

cantal
AUVERGNE

ENQUETE CLIENTELE
2013-2014



LES PAYS DE SAINT-FLOUR
CALDAGUES-AUBRAC

Enquête de clientèle touristique Avril 2013 – Mars 2014

Source : Catherine JOUSSET Consultant



Résultats sur le territoire Les Pays de Saint-Flour Caldaguès-Aubrac





NOTRE CLIENTELE TOURISTIQUE





5

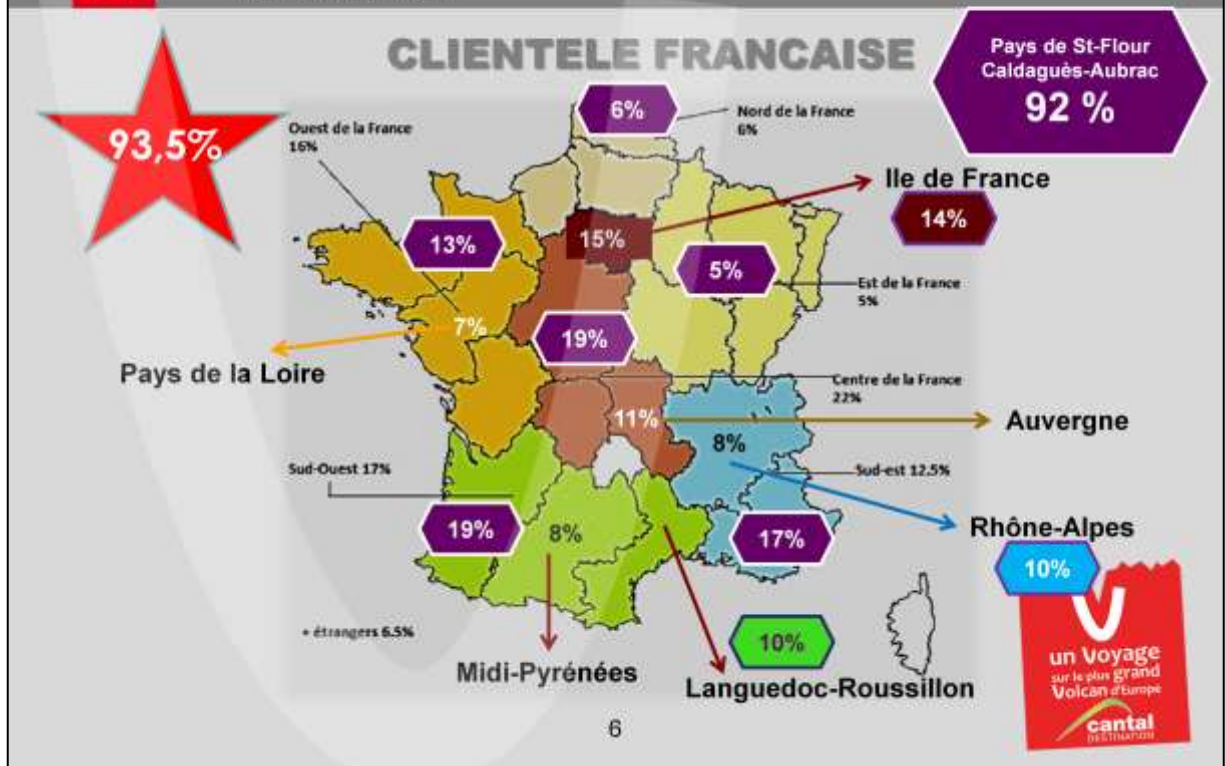


Les couples (58%) sont nettement majoritaires sur ce secteur géographique. La moyenne d'âge est la plus élevée de toutes (53 ans) en raison du poids des plus de 55 ans (48%).

Bien souvent des retraités (36%).

55 % de l'ensemble, donnant une moyenne de 2.7 personnes par groupe, la plus basse du département. Seul un quart des vacanciers est accompagné d'enfants.

Le taux de fidélisation est identique à celui du département.



