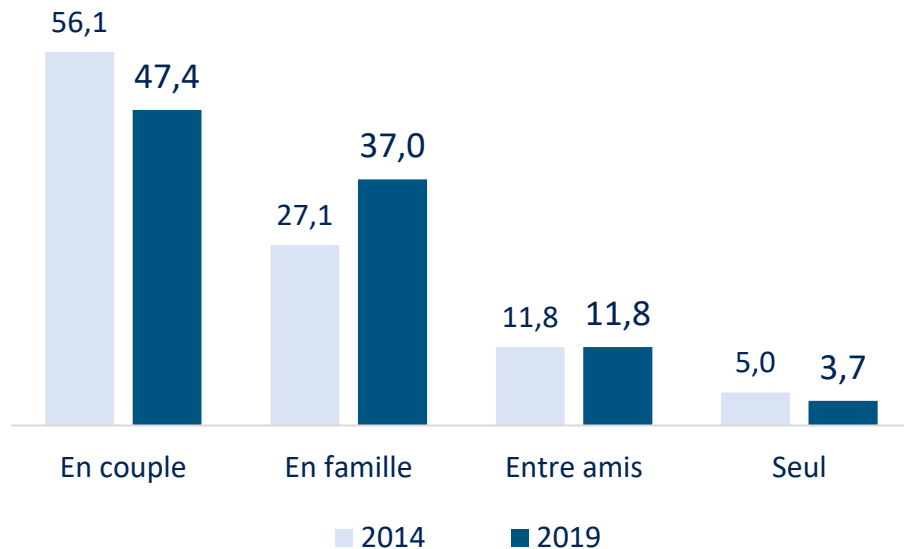
Suisse
3 %

Autres pays
9 %

Structure de la clientèle

La structure de la clientèle se modifie

Répartition des touristes selon le type de groupe... (en % des séjours)



42 % des séjours des Français effectués en famille



Une forte progression de la clientèle familiale...



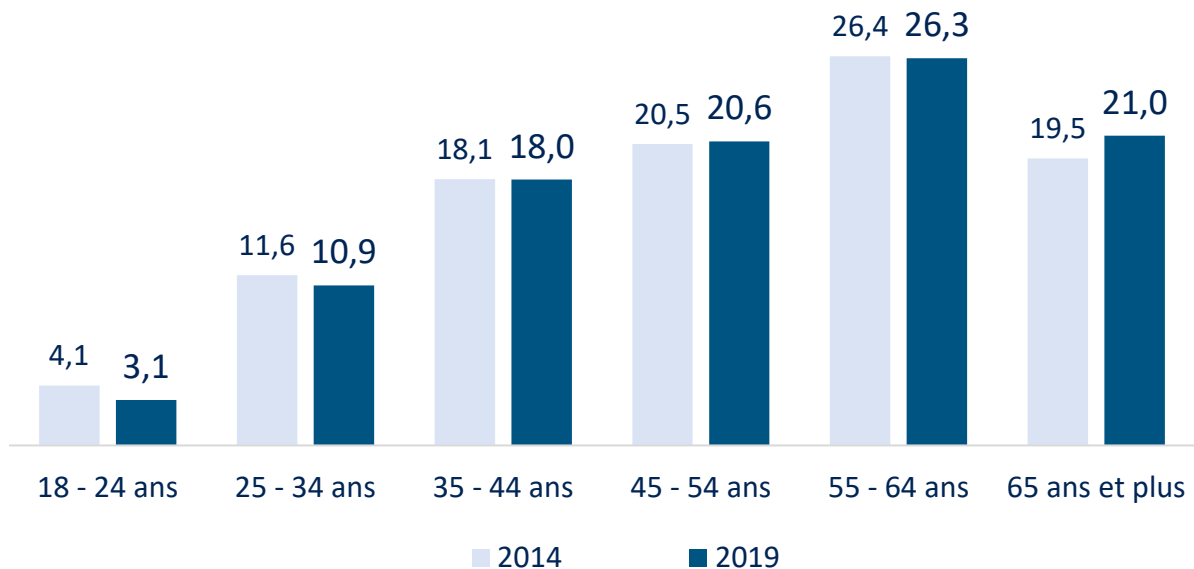
+ 10 points

par rapport à 2014

...tandis que les couples sont en proportion moins nombreux

...mais demeure plutôt âgée

Répartition des touristes selon l'âge du répondant... (en %)



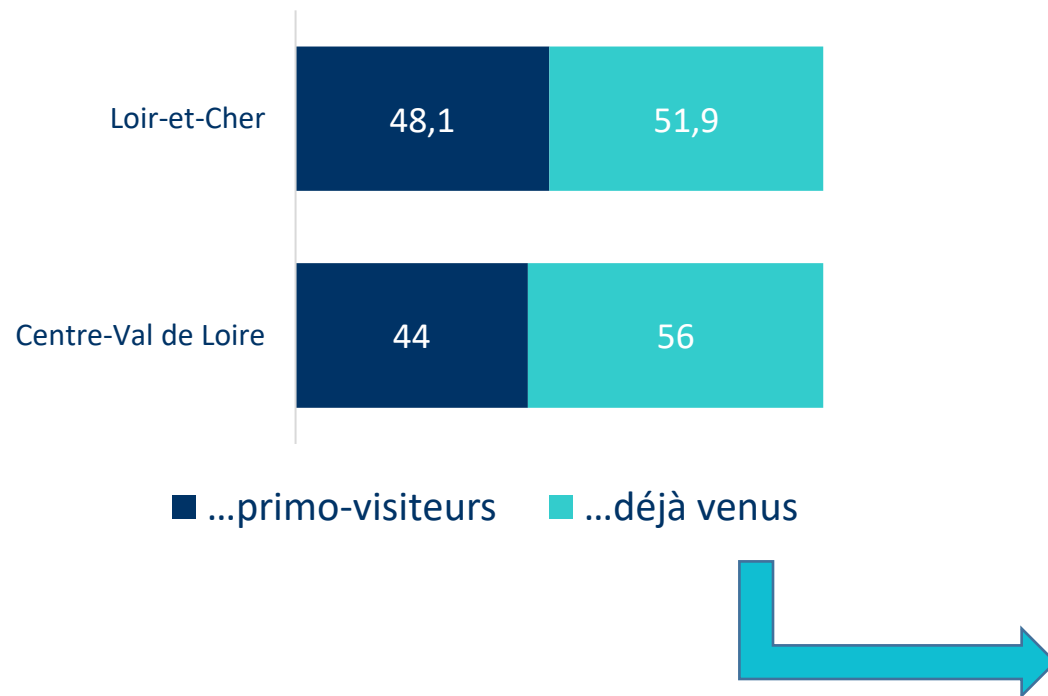
47 % des touristes
ont 55 ans ou plus

➔ **+ 1,4 point**
par rapport à 2014

Fréquence des séjours

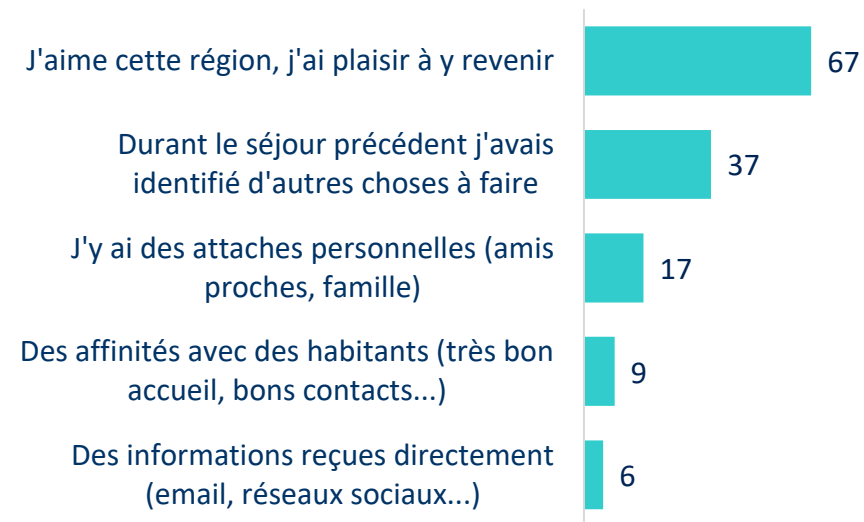
Les primo-visiteurs représentent près de la moitié des touristes

Part des touristes... (en %)



Enquête web post-séjour

Qu'est-ce qui vous a incité à revenir ?

