



*Votre prochaine conquête*

# Le marché Britannique en Champagne-Ardenne

Conseil Régional – 05 février 2009  
Observatoire Régional du Tourisme



# Sommaire

## **I-Le marché britannique dans le Grand-Est**

## **II-Le marché britannique en Champagne-Ardenne**

- Données de cadrage
- L'hôtellerie
- Le camping
- Les gîtes ruraux
- Les résidences secondaires
- Les flux autoroutiers
- Profils et comportements

***I-Le marché britannique dans le Grand-Est***

# Le marché britannique dans le Grand-Est

Source : I.P.K. 2003 et 2006

- 413 millions de séjours et 2 953 millions de nuitées dans le Grand-Est en 2003.
- Ils se dirigent plus particulièrement vers (2006) :
  - Les hôtels (75%) ;
  - Les campings (16%).
- Ils utilisent à 55% l'avion et 33% la voiture personnelle.
- La durée moyenne de séjour des Britanniques dans le Grand-Est de **7.2 jours** (contre 6.6 jours pour l'ensemble des européens dans le Grand-Est).
- Ils se dirigent plus particulièrement vers la **campagne** (28%).

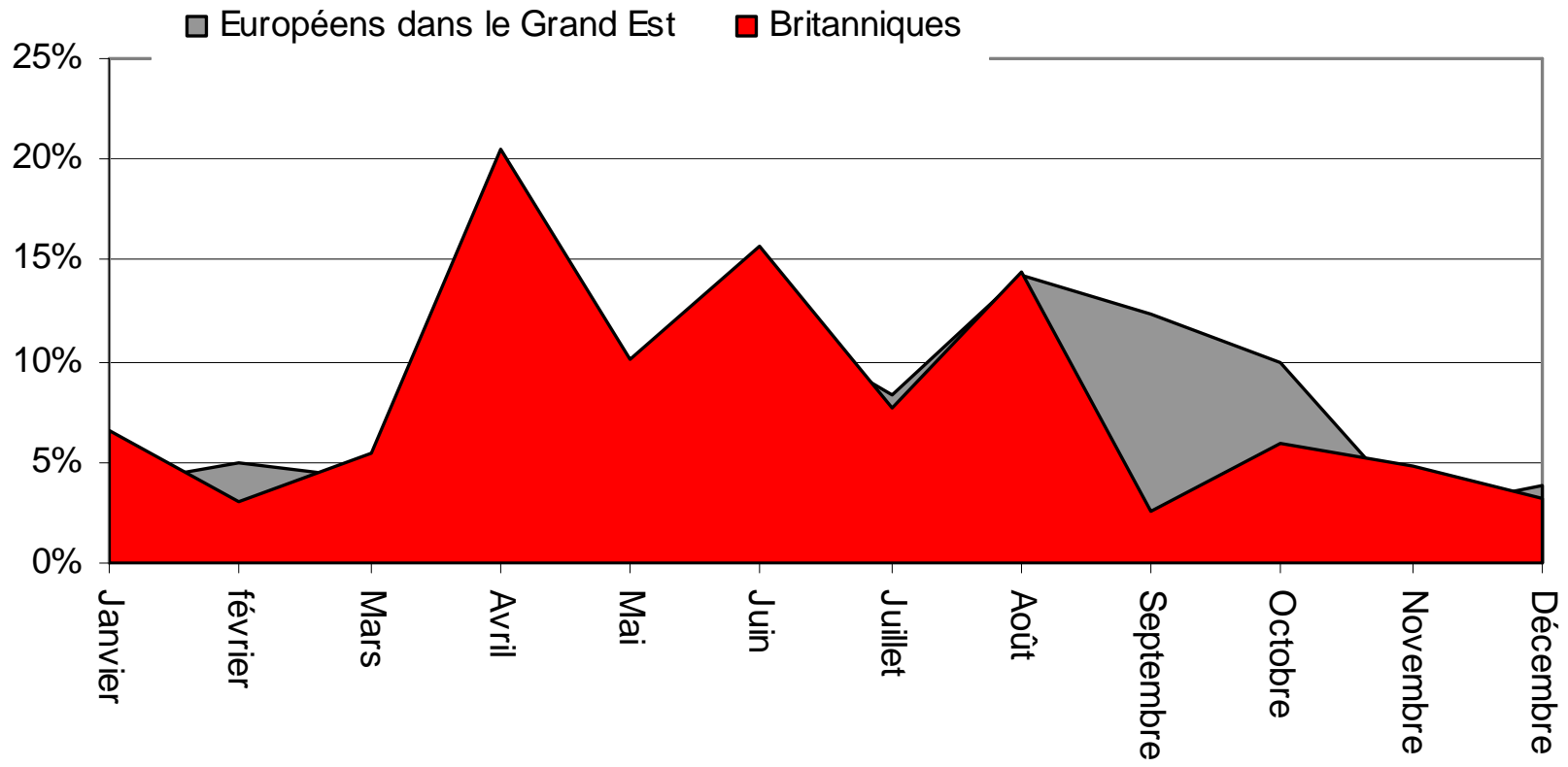


# Le marché britannique dans le Grand-Est

Source : I.P.K. 2003 et 2006

- Ils viennent plus que la moyenne des européens au printemps.
- **Seulement 25% ne réservaient pas à l'avance** leur séjour pour venir dans le Grand-Est en 2003.

