

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

LA CLIENTÈLE DES RESIDENCES HOTELIERES, DE TOURISME ET VILLAGES VACANCES

**6% des séjours touristiques en hébergement marchand.
 81% des séjours sont réalisés par des touristes français.**

EN BREF

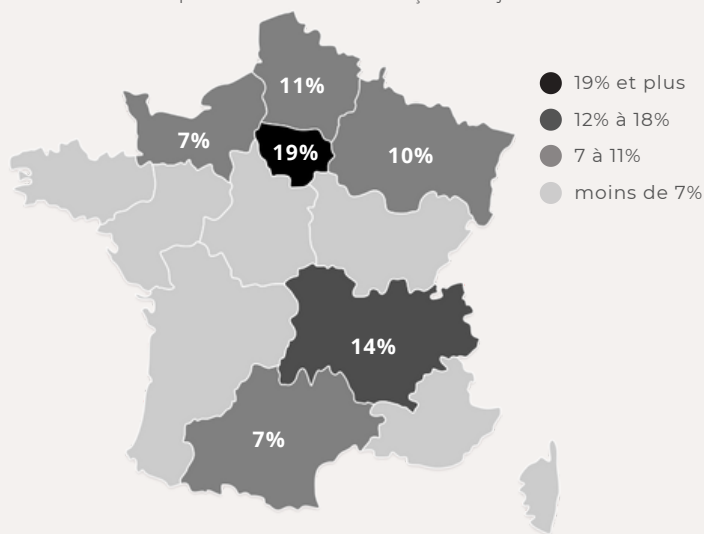
- Durée moyenne de séjour de **5,6 nuits**
- 58% des séjours sont des **longs séjours**
- Dépense moyenne de **66€/jour/personne**
- 47% des séjours sont réalisés **en famille**
- 82% des réservations se font **par internet** dont 58% directement sur le site web du prestataire
- Hébergement propice aux **séjours fixes** (loger au même endroit en région Centre-Val de Loire)
- Répartition très proche des primo-visiteurs (51%) et des touristes fidèles (50%)

LES EVOLUTIONS PAR RAPPORT À 2014

- Progression des 55 ans et plus (+5 pts)
- Utilisation plus importante du site web d'un hébergement, d'un site touristique parmi les moyens de préparer le séjour (+11 pts)
- Progression des réservations par internet avant le séjour (+ 11pts) et en particulier directement sur le site web du prestataire (+7 pts)
- Renforcement des châteaux et du patrimoine historique et culturel parmi les éléments appréciés sur le territoire (+6 pts)
- Le calme, la tranquillité, la douceur de vivre davantage apprécié (+5 pts)

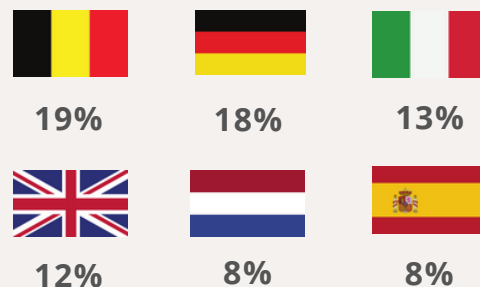
ORIGINE DES TOURISTES FRANCAIS

Répartition des touristes français en séjour %



ORIGINE DES TOURISTES ETRANGERS

Répartition des touristes étrangers en séjour en %



Les touristes étrangers représentent 19% des séjours.

TYPOLOGIE DE LA CLIENTÈLE

TRANCHE D'ÂGE	DURÉE * DE SÉJOUR		PÉRIODE ** DE SÉJOUR		FIDÉLITÉ		
	65 ans et plus	25%	Long séjour	58%	Ete	37%	Déjà venu
55 - 64 ans	23%	Court séjour	24%	Printemps	36%	Primo-visiteur	51%
35 - 44 ans	22%	Moyen séjour	19%	Automne	27%	TYPE DE GROUPE	
45 - 54 ans	21%	*Court séjour : 1 à 3 nuits Moyen séjour : 4 à 5 nuits Long séjours : 6 nuits et plus		**Printemps : avril, mai, juin Eté : juillet et août Automne : septembre, octobre, novembre		En famille	47%
25 - 34 ans	8%					En couple	40%
18 - 24 ans	2%					Entre amis	10%
						Seul	4%