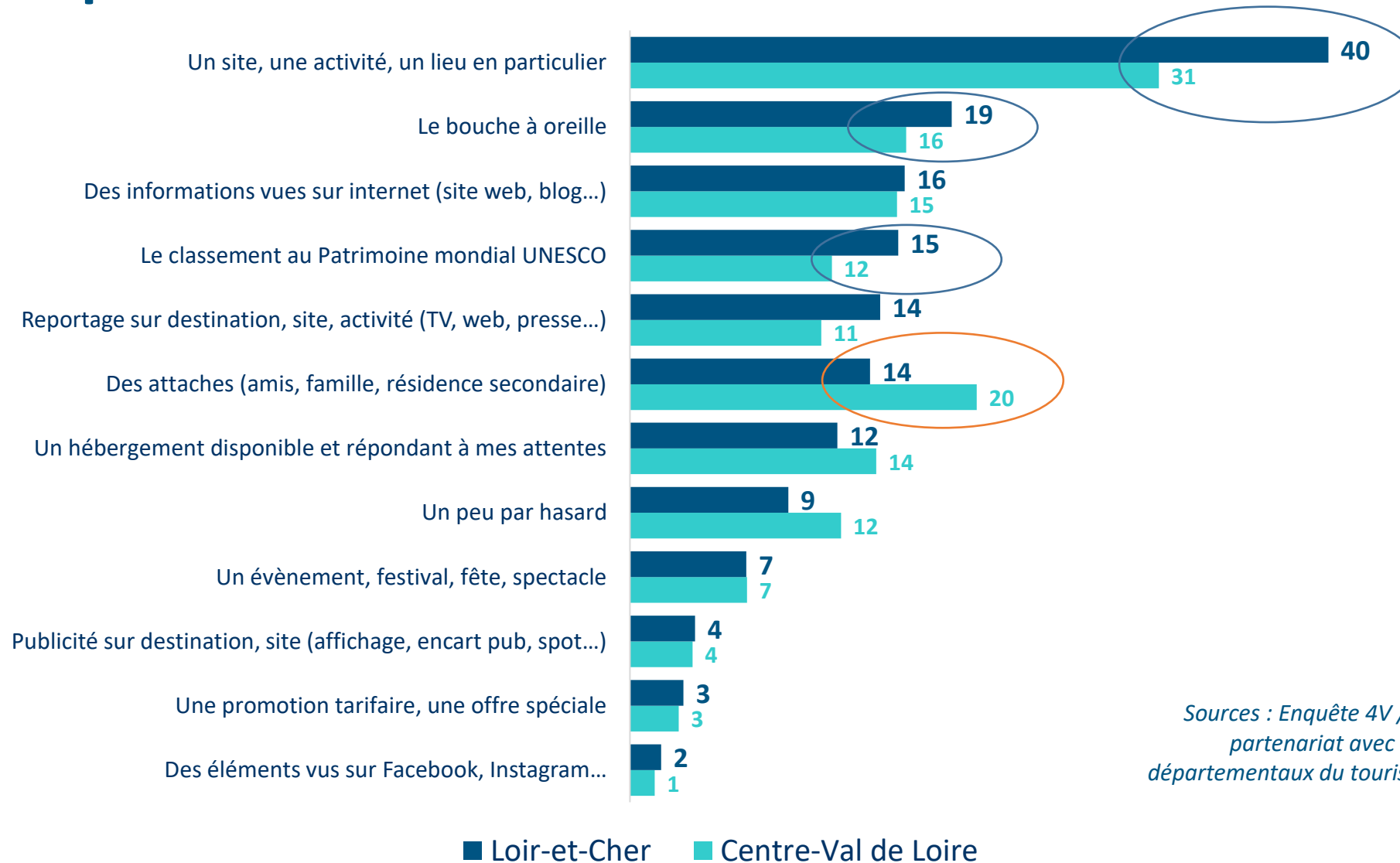


LA PRÉPARATION DU SÉJOUR

Motifs de choix de la destination

L'offre proposée plébiscitée

Qu'est-ce qui vous a incité à choisir cette destination (en % - trois réponses possibles)



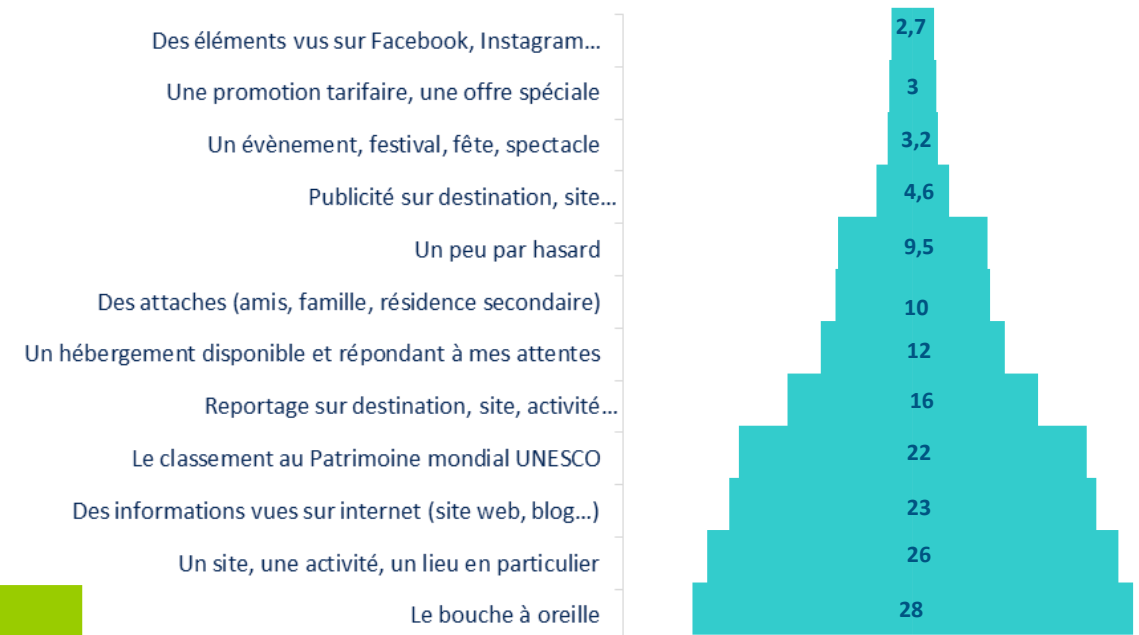
Sources : Enquête 4V / CRT Centre-Val de Loire, en partenariat avec les agences et observatoires départementaux du tourisme - avril à novembre 2019

Des leviers d'action plus nombreux pour les étrangers

Qu'est-ce qui vous a incité à choisir cette destination (en % - trois réponses possibles)