92% de la clientèle française sont originaires principalement :

- du **Sud-Ouest** (+2 points) avec notamment la région **Languedoc-Roussillon**,
- du centre de la France,
- du **Sud-Est** (+4 points) avec la région **Rhône-Alpes et PACA**,
- enfin de la région Ile-de-France et du bassin Ouest.

LE SEJOUR



7



Facteurs d'incitation
à la destination Cantal

Motifs du séjour



8

Comme dans une grande majorité de territoires, les principaux facteurs d'incitation de la venue des clientèles sont **l'affinitaire**, le **«bouche-à-oreille»** et le **hasard**.

En motifs du séjour, **l'événementiel**, la **découverte du patrimoine** et le **thermalisme** représentent une part supérieure à la moyenne départementale.

Nous avons affaire à une clientèle assez **fidélisée**, composée de récents habitués (42%) ou d'inconditionnels (46%) ; leurs points d'ancrage sont les événementiels et le thermalisme. Pour les nouveaux venus, la découverte ou une halte sur la route.

DUREE MOYENNE DE
SEJOUR

(hors excursions)

**10 jours**

TYPE DE SEJOUR

**52%**• en séjour
vacances**30%**• de passage
(excursionnistes)**9%**• en week-end ou
courts séjours**8%**

• en étape



Avec 37% de séjours inférieurs à 5 jours et 25% supérieurs à 14 jours, la durée moyenne est d'environ 10 jours.

Ce territoire accueille une grande diversité de séjours liée à sa situation proche de l'A75 : **des séjours vacances surtout sur le secteur de Pierrefort et des bons volumes d'excursions dans le secteur de Chaudes-Aigues et de St-Flour.**

Les excursionnistes viennent d'Auvergne, de Midi-Pyrénées ou du Languedoc-Roussillon.

ACTIVITES PRATIQUEES

1ere

2eme

3eme

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

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%).

Celles-ci s'accompagnent particulièrement sur ce territoire :

- de la découverte du patrimoine bâti (56%),
- de la gastronomie (42%).

L'HEBERGEMENT TOURISTIQUE



11



Mode d'hébergements



65%

Hébergements
marchandsHôtel
26%Locatif
18%Camping
10%Chambre d'hôtes
5%

35%

Hébergements
non marchands
dont
8% en camping-car

12

65% des séjours se réalisent dans les **hébergements marchands** et plus spécialement dans les **hôtels (+7 points)** puis dans :

- le locatif,
- le camping,
- la chambre d'hôtes.

8% d'excursionnistes optent pour le **camping-car**.

Le reste des séjours se passent chez les parents ou amis.

LA SATISFACTION CLIENT





86% de la clientèle donnent un témoignage de satisfaction.

Ils apprécient :

- l'environnement naturel,
- le **calme et la tranquillité** (+6 points),
- le patrimoine bâti,
- la gastronomie et des activités de pleine nature.

Les intentions de retour sont les plus faibles du département et liées au fait que certains témoignent d'un manque d'activités.

Pour les autres, le thermalisme, les paysages sont des bons motifs pour réaliser un prochain séjour.

INSATISFACTIONS DU SEJOUR



15

45% de la clientèle ont indiqué un motif d'insatisfaction de leur séjour.

C'est sur ce territoire que la clientèle est **la plus critique**

- **envers le réceptif (+2 points)** avec un manque de dynamisme dans les villages, la fermeture des commerces et services,...
- puis la mobilité, **les animations et activités (+1 point)**, **la communication et les informations touristiques (+1 point)**.

L'IMAGE CANTAL VUE PAR LES TOURISTES



16





17

Sur ce territoire, les thématiques développées concernant l'image du Cantal restent :

- la **nature et les paysages** (+2 points),
- la **gastronomie** (+ 1 point),
- la qualité de la vie.

Quant au patrimoine, il est évoqué seulement par 7% des personnes interrogées.

Et si les **activités de pleine nature et thermalisme** sont mentionnées également par 7% des enquêtés, elles sont toutefois supérieures de 2 points par rapport à la moyenne départementale.

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

Service Développement, qualité et observation touristiques

www.pro.cantal-destination.com

Observatoire départemental : T. 04 71 64 85 19 – 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

