

PROFILS et CARACTÉRISTIQUES des clientèles touristiques de la destination La Champagne

**via l'analyse de l'enquête Clientèles 2018-2019
sur la destination Grand Est**



Avant propos

Ce que vous allez lire est une photographie des clientèles du tourisme de la destination [La Champagne](#).

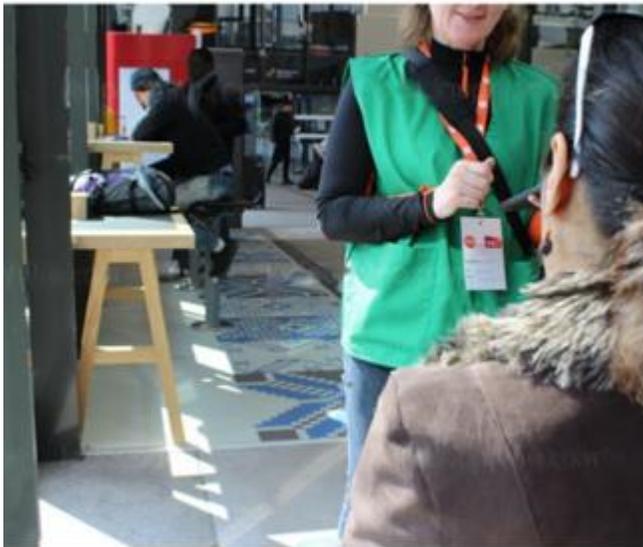
Cette analyse s'intègre dans une enquête produite à l'échelle du Grand Est et de ses 5 destinations.

Il est paradoxal de vous dire que vous allez voir la presque toute première photographie des clientèles de la Champagne ; car en même temps, vous pourriez y voir la dernière photographie des clients du monde d'avant.... Avant le confinement dû au Covid-19.

Notre objectif n'est pas la nostalgie mais de favoriser la compréhension de ce qu'était le tourisme hier, pour mieux imaginer les objectifs et les challenges du tourisme de demain de cette destination.

Objectifs du dispositif

En 2018-19, afin de mieux connaître les clientèles touristiques en visite dans le Grand Est, l'Observatoire du Tourisme a mené **pour la première fois** une étude annuelle, s'étendant de mai 2018 à avril 2019.



- 📍 Connaissance du QUI sont NOS VISITEURS (origines, profils, activités)
- 📍 Evaluation du COMBIEN pour les DEPENSES
- 📍 Recherche de RATIOS comme éléments clés pour modéliser le POIDS ECONOMIQUE du tourisme à l'échelle du Grand Est

La PREMIÈRE enquête sur les visiteurs du Grand Est



- L'ensemble des visiteurs, français ou étrangers, venu en semaine ou week-end, touristes ou excursionnistes. Les visiteurs locaux* ne sont pas intégrés au dispositif.



- Questionnaire sur tablette avec présence d'un enquêteur
- Questionnaire auto-administré en ligne
- Questionnaire traduit en allemand, anglais et néerlandais



- Enquêtes de mai 2018 à avril 2019
- Journées d'enquêtes programmées afin de couvrir tous les types de jours (semaine, week-end, jours fériés, ponts, vacances scolaires...) sur l'ensemble des saisons : printemps (avril-juin), été (juillet-août), septembre, et automne-hiver (octobre-mars).

(*) Comme dans la très grande majorité des enquêtes de ce type, les personnes à moins de 100 km du lieu de l'interrogation ne sont pas intégrées

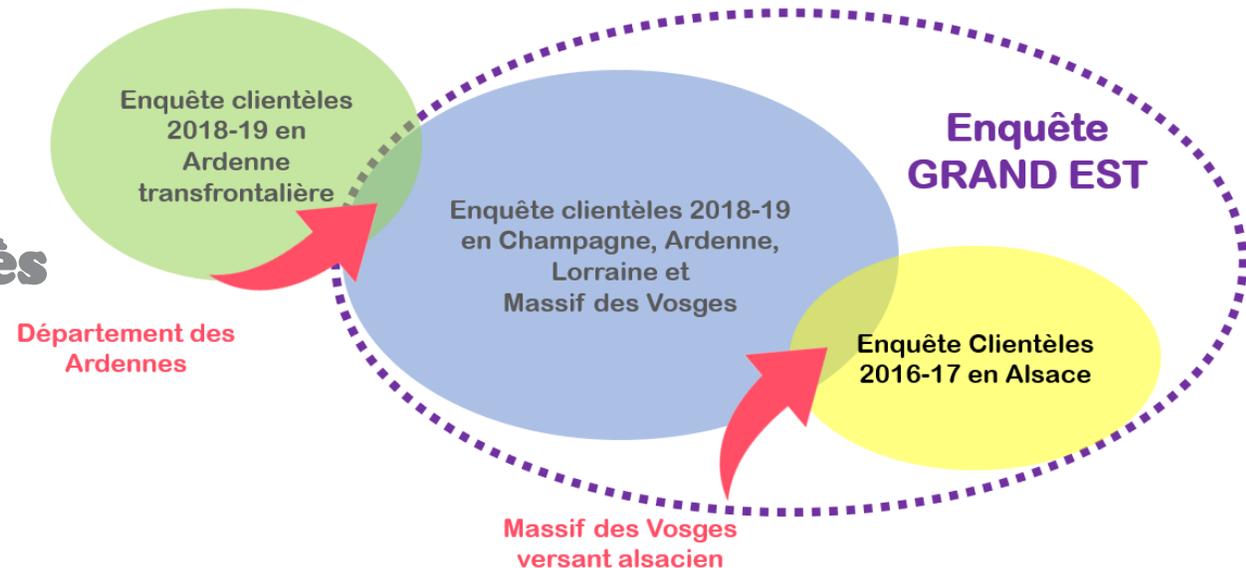
Une enquête Grand Est, mais pas que ...



12 800

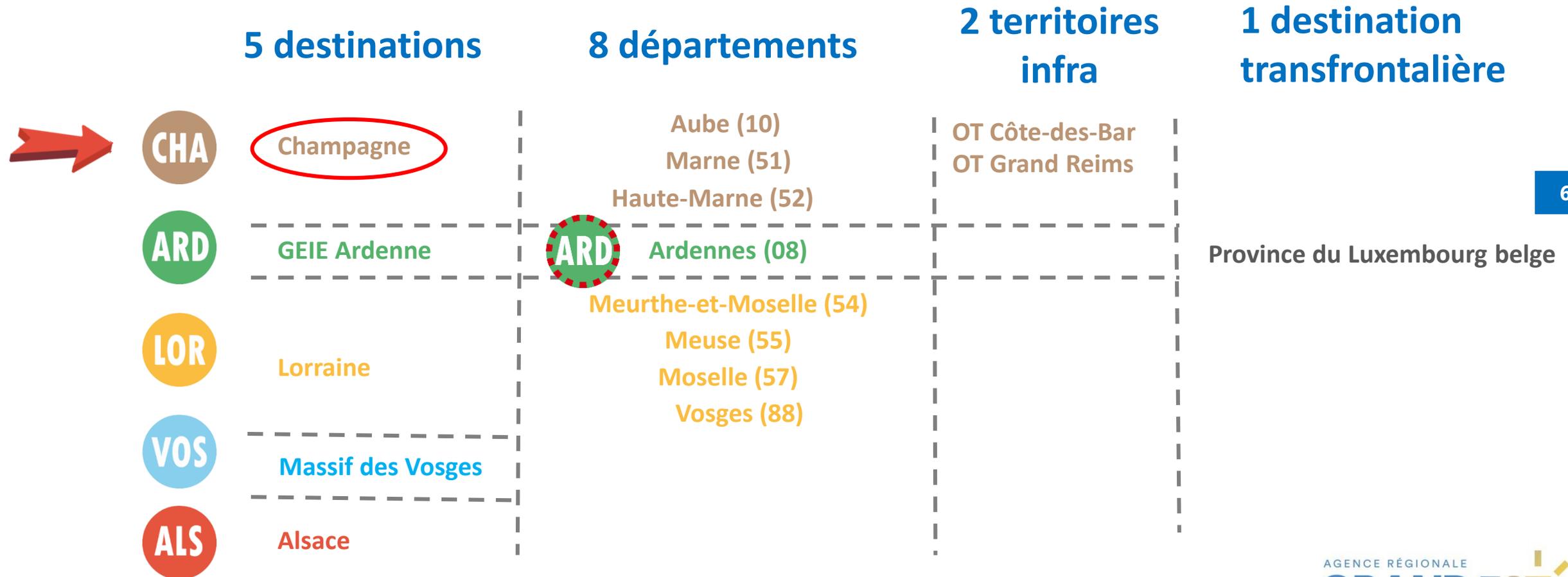
questionnaires

**après un investissement de près
de 283 000 €**



L'enquête Clientèles, un dispositif complet

Un traitement à l'échelle **du Grand Est**, mais aussi à l'échelle de **16 autres territoires**



Le terrain

120 lieux différents sur toute l'année. Voici quelques exemples :

Sites, lieux de visite

Château fort de Sedan (08), musée Camille Claudel à Nogent sur Seine (10), parc de Fraispertuis-City (88), Nigloland, Centre européen des Métiers d'Art à Givet (08), Château fort de Château-Thierry (51) Lac du Der (52), Château de Lunéville (54), Ossuaire de Douaumont (55), Mémorial de Verdun (55), Parc animalier de Sainte-Croix à Rhodes (57), Plan incliné de Saint-Louis - Arzviller (57), Mont Sainte Odile (67), Château Fort de Fleckenstein (68), Château de Bouillon et Grottes de Han en Belgique

Centres villes

Parvis Cathédrale de Metz (57), parvis Cathédrale de Reims (51), magasins d'usine de Troyes (10), station thermale de Vittel (88), centre ville station thermale de Bourbonne les Bains (52), Place Stanislas à Nancy (54)

Evénements

Festival du chien à plumes à Villegusien-le-Lac (52), fête aux fleurs à Bergères les Vertus (10), Festival de l'affiche de Chaumont (52)

Autres sites

Champagne Moët et Chandon et Champagne Mercier à Epernay (51), station de ski de Gérardmer (68), station de ski La Bresse (88)

Redressement des données à l'échelle de la Champagne

Le redressement des données est effectué pour que l'échantillon constitué soit **représentatif** de la **population des visiteurs**. Il s'agit d'appliquer un coefficient de pondération.

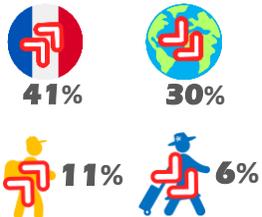


Précisions



Les notions de **TOURISTES** et d'**EXCURSIONNISTES** s'apprécient selon la **DESTINATION** analysée

Exemple : Un **VISITEUR** hébergé dans un hôtel de Colmar et interrogé au Centre Pompidou-Metz, sera **TOURISTE** à l'échelle du Grand Est et de la destination Alsace ; il sera **EXCURSIONNISTE** pour la destination Lorraine !



Ces pictogrammes seront parfois situés à proximité d'un résultat en %... Ils vous indiqueront des différences significatives pour ce que les pictogrammes représentent, en fonction du sens des flèches rouges (en hausse ou en baisse).

Dans les pictogrammes présentés, on voudra dire que le résultat des Français est plus important et qu'il se situe à 41% et que le résultat des étrangers est plus faible et qu'il se situe à 30%. De la même manière pour les 2 autres pictogrammes présentés, l'un voudra dire que le résultat des excursionnistes est plus important et qu'il se situe à 11%. Et que le résultat des touristes est plus faible et qu'il se situe à 6%.

Ce pictogramme indiquera la valeur moyenne régionale quand celle-ci sera significativement différente de la valeur de la destination.

RÉSULTATS

pour la destination

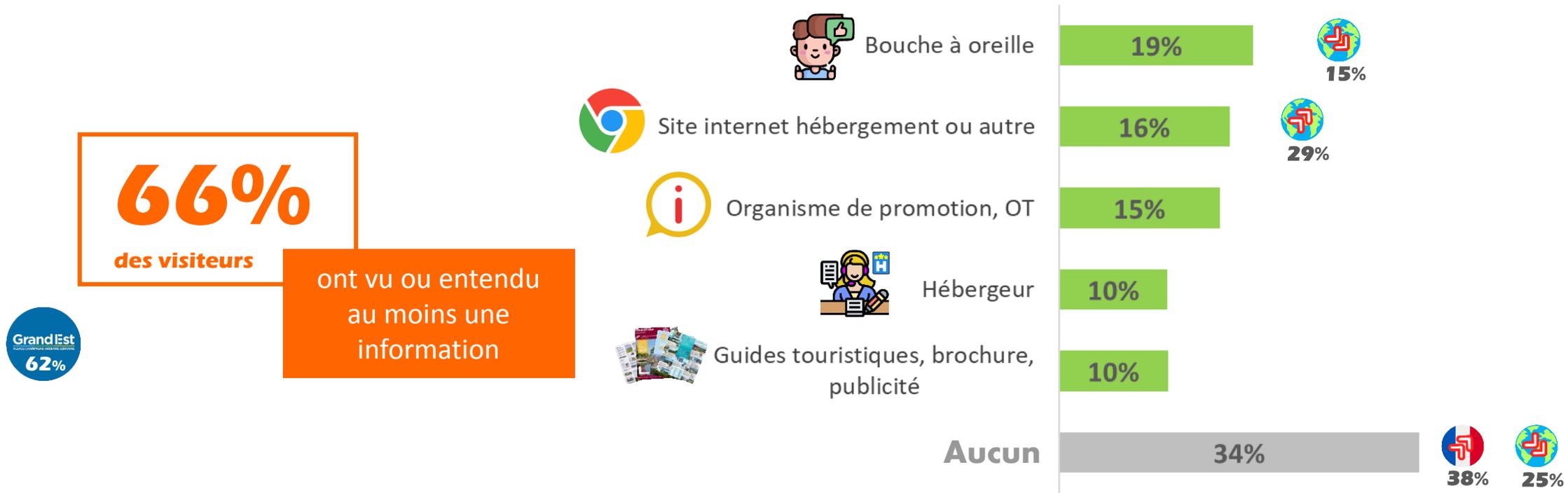
Champagne

Sources d'information

Avant leur séjour ou excursion en Champagne, **66% des visiteurs ont vu ou entendu** au moins une information, ce qui signifie que 34% ne se sont pas informés.