Saisonnalité des séjours britanniques



***II-Le marché britannique en  
Champagne-Ardenne***

# Données de cadrage

- 1<sup>ère</sup> clientèle étrangère en termes de nuitées marchandes;
- Près de 500 000 nuitées marchandes en 2007  
dont 75% en hôtel;



# L'hôtellerie traditionnelle

Source : INSEE DT 2007

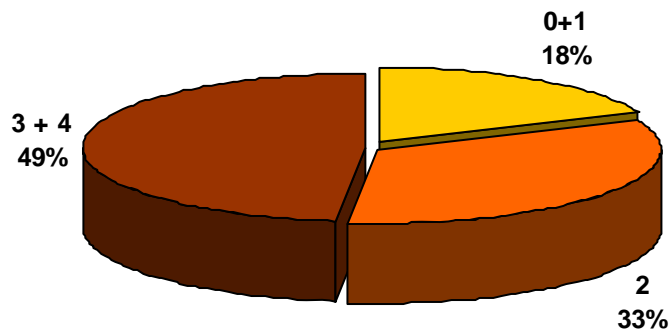
- 298 000 arrivées
- 375 000 nuitées
- DMS = 1.26 jour

- La région représente **2.4% des nuitées britanniques** réalisées en France en 2007.
- **1<sup>ère</sup> clientèle étrangère** avec plus de 42% des nuitées étrangères.
- La durée moyenne de séjour est stable : **1.26 jour** .
- **Saisonnalité bien marquée** : juillet et août représentent 29.5% des nuitées annuelles.

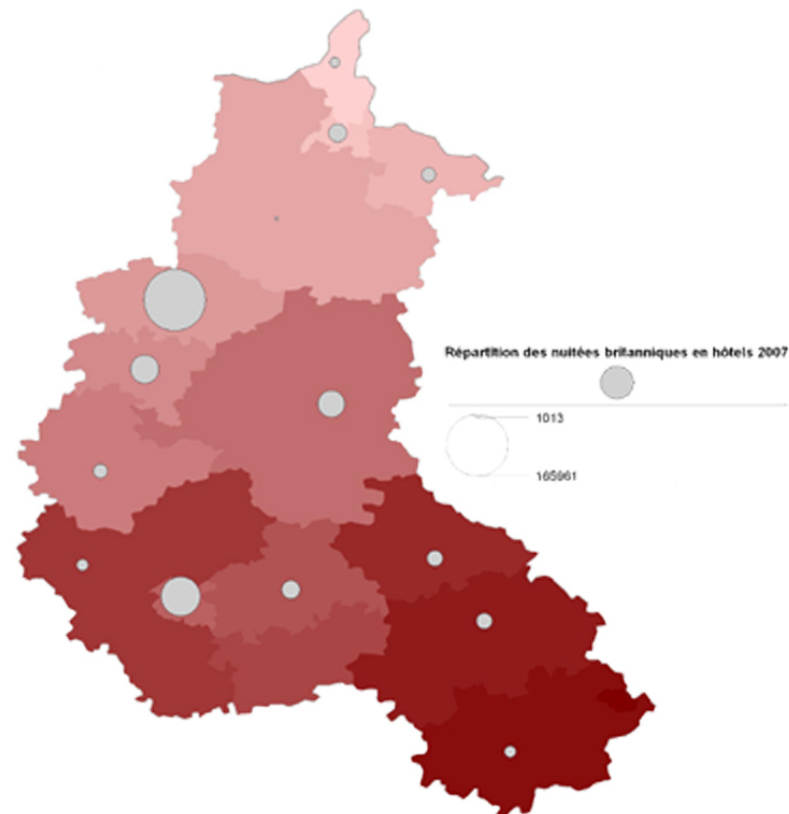


- La 1<sup>ère</sup> zone d'accueil des touristes Britanniques en hôtellerie est la zone de **Reims et sa région** avec 44.25% des nuitées régionales

Nuitées britanniques en hôtels 2007



## Nuitées Britanniques Hôtellerie 2007



- Une recherche de **confort** : 49% des nuitées sont réalisées dans les 3 et 4 étoiles

Source : INSEE DT ORTCA  
© EDITERRA GEOCONCEPT



# L'hôtellerie de plein air

Source : INSEE DT 2007

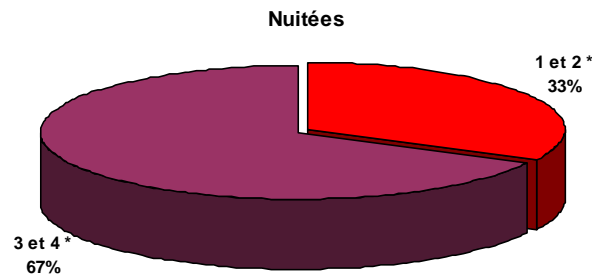
- 43 014 arrivées
- 79 626 nuitées
- DMS = 1.9 jour

- La Champagne-Ardenne représente **1.2% des nuitées britanniques** réalisées en France.
- **2<sup>ème</sup> clientèle étrangère** : 12% des nuitées totales et **21% des nuitées étrangères**.
- La durée moyenne de séjour se fixe à **1.9 jour**.
- La **saisonnalité** des campeurs est **marquée** : 57.2% des nuitées sont réalisées en juillet et août.

