

**cantal**  
AUVERGNE

**ENQUETE CLIENTELE**  
**2013-2014**

**CHATAIGNERAIE CANTALIENNE**



# Enquête de clientèle touristique Avril 2013 – Mars 2014

Source : Catherine JOUSSET Consultant



# Résultats sur le territoire Châtaigneraie Cantaliennne





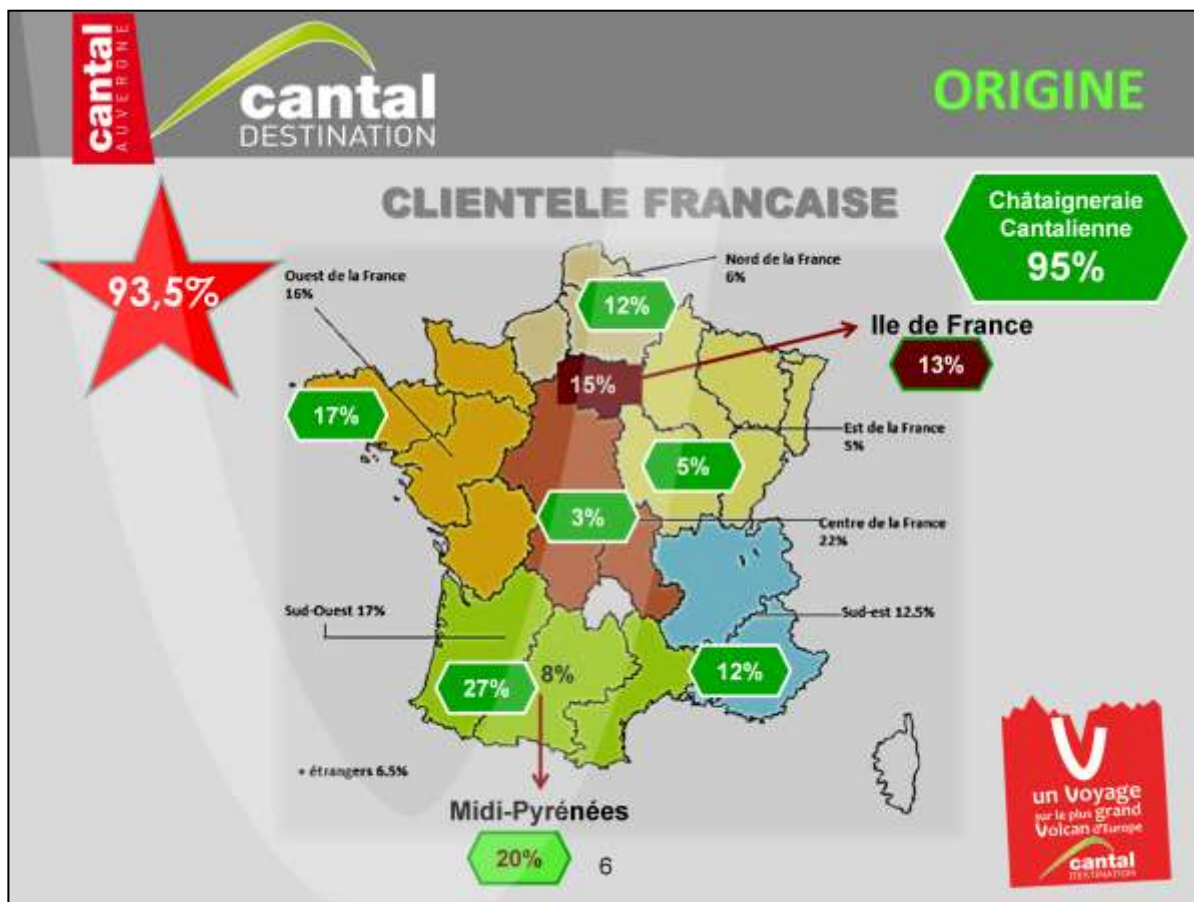
# NOTRE CLIENTELE TOURISTIQUE



Les couples (42%) et les familles (49%) composent l'essentiel de la clientèle, dont **45 % sont accompagnés d'enfants**, faisant de la Châtaigneraie le territoire où leur présence est la plus importante du Cantal.