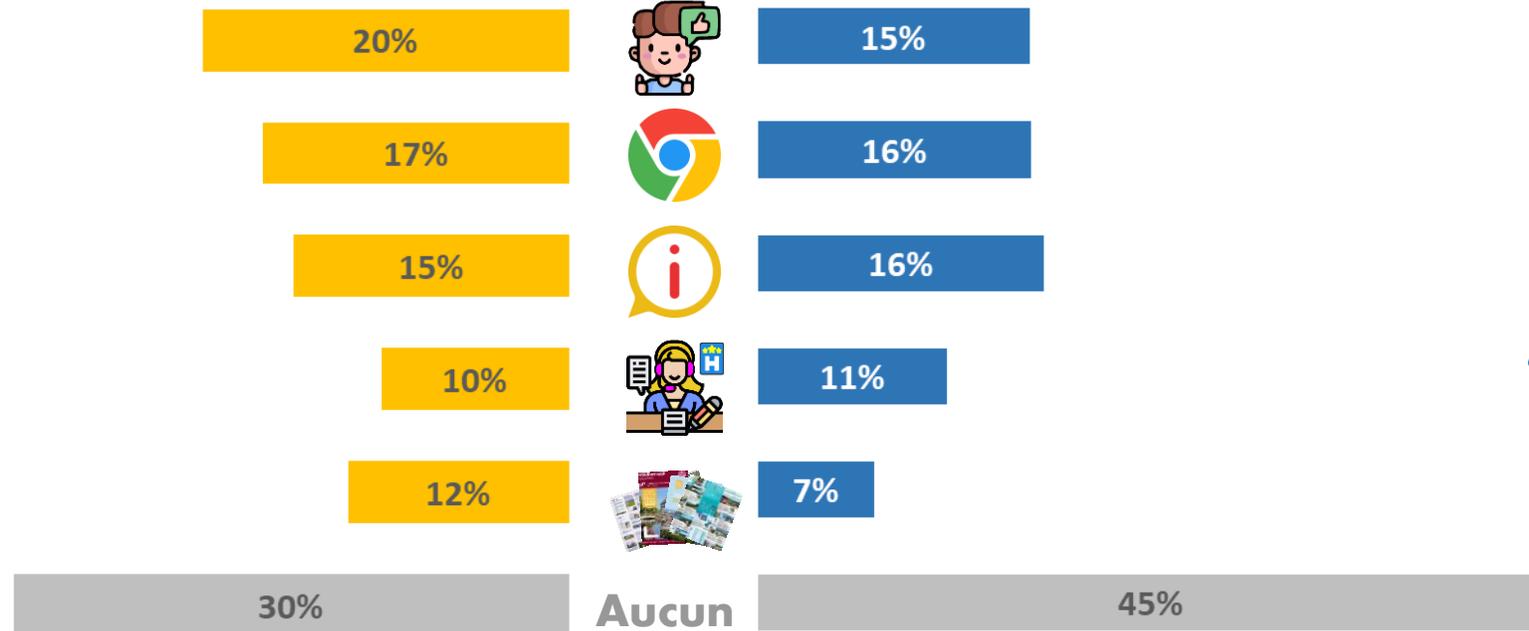
Le **bouche-à-oreille** constitue la 1^{ère} source d'information (19% des visiteurs). Les étrangers sont moins concernés. A noter que 29% des étrangers s'informent via Internet, 12% seulement pour les Français.

Globalement, les Français, sans doute plus connaisseurs de la destination, s'informent moins que les étrangers.

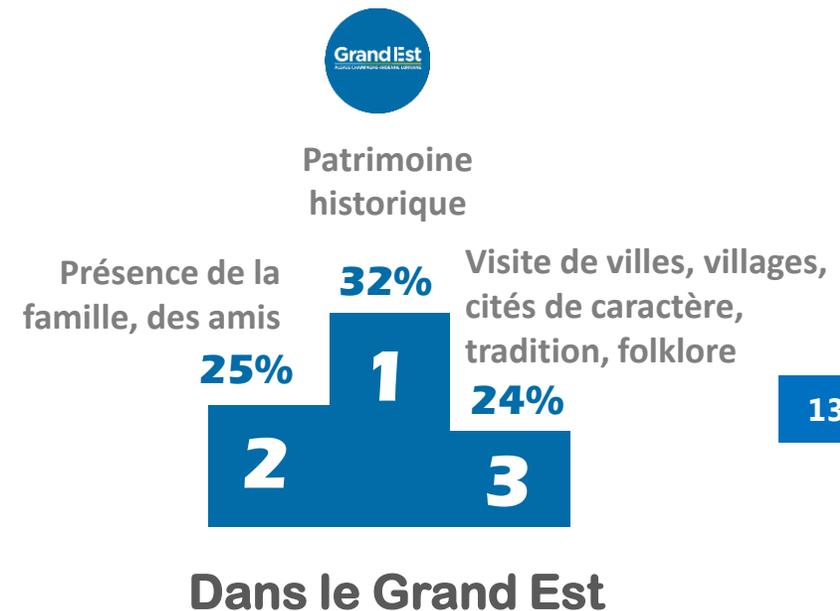
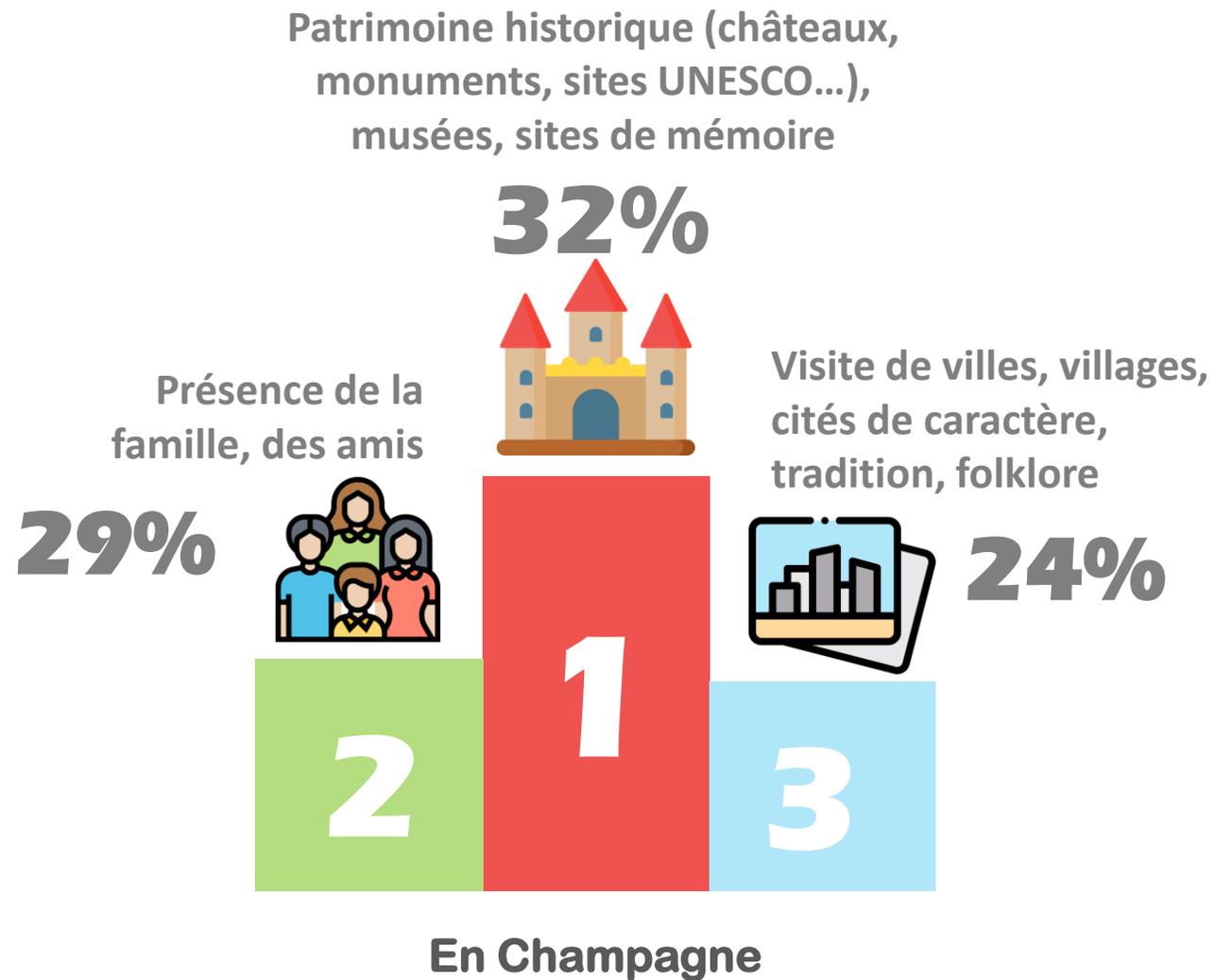


Sources d'information

Le bouche à oreille a plus de sens pour les excursionnistes que les touristes. De façon légitime, les touristes en hébergement marchand s'informent davantage que les touristes en hébergement non marchand : 31% surfent sur Internet, 27% prennent des informations via les organismes de promotion et 23% s'informent auprès de leur hébergeur. Globalement, 87% se renseignent. A noter que les excursionnistes à l'échelle de la Champagne peuvent être des touristes en dehors de la destination (en Moselle, en Belgique...).



Motivations de visite



Base échantillon total : 3 153 visiteurs en Champagne. Total > 100%, plusieurs réponses possibles.

Source ORT. Données annuelles recueillies de mai 2018 à avril 2019 dans le Grand Est.

Motivations de visite

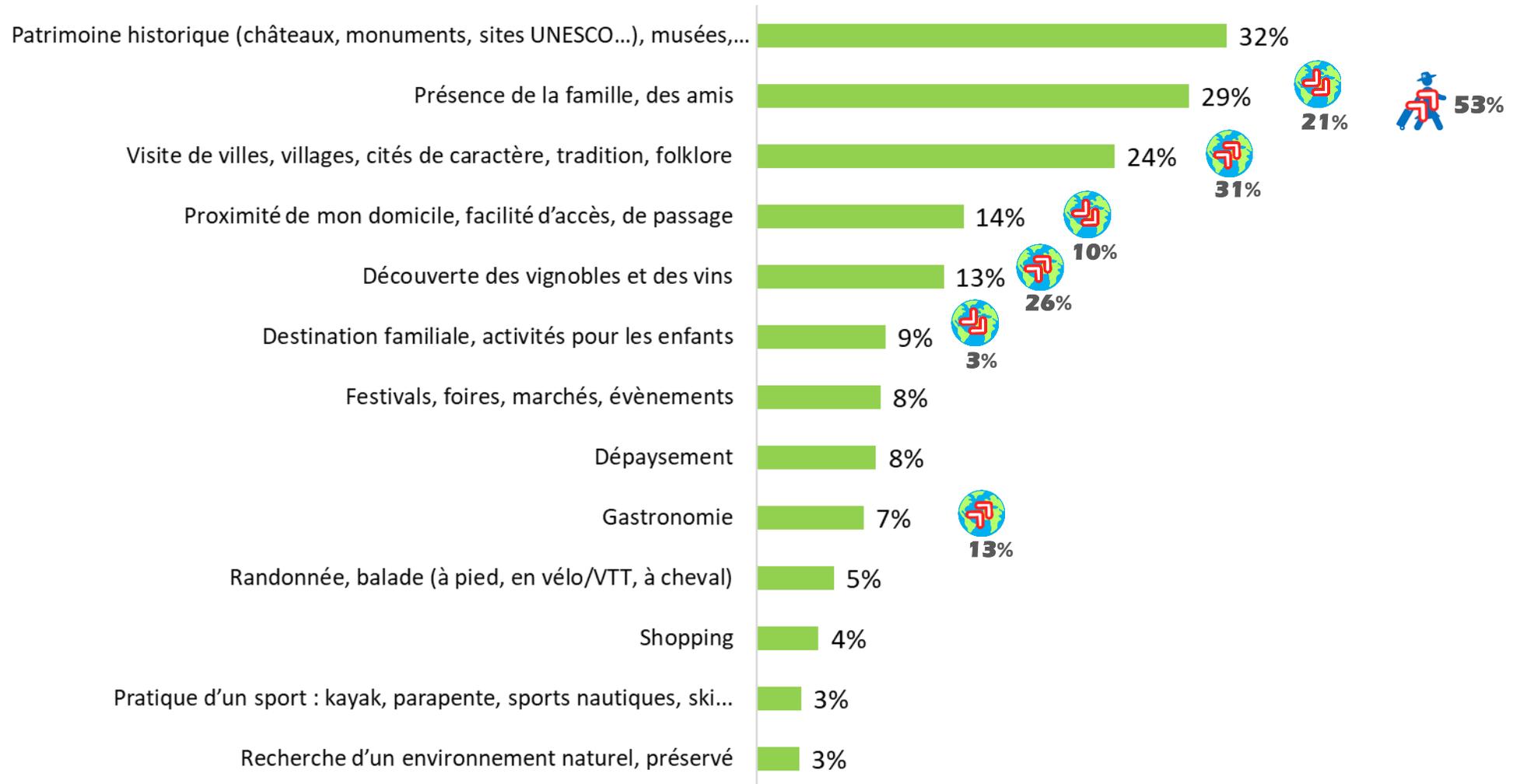
La **richesse en patrimoine historique, monuments, musées ou sites de mémoire** est la première source de motivation de visite de la destination Champagne. Elle concerne 1 visiteur sur 3.

Elle concerne autant les Français que les étrangers et autant les touristes que les excursionnistes. Par contre les touristes marchands l'ont plus souvent citée (41%), 26% pour les touristes non marchands. Cette motivation concerne plus ceux qui viennent sans enfant (37%) et les plus de 50 ans. C'est sur la période octobre à mars qu'elle a le plus de sens (36% des visiteurs) et c'est en été qu'elle est en recul (25% des visiteurs).

Pour 29% des visiteurs, c'est la **présence de la famille / amis** qui motive leur venue. Cette motivation concerne davantage les Français que les étrangers, et plus souvent les touristes (53%) que les excursionnistes (18%).

En 3^{ème} position, la **visite de villes ou villages**. Elle concerne aussi bien les touristes que les excursionnistes, mais davantage les étrangers que les Français. Les touristes en hébergement marchand y sont plus sensibles (33%) par rapport à ceux en hébergement non marchand (17%). C'est au printemps que cette motivation est la plus souvent citée et concerne davantage les plus de 50 ans.