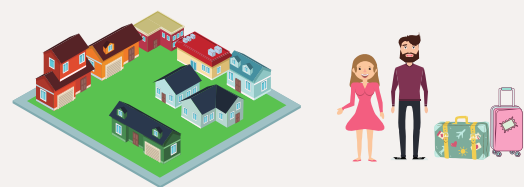
ETUDE SUR LES CLIENTÈLES TOURISTIQUES EN RÉGION CENTRE-VAL DE LOIRE 2019

ORGANISATION DU SÉJOUR

PRÉPARATION DU SÉJOUR	RÉSERVATION DU SÉJOUR
Site web d'un hébergement, d'un site touristique 51%	95% des séjours sont réservés à l'avance dont 82% sont réservés sur internet
Site web de la destination, du territoire 49%	
Brochures ou dépliants gratuits 23%	> Directement sur le site web du prestataire 58%
Guides spécialisés 17%	> Par un site spécialisé (Booking, Expedia, Oui.sncf...) 27%
Avis d'autres voyageurs (Tripadvisor, Google...) 15%	> Centrale de réservation (destination, Gîtes de France...) 16%
Contacts directs avec un office de tourisme 13%	> De particulier à particulier (Airbnb, Abritel, Le Bon Coin...) 4%
Agence de voyage ou tour opérateur 4%	
Réseaux sociaux 3%	

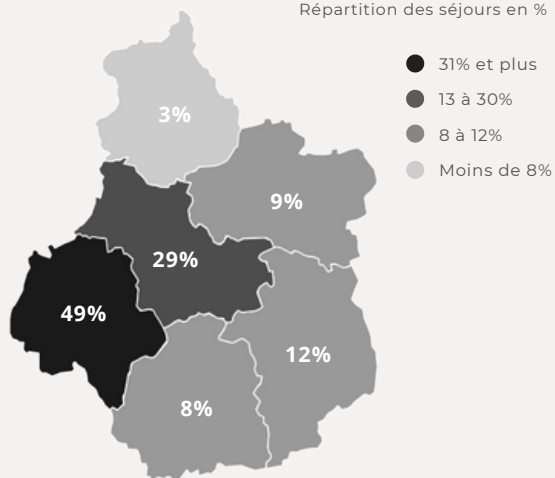
COMPORTEMENT DURANT LE SÉJOUR

Vous logez au même endroit en région Centre-Val de Loire	76%
Vous êtes itinérant en région Centre-Val de Loire	20%
Vous êtes simplement de passage, vers une autre destination	4%



DEPARTEMENT DE SÉJOURS

Répartition des séjours en %



SÉJOUR & DEPENSES

	Résidence hôtelière, de tourisme et villages vacances	Hébergement non marchand	Hébergement marchand
Dépense moyenne par jour et par personne	66 €	40 €	75 €
Budget global du séjour	915 €	433 €	789 €
Durée moyenne de séjour	5,6 nuits	5,9 nuits	4,6 nuits

CARACTÉRISTIQUES

POURQUOI ONT-ILS CHOISI LA RÉGION ?	QU'APPRECIENT-ILS LE PLUS ?	QUE FONT-ILS ?
Un site, une activité, un lieu en particulier 34%	Les châteaux et le patrimoine historique et culturel 82%	Visite de monuments, de châteaux 86%
Un hébergement disponible et répondant à mes attentes 30%	Le calme, la tranquillité, la douceur de vivre 57%	Visite de parcs et jardins 56%
Des informations vues sur Internet (site web, blog...) 16%	La nature et l'environnement 44%	Visite de musées 35%
Le bouche à oreille 13%	Les vins, les produits du terroir et la gastronomie 24%	Achat ou dégustation de produits du terroir 34%
Le classement au Patrimoine mondial UNESCO 12%	La proximité de votre résidence principale 16%	Balade à pied, randonnée pédestre 34%
Une promotion tarifaire, une offre spéciale 12%	La facilité d'accès 11%	Visites d'autres sites (parc de loisirs, zoo) 27%
Un peu par hasard 11%	Les animations, festivals, spectacles 10%	Dégustation de vins, visites de caves 26%
Un reportage sur la destination, un site, une activité (TV, web, presse...) 10%		Baignade, piscine, lac, rivière 25%
		Observation de la nature (flore, faune) 22%