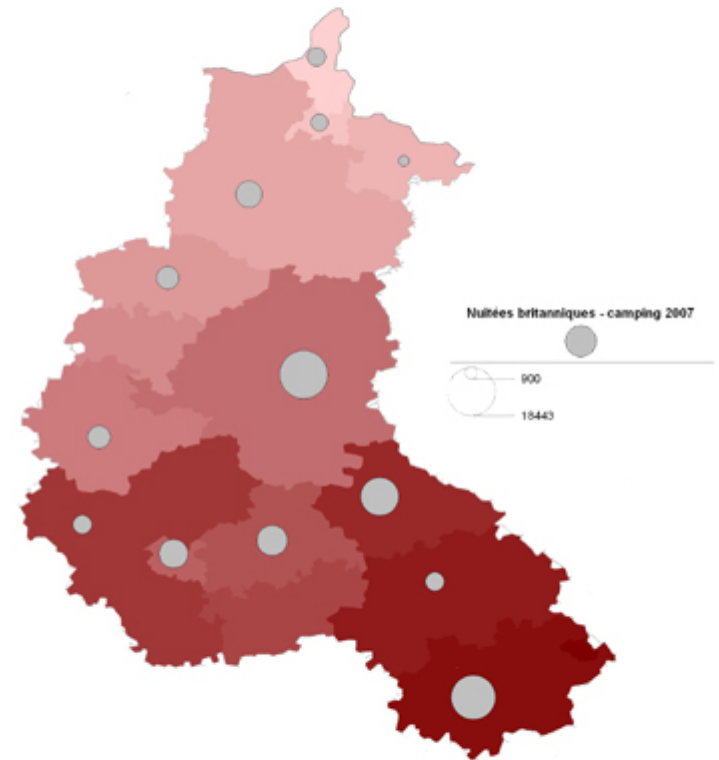


## Nuitées Britanniques Hôtellerie de plein air 2007

- C'est encore **Plaine champenoise, Perthois et Argonne marnaise**, la 1<sup>ère</sup> zone d'accueil des nuitées britanniques 23% des nuitées régionales.



- Une recherche de **confort** : 65% des nuitées sont réalisées dans les 3 et 4 étoiles



Source : INSEE DT ORTCA  
© EDITERRA GEOCONCEPT

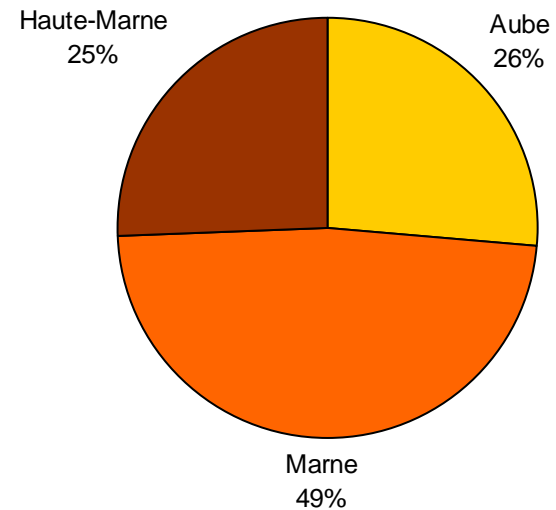


# Les gîtes ruraux en service réservation

Source : Champagne-Ardenne Réservation, 2007

- 8 770 nuitées en 2007.
- 2<sup>ème</sup> clientèle étrangère.
- 24% des nuitées étrangères.
- 48% des nuitées réalisées dans la **Marne** en 2007.

Nuitées britanniques dans les gîtes ruraux (2007)



