



2013  
LES CLIENTELES DU PAYS DE SAINT-YRIEIX  
SUD 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 de Saint-Yrieix Sud 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 **130 questionnaires** qui ont été collectés en 4 ans.

### **PROFIL DE LA CLIENTELE AU PAYS DE SAINT-YRIEIX SUD HAUTE-VIENNE**

---

Les deux clientèles principales, similaires à celles de la Haute-Vienne, **sont les couples sans enfants (51,5%) et les familles avec enfants (31,5%)** ; suivies des visites à des amis (9,2%). Les personnes seules représentent 3,8% des répondants. Moins d'1% des touristes viennent en groupe.

Avec **26,9%**, **les retraités** représentent la principale clientèle, devant les **cadres** (26,2%), les employés (13,8%) et les professions intermédiaires (7,7%). Les cadres sont plus nombreux que sur le département de la Haute-Vienne. Les jeunes seniors (entre 50 et 64 ans) arrivent en tête des classes d'âge avec 33,1% suivis par les 35 à 49 ans avec 24,6% des répondants. Mais c'est une population relativement âgée puisque les plus de 50 ans représentent 52,3% des touristes. Les plus de 65 ans représenteraient 19,2% des touristes observés. Les niveaux de revenus sont hétérogènes et ne permettent pas de dégager une tendance nette. Mais, ils sont 44,6% à gagner plus de 2 500€ par mois. Proportion plus basse que celle observée à l'échelle de la Haute-Vienne.

### **PRATIQUES DE SEJOUR AU PAYS DE SAINT-YRIEIX SUD HAUTE-VIENNE**

---

Un tourisme de fidèles et d'habitues : 36,9% seulement des touristes du pays de St-Yrieix sont **déjà venues**. A la différence de la Haute-Vienne et du Limousin, le **bouche à oreille** serait le principal vecteur de communication pour attirer des touristes (26,9%). Les guides touristiques (23,1%) et Internet (20%) sont des modes de connaissance complémentaires pour faire connaître la destination. Seulement 8,5% des visiteurs sont originaires du département. Les actions des institutionnels du tourisme et de la presse sont citées dans 5% des cas.

Les motifs de séjour : **le tourisme est le motif principal de séjour (53,8%)**, devant la visite à la famille et aux amis (**26,9%**). Le taux de visite à la famille à 17,7% est faible. La notion d'étape est légèrement plus marquée qu'en Haute-Vienne (15,4%). 2,3% viennent pour des visites culturelles et sportives. 1,5% sont en voyage professionnel. Ils viennent presque autant au printemps (29,2%) qu'en été (45,4%).

La durée de séjour : près d'un touriste sur deux resteraient **une semaine (43,8%)**. Les courts séjours (de 1 à 3 jours) représenteraient seulement 14,6% des répondants. Ils sont 21,5% des personnes ayant répondu à rester deux semaines. Ils resteraient plus longtemps que les touristes qui ont séjourné sur l'ensemble du territoire départemental. Ce territoire attire plus de séjours de vacances que de courts séjours. Les séjours sont plus longs que ceux enregistrés sur l'ensemble de la Haute-Vienne.

Les modes d'hébergements choisis sont : le camping aux emplacements nus arrive en tête avec 29,2%. Jusqu'à 42,3% des touristes auraient choisi le camping comme mode d'hébergement si on ajoute les 13,1% des campings qui offrent du locatif (chalets, hutte,



mobile-home). Ils séjourneraient aussi en gîtes (23,1%), en chambre d'hôte à 7,7% et à l'hôtel à 3,1%. L'accueil dans la famille et chez les amis représente 13,9% des répondants.

*Les écart entre les hébergements marchands sont très grands et semblent disproportionnés par rapport aux résultats habituellement attendus sur cette question.*

Les activités pratiquées durant le séjour : **l'offre culturelle** permet d'attirer les touristes au pays de Saint-Yrieix Sud Haute-Vienne. Les **visites de villages** (77,7%) associées aux musées (37,7%) et aux lieux historiques (33,8%) représentent une forte attente des consommateurs. La **promenade** (64,6%) et la **randonnée** (47,7%) ainsi que la découverte de la nature sont très pratiquées. Comme les touristes de la Haute-Vienne, ils aiment la gastronomie (30,8%) et les marchés (43,8%). Viennent ensuite la plage (31,5%), le farniente (37%) et la découverte du monde agricole à la ferme. La pêche et les activités pour les enfants sont peu pratiquées.

Le **top 10 des sites** visités :

- |                          |                           |
|--------------------------|---------------------------|
| 1 - Limoges,             | 6 - Ségur le Château,     |
| 2 - Oradour sur Glane,   | 7 - Lac de Vassivière,    |
| 3 - St-Yrieix la Perche, | 8 - St-Léonard de Noblat, |
| 4 - Uzerche,             | 9 - Brive la Gaillarde,   |
| 5 - Pompadour,           | 10 - Le parc du Reynou    |

La réservation : 62,3% des clients auraient réservé leur hébergement, dont 27,7% par Internet. La fréquentation des Offices de Tourisme : 50% 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 DE SAINT-YRIEIX SUD HAUTE-VIENNE

Une **clientèle française** (75%) issue du nord et du grand ouest. 21 régions françaises sont pourvoyeuses de touristes. Les principaux bassins émetteurs seraient : l'Île de France (12,3%), suivi des Pays de la Loire (9,2%), Centre (6,9%), Bretagne (5,4%), Nord Pas de Calais (4,6%), PACA (3,8%), Midi Pyrénées (3,8%), Rhône-Alpes (3,1%), Picardie (3,1%), Languedoc-Roussillon (2,3%), Aquitaine (2,3%) et Poitou-Charentes (2,3%).

Un taux de clientèle étrangère à 25%. Parmi les clientèles étrangères on observe sans ordre d'importance les Néerlandais, les Belges et les Britanniques.

*Attention les données portent sur 118 observations seulement. La ventilation entre les français et les étrangers n'a pas de valeur statistique.*

## AVIS SUR LE RECEPTIF AU PAYS DE SAINT-YRIEIX SUD HAUTE-VIENNE

**Les motifs de satisfaction :**

Des touristes très satisfaits par le **patrimoine local** et les sites touristiques, la **qualité et le prix des hébergements**, la **nature**, l'**accueil** et l'information touristique. Ils ont aimé le calme et la gastronomie.

**Les points à améliorer :**

Ils sont **très déçus par le manque d'animations**, la **signalisation**, les accès, les activités sportives, le manque de commerces et les animations pour les enfants même si elles ne font partie des activités recherchées initialement.

Les intentions de retour : OUI à 62,3%, les touristes ont moins l'intention de revenir au pays de St-Yrieix Sud Haute-Vienne qu'en Haute-Vienne en général (64%). Ils sont 24,6% à répondre « plutôt oui ». Mais les **délais de retour sont très satisfaisants car 50%** des personnes envisageraient de revenir dans un an et/ou moins d'un an. Ils reviendront en priorité l'été à 45,4% et au printemps à 29,2% ; pendant les vacances scolaires.

### 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.