

ETUDE SUR LES CLIENTÈLES TOURISTIQUES EN RÉGION CENTRE-VAL DE LOIRE 2019

LES TOURISTES QUI ACHETENT ET DEGUSTENT DES PRODUITS DU TERROIR

28% des touristes achètent et dégustent des produits du terroir
71% des séjours sont réalisés par des touristes français

EN BREF

- Durée moyenne de séjour de **6 nuits**
- **55%** des séjours sont des longs séjours
- Dépense moyenne de **68€/jour/personne**
- **Le locatif (gîte, appartement, maison) est le 1er mode d'hébergement marchand**, suivi par l'hôtellerie
- Poids plus important que la moyenne du **classement au Patrimoine mondial de l'UNESCO** et des reportages sur la destination dans les raisons du choix du séjour
- Poids plus important que la moyenne dans l'utilisation **des brochures gratuites, des guides spécialisés et du contact direct avec l'office de tourisme** pour préparer le séjour

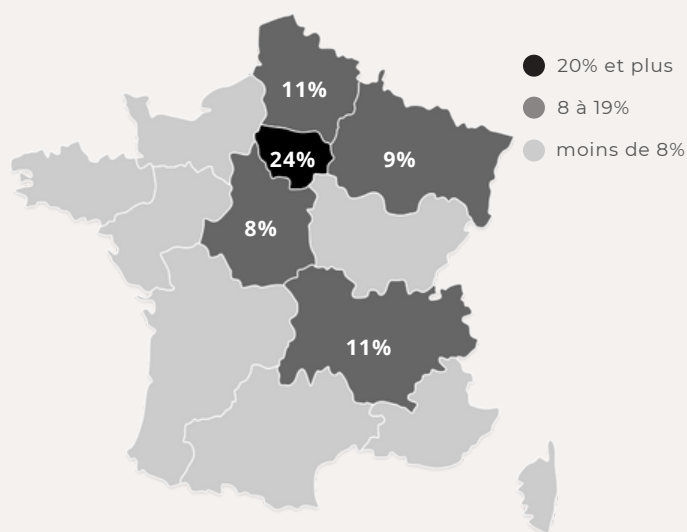
LES EVOLUTIONS PAR RAPPORT À 2014

- Clientèle qui apprécie davantage le calme, la tranquillité et la douceur de vivre (+9 pts)
- Ils visitent plus d'autres sites de type parcs de loisirs, zoo qu'en 2014 (+ 6pts), font plus de shopping (+ 5pts),
- Hausse des réservations par internet et plus spécifiquement de particulier à particulier (+10pts)
- Hausse des locations (gîte, appartement, maison) parmi les hébergements marchands (+ 11pts)
- Progression des camping-caristes parmi les hébergements non marchands (+5 pts)

ORIGINE DES TOURISTES FRANCAIS

Répartition des touristes français en séjour %

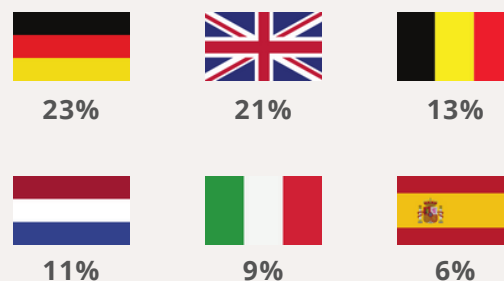
71% de touristes français



ORIGINE DES TOURISTES ETRANGERS

Répartition des touristes étrangers en séjour en %

29% de touristes étrangers
dont plus 9 sur 10 sont européens.



TYOLOGIE DE LA CLIENTÈLE

TRANCHE D'ÂGE	DURÉE DE SÉJOUR *	PÉRIODE DE SÉJOUR **	FIDÉLITÉ	
55 - 64 ans 28%	Long séjour 55%	Été 42%	Déjà venu 57%	
65 ans et plus 24%	Court séjour 29%	Printemps 37%	Primo-visiteur 43%	
45 - 54 ans 20%	Moyen séjour 16%	Automne 21%	TYPE DE GROUPE	
35 - 44 ans 15%	*Court séjour : 1 à 3 nuits Moyen séjour : 4 à 5 nuits Long séjours : 6 nuits et plus	**Printemps : avril, mai, juin Été : juillet et août Automne : septembre, octobre, novembre		En couple 50%
25 - 34 ans 11%				En famille 34%
18 - 24 ans 3%				Entre amis 11%
				Seul 5%