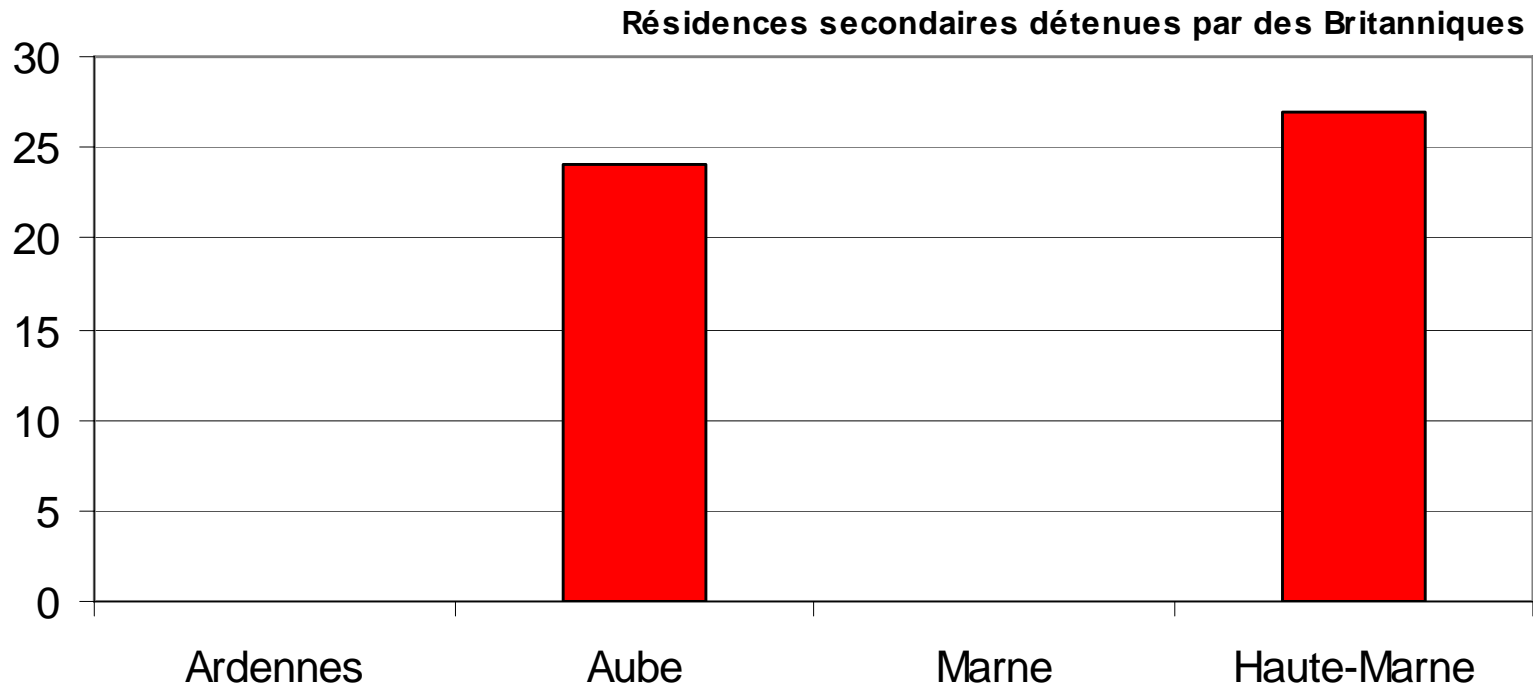
*Pas de données sur les Ardennes*



# Résidences secondaires

Source : ODIT France, DGI 2003

- Les Britanniques détiennent un peu plus de 50 résidences secondaires en Champagne-Ardenne (DGI, 2003).
- Elles se situent principalement dans le sud de la région.



# Flux autoroutiers

Source : ODIT France SANEF, 2004

- 2<sup>ème</sup> clientèle régionale en termes de sorties de véhicules en 2004
  - 589 900 véhicules ;
  - 24.4% des sorties régionales européennes.
- Les gares les plus fréquentées (en volume de sorties)
  - Reims
  - Saint Thibault (Aube)
  - La Veuve (bretelle de Reims)

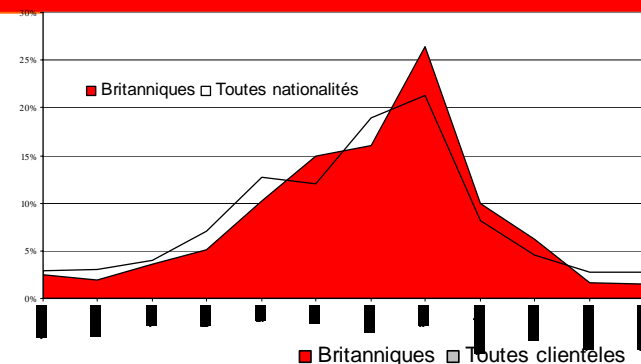


# Profils et Comportements

Source : Enquête Marketing des Clientèles, O.R.T.C.A. 2007

## ■ Saisonnalité :

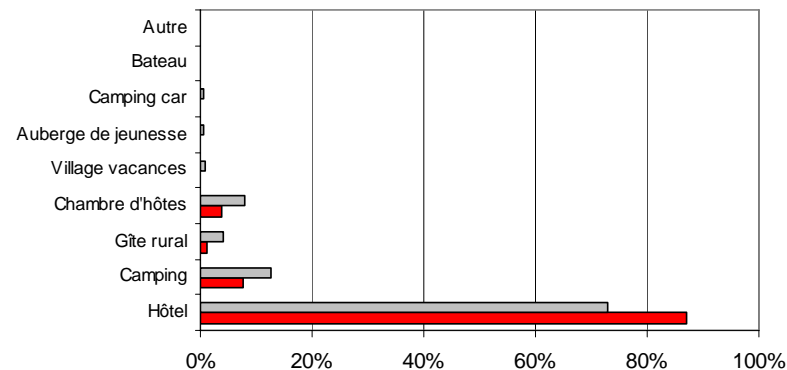
-une fréquentation **plus saisonnière** que l'ensemble des clientèles (26% des séjours en août)



## ■ Hébergement : l'hôte

-87% des séjours dans l'**hôtellerie**, plus fortement que l'ensemble des clientèles

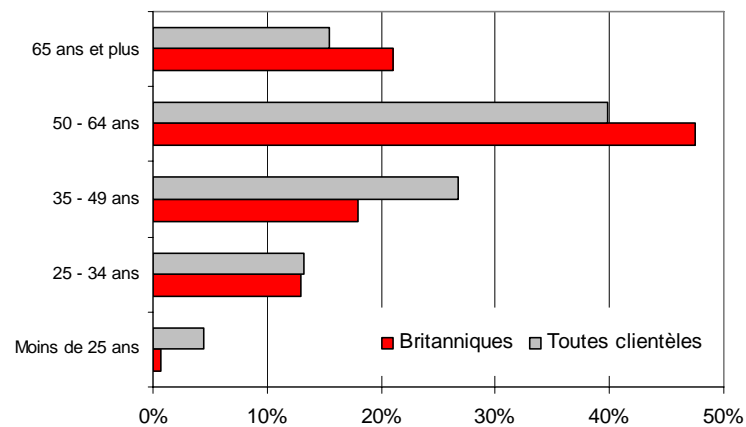
+ 14 points.



## ■ Age : une clientèle plutôt âgée

-47.5% de 50-64 ans soit +7.6 points au-dessus de l'ensemble des clientèles ;

-21% de **plus de 65 ans** soit +5.5 points au-dessus de l'ensemble des clientèles.