Français



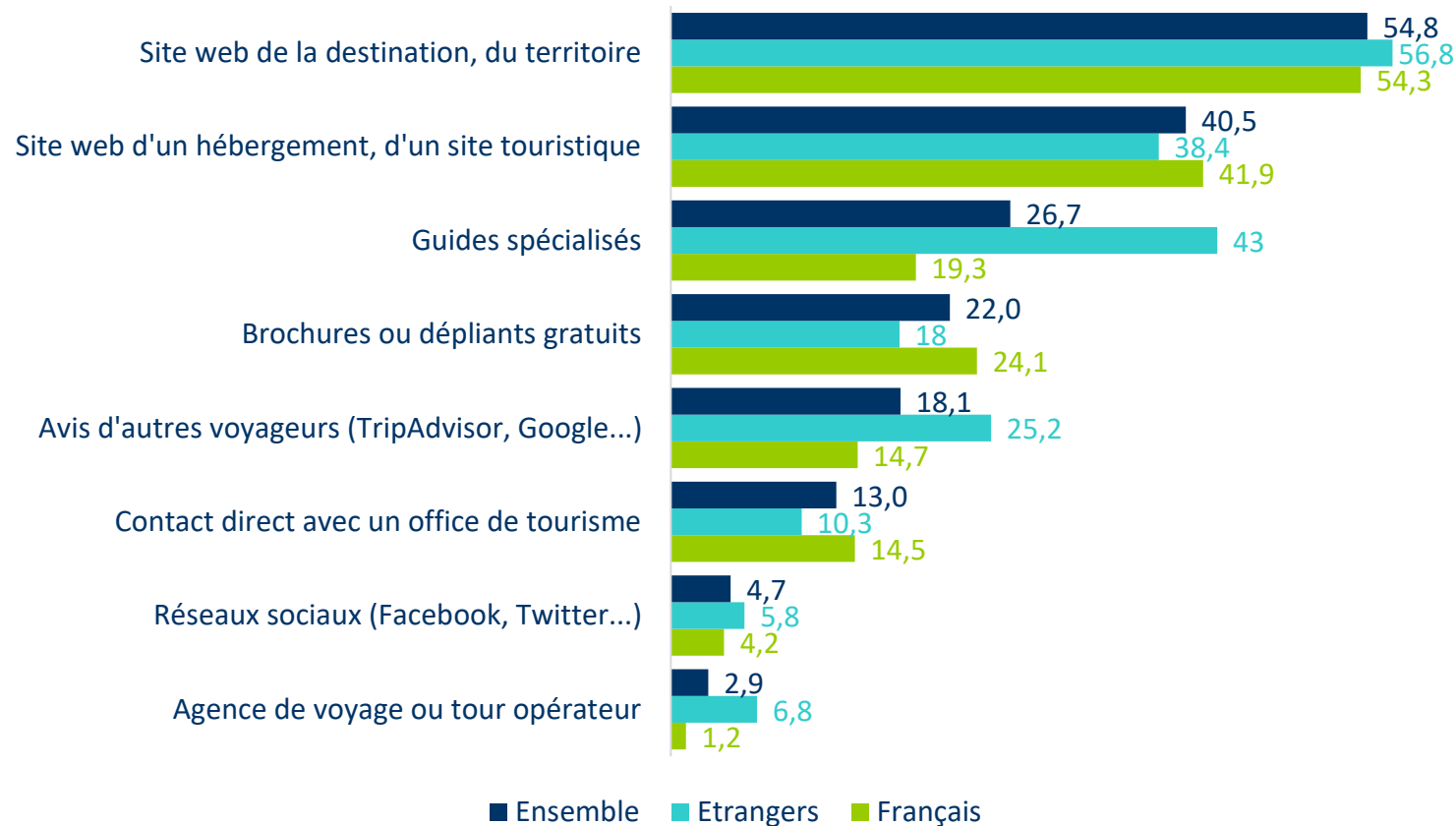
Etrangers

Préparation du séjour

Une préparation du séjour en ligne...

Quel(s) moyen(s) avez-vous utilisé pour préparer ce séjour

(plusieurs réponses possibles) ? (en %)



Evolution par rapport à 2014

Guides spécialisés

➔ - 11 points

Brochures ou dépliants gratuits

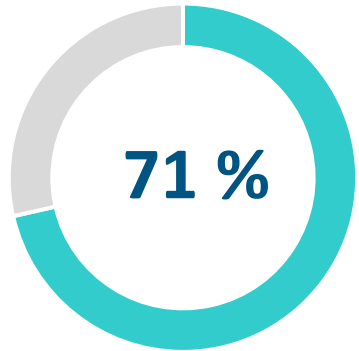
➔ - 5 points

Contact direct avec un office de
tourisme

➔ - 4 points

Réservations

...avec des réservations par Internet qui poursuivent leur progression



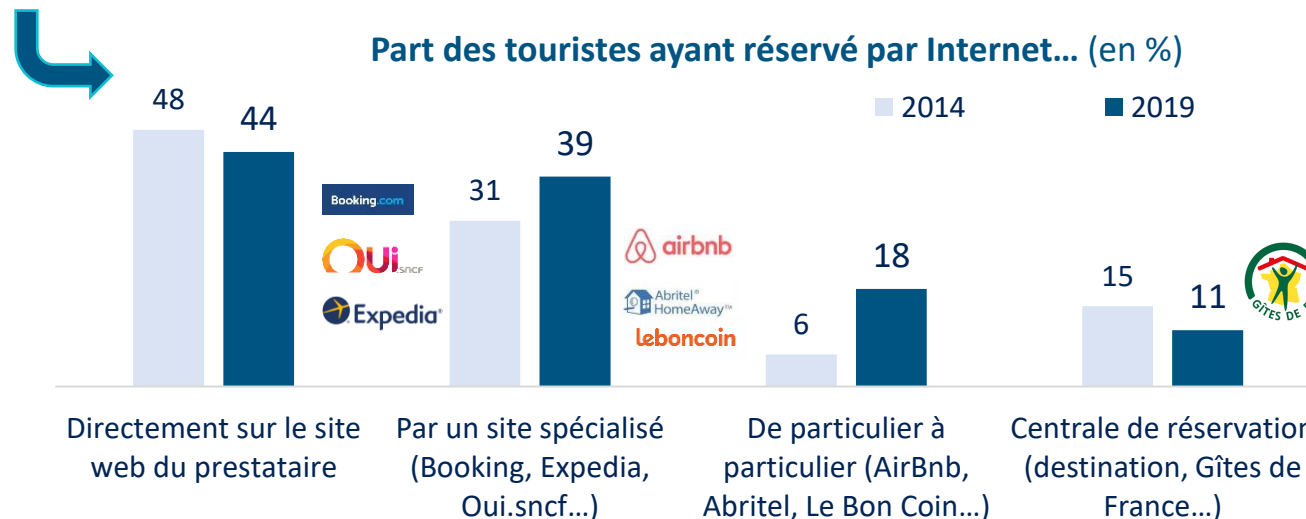
des touristes ont réservé leur séjour à l'avance



dont 85 % par Internet
(92 % pour les étrangers)

+ 7,6 points
par rapport à 2014

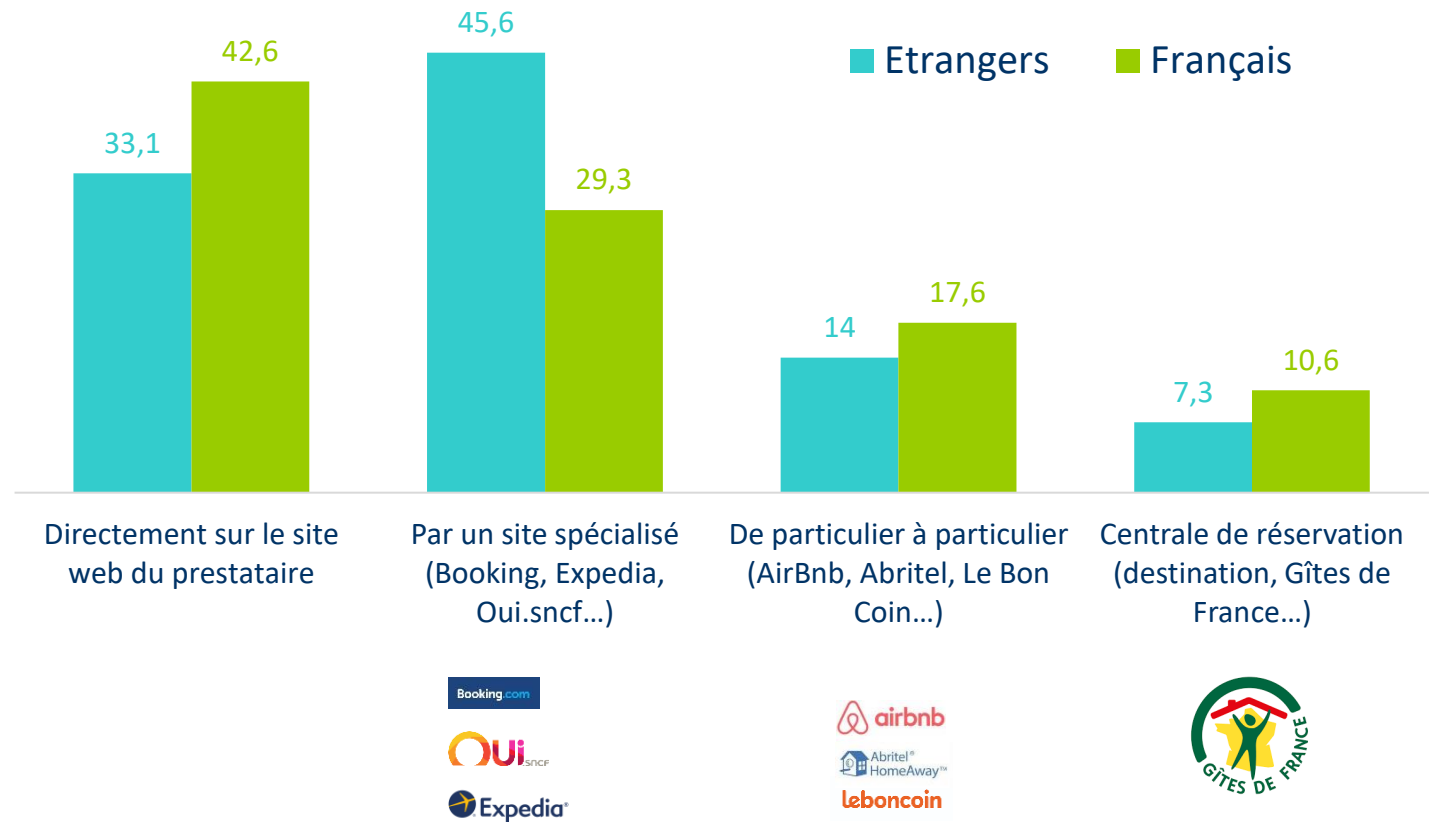
Une montée en puissance des plateformes et des locations de particulier à particulier par rapport à 2014