**La moyenne d'âge est de 51 ans, en raison de la bonne présence des 45-54 ans (29%).**

On remarque une forte représentation des **classes moyennes (43%)** et un bon taux de fidélisation.



**95% de la clientèle sont français** avec une présence marquée par rapport à la moyenne départementale :

- du Sud-Ouest (+10 points) avec la région Midi-Pyrénées (+12 points),
- de l'Ouest (+1 point),
- et du Nord de la France (+ 6 points).

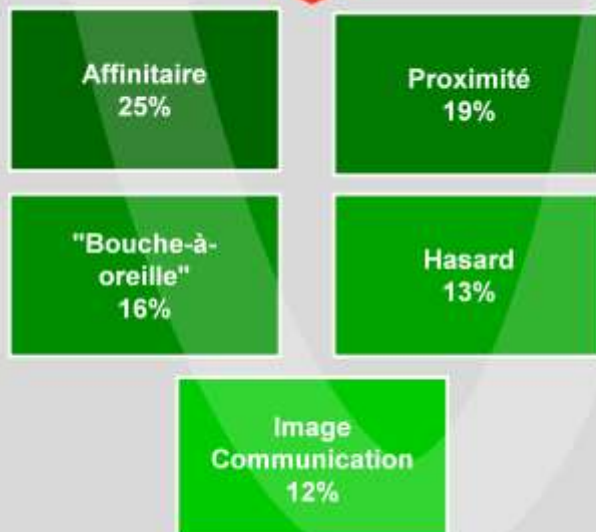
# LE SEJOUR



7





Facteurs d'incitation  
à la destination Cantal

## Motifs du séjour



8

**Le bouche-à-oreille est un des principaux facteurs d'incitation** de la destination avec l'affinitaire, la proximité et également le hasard ayant amené les clients sur ce territoire.

Chez les personnes interrogées, trois raisons principales ont motivé leur venue :

- la famille ou les amis sur place (17%),
- des **évènementiels (15%)** au travers d'une fête, d'une compétition sportive, d'un marché ou d'une foire (aux chevaux)...
- **le repos et la détente (15%)**.

**L'achat et la découverte de produits locaux (+1 point)** sont observés comme des facteurs prédominants par rapport à la moyenne départementale.

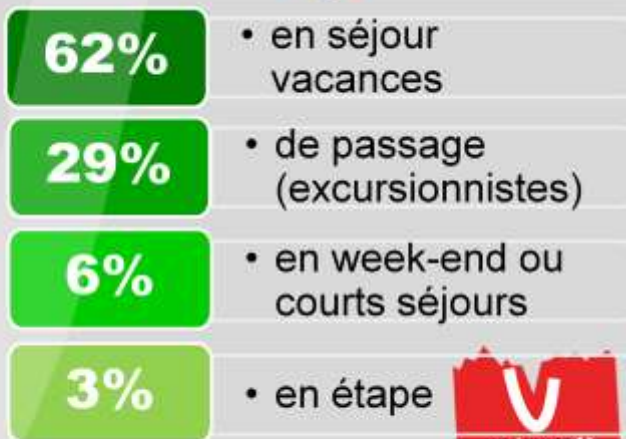


DUREE MOYENNE DE  
SEJOUR

(hors excursions)

**11 jours**

## TYPE DE SEJOUR



C'est le territoire où la durée de séjour est la plus longue : **11 jours** en moyenne, en raison du poids des **longs séjours** (29% de 15 jours et +).

On constate une forte pratique de **séjours vacances** (62%) et **d'excursions** (29% restent une journée maximum, venant principalement de l'Aveyron ou du Lot), au détriment des week-ends ou courts séjours (6%) et des étapes (3%).

## ACTIVITES PRATIQUEES

1ere

2eme

3eme

**Activités douces de  
pleine nature****Découverte de  
la gastronomie****Tourisme de  
découverte**

10

Sur l'ensemble des territoires, les loisirs de détente, la balade et la petite randonnée sont des activités douces pratiquées par la majorité des vacanciers (75 à 78%).

