



Enquête de clientèle touristique au pays Monts et Barrages

En Haute-Vienne, 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 **845 questionnaires** qui ont été collectés en 4 ans. Les répondants ont séjourné en hébergements marchands (85%) et chez les parents et amis (15%). Les excursionnistes ne sont pas pris en compte.

PROFIL DE LA CLIENTELE AU PAYS MONTS ET BARRAGES

Les principaux clients sont les couples sans enfants à 56,6% des répondants. Ils sont à 6 points au dessus du taux du Limousin et de la Haute-Vienne. Par contre, les familles avec enfants (25,7%) sont moins nombreuses qu'en Haute-Vienne. Viennent ensuite les visites à des amis (7,2%), les personnes seules (5,6%) et 2% pour les groupes.

Avec **29,1%**, les **retraités** représentent la principale clientèle, devant les employés (19,5%), les cadres (18,7%) et les professions intermédiaires (12,4%).

Parmi les séniors on note que les **jeunes seniors** (entre 50 et 64 ans) seraient les plus nombreux (**44,1%**). Les plus de 65 ans représenteraient seulement 12,3% des touristes observés. Les moins de 50 ans représentent 34,2% des répondants. Les touristes font partie des classes moyennes et des catégories socioprofessionnelles supérieures. 49,6% gagnent plus de 2 500€ par mois.

PRATIQUES DE SEJOUR AU PAYS MONTS ET BARRAGES

33,5% des touristes au pays Monts et Barrages sont **déjà venues**. Les guides touristiques (24,4%) et le bouche à oreille (23,7%) sont les meilleurs modes de connaissance de la destination. Internet arrive en 3^{ème} position avec 22,6% des réponses. A noter que 7,3% des visiteurs sont originaires du département.

Les motifs de séjour : **le tourisme est le motif principal de séjour (72,8%)**, loin devant l'étape (9,1%), la visite à la famille et aux amis (8,4%) ; 3,49% viennent pour des visites culturelles et sportives. 2% sont en voyage professionnel. La notion de tourisme est plus marquée qu'en Haute-Vienne (57,9%).

La durée de séjour : c'est un territoire touristique qui draine une majorité de séjours d'une **semaine (48,5%)**. Ils sont 31,5% des personnes ayant répondu à faire des longs séjours (9 jours et plus). Au sein de la Haute-Vienne, plus d'un touriste sur deux choisissent le pays Monts et Barrages et le pays Limoges pour passer leur vacances (57,3% de l'ensemble des séjours). Les courts séjours (de 1 à 3 jours) représenteraient seulement 18,2% des répondants.

Les modes d'hébergements marchands choisis sont : **le gîte à 31,8%**, **le camping à 15,9%** et **la chambre d'hôtes à 12,5%**. L'hôtel ne recueille que 9,5% des réponses. Phénomène atypique par rapport à la Haute-Vienne la présence de 12,7% de camping-caristes. A signaler les 8,2% des villages de vacances qui représentent une offre en hébergement marchand historique et caractéristique des 30 dernières années au pays Monts et Barrages.

Les activités pratiquées durant le séjour : **des touristes** qui viennent pour des séjours plutôt actifs en recherche de **promenade** (75,5%), de **nature** (57,5%) et de visites de **villages** (65,6%). En effet, le pays propose de nombreuses cités de caractère et un riche patrimoine de sentiers de randonnée qui rencontrent leur public. Ils viennent aussi pour l'image de la Haute-Vienne : les musées (39,8%) et l'histoire (31,7%), la gastronomie (24,7%) et les marchés (37,3%). Les plages et les activités sportives sont très demandées sans oublier la pêche et les activités pour les enfants.

Le **top 6 des sites** visités :

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

La réservation :
67,5% des clients auraient réservé leur hébergement, dont 35% par Internet.
71,8% des touristes auraient fréquenté un Office de Tourisme.

Les dépenses : la clientèle haut-viennoise, comme celle du pays Monts et Barrages, 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 AU PAYS MONTS ET BARRAGES

Une forte **clientèle française de proximité (91%)**. Les principaux bassins émetteurs seraient : l'Île de France (16,1%), suivi du Centre (10,1%), Poitou-Charentes (8,6%), Pays de la Loire (7,8%), Rhône-Alpes (5,4%), Nord Pas de Calais (4,4%), et Bretagne (4%).

Un taux de clientèle étrangère à 9% qui est inférieur à celui de la Haute-Vienne : parmi les clientèles étrangères on observe par ordre d'importance les Néerlandais, les Britanniques, les Belges et les Allemands.

Attention les données portent sur 84 observations.

AVIS SUR LE RECEPTIF AU PAYS MONTS ET BARRAGES

Les motifs de satisfaction :

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

Les points à améliorer :

Les prix des hébergements, la signalisation, les accès, les animations, les activités sportives, la gastronomie et la richesse du patrimoine.

Les intentions de retour : OUI à 69,5%, les touristes ont l'intention de revenir au pays Monts et Barrages. Ils sont 25,6% à répondre « plutôt oui ». Ils souhaiteraient revenir dans un an ou moins d'un an à 47,8% des répondants ; cependant 27% des personnes ne se prononcent pas. Ils privilégieraient l'été et le printemps pour effectuer un éventuel nouveau séjour.

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.

Contact :

Haute-Vienne Tourisme

Stéphane Roux Tél : 05 55 79 04 04 – Mail : sroux@cdt87.com