Des comportements qui diffèrent selon l'origine des touristes

Les étrangers se tournent davantage vers les sites Internet spécialisés, les Français vers les sites Web des prestataires

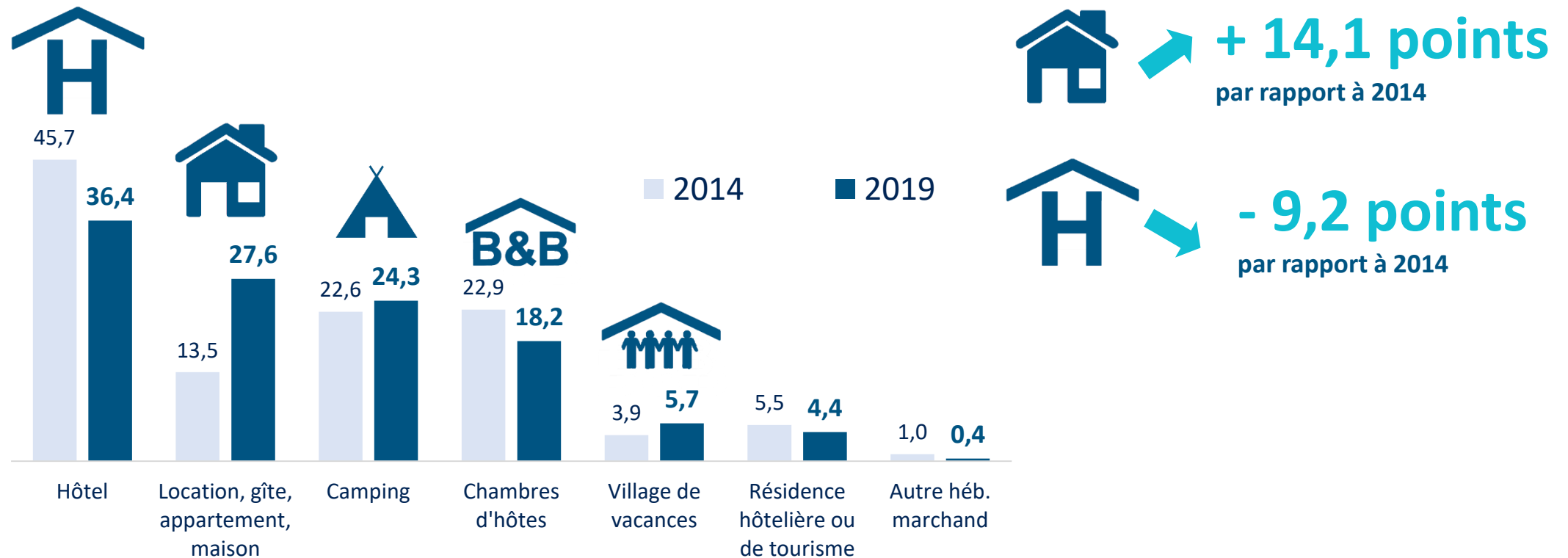
Part des touristes ayant réservé par Internet... (en %)



Hébergements plébiscités

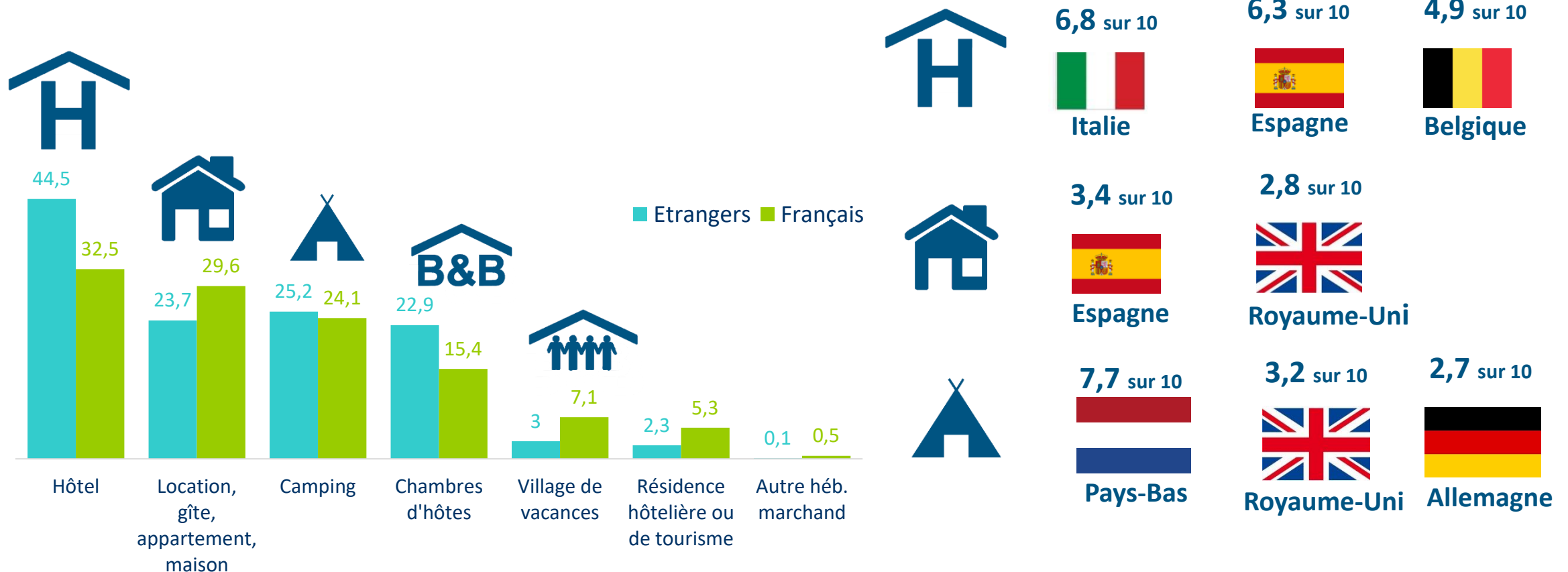
Le locatif, une part de plus en plus importante dans les séjours marchands

Part des touristes ayant séjourné dans les hébergements marchands suivants (en %)