Motivations de visite



Séjours effectués ces 5 dernières années en Champagne

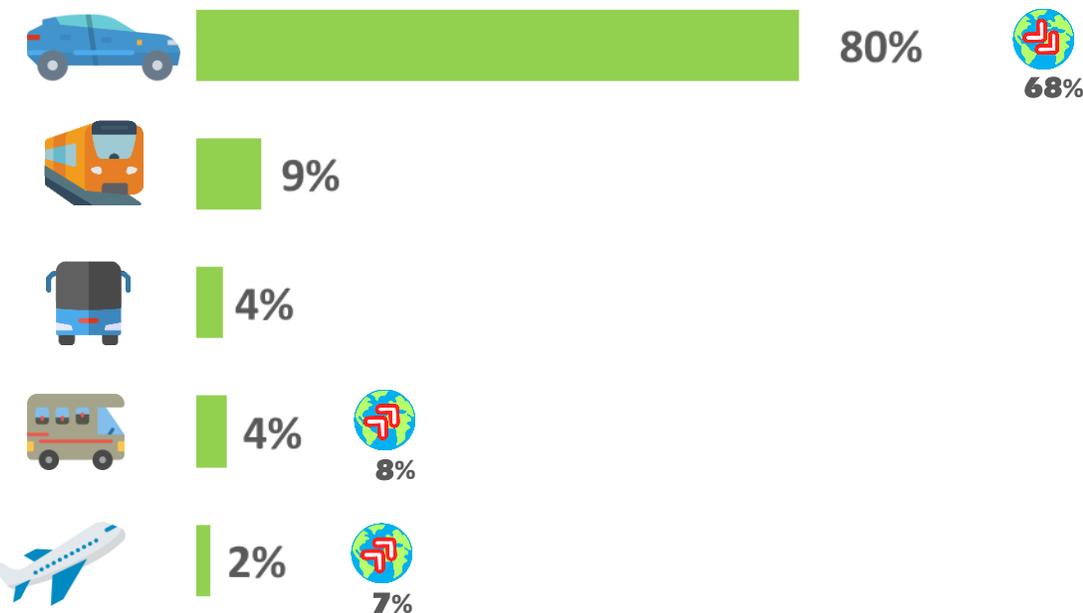


78% des touristes sont déjà venus pour un précédent séjour en Champagne.

Mode de transport pour VOYAGER VERS la Champagne

La voiture est le moyen de transport privilégié par l'ensemble des visiteurs pour se rendre en Champagne (8 cas sur 10), devant le train pour 9% des visiteurs.

Les Français viennent plus en voiture ; Les étrangers se déplacent davantage en camping-car et en avion. Les personnes qui viennent avec des enfants privilégieront la voiture au détriment des transports en commun. Les personnes seules prennent davantage le train/TGV et l'avion, celles qui viennent à 3 ou à 4 favorisent la voiture. Les plus jeunes utilisent davantage les transports en commun que les autres, les plus de 50 ans davantage le camping-car.



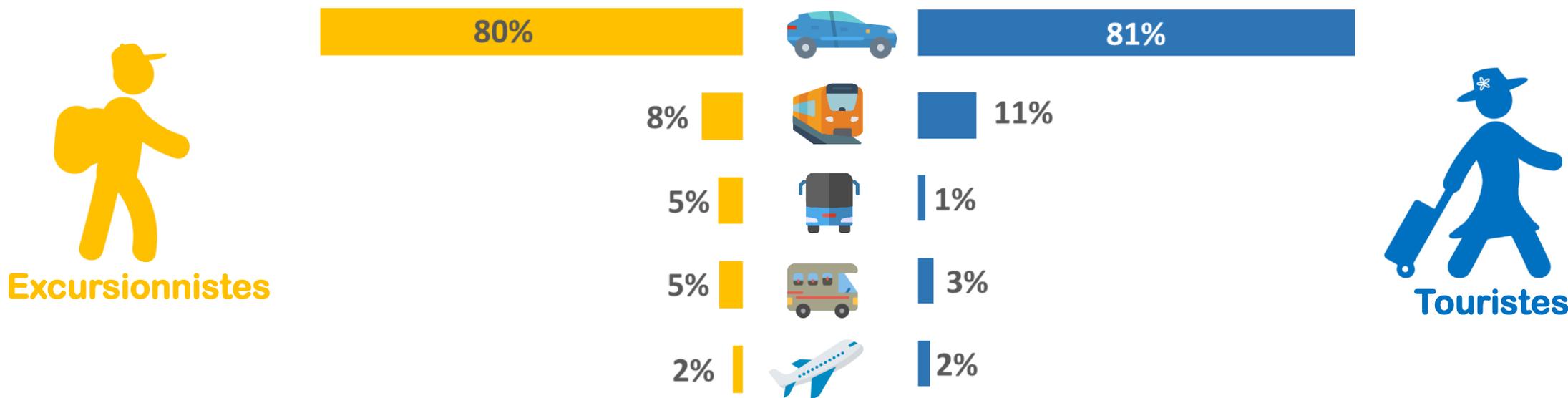
Grand Est
83%

Base échantillon total : 3 153 visiteurs en Champagne.

Source ORT. Données annuelles recueillies de mai 2018 à avril 2019 dans le Grand Est.

Mode de transport pour VOYAGER VERS la Champagne

Peu de différences de transport entre les touristes et les excursionnistes.

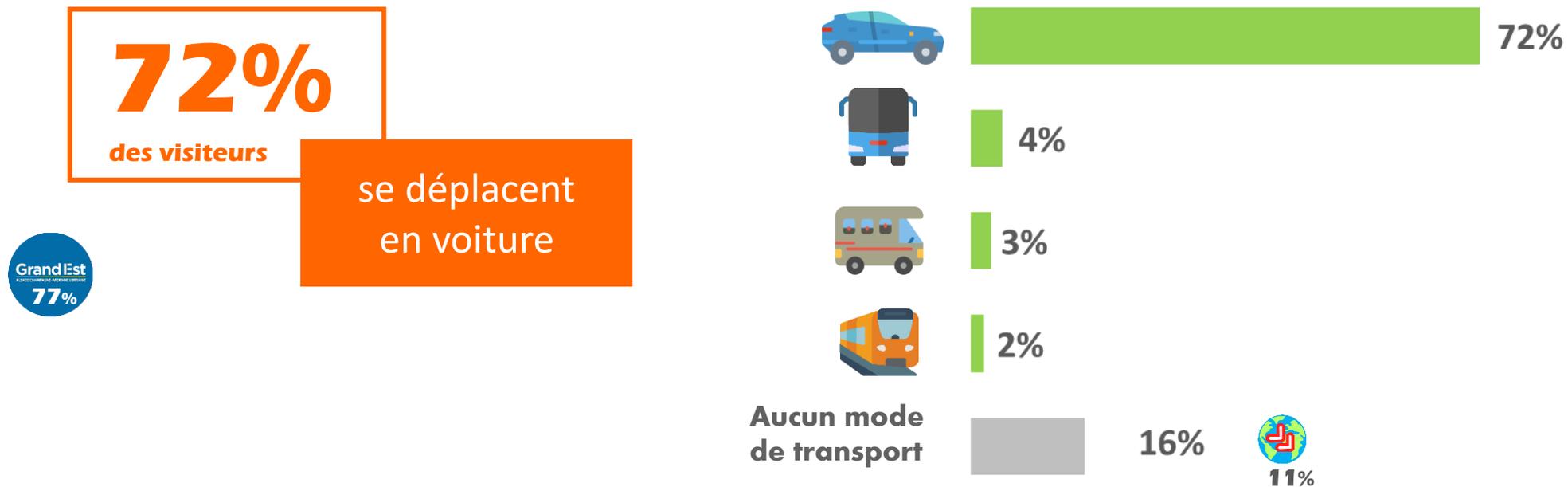


Base échantillon total : 3 153 visiteurs en Champagne, 1 539 touristes et 1 614 excursionnistes.

Source ORT. Données annuelles recueillies de mai 2018 à avril 2019 dans le Grand Est.

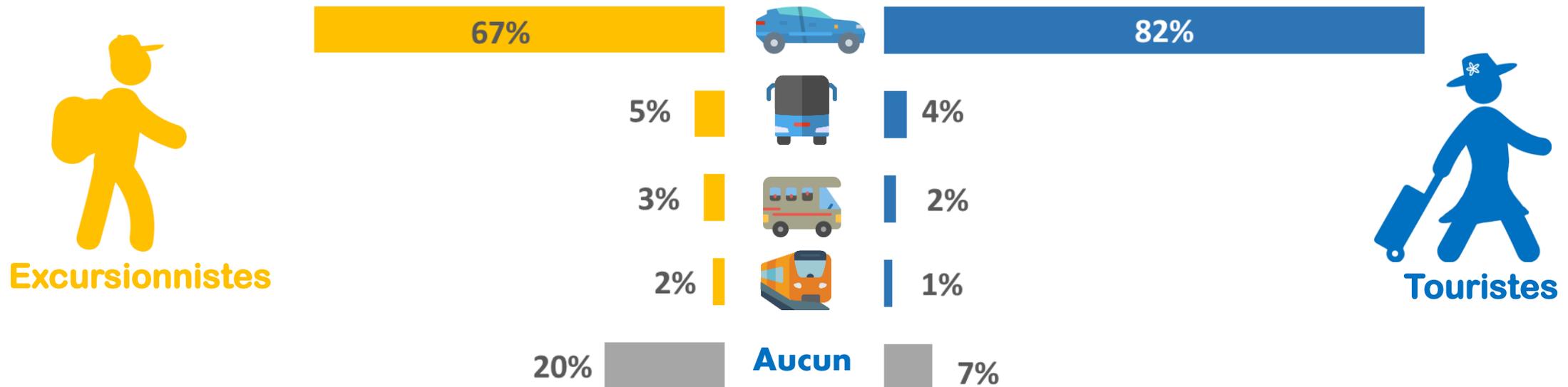
Mode de transport pour se DEPLACER DANS la Champagne

Pour se déplacer en Champagne, la voiture reste le moyen de transport privilégié pour 72% des visiteurs. 16% n'utilisent pas de transport, ils se déplacent donc à pied.



Mode de transport pour se DEPLACER DANS la Champagne

Les touristes (82%), et plus particulièrement ceux en hébergement non marchand (87%) privilégient la voiture ;
Les excursionnistes sont plus nombreux à ne pas utiliser de moyen de transport.



Activités pratiquées en Champagne



Base échantillon total : 3 153 visiteurs en Champagne.

Source ORT. Données annuelles recueillies de mai 2018 à avril 2019 dans le Grand Est.

Activités pratiquées en Champagne

Les touristes réalisent plus d'activités que les excursionnistes, ce qui est légitime, puisque leur présence sur le territoire est plus longue.



22

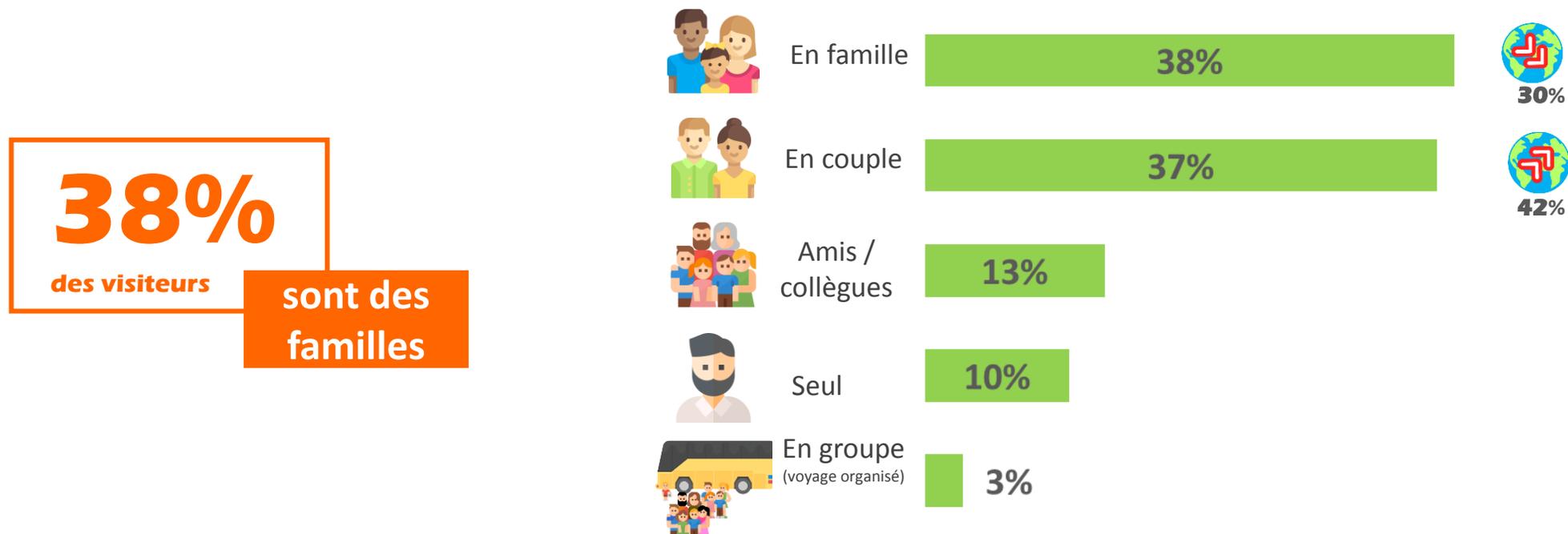
Base échantillon total : 3 153 visiteurs en Champagne, 1 539 touristes et 1 614 excursionnistes.

Source ORT. Données annuelles recueillies de mai 2018 à avril 2019 dans le Grand Est.

Constitution du groupe de visite

La Champagne attire autant les familles que les couples. La constitution du groupe varie en fonction de l'origine : les Français viennent plus en famille (40% d'entre eux) qu'en couple (35%) ; A l'opposé, les étrangers viennent plus en couple (42% des étrangers) qu'en famille (30%).