ETUDE SUR LES CLIENTÈLES TOURISTIQUES EN RÉGION CENTRE-VAL DE LOIRE 2019

ORGANISATION DU SÉJOUR

MODE D'HEBERGEMENT

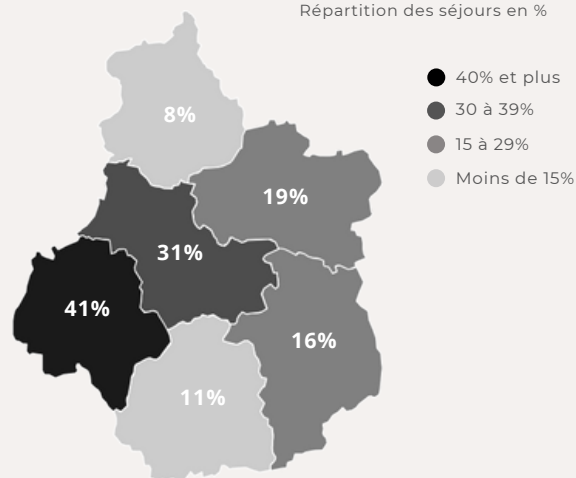
PRÉPARATION DU SÉJOUR	RÉSERVATION DU SÉJOUR
Site web de la destination, du territoire 53%	67% des séjours sont réservés à l'avance dont 83% sont réservés sur internet
Site web d'un hébergement, d'un site touristique 39%	
Brochures ou dépliants gratuits 28%	> Directement sur le site web du prestataire 43%
Guides spécialisés 26%	> Par un site spécialisé (Booking, Expedia, Oui.sncf...) 32%
Contacts directs avec un office de tourisme 21%	> De particulier à particulier (Airbnb, Aritel, Le Bon Coin...) 18%
Avis d'autres voyageurs (Tripadvisor, Google...) 19%	> Centrale de réservation (Destinations, Gîtes de France...) 15%
Réseaux sociaux 6%	
Agence de voyage ou tour opérateur 3%	

HÉBERGEMENT MARCHAND <small>en % des séjours marchands</small>	HÉBERGEMENT NON MARCHAND <small>en % des séjours non-marchands</small>
Location, gîte, appartement, maison 32%	Parents ou amis 55%
Hôtel 28%	Camping car 33%
Camping 20%	Leur résidence secondaire 13%
Chambres d'hôtes 15%	
Village de vacances 7%	
Résidence hôtelière ou de tourisme 7%	
Autres hébergements marchands 0,3%	



DEPARTEMENT DE SÉJOURS

Répartition des séjours en %



DEPENSES

pratiquant la dégustation de vins et la visite de caves

	Français	Étrangers	Total
Dépense moyenne par jour et par personne	61 €	87 €	68 €
Budget global du séjour	678€	1 405 €	839 €
Durée moyenne de séjour	5,8 nuits	8 nuits	6 nuits

CARACTÉRISTIQUES

POURQUOI ONT-ILS CHOISI LA RÉGION ?	QU'APPRECIENT-ILS LE PLUS ?	QUE FONT-ILS ?
Un site, une activité, un lieu en particulier 32%	Les châteaux et le patrimoine historique et culturel 81%	Visite de monuments, de châteaux 90%
Des attaches (amis, famille, résidence secondaire) 21%	Le calme, la tranquillité, la douceur de vivre 57%	Visites de parcs et jardins 66%
Le bouche à oreille 18%	Les vins, les produits du terroir et la gastronomie 42%	Balade à pied, randonnée pédestre 44%
Des informations vues sur Internet (site web, blog...) 18%	La nature et l'environnement 42%	Visite de musées 43%
Un hébergement disponible et répondant à leurs attentes 16%	L'adaptation à la pratique du vélo 12%	Dégustation de vins, visites de caves 42%
Le classement au patrimoine mondial UNESCO 14%	Les animations, les festivals, les spectacles 11%	Observation de la nature (flore, faune) 33%
Un reportage sur la destination, un site, une activité (TV, web, presse...) 14%	La proximité de votre résidence principale 10%	Shopping 30%
Un peu par hasard 11%		Activités culturelles (expositions, festivals, spectacles) 27%
		Visites d'autres sites (parcs de loisirs, zoo) 22%
		Balade à vélo, cyclotourisme, VTT 22%
		Baignade, piscine, lac, rivière 20%