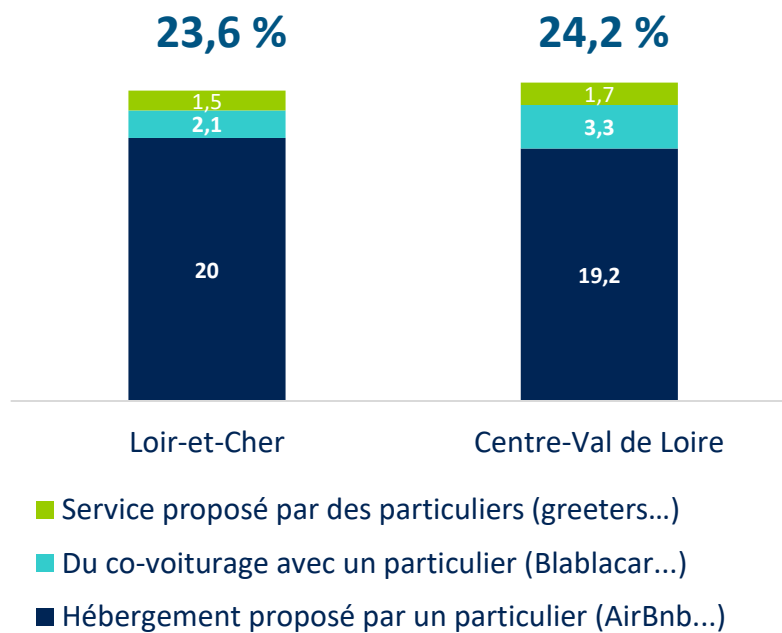
Des différences notables entre les Français et les étrangers

Part des touristes ayant séjourné dans les hébergements marchands suivants *(plusieurs réponses possibles - en %)*



Près d'un quart des touristes a utilisé un service partagé

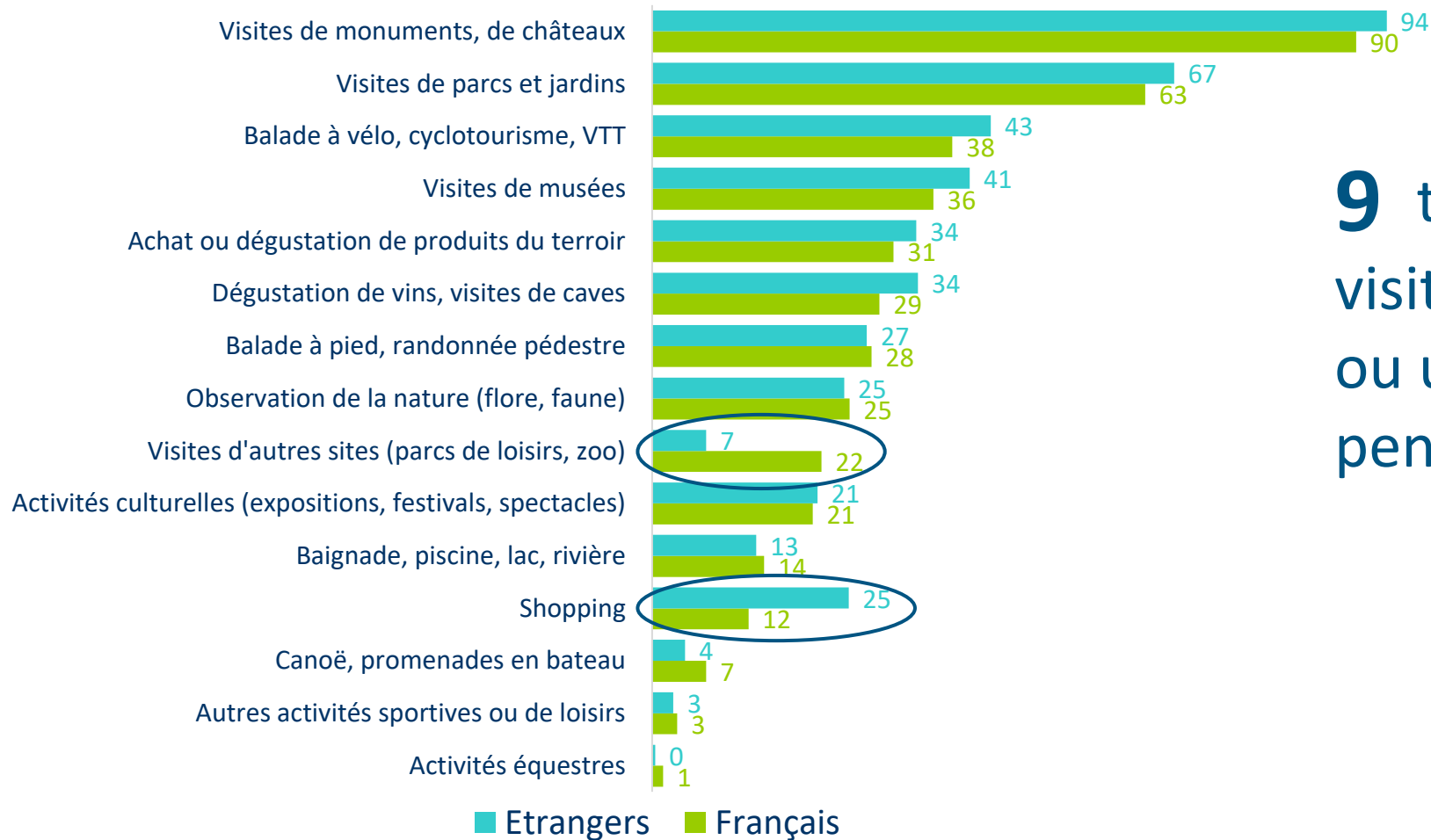
Part des touristes ayant utilisé un service partagé (en %)



1 sur 5 un hébergement proposé par un particulier

Quelle(s) activité(s) avez-vous ou allez-vous pratiquer durant ce séjour ou visite ?

(en % - plusieurs réponses possibles)



9 touristes sur **10** visitent au moins un château ou un monument du territoire pendant leur séjour

LES DÉPENSES DES TOURISTES

Dépenses des touristes en Loir-et-Cher : 72 euros par jour et par personne

Ensemble du séjour



880 euros

→ **stable**
par rapport à 2014

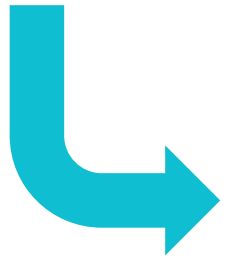


5,9 nuits

→ **6 nuits**
en 2014

2,3 personnes

→ **2,4 personnes**
en 2014



72 euros
par jour et par personne

dont **34 euros**
par jour et par personne







pour l'hébergement
marchand

Budget consacré par les Français et les étrangers









Les étrangers ont un budget global 2 fois plus élevé que les Français

	Dépense moyenne par jour et par personne 	Budget global du séjour	Durée moyenne de séjour 
Ensemble des touristes	72 euros	880 euros	5,9 nuits
 Français	65 euros	670 euros	4,9 nuits
<i>Franciliens</i>	<i>75 euros</i>	<i>558 euros</i>	<i>3,4 nuits</i>
 Etrangers	88 euros	1 444 euros	7,8 nuits

Focus des dépenses par nationalité étrangère

Dépenses des touristes étrangers

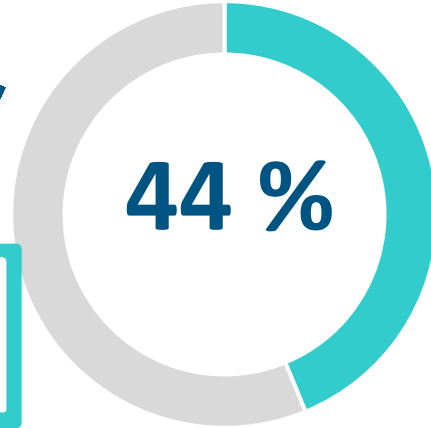
% de la clientèle étrangère		Origine	Budget moyen du séjour	Dépense moyenne (par jour et par pers)	Durée moyenne de séjour
		Etrangers	1 444	88	7,8
23 %		Allemagne	1 505	81,6	8,9
12 %		Italie	1 428	97,7	7
9 %		Espagne	1 371	98	6,7
12 %		Pays-Bas	1 217	65,3	8,7
15 %		Belgique	1 191	89	6,4
13 %		Royaume-Uni	1 174	77,9	8,3