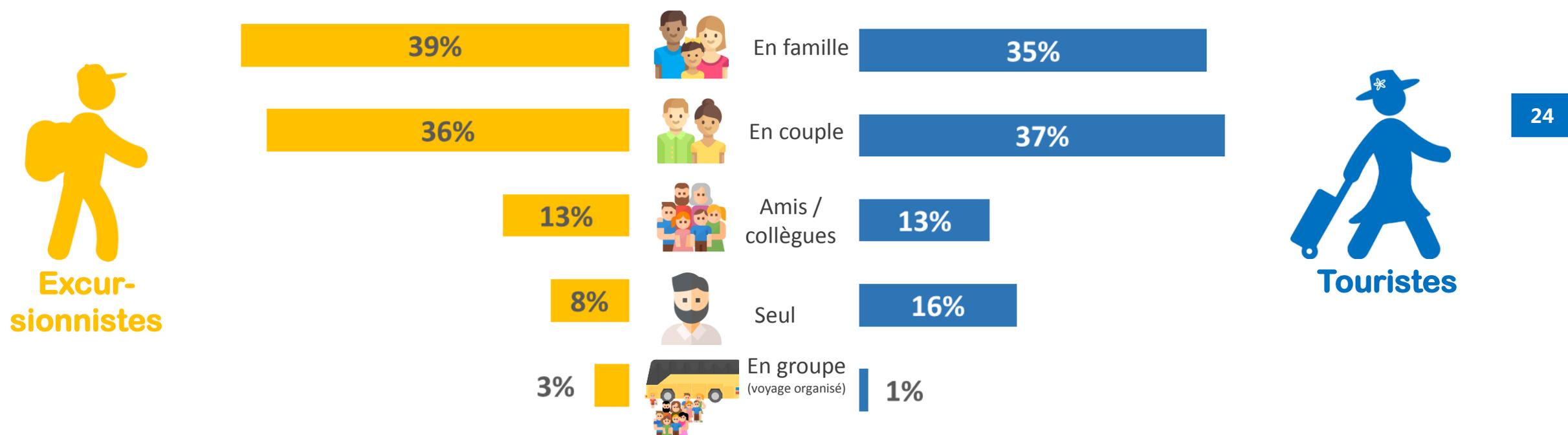
Au global, le groupe est constitué de 4,1 visiteurs.



Constitution du groupe de visite

La constitution du groupe varie aussi en fonction du profil : 50% des touristes marchands sont des couples et 41% des touristes non marchands sont des familles.

Au global, le groupe est constitué de 3,3 visiteurs pour les touristes et 4,5 pour les excursionnistes.

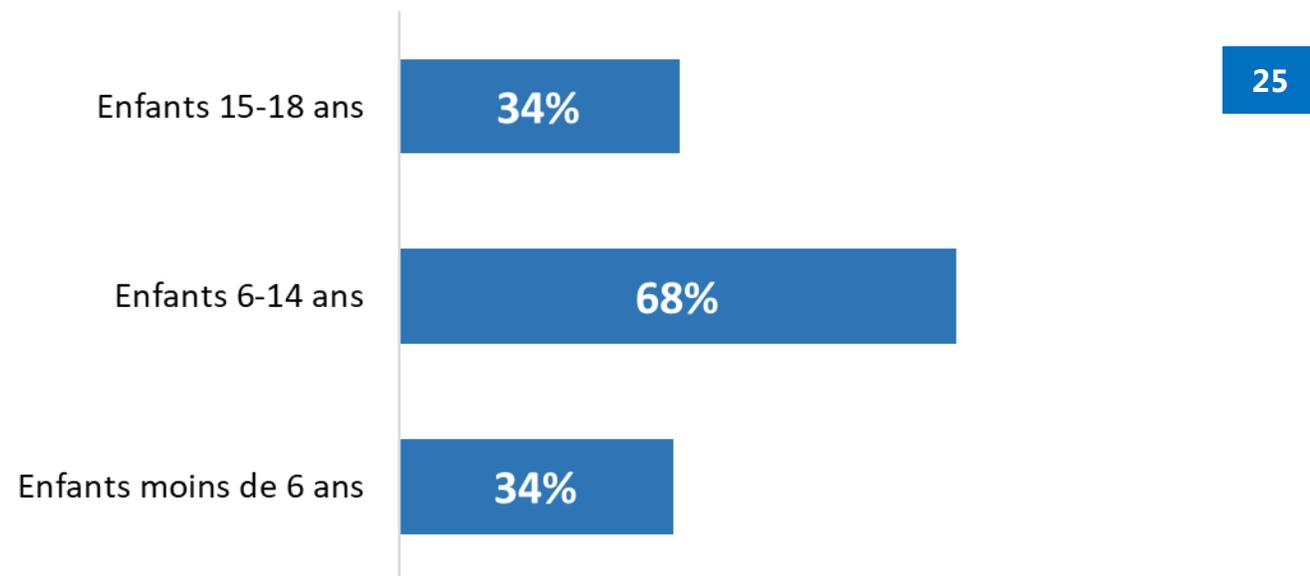


Base échantillon total : 3 153 visiteurs en Champagne, 1 539 touristes et 1 614 excursionnistes.

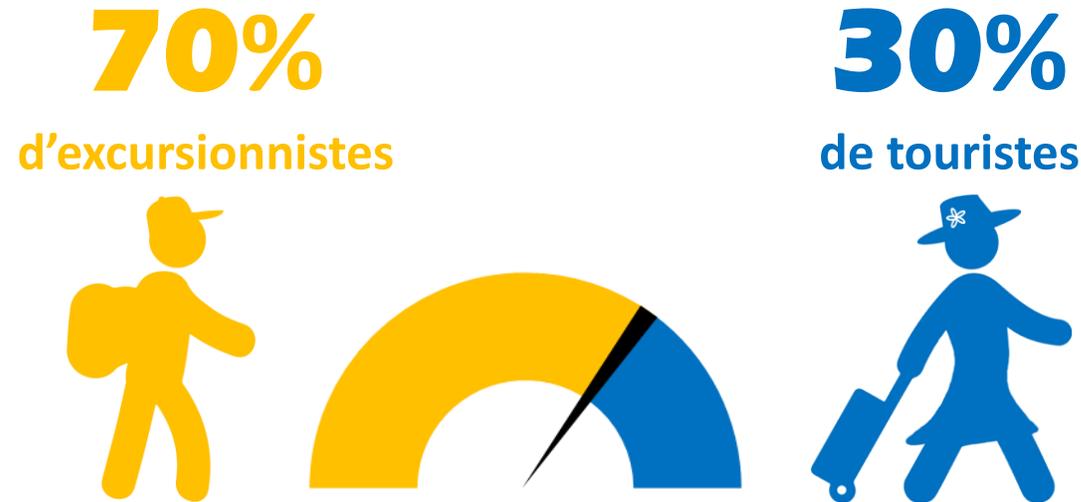
Source ORT. Données annuelles recueillies de mai 2018 à avril 2019 dans le Grand Est.

Constitution du groupe de visite

Parmi les visiteurs qui viennent avec leurs enfants, 68% ont des enfants de 6-14 ans.



Répartition des touristes / excursionnistes



Un(e) **excursionniste** est une personne qui réalise une visite à la journée (pas de nuit dans le Grand Est)

Un(e) **touriste** est une personne qui passe au moins une nuit dans le Grand Est, en dehors de son domicile, pour motif personnel (loisirs, visites parents amis, santé...) ou professionnel (affaires, congrès, salons, réunions...).

Un(e) **visiteur(euse)** = un(e) excursionniste ou un(e) touriste

Origine des visiteurs

Visiteurs



75 %

25 %



77 %

23 %

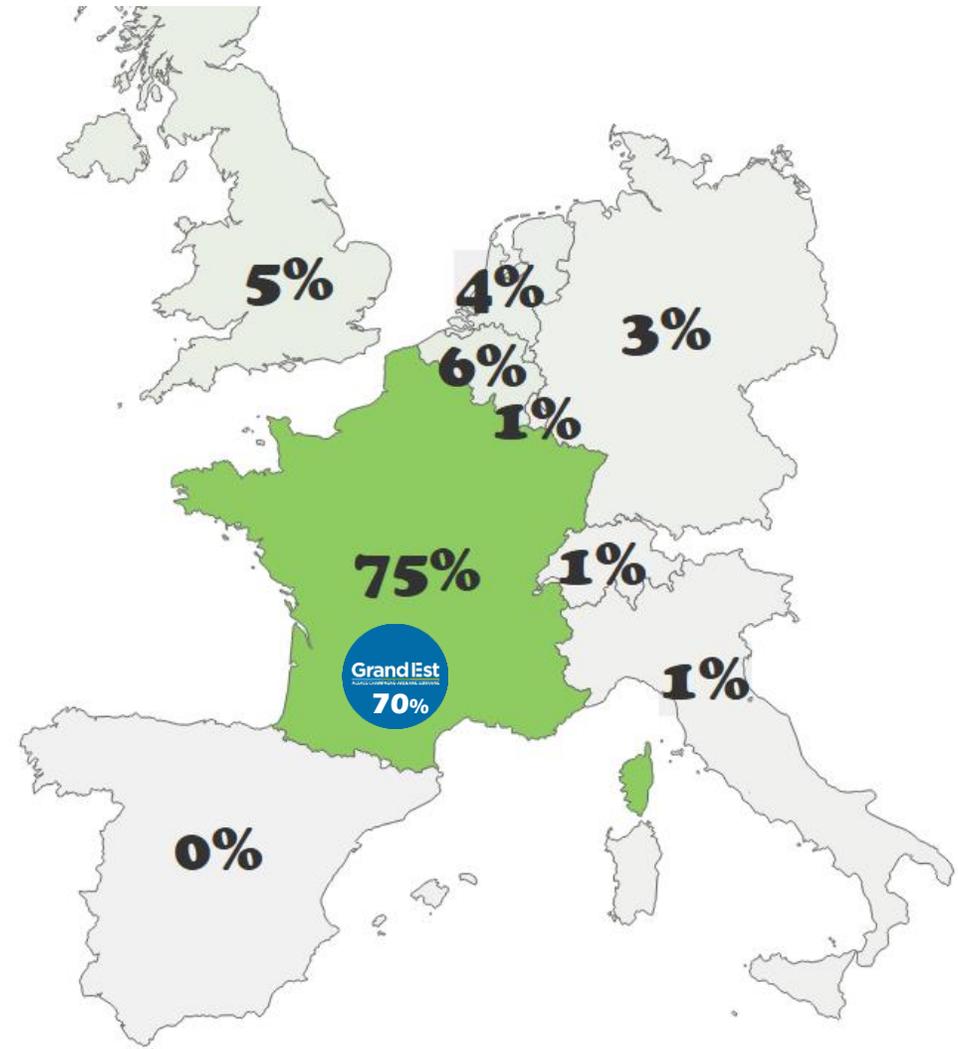
Excursionnistes



70 %

30 %

Touristes

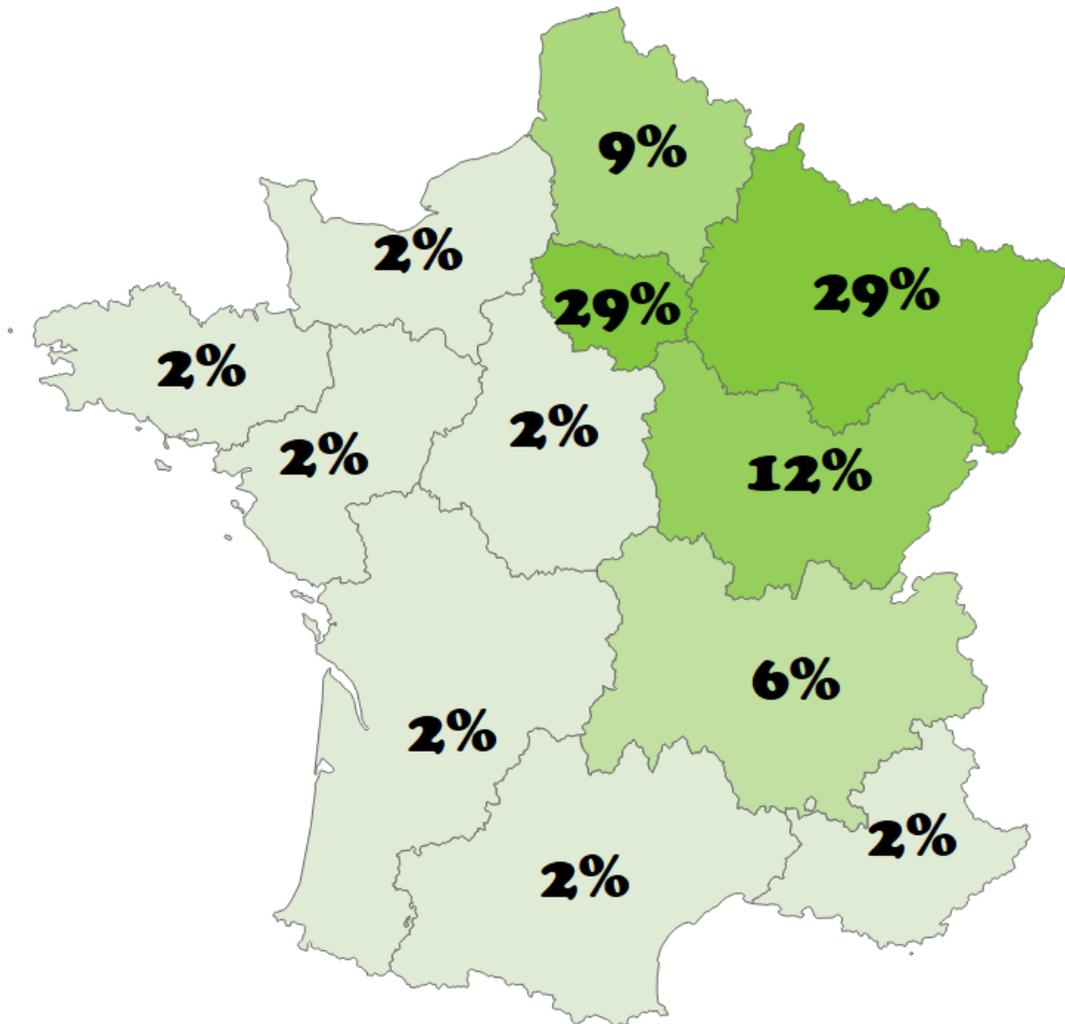


Autres pays : 4%

Base échantillon total : 3 153 visiteurs en Champagne, 1 539 touristes et 1 614 excursionnistes.

Source ORT. Données annuelles recueillies de mai 2018 à avril 2019 dans le Grand Est.