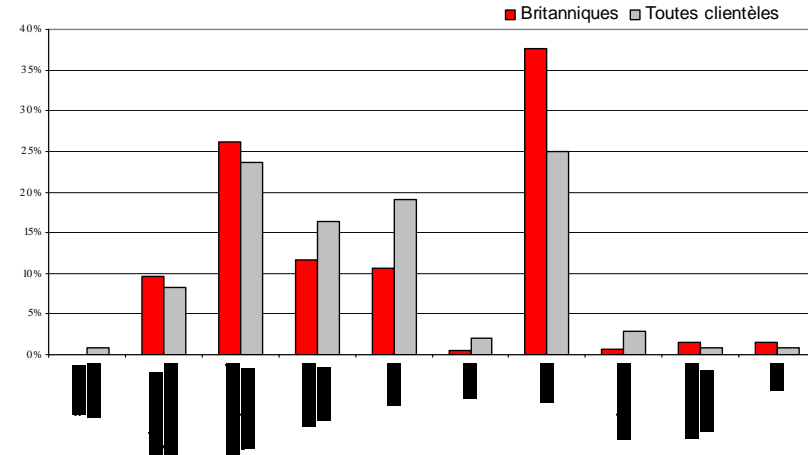
# Profils et Comportements

Source : Enquête Marketing des Clientèles, O.R.T.C.A. 2007

## ■ CSP : retraités et classes aisées

-37.7% de **retraités** : +12.8 points au-dessus de l'ensemble des clientèles

-36% de **cadres et commerçants** : + 3.8 points au-dessus de l'ensemble des clientèles

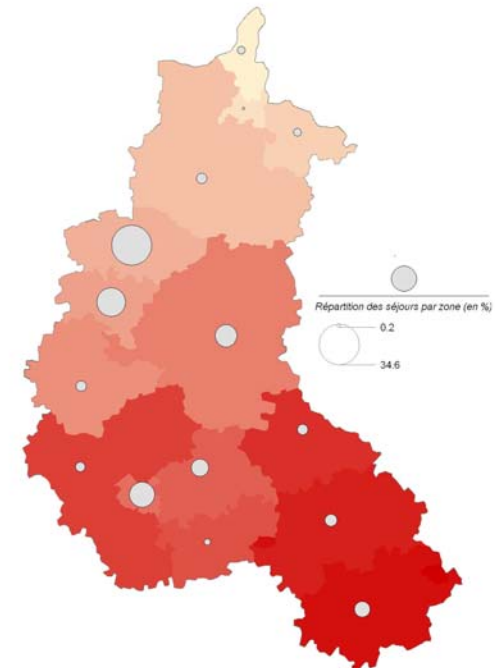


## ■ Répartition des séjours : Reims et sa région

-34.6% vers **Reims et sa région**

-17% vers **Epernay et montagne de Reims**

-13.2% vers **Troyes**



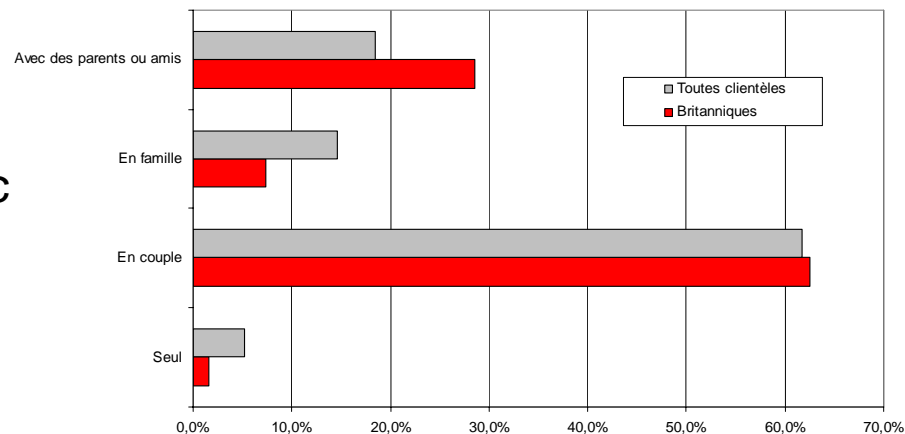
# Profils et Comportements

Source : Enquête Marketing des Clientèles, O.R.T.C.A. 2007

## ■ Composition du ménage touristique

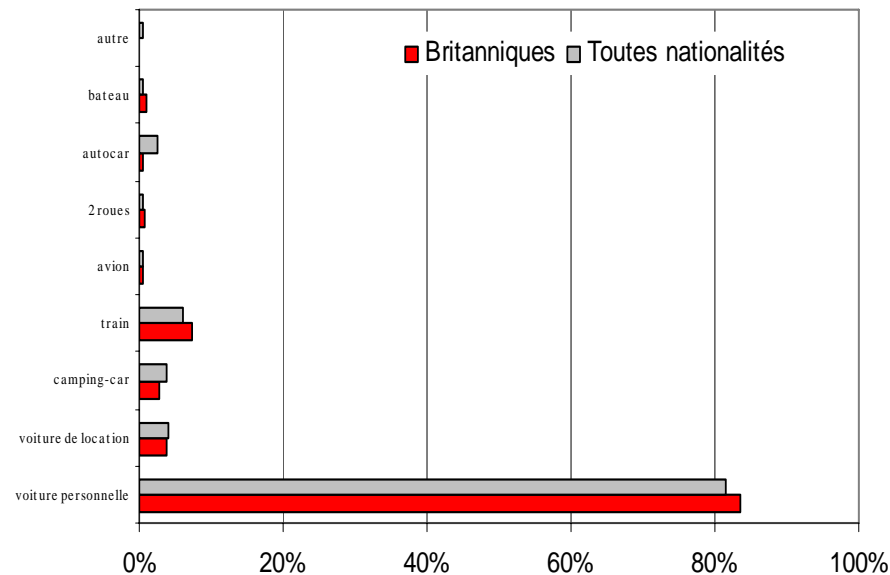
-**Couples** 62.5% des séjours

-**groupes avec parents et amis** 28.6% avec +10 points au-dessus de l'ensemble des clientèles