Pour la Châtaigneraie, si le tourisme de découverte est également majoritaire, les autres loisirs pratiqués par un volume de vacanciers supérieurs à la moyenne départementale, sont :

- **la gastronomie et l'achat de produits locaux** (+18 points).
- **les évènementiels** (+5 points),
- **le VTT** (+2 points) et le **cyclotourisme** (+1 point),
- **les activités liées à l'eau** : sports d'eaux vives (+4 points), pêche (+3 points) et activités nautiques (+2 points).

# L'HEBERGEMENT TOURISTIQUE



11



## Mode d'hébergements



68%

Hébergements  
marchandsLocatif  
21%Camping  
21%Chambre d'hôtes  
9%Hôtel  
8%

31%

Hébergements  
non marchands  
dont  
3% en camping-car

Au sein des hébergements marchands, les **campings** et les **locations saisonnières** (21%) accueillent un volume équivalent de clientèle, suivis par les **chambres d'hôtes** (9%) et les **hôtels** (8%).

Concernant l'**hébergement non-marchand**, les résidences privées reçoivent 28% des séjournants, la plupart étant logés chez des parents ou amis et 3% optent pour le **camping-car**.

# LA SATISFACTION CLIENT





92%



14



92% de la clientèle ont témoigné un avis favorable par rapport à :

- **l'environnement naturel** (37%),
- **la qualité de vie** (27%). En effet la clientèle en séjour apprécie le « bien vivre », l'accueil... ;
- **les activités et loisirs** (18%),
- **les productions locales** (7%) et **le patrimoine** (6%).

C'est le secteur où les intentions de retour sont les moins élevées.

Néanmoins la quasi-totalité recommandera le Cantal pour ses paysages, sa gastronomie, son accueil et la diversité des choses à faire ou à voir.



## INSATISFACTIONS DU SEJOUR



54%



15

54% des témoins ont donné, au minimum, un facteur d'insatisfaction sur leur séjour.

- 33% souhaiteraient une amélioration des **accès routiers** et de la **signalisation**,
- 24% un **dynamisme de certains villages**, plus d'informations sur place...
- 13% un développement des loisirs et activités...



# L'IMAGE CANTAL VUE PAR LES TOURISTES



16





Liée à la satisfaction du client et à l'activité pratiquée, la **gastronomie** (+8 points par rapport à la moyenne départementale) est l'image forte de la Châtaigneraie.

Les autres termes évoqués sont :

- **Nature et Paysage**
- **Qualité de vie (+ 2 points)**

La ruralité est une image également citée par 10% des vacanciers alors que le patrimoine bâti est mentionné seulement par 8% des personnes.

# MERCI POUR VOTRE ATTENTION

Nous remercions toutes les enquêtrices pour leur engagement et leur disponibilité :

- |                      |                    |                  |
|----------------------|--------------------|------------------|
| - Elisabeth ALBIOL   | - Laurence LESCURE | - Marine SALAT   |
| - Marie-Claude MAGNE | - Emilie COMPIGNE  | - Emmanuelle FAU |
|                      |                    | - Léa MERY       |

## **CANTAL DESTINATION**

(Agence de développement économique et touristique du Conseil Départemental du Cantal)

12 rue Marie Maurel – CS80 007

15013 AURILLAC Cedex

Tel 04 71 64 85 00

[www.cantal-destination.com](http://www.cantal-destination.com)

## **Service Développement, qualité et observation touristiques**

[www.pro.cantal-destination.com](http://www.pro.cantal-destination.com)

Observatoire départemental : T. 04 71 64 85 19 – [llescure@cantal-destination.com](mailto:llescure@cantal-destination.com)

© Etude réalisée par Catherine Jousset Consultant Tourisme

CantalDestination-ODT15-2013/2014 – Diffusion soumise à autorisation

Crédit photos : P Soissons, D Frobert, T Marsilhac, L Lescure, MC Magne