Origine des visiteurs français



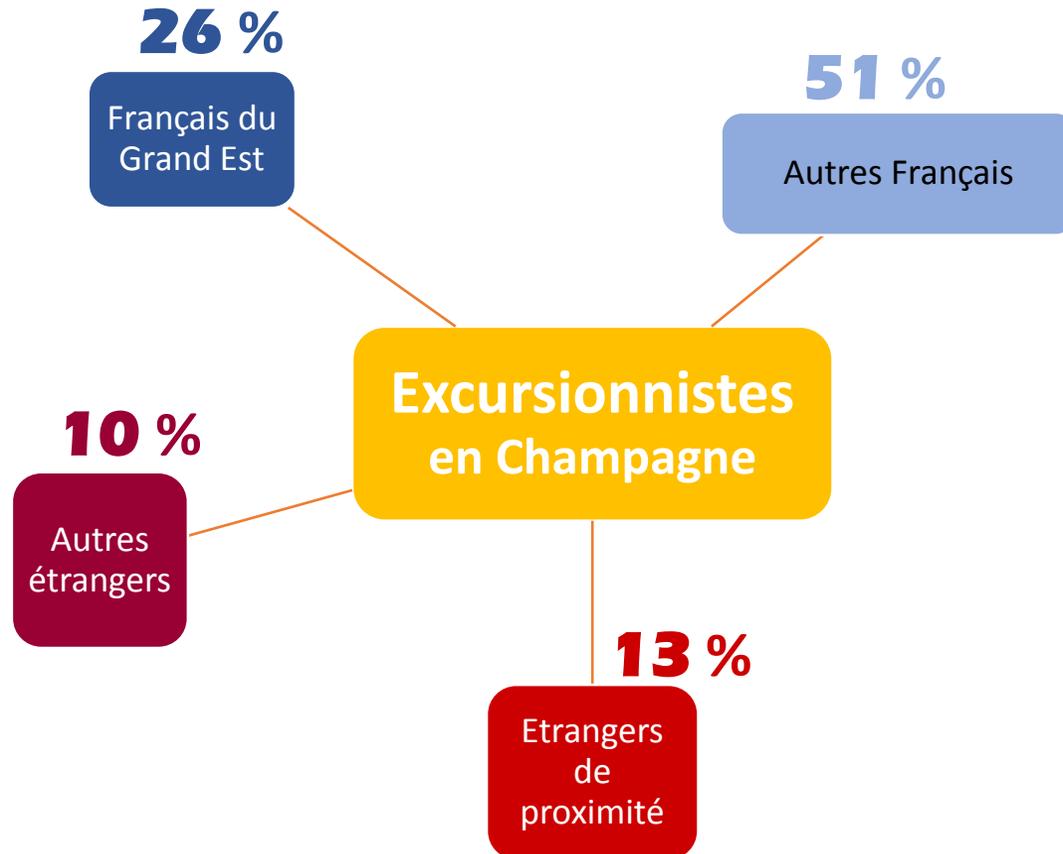
29%



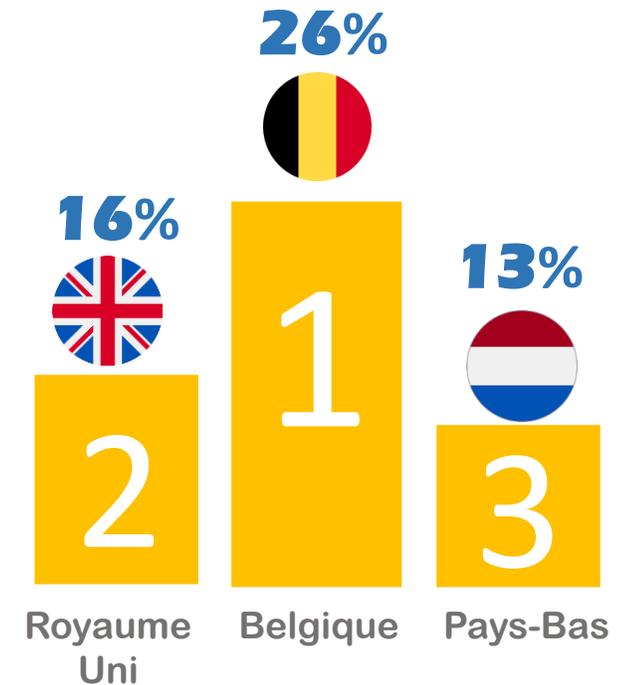
des **visiteurs français** de la Champagne proviennent du Grand Est (47% pour la région Grand Est),

et **29%** d'Île-de-France.

Origine des excursionnistes

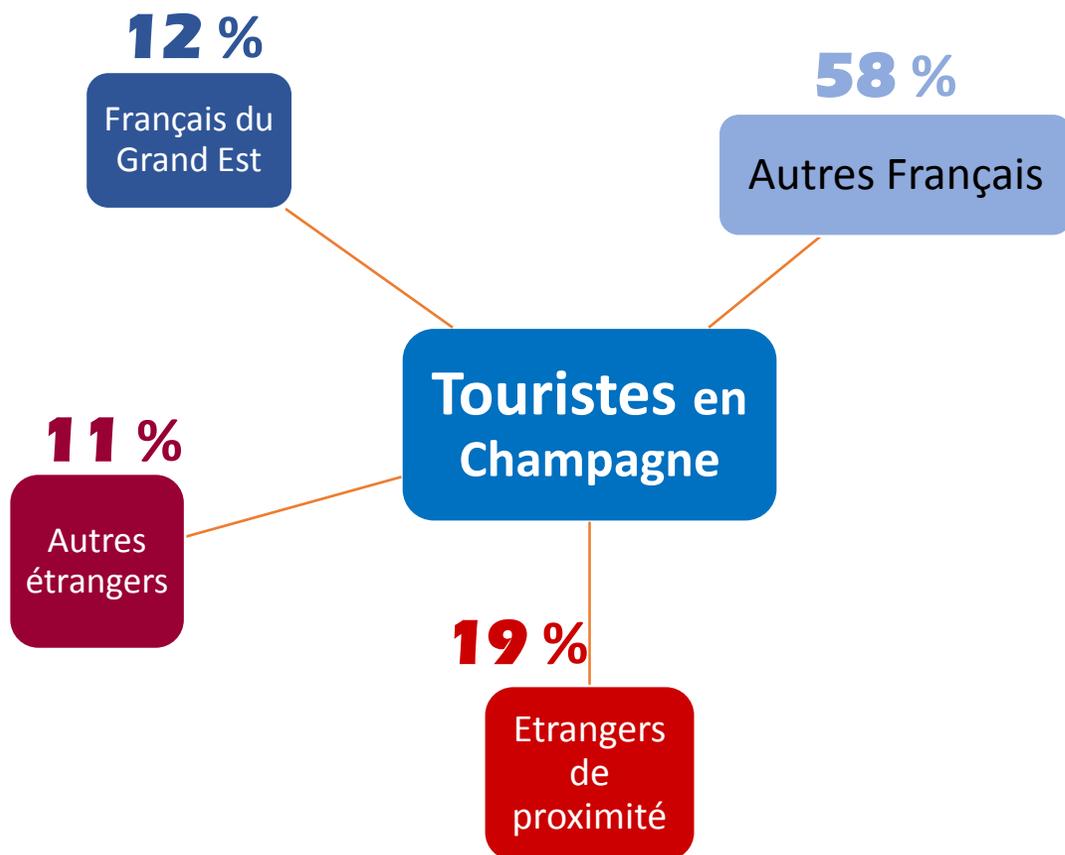


Parmi les seuls étrangers,

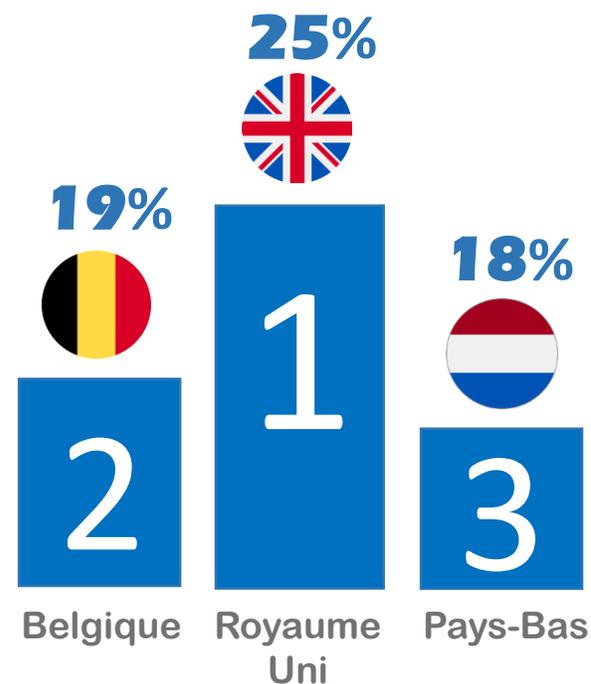


Etrangers de proximité = Belgique, Luxembourg, Pays-Bas et Royaume Uni.

Origine des touristes



Parmi les seuls étrangers,



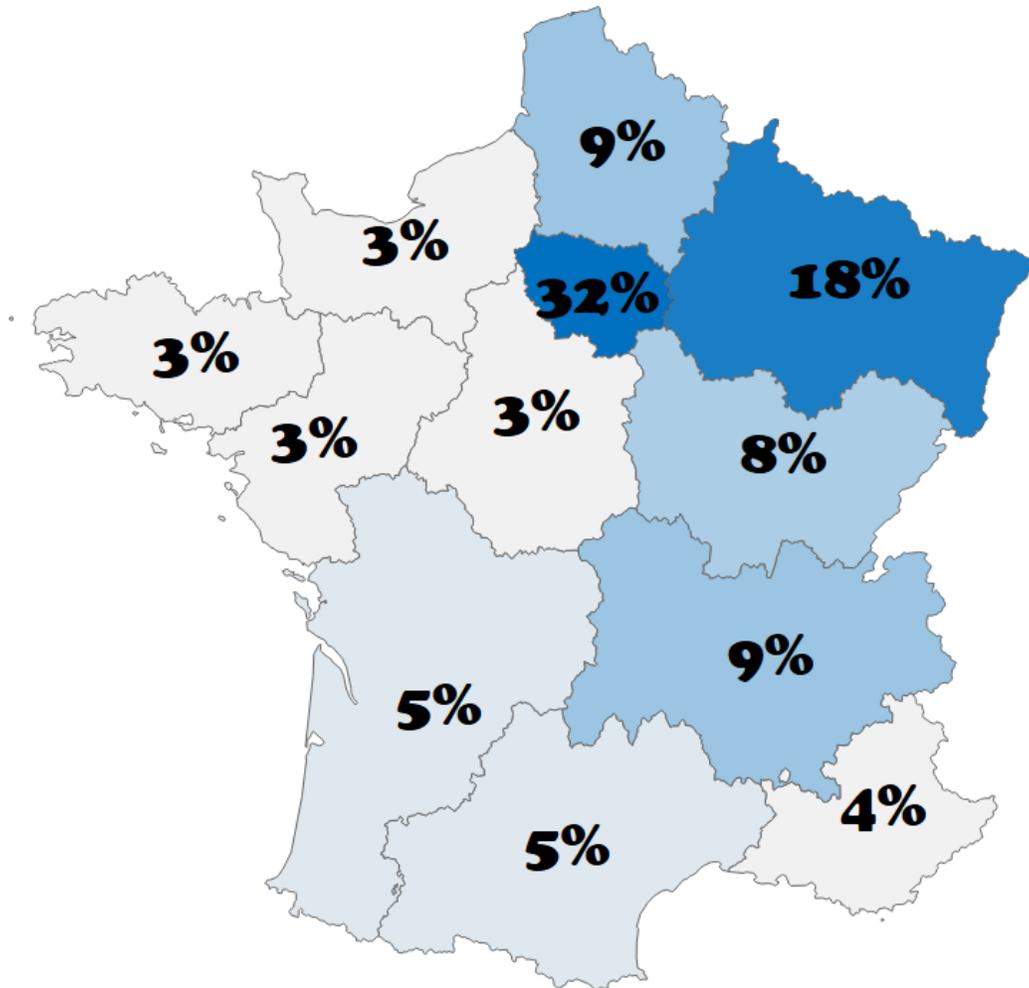
31

Etrangers de proximité = Belgique, Luxembourg, Pays-Bas et Royaume Uni.

Base échantillon touristes 1 539 touristes en Champagne, 1 086 français et 453 étrangers.

Source ORT. Enquête Clientèles Grand Est 2018-19. Données annuelles recueillies de mai 2018 à avril 2019 dans le Grand Est.

Origine des touristes français



France d'outre-mer : 1%

Base échantillon touristes : 1 086 touristes français en Champagne.

Source ORT. Données annuelles recueillies de mai 2018 à avril 2019 dans le Grand Est.

32%

des **touristes français** en Champagne
proviennent d'Île-de-France
(pour la région Grand Est, ce taux est à
20%),



et **18%** du Grand Est.



Touristes : mode d'hébergement

51% des touristes sont hébergés chez des amis ou la famille. Avec les résidences secondaires, on considère que 62% des visiteurs sont en hébergement non marchand. 38% sont donc en hébergement marchand, c'est moins que la moyenne régionale qui est à 50%.

Un touriste sur 6 est à l'hôtel ou en résidence de tourisme. La location de meublé concerne 11 % des touristes.

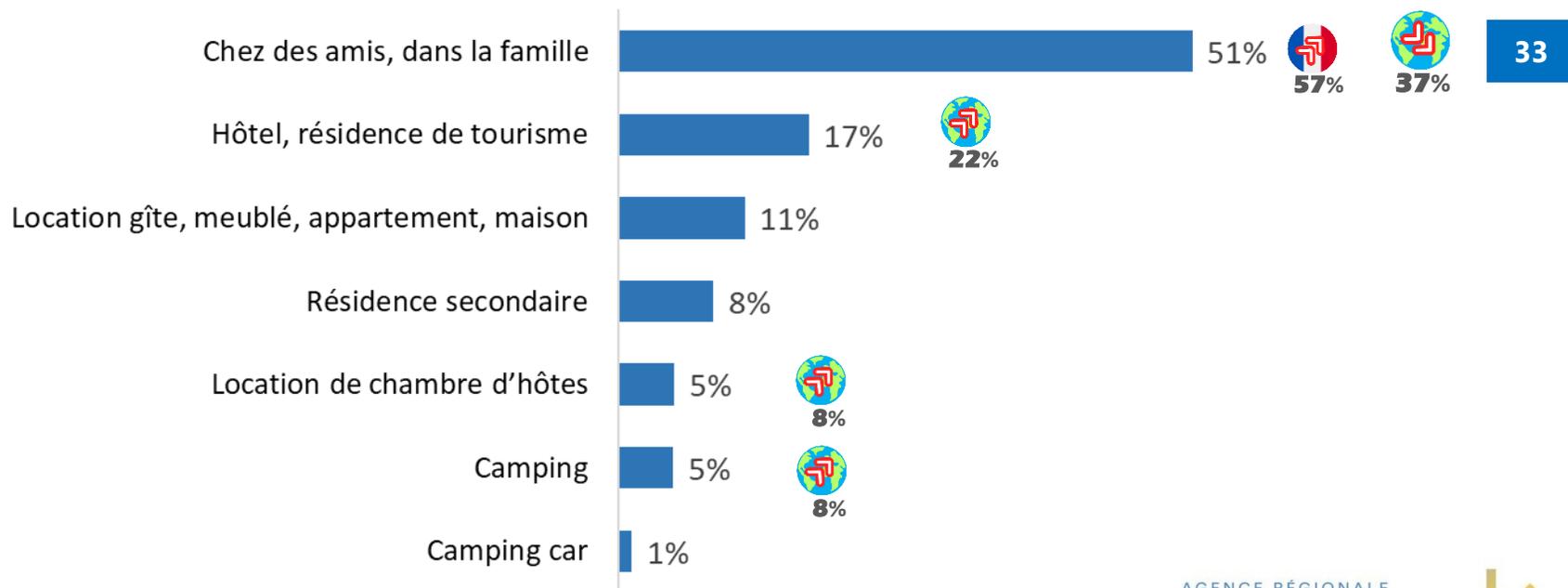
Les touristes français privilégient l'hébergement chez la famille / amis (57% pour 37% pour les étrangers). Les étrangers, quant à eux, sont plus nombreux dans les hôtels, en chambre d'hôtes et en camping. Globalement, ils fréquentent davantage les hébergements marchands que les Français.