## ■ Moyen de transport : la voiture

-**Voiture** personnelle : 83.5% soit + 2.1 points au-dessus de l'ensemble des clientèles



## ■ Fidélité à la Champagne-Ardenne

-**52%** des Britanniques interrogés, **ce séjour était le premier en Champagne-Ardenne**

-**54.3%** des « habitués » étaient venus dans les 3 dernières années.



# Profils et Comportements

Source : Enquête Marketing des Clientèles, O.R.T.C.A. 2007

## ■ Durée de séjour : 3.16 nuits

-**3.16 nuits** en moyenne, tous hébergements confondus contre 3.6 nuits sur l'ensemble des clientèles

-Sur-représentation des courts séjours

(1 et 3 à 6 nuits)

## ■ Motivations dans le choix de notre région

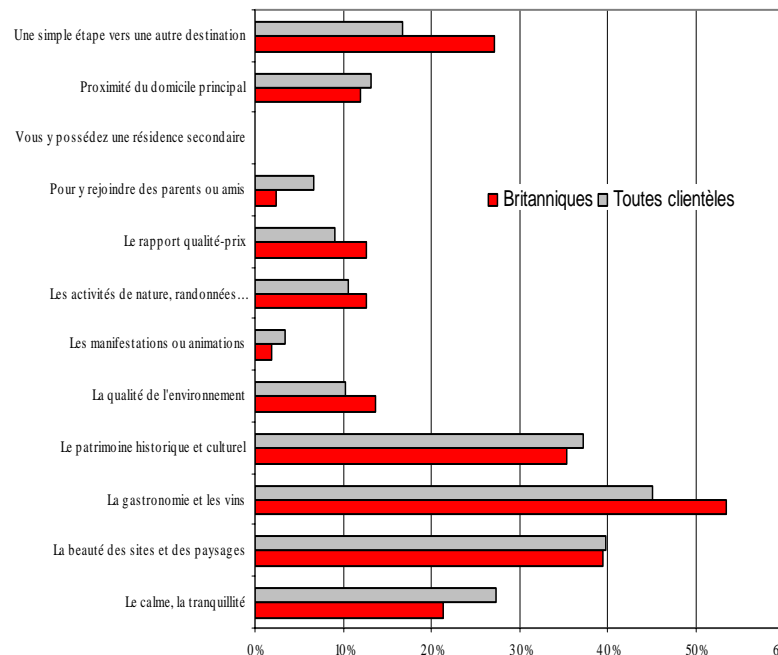
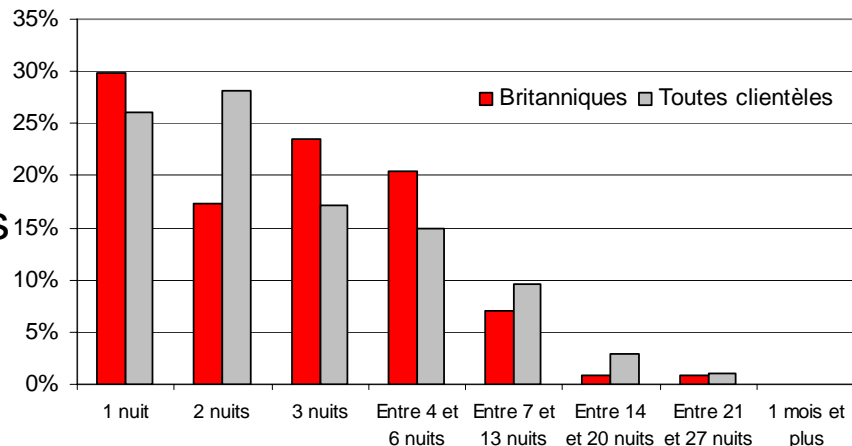
-Pour **51.2%**, notre région = **destination finale**

-Motivations :

-**gastronomie et vins** : 53.5% soit + 8.4 points par rapport aux autres clientèles

-**beauté des sites et paysages** : 39.5%

-**patrimoine** : 35.4%



# Profils et Comportements

Source : Enquête Marketing des Clientèles, O.R.T.C.A. 2007

## ■ Recherche d'informations : le web

-73.9% des Britanniques avaient recherché des informations avant de venir en Champagne-Ardenne

-Moyens d'informations :

-**Internet** 45.5% avec +4.3 points par rapport à l'ensemble des clientèles

-**Brochures** 36.3%, 2<sup>ème</sup> moyen de recherche d'infos

-**Bouche-à-oreille** : 6% soit + 1.3 point par rapport à l'ensemble des clientèles

