



2013  
LES CLIENTELES DU PAYS DU HAUT LIMOUSIN  
EN HAUTE-VIENNE

Résultats de l'enquête SOCL menée en 2009 et 2012

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





## **Enquête de clientèle touristique** **Territoire observé : le pays du Haut Limousin**

**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 **208 questionnaires** qui ont été collectés en 4 ans.

### **PROFIL DE LA CLIENTELE AU PAYS DU HAUT LIMOUSIN**

---

Les deux clientèles principales, à répartition égale, **sont les couples sans enfants (41,8%) et les familles avec enfants (40,4%)** ; suivies des visites à des amis (8,2%). Les personnes seules représentent 6,3% des répondants. Moins d'3% des touristes viennent en groupe. Les familles sont supérieures de 10 points par rapport à la moyenne départementale.

Contrairement à la moyenne départementale, le Haut Limousin séduit une majorité **d'employés** (28,8%), suivi par les **retraités** avec 23,1% ; puis viennent les cadres (15,9%) et les professions intermédiaires (11,1%). Le Haut Limousin attirerait les classes moyennes avec **une population plus jeune et plus familiale** que celle observée à l'échelle de la Haute-Vienne. Les plus 50 ans représentent 46,7% des touristes (52,4% en HV). Les jeunes seniors (entre 50 et 64 ans) arrivent en tête des classes d'âge avec 38,5% suivis par les **35 à 49 ans avec 32,7%** des répondants. Les niveaux de revenus sont homogènes. Les revenus compris en 1800€ et 2450€ mensuels se dégagent et confirmeraient la forte présence des professions intermédiaires évoquées plus haut. Dans tous les cas, ils sont 46,6% à gagner plus de 2 500€ par mois. Proportion un peu plus basse que celle observée en Haute-Vienne.

### **PRATIQUES DE SEJOUR AU PAYS DU HAUT LIMOUSIN**

---

Des primo visiteurs : Internet (29,8%) séduit et attire des nouveaux visiteurs et arrive en tête des modes de connaissance : Des touristes fidèles qui reviennent pour 28,8% d'entre eux. A la différence de la Haute-Vienne, le **bouche à oreille** serait un bon vecteur de communication pour attirer des touristes (24,5%). Les guides touristiques (17,8%), les institutionnels du tourisme et la presse (6,8%) sont citées pour faire connaître la destination. 10,1% des visiteurs sont originaires du département.

Les motifs de séjour sont principalement basés sur les séjours d'agrément. Le **tourisme est le motif principal de séjour (65,4%)**, devant la visite à la famille et aux amis (**16,8%**). Le taux de visite à la famille à 13% est très faible. La notion d'étape est nettement moins marquée qu'en Haute-Vienne (10,1%). 3,4% viennent pour des activités sportives et 1% pour des activités culturelles. 2,9% sont en voyage professionnel. Ils viennent principalement en été (54,8%) et au printemps (36,1%).

La durée de séjour : près d'un touriste sur deux resteraient **une semaine (45,2%)**. Les courts séjours (de 1 à 3 jours) sont importants et représenteraient 22,6% des répondants. Ils sont 21,2% des personnes ayant répondu à rester deux semaines.

Les modes d'hébergements choisis sont : le **gîte à une écrasante majorité (38,9%)**, en chambre d'hôte à 14,4%, en camping (14%) et à l'hôtel à 11,1%. L'accueil dans la famille et chez les amis représente seulement 6,2% des répondants. Les résidences secondaires apparaissent à hauteur de 4,3%.

Les activités pratiquées durant le séjour : **l'offre culturelle et historique associée à la richesse du patrimoine naturel** permet d'attirer les touristes au pays du Haut Limousin. Les **visites de villages** (71,2%) séduisent le plus les visiteurs. Ils aiment beaucoup la **promenade** (63,9%), la **randonnée** (46,2%) et la découverte de la nature. A l'image de l'ensemble des touristes en Haute-Vienne, ils aiment les **foires et marchés** (30,8%). Viennent ensuite la plage (29,3%), les activités sportives (28,8%), le farniente (28,8) et les musées (26,4%). La pêche et la gastronomie sont peu citées mais recueillent 24% des voix.

Le **top 10 des sites** visités :

- |                          |                     |
|--------------------------|---------------------|
| 1 - Oradour sur Glane,   | 6 - Mortemart,      |
| 2 - Lac de St-Pardoux,   | 7 - Monts de Blond, |
| 3 - Collégiale Le Dorat, | 8 - Montrol-Senard, |
| 4 - Limoges,             | 9 - La Souterraine, |
| 5 - Bellac,              | 10 - Châteauponsac. |

**La réservation : 71,6%** des clients auraient réservé leur hébergement, dont **44,2% par Internet**. La fréquentation des Offices de Tourisme : 48,6% 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. L'analyse des dépenses au niveau du pays n'est pas statistiquement fiable au regard du faible volume de données disponibles.

## ORIGINES DES CLIENTELES AU PAYS DU HAUT LIMOUSIN

Une **clientèle française** (83%) **assez hétérogène**. 21 régions françaises sont pourvoyeuses de touristes dont 5 au-delà de 5% des citations. Les principaux bassins émetteurs seraient : l'île de France (17,3%), suivi de la Bretagne (6,7%), Centre (6,7%), Pays de la Loire (6,3%), Poitou-Charentes (5,3%), Midi Pyrénées (4,3%), Picardie (3,8%).

Un taux de clientèle étrangère à 17%. Parmi les clientèles étrangères on observe sans ordre d'importance les Néerlandais, les Belges et les Britanniques.

*Attention les données portent sur 183 observations seulement. La ventilation entre les français et les étrangers n'a pas de valeur statistique.*

## AVIS SUR LE RECEPTIF AU PAYS DU HAUT LIMOUSIN

Les motifs de satisfaction qui compensent à peine les insatisfactions :

Des touristes très satisfaits par la **qualité des hébergements, la nature**, le calme et l'accueil local. Ils ont aimé les sites touristiques et ont trouvé l'information touristique dont ils avaient besoin.

Les points à améliorer :

Ils sont déçus par le **patrimoine local**, la gastronomie, le manque d'animations, la signalisation, les accès et le manque de commerces. Ils regrettent le manque d'activités sportives et à destination des enfants et déplorent le prix des hébergements.

Les intentions de retour : OUI à 60,6%, les touristes ont moins l'intention de revenir au pays du Haut Limousin qu'en Haute-Vienne en général (64%). Ils sont 29,8% à répondre « plutôt oui ». Les **délais de retour sont honorables car 45,2%** des personnes envisageraient de revenir dans un an et/ou moins d'un an. Ils reviendront tant en été à 41,3% qu'au printemps à 37% ; pendant les vacances scolaires et hors vacances sans préférence.

### 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.