38%

des touristes

en
hébergement
marchand

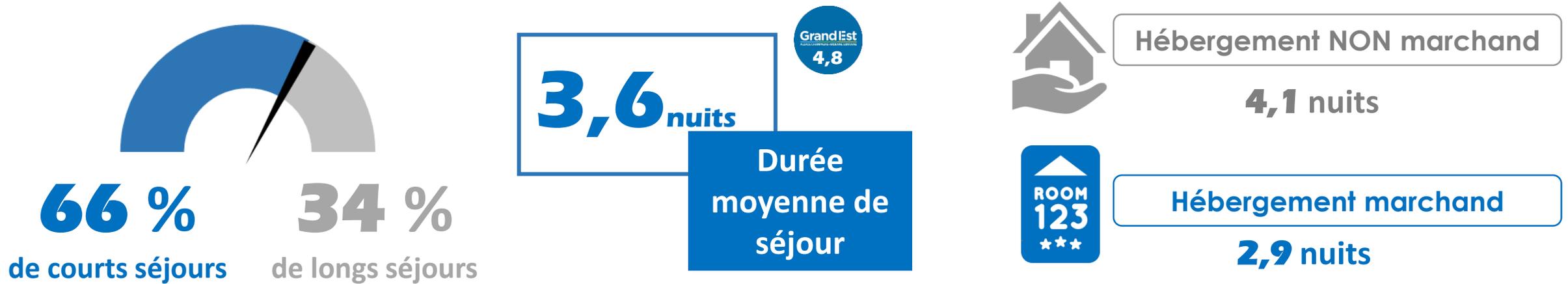
Grand Est
50%



Base échantillon touristes : 1 539 touristes en Champagne.

Source ORT. Enquête Clientèles Grand Est 2018-19. Données annuelles recueillies de mai 2018 à avril 2019 dans le Grand Est.

Touristes : durée de séjour



34

La durée moyenne de séjour en Champagne estimée à **3,6 nuitées** correspond à la durée moyenne exprimée par les touristes* interrogés en Champagne.

Elle est plus élevée pour les étrangers (4,2 nuits) que pour les Français (3,4), plus élevée aussi pour les touristes en hébergement non marchand (4,1) que ceux en hébergement marchand (2,9), plus élevée pour ceux qui sont venus avec des enfants, enfin plus élevée en été.

Elle correspond à 66 % de courts séjours (1 à 3 nuits) et 34 % de longs séjours (4 nuits et plus).

Base échantillon touristes : 1 539 touristes en Champagne.

Source ORT. Enquête Clientèles Grand Est 2018-19. Données annuelles recueillies de mai 2018 à avril 2019 dans le Grand Est.

* Les clientèles affaires y sont sous représentées pouvant expliquer cette durée plutôt élevée.

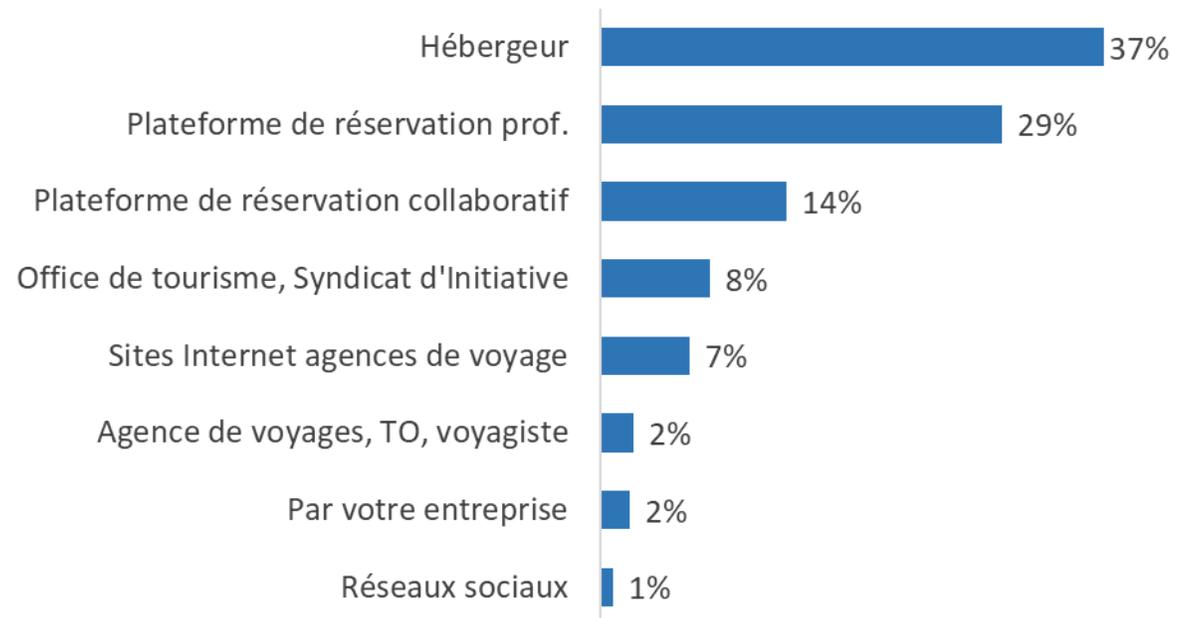
Touristes en hébergement marchand : réservation

87 %

des touristes

ont réservé
l'hébergement avant
leur arrivée

Parmi ceux qui ont réservé, plus d'un tiers des touristes réserve directement auprès de l'hébergement.



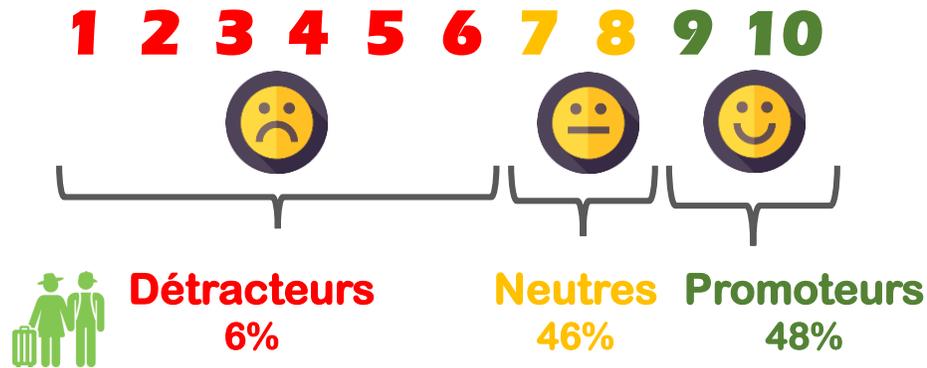
35

Base échantillon touristes : 1 169 touristes en hébergement marchand en Champagne.

Source ORT. Enquête Clientèles Grand Est 2018-19. Données annuelles recueillies de mai 2018 à avril 2019 dans le Grand Est.

Recommandation et tranches d'âge

Recommandation



Le NPS est un indicateur du pouvoir de recommandation (viralité) de la destination.

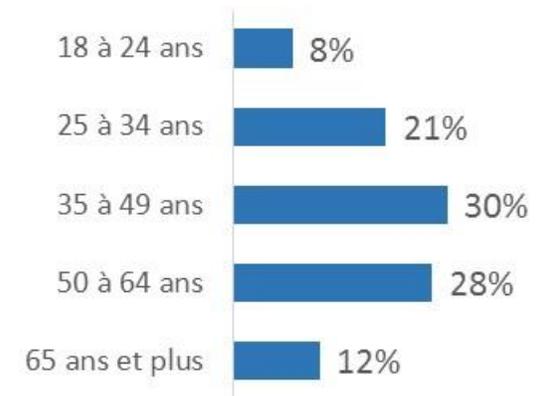
$$\text{NPS} = \% \text{ Promoteurs} - \% \text{ Détracteurs}$$

Il donne la réponse à la question “Conseilleriez-vous à vos amis et proches de venir ici ?”, avec 1 pas du tout probable et 10 très probable. Plus le NPS est élevé, plus les visiteurs auront tendance à parler naturellement de la destination.



Tranches d'âge

Age moyen : 45 ans



Base échantillon total : 3 153 visiteurs en Champagne, 1 539 touristes et 1 614 excursionnistes.

Source ORT. Données annuelles recueillies de mai 2018 à avril 2019 dans le Grand Est.

SATISFACTION

37

Note globale moyenne de satisfaction (sur 10)



8,5 / 10

Grand Est
8,4



38

Grand Est
86%

85 %

Satisfaction

(notes de 8 à 10)

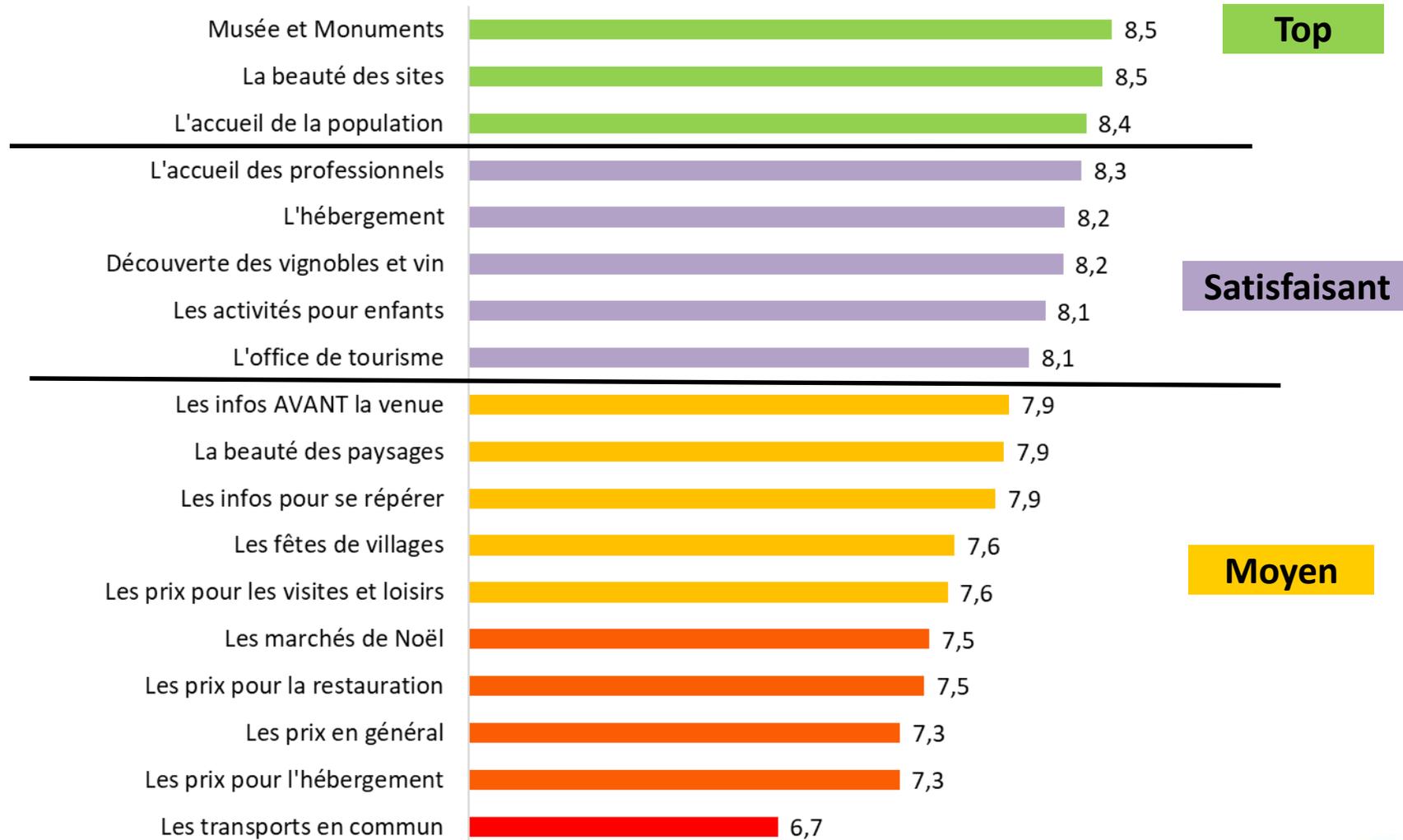
Bon niveau de satisfaction
des visiteurs de la
Champagne



