



## LES CLIENTELES EN HAUTE-VIENNE

Résultats de l'enquête SOCL menée de 2009 à 2012

Tous nos chemins mènent à vous  
[www.tourisme-hautevienne.com](http://www.tourisme-hautevienne.com)





## Enquête de clientèle touristique

**130 professionnels** du tourisme se sont mobilisés depuis 2009 (propriétaires de gîtes et de chambres d'hôtes, hôteliers, gestionnaires de campings, offices de tourisme, sites touristiques). Ils ont distribué des milliers de questionnaires et nous les en remercions. Les résultats présentés ci-dessous sont issus de **1647 questionnaires** qui ont été collectés en 4 ans. Les répondants ont séjourné en hébergements marchands (83%) et chez les parents et amis (17%). Les excursionnistes ne sont pas pris en compte. D'autres analyses complémentaires pourront être réalisées par filières et par territoire.

### PROFIL DE LA CLIENTELE EN HAUTE-VIENNE

**Les deux clientèles principales sont les couples sans enfants (49,5%) et les familles avec enfants (29%)** ; suivies des personnes seules (9,5%) et les visites à des amis (7,2%). 1,9% des clients viennent en groupe. Avec **26,1%**, les **retraités** représentent la principale clientèle, devant les cadres (22,9%), les employés (18,3%) et les professions intermédiaires (11%). Cette répartition évolue très peu depuis 4 ans. Parmi les séniors on note que les **jeunes seniors** (entre 50 et 64 ans) seraient les plus nombreux (**37,6%**). Les plus de 65 ans représenteraient seulement 12,3% des touristes observés. Les moins de 50 ans représentent 40,1% des répondants. Les touristes font partie des classes moyennes et des catégories socioprofessionnelles supérieures. 48,7% gagnent plus de 2 500€ par mois.

### PRATIQUES DE SEJOUR EN HAUTE-VIENNE

33,1% des touristes en Haute-Vienne sont **déjà venues**. Internet (22,7%), les guides touristiques (21,7%) et le bouche à oreille (19,1%) sont les meilleurs modes de connaissance de la destination. A noter que 10% des visiteurs sont originaires du département.

Les motifs de séjour : **le tourisme est le motif principal de séjour (57,9%)**, loin devant l'étape (14,7%), et la visite à la famille et aux amis (12%). La notion d'étape et la visite à la famille et amis sont plus marquées en Haute-Vienne qu'en Limousin. 3,9% viennent pour des visites culturelles et sportives. 6% sont en voyage professionnel.

La durée de séjour : en majorité les touristes resteraient **une semaine (41,1%)**. Les courts séjours (de 1 à 3 jours) représenteraient 30,7% des répondants. Ils sont 26,8% des personnes ayant répondu à faire des longs séjours (9 jours et plus). Ils privilégieraient le pays Monts et Barrages et Limoges à 57,3% de l'ensemble des séjours.

Les modes d'hébergements marchands choisis sont (base 1377 questionnaires) : le gîte à 29,6%, l'hôtel à 29,4%, le camping à 27,4% et la chambre d'hôte à 18,6%. Les activités pratiquées durant le séjour : des **visites de villages (65,6%)**, **la promenade (64,6%)**, suivis par la découverte de la nature (46,8%). Viendraient ensuite les musées, les sites historiques, les marchés, la gastronomie et la plage (liste non exhaustive). Le farniente représente 25% des touristes.

Le **top 6 des sites** visités :

- |                          |                              |
|--------------------------|------------------------------|
| 1 – Limoges,             | 4 - Saint-Léonard de Noblat, |
| 2 – Oradour sur Glane,   | 5 - Eymoutiers               |
| 3 – Vassivière (le lac), | 6 - Saint-Pardoux(le lac).   |

La réservation : 72,7% des clients auraient réservé leur hébergement, dont 39,5% par Internet.

La fréquentation des Offices de Tourisme : 54,5% des touristes auraient fréquenté un Office de Tourisme durant leur séjour.

Les dépenses : la clientèle haut-viennoise dépense en moyenne par personne et par nuit : 73,1€ en hôtel, 50,4€ en chambres d'hôtes, 29,1€ en meublés, 24,6€ en camping et 34,2€ pour l'hébergement marchand en général.

### ORIGINES DES CLIENTELES EN HAUTE-VIENNE

Une forte **clientèle française de proximité (87%)**. Les principaux bassins émetteurs seraient : l'Île de France (17,1%), suivi du Centre (6,5%), Pays de la Loire (6,3%), Rhône-Alpes (6%), Poitou-Charentes (5,6%), Nord Pas de Calais (4,6%), et Bretagne (4,6%).

Un taux de clientèle étrangère à 13% qui est légèrement inférieur à celui du Limousin : parmi les clientèles étrangères on observe par ordre d'importance les Néerlandais, les Belges, les Britanniques et les Allemands.

Attention les données portent sur 183 observations.

### AVIS SUR LE RECEPTIF EN HAUTE-VIENNE

**Les motifs de satisfaction :**

La nature, le calme, l'accueil, la qualité des hébergements, les sites de visites, la gastronomie et la richesse du patrimoine et l'accès à l'information touristique.

**Les points à améliorer :**

Les prix des hébergements, la signalisation, les accès, les animations, les animations pour les enfants, les activités sportives et le manque de commerces.

Les intentions de retour : OUI à 64,2%, les touristes ont l'intention de revenir en Haute-Vienne. Ils sont 27% à répondre « plutôt oui ». Les délais de retour sont incertains car 25,2% des répondants ne savent pas quand ils pourraient revenir ; cependant 21,5% des personnes envisageraient de revenir dans un an et 25,2% dans moins d'un an (été et/ou printemps).

#### SOCL c'est...

Système d'Observation des Clientèles en Limousin (SOCL) est un **dispositif d'enquête permanent**, qui permet de mieux connaître les comportements, motivations, profils, motifs de satisfaction ou d'insatisfaction **des touristes en Limousin**. Constitué de façon à être **représentatif de l'offre et de la fréquentation touristique en Limousin**, le panel de diffuseurs SOCL associe à la démarche des hébergeurs, des gestionnaires de sites touristiques, des restaurateurs, des offices de tourisme... Les questionnaires sont **distribués d'avril à novembre**, sous forme de cartes T (préaffranchies) à retourner par les clients à la fin de leur séjour, au CRT Limousin pour qu'ils soient saisis et analysés. C'est un partenariat entre le Comité Régional du Tourisme, initiateur de la démarche, et les 3 CDT Creuse, Corrèze et Haute-Vienne, coordinateurs et animateurs de la démarche au niveau départemental.