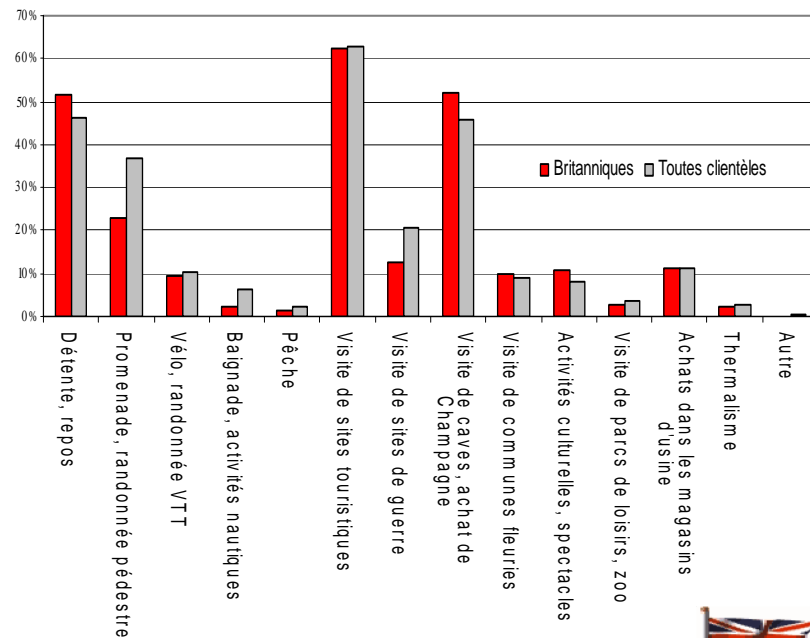
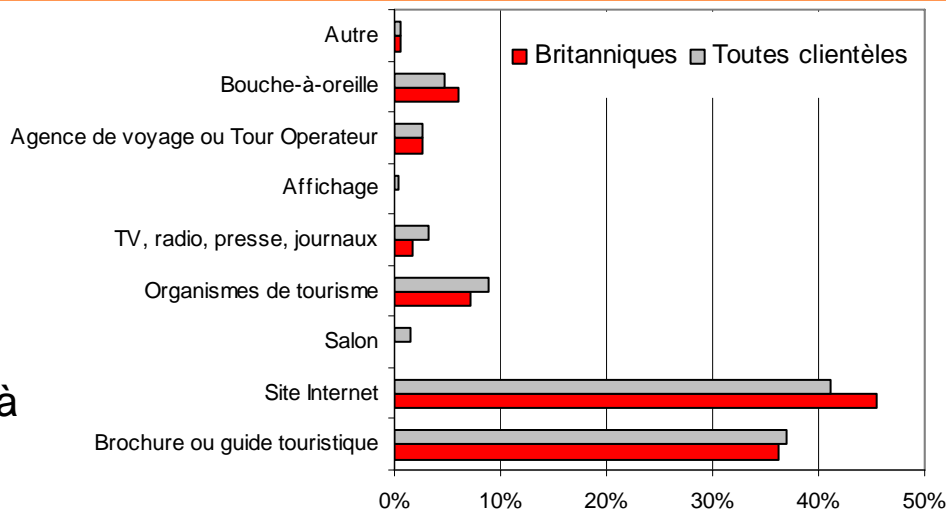
## ■ Activités pratiquées durant le séjour

-Visite de **sites** : 62.5%

-**Caves et achat de champagne** 52.1% (+6.3 points rapport à l'ensemble des clientèles)

-**Randonnées** : 23%

-**Sites de guerre** : 12.4%



# Profils et Comportements

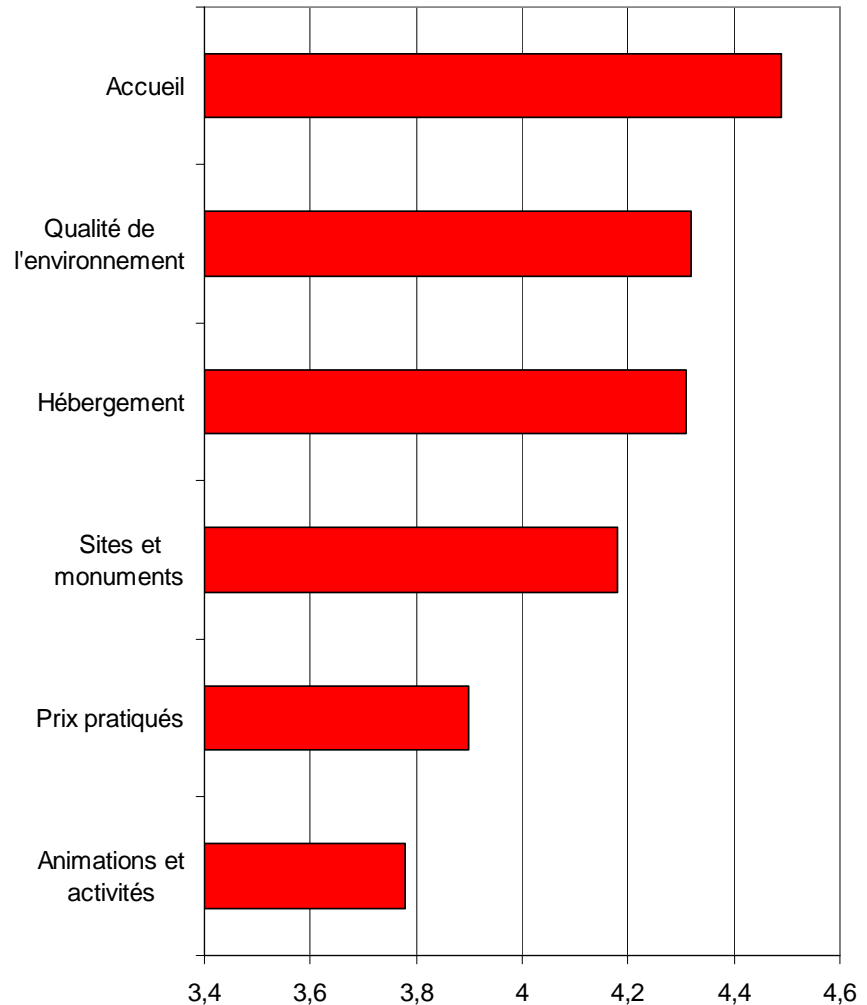
Source : Enquête Marketing des Clientèles, O.R.T.C.A. 2007