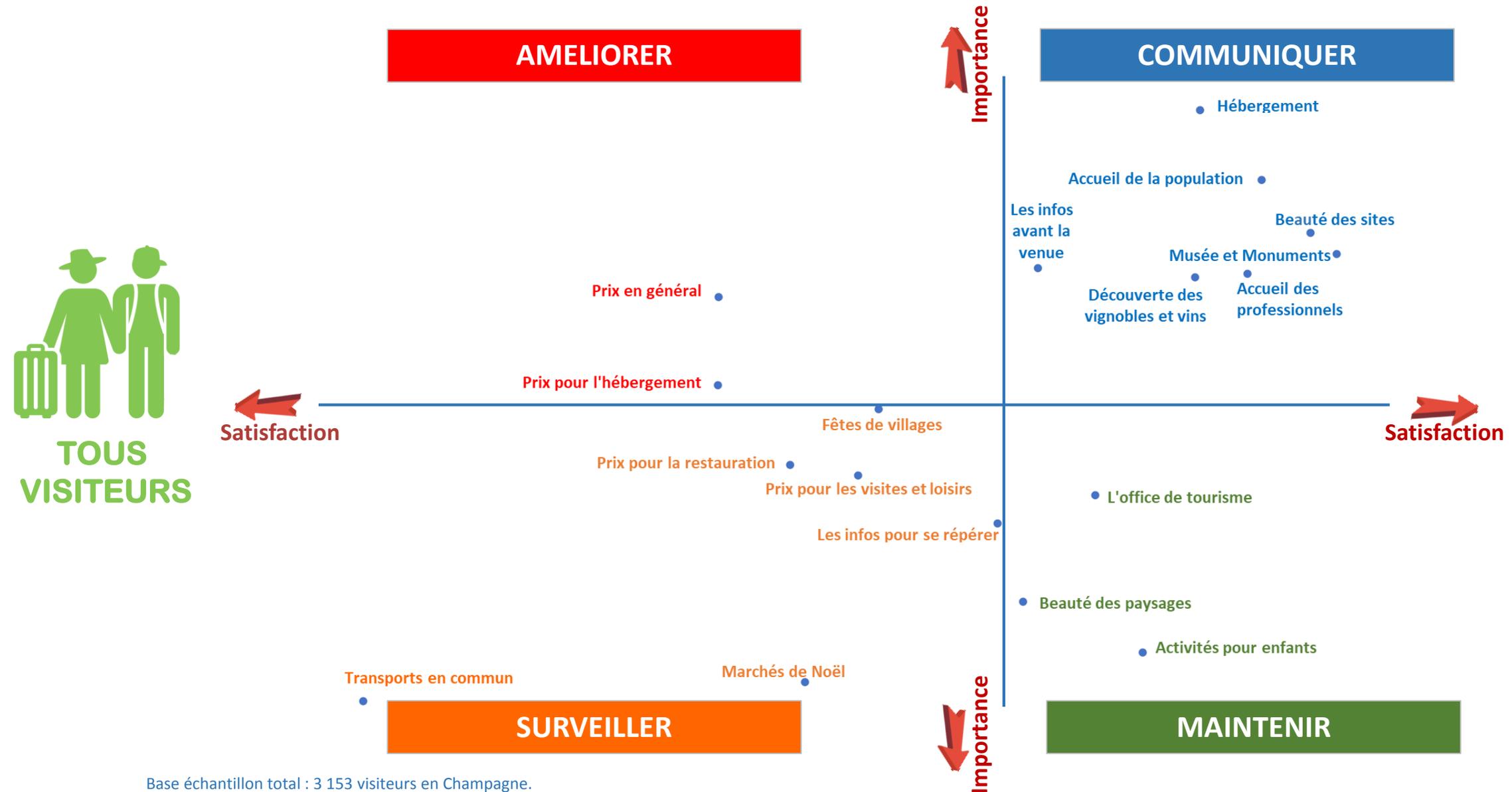
Base échantillon total : 3 153 visiteurs en Champagne.

Source ORT. Données annuelles recueillies de mai 2018 à avril 2019 dans le Grand Est.

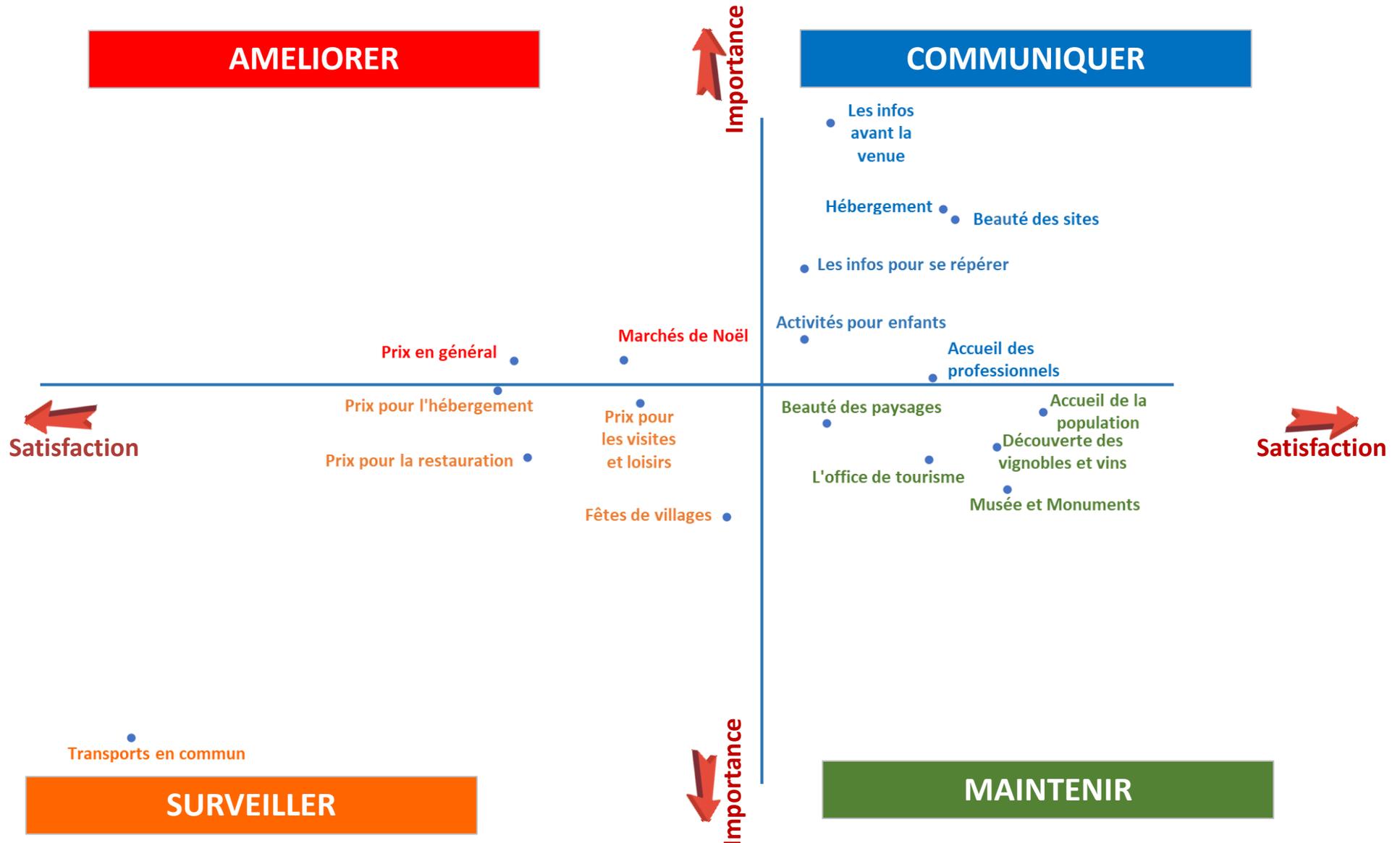
Satisfaction par thème (note sur 10)



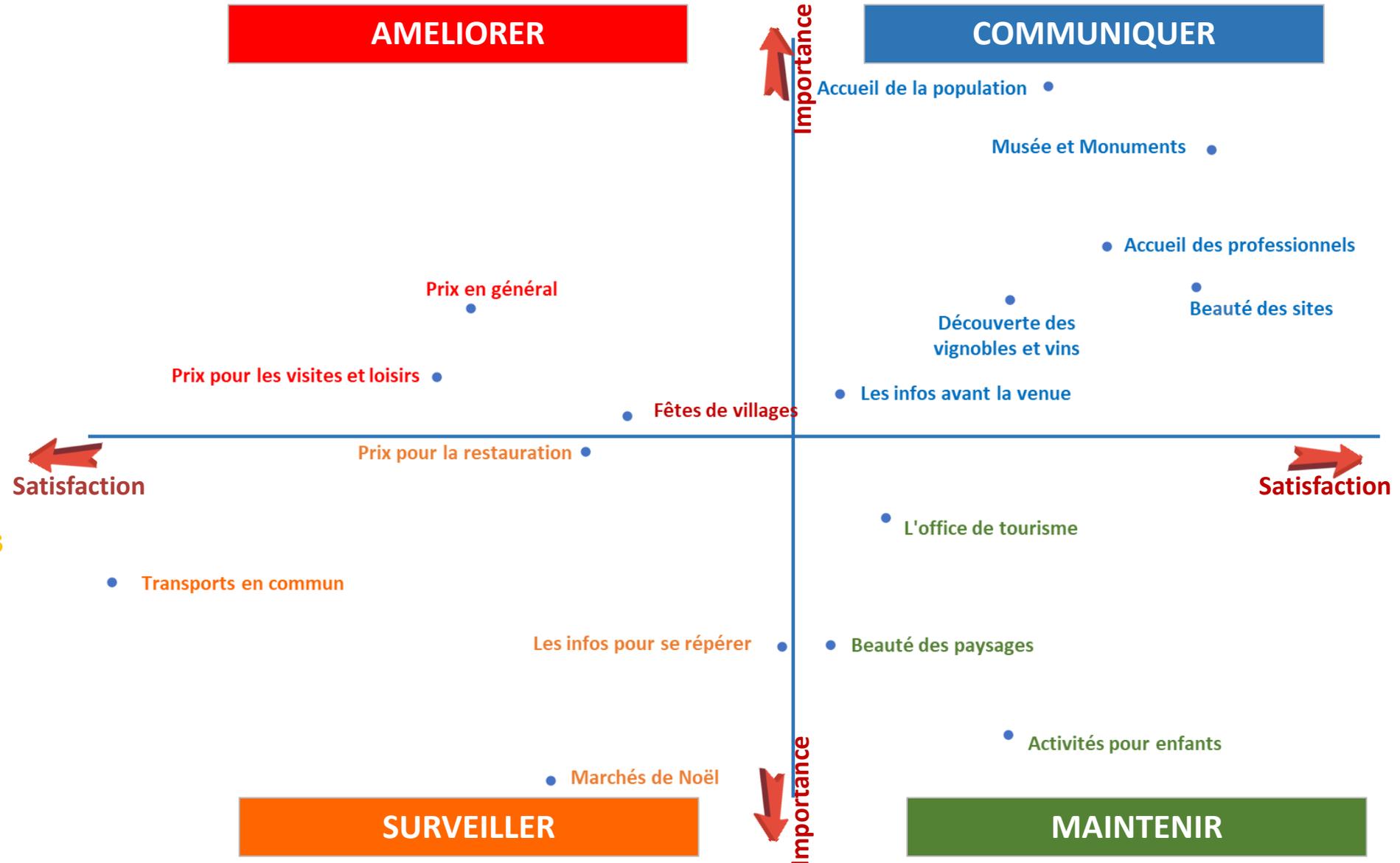
Bilan d'image en Champagne - Tous visiteurs



Bilan d'image en Champagne - Touristes



Bilan d'image en Champagne - Excursionnistes



Bilan d'image - Champagne



**TOUS
VISITEURS**

Les musées / monuments et la **beauté des sites** obtiennent la meilleure note avec 8,5/10, devant **l'accueil de la population**, 3 atouts très contributifs à la satisfaction globale.

Avec une note moyenne de 7,3, les **prix en général** ont beaucoup d'importance dans la satisfaction globale. Dans la moitié haute du graphique, ils méritent plus d'attention.

Quelles sont les différences entre les Français et les étrangers ?



VS



Les étrangers (8,7) sont plus satisfaits que les Français (8,4). Ils ont une meilleure appréciation sur la plupart des items, mais il en est un dont la note diffère de plus d'un point : les **marchés de Noël** mieux notés par les Français que les étrangers (7,7 pour les Français, 6,5 pour les étrangers).

Les meilleures notes des étrangers : la **beauté des sites** (8,7) et **l'accueil de la population** (8,6).

La meilleure note des Français : les **musée et monuments** (8,5).

Les notes montrent ainsi que les étrangers sont plus enthousiastes que les Français, mais aussi qu'ils n'accordent pas la même importance aux critères. Ce qui est important pour les Français dans leur satisfaction globale, ce sont les **informations recueillies avant leur venue** et leur **hébergement**. Les étrangers, quant à eux accordent plus d'importance à **l'accueil de la population** et des **professionnels**, ainsi qu'à **l'hébergement**.

DÉPENSES en Champagne

Dépenses des visiteurs en Champagne



**TOUS
VISITEURS**



45

* Coût moyen d'une visite en Champagne, qu'il s'agisse d'un séjour ou d'une excursion, quel que soit le nombre de personnes du foyer présentes et quel que soit le nombre de jours

Base échantillon total : 3 153 visiteurs en Champagne.

Source ORT. Enquête Clientèles Grand Est 2018-19. Données annuelles recueillies de mai 2018 à avril 2019 dans le Grand Est. Dépenses de transport non intégrées car comprenant le trajet aller retour depuis le domicile.

Dépenses des touristes hébergés en Champagne



Touristes



Le coût moyen d'un séjour est plus faible en Champagne (411€) que pour la moyenne régionale (477 €).

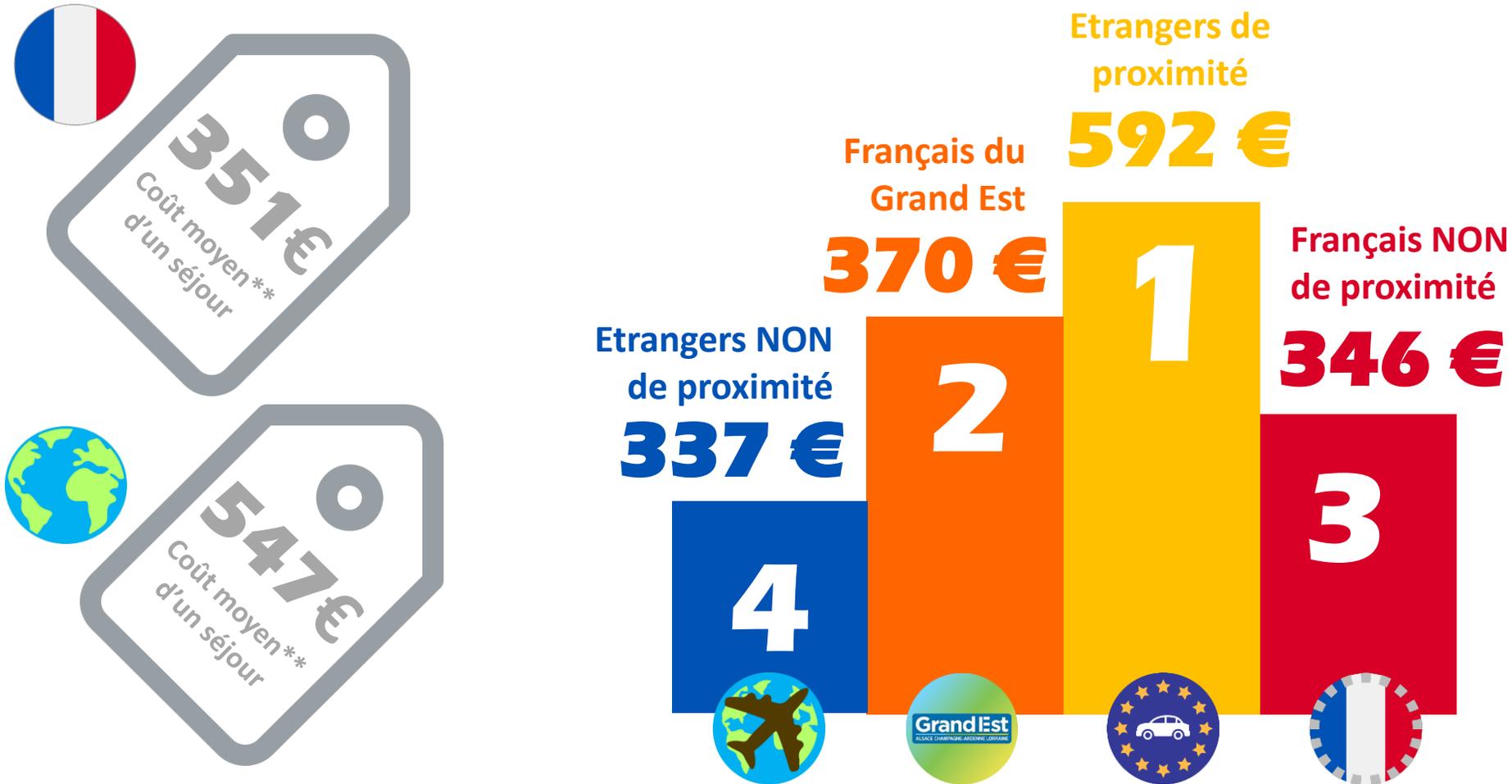
* Coût moyen d'un séjour en Champagne, quel que soit le nombre de personnes du foyer présentes et quel que soit le nombre de jours

Base échantillon touristes : 1 539 touristes en Champagne.

