

Echos Tourisme

Bulletin de l'Observatoire Régional du Tourisme de Champagne-Ardenne

Cette enquête, mise en place à l'initiative de l'Observatoire Régional du Tourisme, a pour but de connaître la perception des professionnels du tourisme de la région sur la fréquentation estivale de mai à septembre. Les résultats présentés, ci-dessous, sont les tendances pour le mois de juin 2007.

Juin 2007 : recul généré par la météo morose... sauf pour les Marnais, sous l'effet T.G.V.

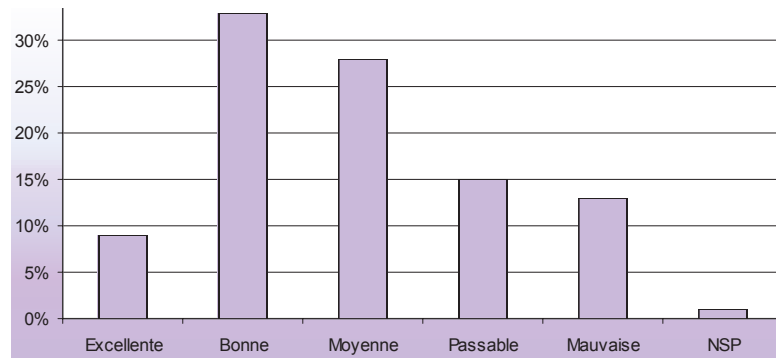
43% des professionnels le jugent bon à excellent

43% des professionnels de Champagne-Ardenne jugent la fréquentation du mois de juin 2007 comme bonne à excellente et 28% mauvaise à passable.

Ce sont surtout les professionnels marnais qui la jugent excellente grâce à l'arrivée du TGV (17% soit +8 points par rapport à la moyenne régionale).

Par contre, les professionnels des Ardennes sont insatisfaits : 43% jugent la fréquentation de juin 2007 passable à mauvaise.

Les hôtels en général et plus particulièrement les 2, 3 et 4 étoiles sont satisfaits de la fréquentation de juin puisqu'ils la jugent bonne à excellente.



Vous estimez la fréquentation du mois de juin 2007 comme... ?

Mais une fréquentation inférieure à celle de juin 2006

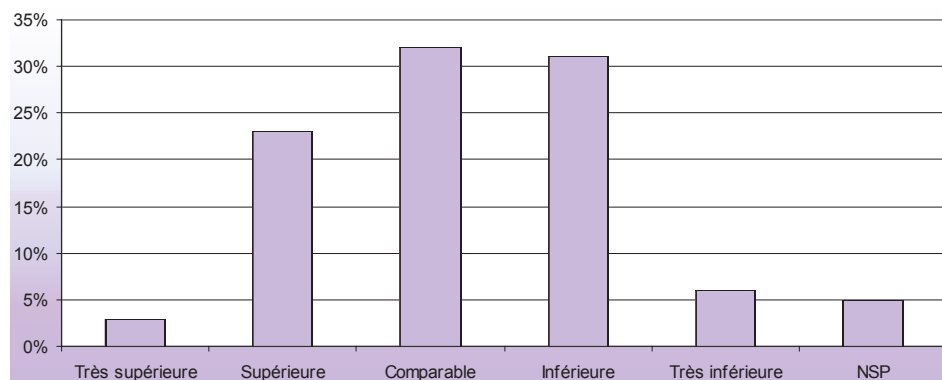
Les professionnels de Champagne-Ardenne estiment à 37% que la fréquentation de juin 2007 a été inférieure à très inférieure à celle de juin 2006. Ce mauvais score est surtout attribué par les professionnels ardennais qui sont 47% (soit +10 points par rapport à la moyenne régionale) à la juger inférieure à très inférieure.

A l'inverse, les professionnels marnais, avec l'effet TGV, se démarquent et estiment à 34% (soit + 8 points que la moyenne régionale), que la fréquentation de juin 2007 est supérieure à très supérieure.