LES COMPORTEMENT ET LA SATISFACTION

Enquête web post-séjour

Réservations web

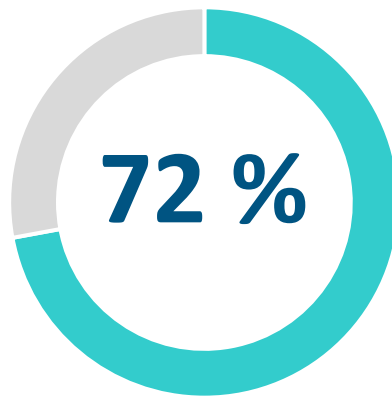
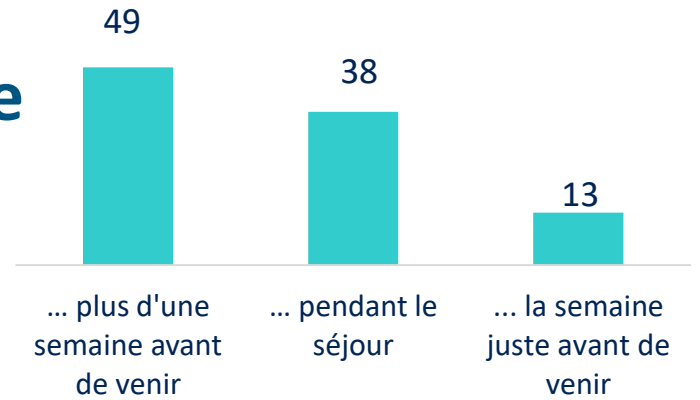
Les réservations web des sites ou activités touristiques



des répondants ont réservé leurs entrées sur Internet



dont la moitié plus d'une semaine avant de venir (4 sur 10 pendant le séjour)



sont intéressés par un service de billetterie pour éviter des files d'attente

Partage d'expériences

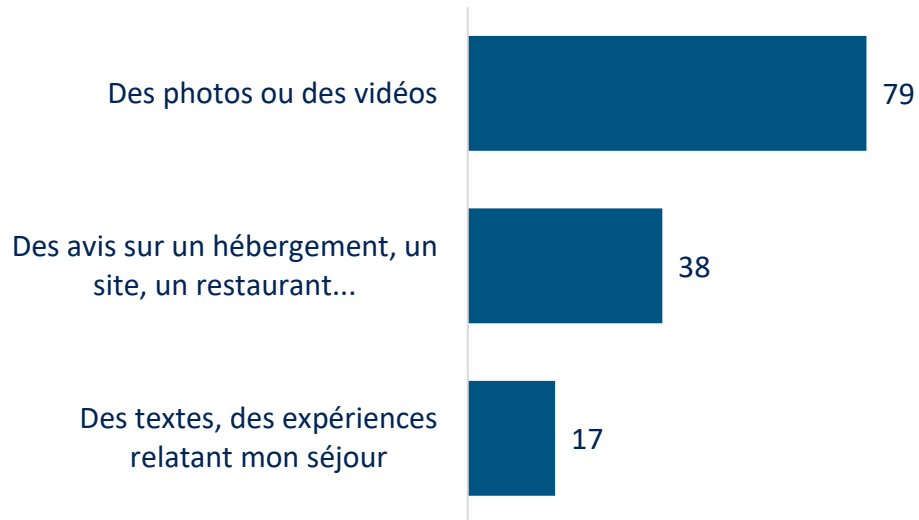
1 répondant sur 2 a partagé des expériences, des avis, des photos de son séjour sur Internet

 **+ 9 points**
par rapport à 2014

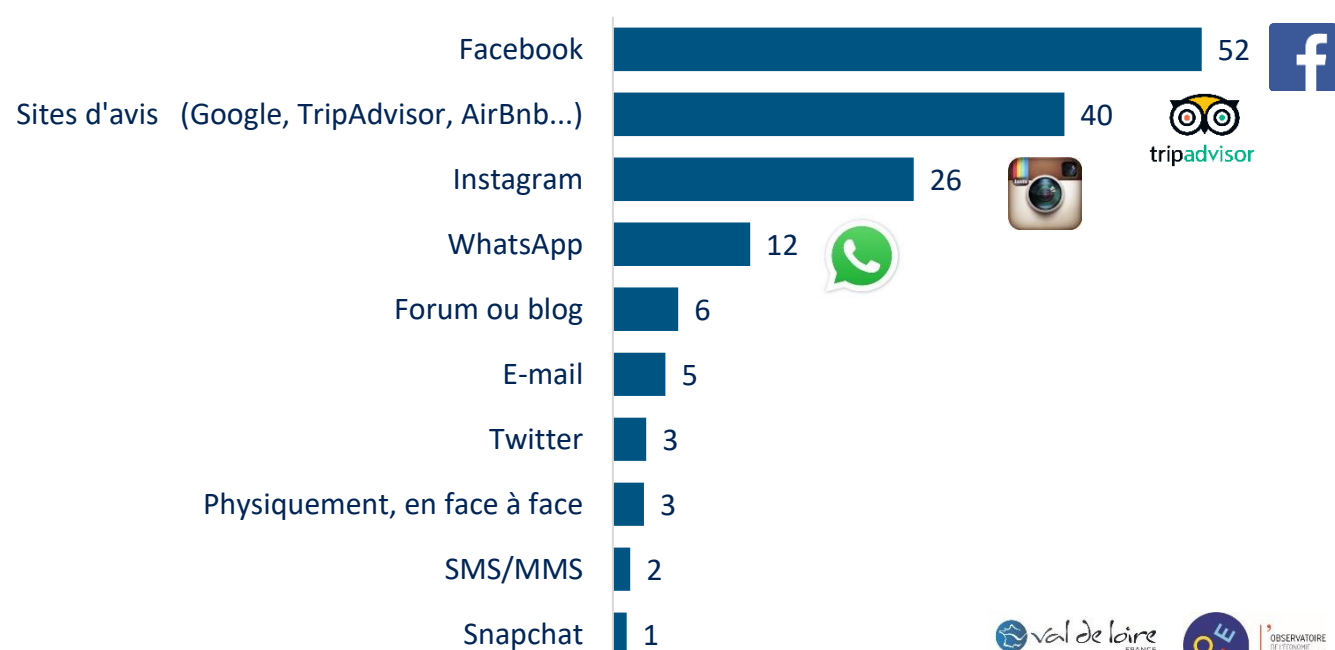
26 % pendant le séjour ou la visite 

24 % après le séjour ou la visite 

Proportion des répondants ayant partagé sur Internet...



Où avez-vous partagé ces informations ?



Satisfaction

Qu'avez-vous le plus apprécié sur ce territoire ?