Source ORT. Enquête Clientèles Grand Est 2018-19. Données annuelles recueillies de mai 2018 à avril 2019 dans le Grand Est.

Dépenses de transport non intégrées car comprenant le trajet aller retour depuis le domicile.

Dépenses des touristes hébergés en Champagne



** Coût moyen d'un séjour en Champagne, quel que soit le nombre de personnes du foyer présentes et quel que soit le nombre de jours

Base échantillon touristes : 1 539 touristes en Champagne, 1 086 français et 453 étrangers.

Source ORT. Enquête Clientèles Grand Est 2018-19. Données annuelles recueillies de mai 2018 à avril 2019 dans le Grand Est. Dépenses de transport non intégrées car comprenant le trajet aller retour depuis le domicile.

Dépenses des excursionnistes en Champagne



Excursionnistes



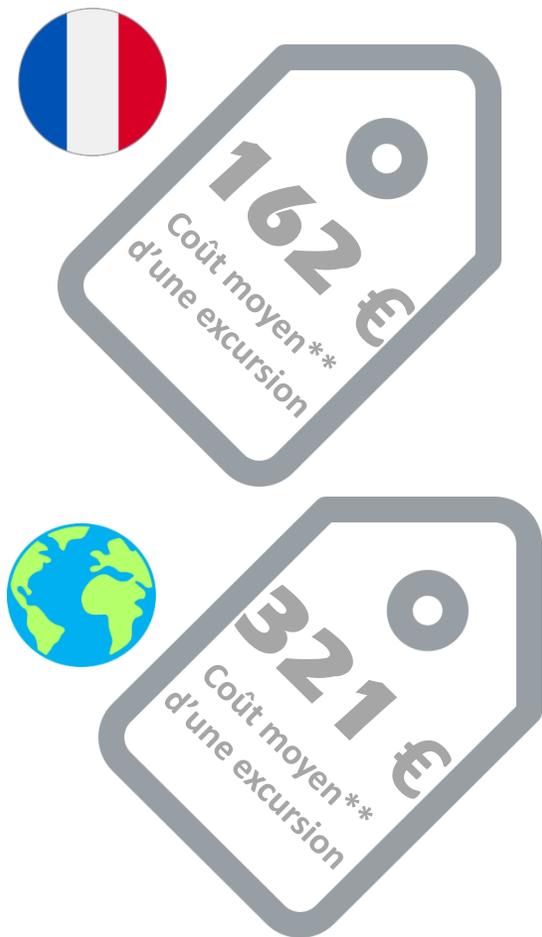
Un excursionniste dépense plus pour son excursion en Champagne (195€) que pour une excursion dans le Grand Est (127€).

* Coût moyen d'une visite d'une journée en Champagne, quel que soit le nombre de personnes du foyer présentes

Base échantillon excursionnistes : 1 614 excursionnistes en Champagne.

Source ORT. Enquête Clientèles Grand Est 2018-19. Données annuelles recueillies de mai 2018 à avril 2019 dans le Grand Est.

Dépenses des excursionnistes en Champagne



** Coût moyen d'une visite d'une journée en Champagne, quel que soit le nombre de personnes du foyer présentes

Base échantillon excursionnistes : 1 614 excursionnistes en Champagne, 1 225 français et 389 étrangers.

Source ORT. Enquête Clientèles Grand Est 2018-19. Données annuelles recueillies de mai 2018 à avril 2019 dans le Grand Est.

Dépenses des visiteurs en Champagne

**3 fois
plus**

Ce que rapporte un séjour
touristique marchand par
rapport à une excursion



50

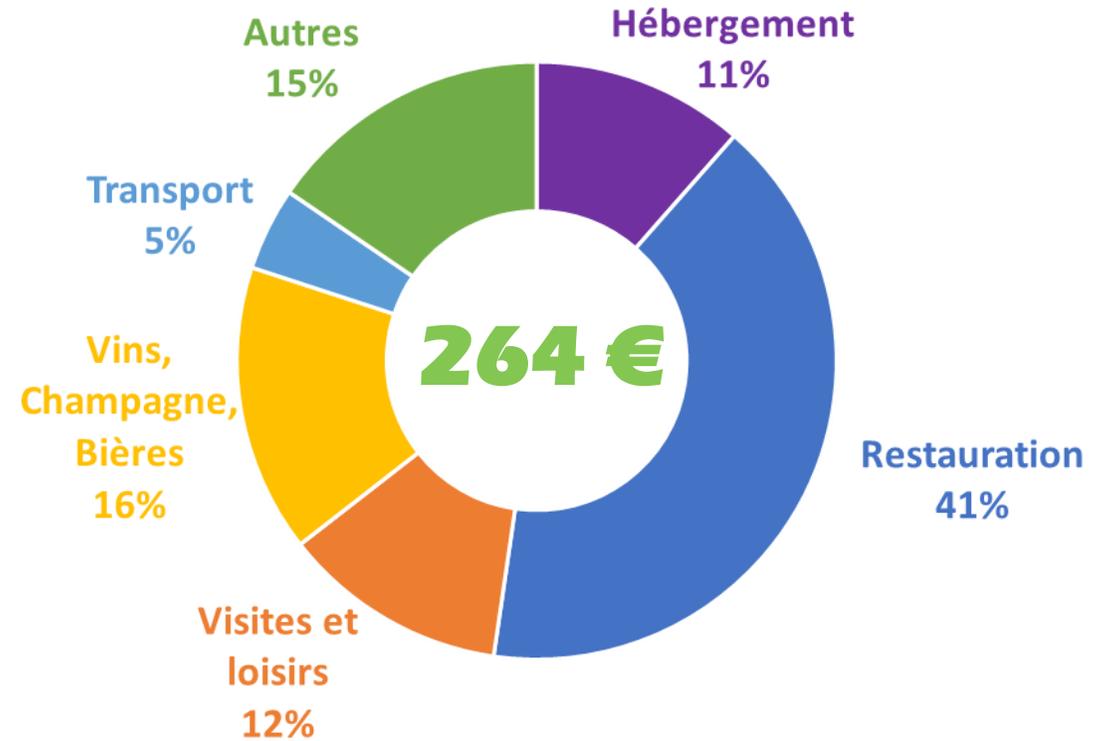
Base échantillon total : 3 153 visiteurs en Champagne, 1 539 touristes et 1 614 excursionnistes.

Source ORT. Données annuelles recueillies de mai 2018 à avril 2019 dans le Grand Est.

Dépenses par poste des visites en Champagne

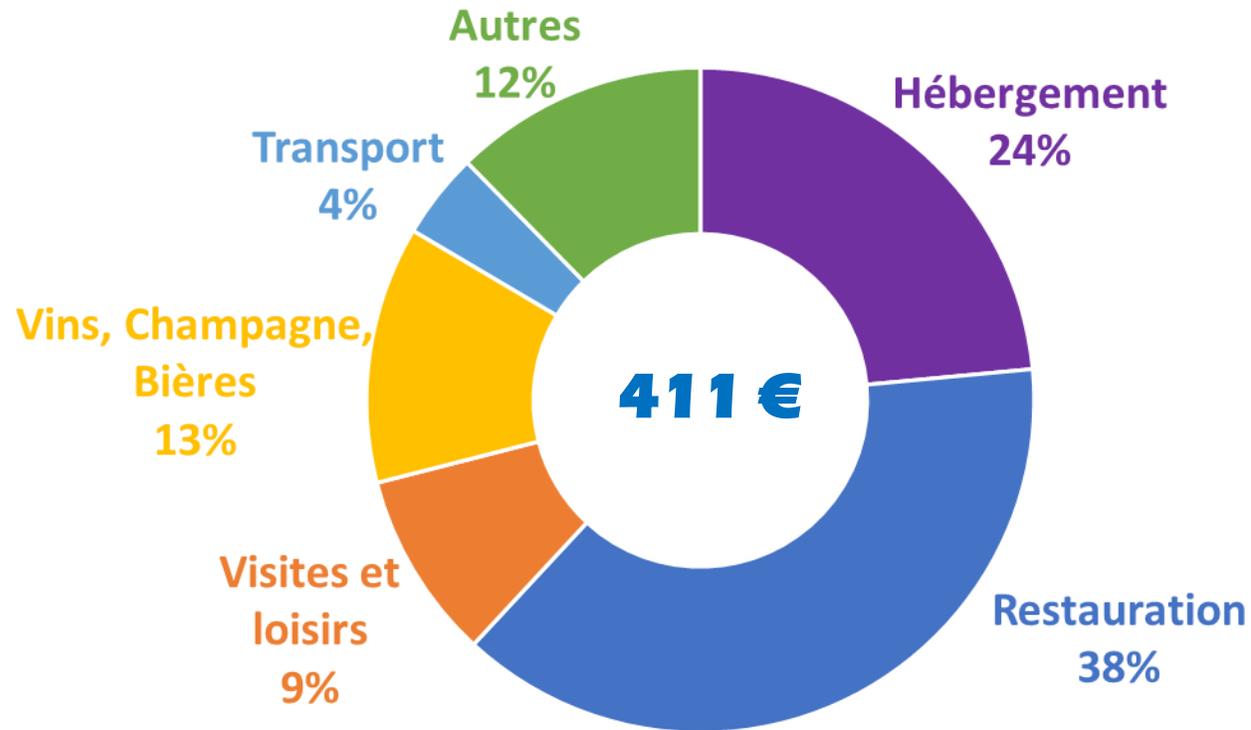


**TOUS
VISITEURS**

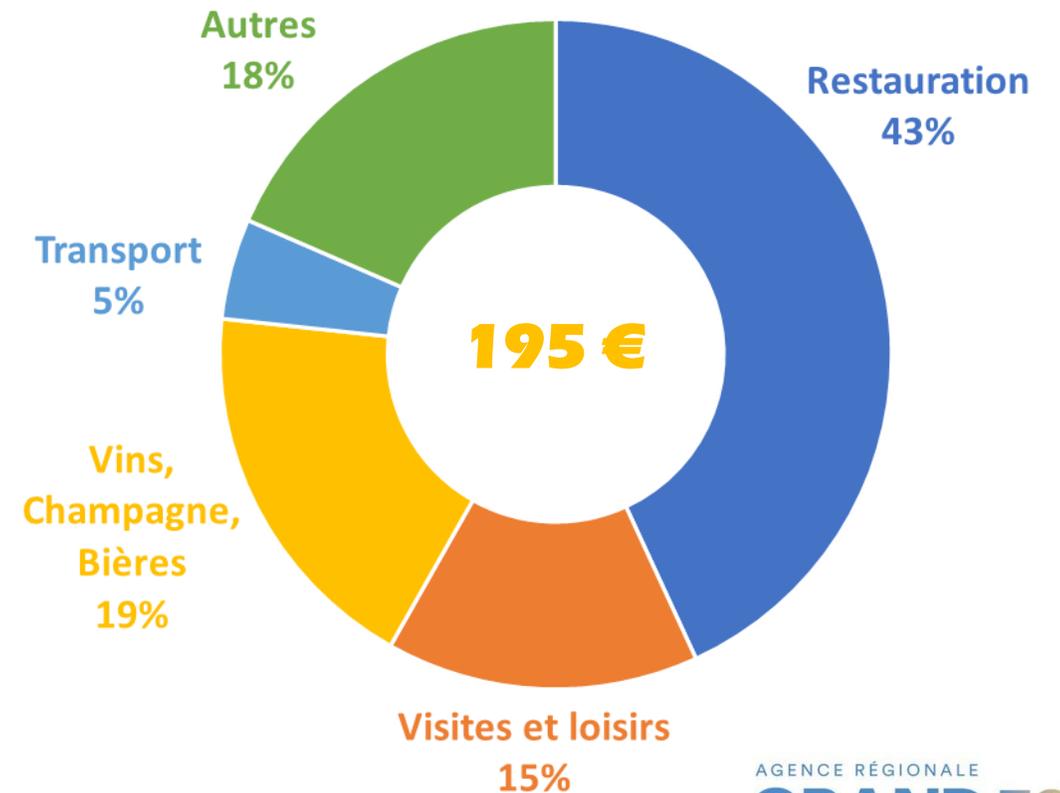


Dépenses par poste des séjours et des excursions en Champagne

Touristes



Excursionnistes





« **Demain** » d'autres analyses suivront.
Elles enrichiront vos connaissances du marketing
touristique de votre destination.

A suivre : des analyses par destination, par
département, par filière...

MERCI de nous avoir lu jusqu'au bout
et **à bientôt** pour la suite.

Agence Régionale du Tourisme du Grand Est

Observatoire Régional du tourisme

24 rue de Verdun. 68 000 COLMAR
Tél : 03 89 29 81 62 / observatoire@art-grandest.fr