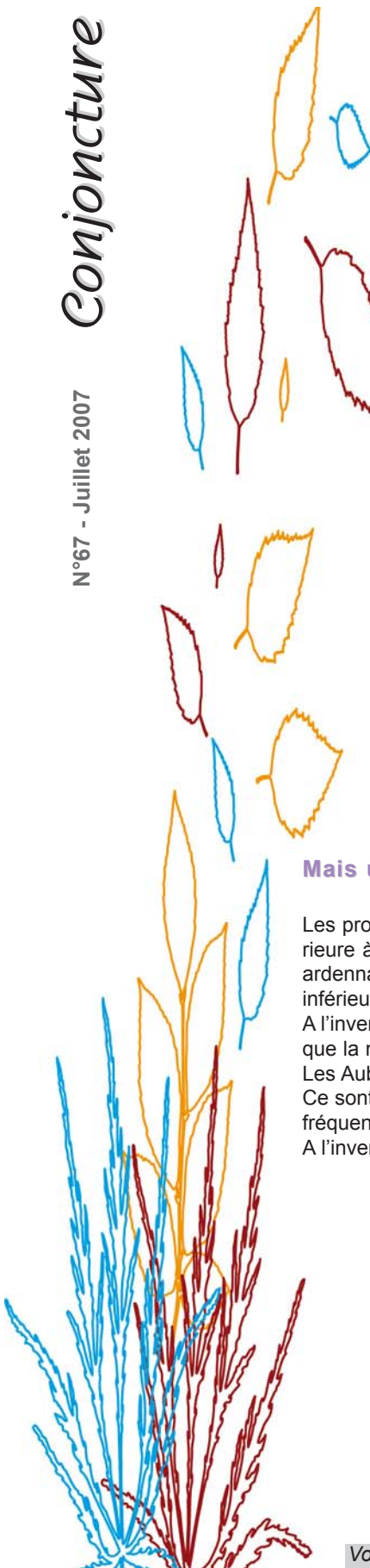
Les Aubeois et Haut-marnais sont plutôt partagés, aucune tendance particulière ne se dessine.

Ce sont les offices de tourisme qui sont les plus sévères : 67% des structures interrogées estiment que la fréquentation de juin 2007 a été inférieure à très inférieure à celle de juin 2006.

A l'inverse, les responsables de visites de caves et des associations de tourisme sont les plus positifs.



Vous estimez la fréquentation du mois de juin 2007 par rapport à celle de juin 2006 comme... ?



Clientèle française stable, clientèle étrangère en baisse...

La fréquentation française est jugée comparable à 43% par rapport à juin 2006. Mais, 28% l'estiment inférieure à très inférieure.

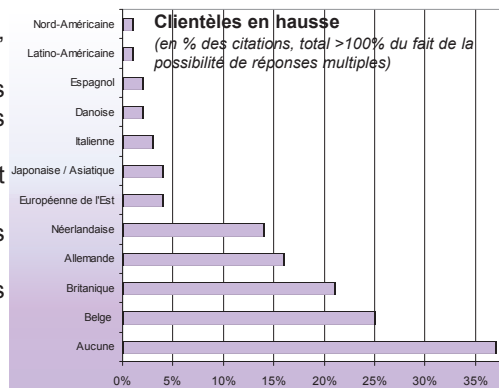
La clientèle étrangère est jugée inférieure à très inférieure par 35% des professionnels alors qu'elle avait déjà accusé un net recul l'an passé. Ce sont notamment les offices de tourisme qui voient la fréquentation en diminution.

A l'inverse, les responsables de visites de caves et des campings 1 et 2 étoiles la voient supérieure à très supérieure.

Les Allemands sont plutôt vus en progression par les campings 3 étoiles, les Belges par les chambres d'hôtes et les Britanniques par les hôtels 0 étoile.

Les Allemands et les Pays de l'Est sont à l'inverse considérés en recul par les gîtes ruraux, les Néerlandais par les campings 3 étoiles.