## ■ Ce qu'ils apprécient le plus en Champagne-Ardenne

- Notre accueil : 4.49 / 5
- Notre qualité de l'environnement : 4.32 / 5
- Nos hébergements : 4.31 / 5
- Nos sites et monuments : 4.18 / 5

## ■ Ce qu'ils apprécient le moins en Champagne-Ardenne

- Nos prix pratiqués : 3.9 / 5
- Nos animations et activités : 3.78 / 5



 **Attention : impact négatif des prix pratiqués sur le niveau global de satisfaction**



# Profils et Comportements

Source : Enquête Marketing des Clientèles, O.R.T.C.A. 2007

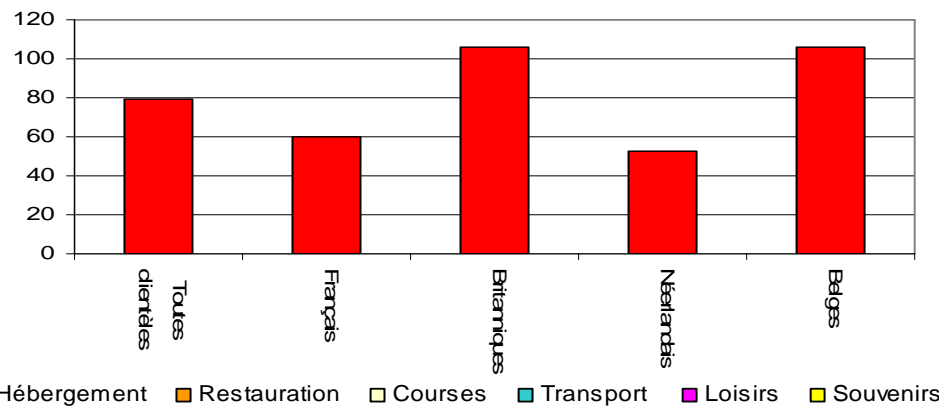
## ■ Dépenses

- Dépense / personne / nuitée = 106.2 € ;

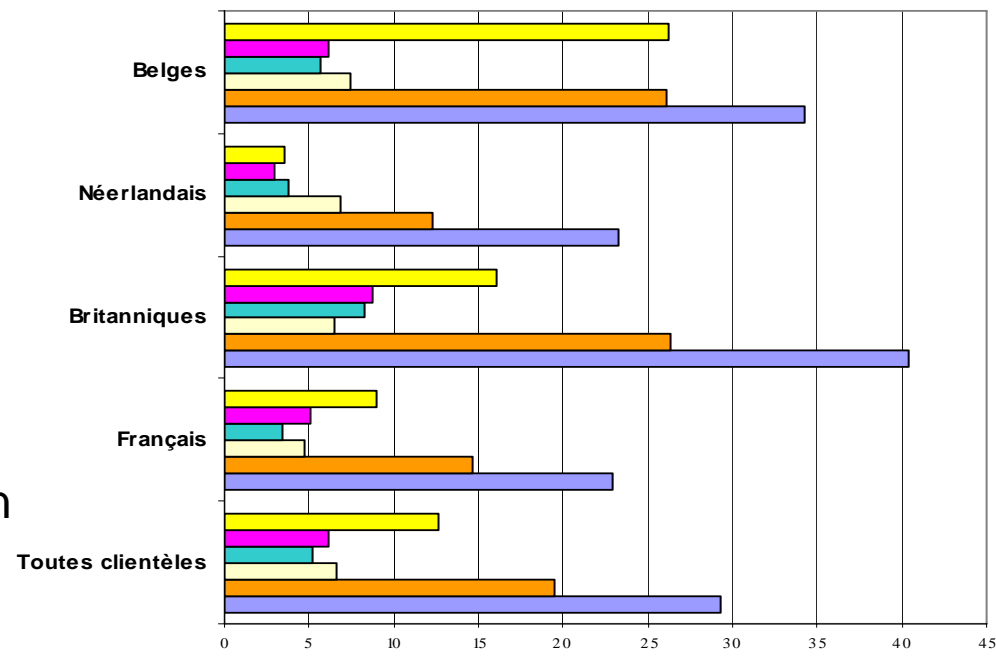
- Dépense la plus élevée devant celle des Belges ;

- +26.7 € par rapport à l'ensemble des clientèles ;

- Un Britannique dépense 2 fois plus qu'un Néerlandais en Champagne-Ardenne



■ Hébergement ■ Restauration ■ Courses ■ Transport ■ Loisirs ■ Souvenirs



# Les prochains rendez-vous du C.R.T.

- Le 9 avril 2009, à l'INSEE, conférence de presse sur l'année touristique 2008
- 24-27 avril, conférence annuelle de l'ABTOF à Reims, déjeuner-workshop le 26 avril.





*Votre prochaine conquête*

**Merci de votre attention**

Pour en savoir plus, connectez-vous à

<http://observatoire.tourisme-champagne-ardenne.com>