Le top 5 des activités les plus appréciées par les touristes

Part des répondants ayant cité

83 %



Les châteaux et le patrimoine historique et culturel

54 %



Le calme, la tranquillité, la douceur de vivre

45 %



La nature et l'environnement

31 %



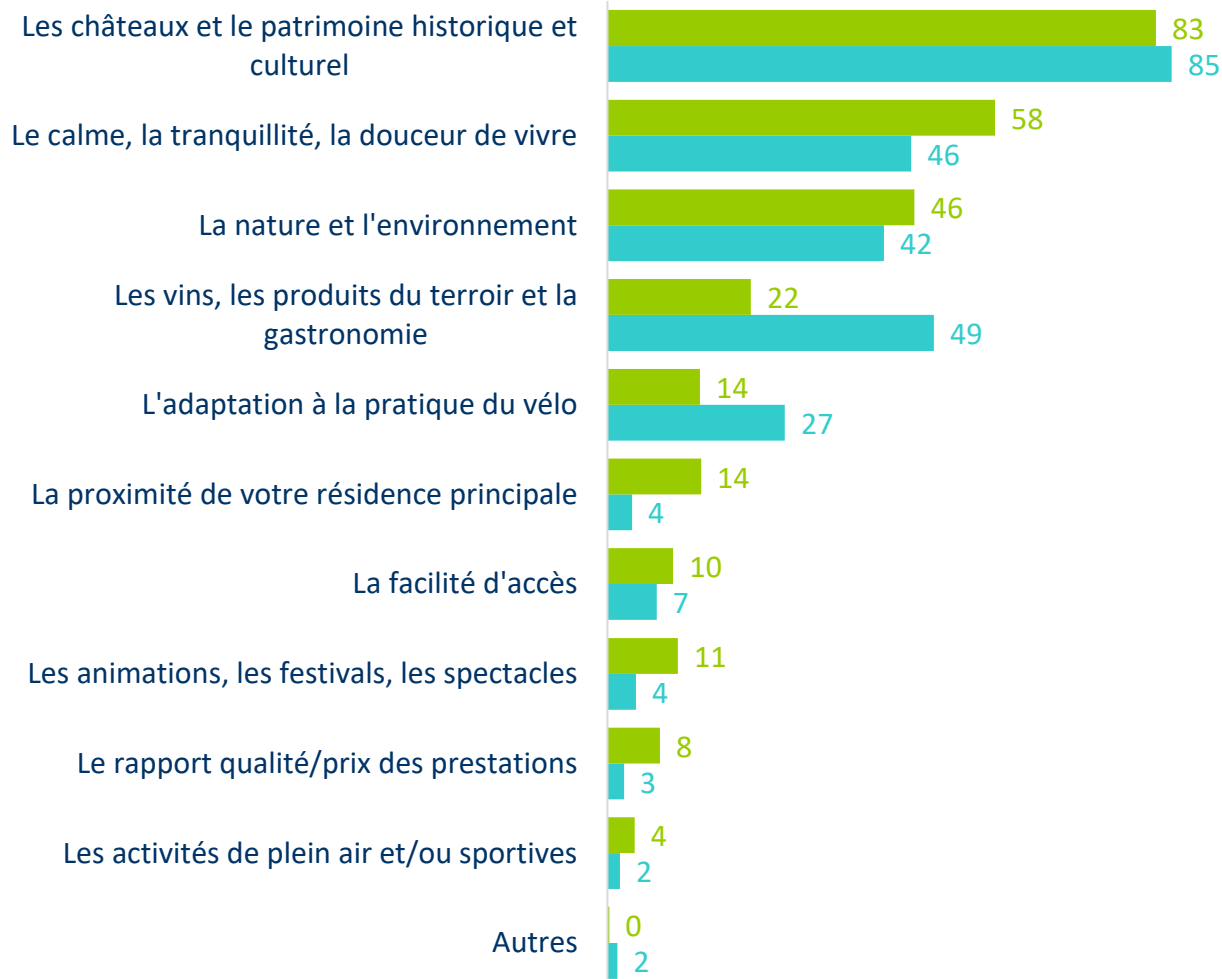
Les vins, les produits du terroir et la gastronomie

18 %



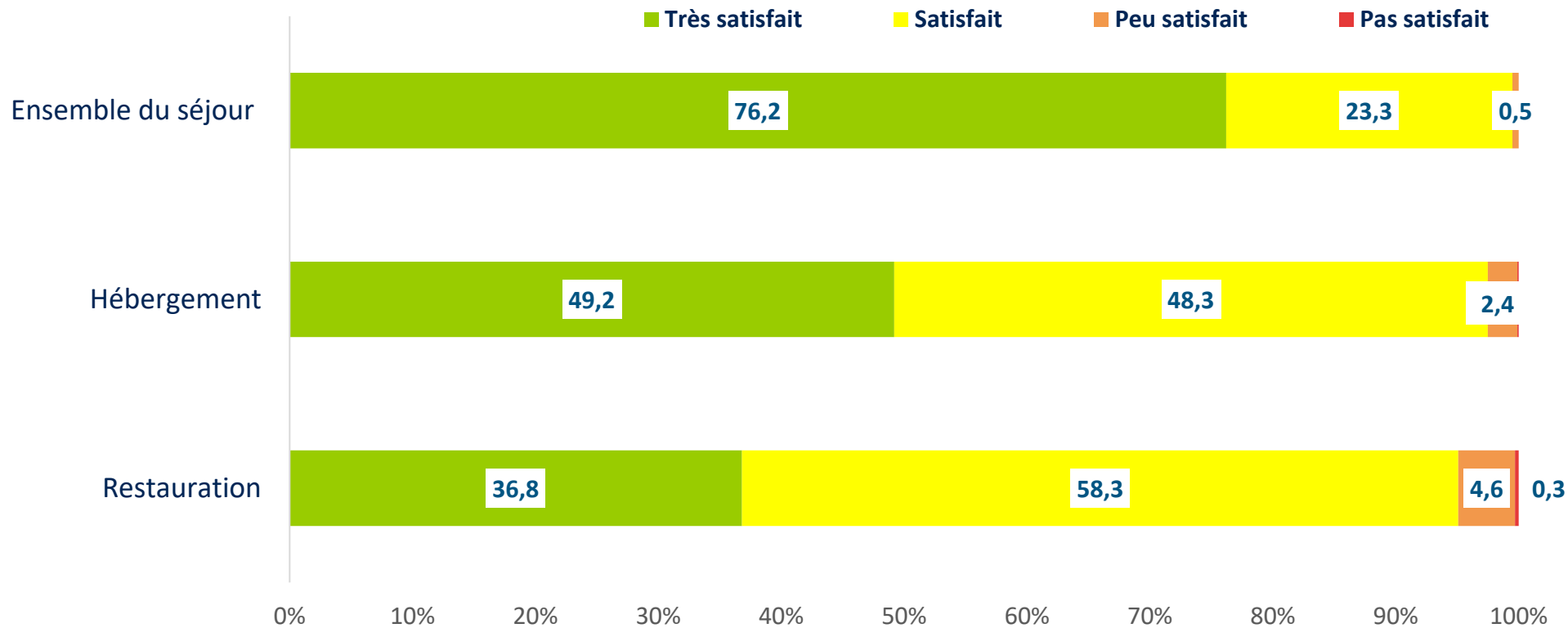
L'adaptation à la pratique du vélo

Part des répondants ayant cité... (en %)



■ Français ■ Etrangers

Des touristes globalement satisfaits de leur séjour...



Des résultats proches de ceux observés en 2014

Légère amélioration pour la restauration



33 % en 2014

RAPPEL :