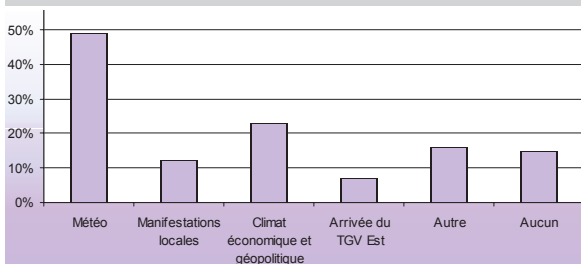
Les professionnels ardennais ne voient aucune clientèle en progression.



L'effet TGV pour les professionnels marnais

La météo est le premier facteur qui contribue à expliquer les mauvais résultats (49% des citations), surtout évoquée par les offices de tourisme.

Selon vous, parmi les éléments suivants, quels sont ceux qui ont contribué à expliquer vos résultats?



Le 2^{ème} facteur est le contexte économique et géopolitique (23%). Ce sont d'ailleurs les professionnels haut-marnais qui le citent les plus volontiers (+ 10 points par rapport à la moyenne régionale).

L'arrivée du TGV est citée par 7% des professionnels dont 70% par les professionnels marnais.

Typologie

Les réguliers (36.7%) = La fréquentation est bonne et comparable à 2006. Ce sont plutôt les hôtels 3 étoiles. Les clientèles britanniques et italiennes sont en baisse, les Japonais et Néerlandais sont en hausse. Ce sont surtout les structures de la Marne pour lesquelles l'arrivée du TGV a eu un impact positif.

Les fragiles (46.7%) = La fréquentation est passable et en baisse par rapport à 2006. La météo a eu un impact négatif. Ce sont plutôt des établissements de Haute-Marne pour lesquels l'arrivée du TGV n'a pas eu d'impact.

Les privilégiés (1.7%) = La fréquentation est jugée excellente et supérieure à 2006. Ce sont plutôt les établissements de l'Aube.

Les menacés (4.7%) = La fréquentation est mauvaise et très inférieure à 2006. Ils n'ont aucune clientèle étrangère en hausse. Ce sont plutôt des campings 2 étoiles qui estiment que le climat économique et géopolitique a eu un effet négatif sur leur activité.

Les étourdis (10.3%) = Ils ne connaissent pas vraiment l'évolution de leur fréquentation. Aucune clientèle étrangère en baisse. Ce sont plutôt des hôtels sans étoile qui jugent que le climat économique et géopolitique n'a pas eu d'impact.

Méthode = La typologie permet de structurer la population en groupes homogènes et distincts dans leur perception, et décrit pour chaque groupe identifié la perception des individus le composant, leur profil et le poids de chacun de ces groupes. La typologie se construit à partir d'une analyse factorielle et d'une classification ascendante hiérarchique à partir de 2 types de variables (actives et illustratives). Les variables actives sont utilisées pour dresser la typologie, par analyse factorielle puis classification (questions sur les évolutions de fréquentation). Les variables illustratives ne sont pas décisives pour construire les classes (catégorie, département, nationalité en progression, nationalité en baisse, facteurs explicatifs).

Fréquentation excellente
évolution positive depuis
2006

Les étourdis

Les réguliers

Evolution positive

Les fragiles

Les menacés

Fréquentation mauvaise -
évolution négative depuis
2006

Fréquentation et évolution méconnues

Méthodologie: L'enquête a été réalisée par téléphone du 1^{er} au 5 juillet 2007 auprès de 300 professionnels de la région par le cabinet d'études NOVAMETRIE. **Professionnels interrogés**: Hôtels, campings, gîtes ruraux, chambres d'hôtes, associations de tourisme, offices de tourisme, caves, sites touristiques et fluvial.

La marge d'erreur maximale pouvant être obtenue s'élève à + ou - 5.62% pour un intervalle de confiance fixé à 95% (pour une proportion de 50% observée dans l'échantillon). **Remerciements**: Nous tenons à remercier très chaleureusement tous les professionnels qui ont bien voulu répondre à notre enquête. Bulletin édité par l'Observatoire Régional du Tourisme de Champagne-Ardenne - 15, avenue du Maréchal Leclerc - BP 319 - 51013 Châlons en Champagne cedex ou contact@tourisme-champagne-ardenne.com