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

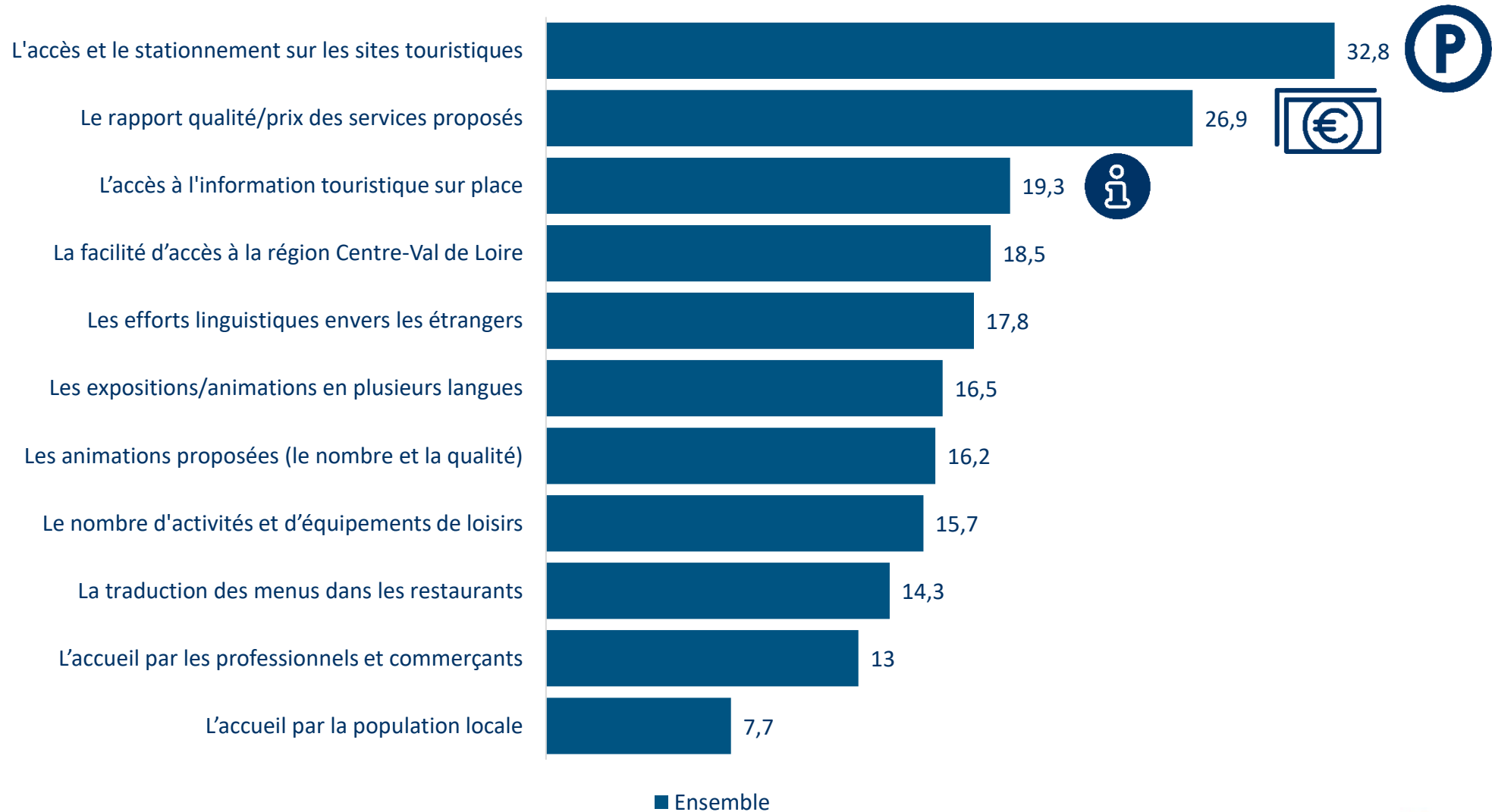
Enquête clientèles

80%

20%

Points à améliorer

...près de 6 touristes sur 10 identifient des points à améliorer



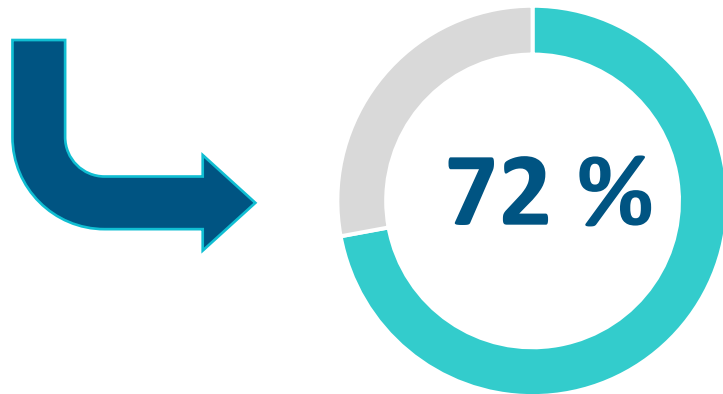
Des efforts linguistiques notables envers les étrangers sont attendus



Zoom sur l'accueil des familles

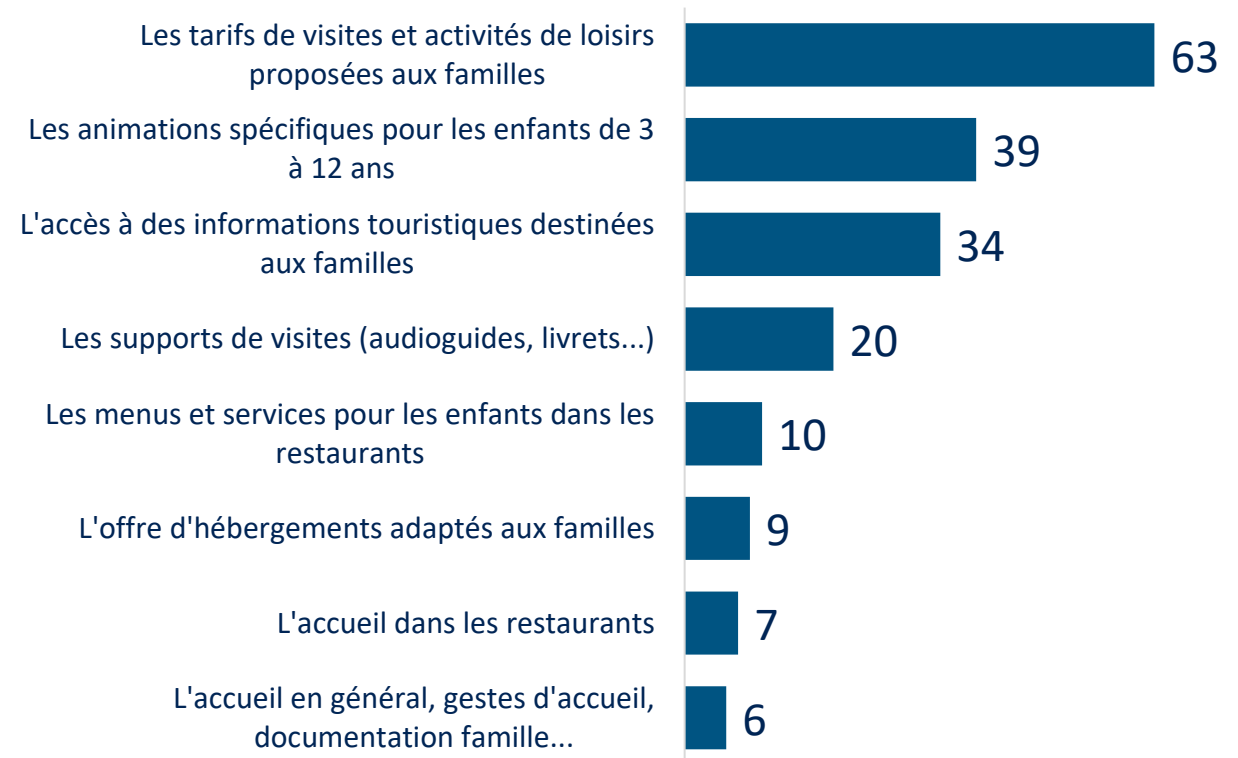
Zoom sur l'accueil des familles avec enfants

Un quart des répondants séjournaient avec un ou des enfants de moins de 12 ans



identifient des points à améliorer pour l'accueil des familles

Part des répondants ayant cité... (en %)



LES PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

Les principaux enseignements à retenir

Le profil de la clientèle en Loir-et-Cher en 2019 :

- 5% région Centre Val de Loire / 15% Ile de France / 30% étranger / 50% autres régions Françaises
- + de clients étrangers en Loir-et-Cher / - de clients de la région Centre-Val de Loire/ un peu - d'Ile de France
- Plus de primo visiteurs qu'en région Centre-Val de Loire (près de 50%)

Les motivations / Les centres d'intérêts :

- Les sites, la réputation, l'Unesco → Les châteaux, la nature, le vin et la gastronomie

Les pratiques, les souhaits :

- - de recours aux guides, brochures gratuites au profit du Web / + d'accès à la billetterie en ligne

Les points d'amélioration :

- Accès et stationnement / Pratiques des langues étrangères / Traduction / Offre animation enfants

La satisfaction globale :

- 91% des touristes pensent revenir en Centre-Val de Loire pour un autre séjour
- 99% déclarent inciter d'autres personnes à venir dans la Région

LES PRINCIPALES EVOLUTIONS

Les principales évolutions par rapport à 2014

- Une forte progression de la clientèle familiale
- La place de plus en plus importante du locatif dans les séjours marchands
- Le développement de l'e-tourisme...
 - Des réservations de séjours par Internet qui se systématisent...*
 - ... avec une montée en puissance des plateformes spécialisées et d'hébergements collaboratifs*
- ... et du partage d'expériences