Etude de clientèle touristique en saison

Clientèle venue dans la région de Moulins spécifiquement pour le CNCS

centre national du costume de scène

Office de tourisme de Moulins et sa région Mai-Septembre 2016

→ Le Centre National du Costume de Scène s'impose comme un **élément d'attractivité très puissant** pour la destination de Moulins et sa région, puisqu'**une personne sur quatre** décide de se rendre dans la région de Moulins pour visiter ce site. Il se définie donc comme un **important vecteur d'influence dans le choix de la destination**.

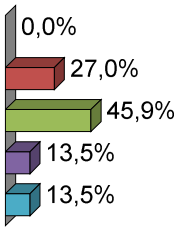
→ L'analyse qui suit prend en compte uniquement les réponses des répondants qui ont choisi de venir dans la région de Moulins pour le Centre National du Costume de Scène.

DUREE DU SEJOUR ET CHOIX DE LA DESTINATION

1. Pour quelle raison êtes-vous à Moulins / Souvigny ? Vous êtes là:

Visiteurs venus pour le CNCS

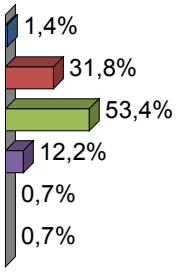
	Nb	% cit.
pour raisons professionnelles	**0**	**0,0%**
dans le cadre d'une étape sur la route des vacances	**40**	**27,0%**
pour la journée	**68**	**45,9%**
pour la journée et vous passez vos vacances hors de la région de Moulins	**20**	**13,5%**
en séjour / vacances	**20**	**13,5%**
Total	**148**	**100,0%**



2. Combien de temps restez-vous dans la région de Moulins?

Visiteurs venus pour le CNCS

	Nb	% cit.
1/2 journée (le matin)	**2**	**1,4%**
1/2 journée (l'après-midi)	**47**	**31,8%**
1 journée	**79**	**53,4%**
1 à 3 nuits	**18**	**12,2%**
4 à 6 nuits	**1**	**0,7%**
7 nuits et +	**1**	**0,7%**
Total	**148**	**100,0%**



- La clientèle qui se rend dans la région de Moulins spécifiquement pour le Centre National du Costume de Scène est une **clientèle excursionniste** (86,5%).

- La moitié reste dans la région de Moulins la journée entière tandis qu'un tiers reste seulement la demi-journée. Pour au moins les 3/4 de ces derniers, la visite du CNCS constitue la seule activité effectuée dans la région de Moulins.

- Plus d'**un quart** fait une **étape exprès** dans la région de Moulins pour venir visiter le CNCS.

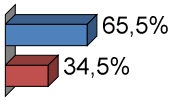
- Au total, plus de **10% des personnes qui sont en séjour** dans la région de Moulins sont venues spécifiquement pour le CNCS.

- Au total, **1/3 des excursionnistes** ont choisi la région de Moulins pour le CNCS.

5. Etiez-vous déjà venu dans la région de Moulins avant ce séjour ?

Visiteurs venus pour le CNCS

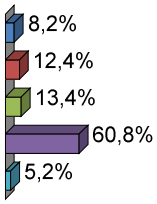
	Nb	% cit.
oui	**97**	**65,5%**
non	**51**	**34,5%**
Total	**148**	**100,0%**



6. Si oui, combien de fois êtes-vous déjà venu dans la région de Moulins lors des cinq dernières années ?

Visiteurs venus pour le CNCS

	Nb	% cit.
une fois	**8**	**8,2%**
deux à trois fois	**12**	**12,4%**
trois à cinq fois	**13**	**13,4%**
plus de cinq fois	**59**	**60,8%**
aucune fois lors des cinq dernières années	**5**	**5,2%**
Total	**97**	**100,0%**



- 65% de la clientèle qui vient spécifiquement pour le Centre National du Costume de Scène s'est déjà rendue dans la région de Moulins.

- 60% d'entre elle est d'ailleurs venue plus de cinq fois dans la région de Moulins au cours des cinq dernières années. Il s'agit en grande partie d'une clientèle fidèle au CNCS qui revient régulièrement visiter les nouvelles expositions (taux de réachat important).

- Plus d'un tiers (36%) du total des personnes qui se sont déjà rendues dans la région de Moulins sont revenues cette saison spécifiquement pour le CNCS.

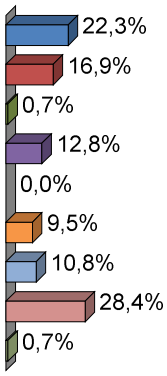
- 34 % des personnes qui viennent pour visiter le CNCS ne s'étaient jamais rendues dans la région de Moulins auparavant.

- **Le CNCS s'impose donc comme un véritable élément d'attractivité puisqu'il génère la venue de nombreux primo-visiteurs, qui sont des prospects pour les autres offres de la région de Moulins, tout en fidélisant une grande partie de sa clientèle existante.**

9. Comment avez-vous connu la région de Moulins ?

Visiteurs venus pour le CNCS

	Nb	% obs.
parents, amis, connaissances (bouche à oreille)	**33**	**22,3%**
habitant d'un département limitrophe	**25**	**16,9%**
internet (sites, réseaux sociaux, plateformes d'avis de consommateurs comme Tripadvisor)	**1**	**0,7%**
documentation ou guide touristique	**19**	**12,8%**
agence de voyages	**0**	**0,0%**
médias (presse, TV, radio)	**14**	**9,5%**
hasard (passage à proximité, affichage en bord de route)	**16**	**10,8%**
originaire de la région	**42**	**28,4%**
autre (coffret cadeau, etc.)	**1**	**0,7%**
Total	**148**	

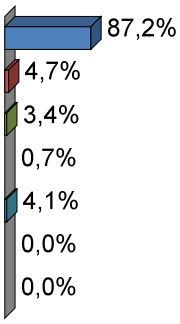


- La clientèle qui vient spécifiquement pour le Centre National du Costume de Scène a connu la région de Moulins grâce au **bouche à oreille** (22%), aux **médias et diverses documentations touristiques** (22%) mais aussi parce qu'elle en est **originaire** (28%). Pour plus de 40% d'entre elle, le CNCS est un **raison suffisante pour revenir** dans leur région d'origine.

17. Comment vous êtes-vous rendu dans la région de Moulins pour ce séjour ?

Visiteurs venus pour le CNCS

	Nb	% cit.
en voiture	**129**	**87,2%**
en camping-car	**7**	**4,7%**
en train	**5**	**3,4%**
en moto	**1**	**0,7%**
en autocar	**6**	**4,1%**
à vélo	**0**	**0,0%**
à pied	**0**	**0,0%**
Total	**148**	**100,0%**



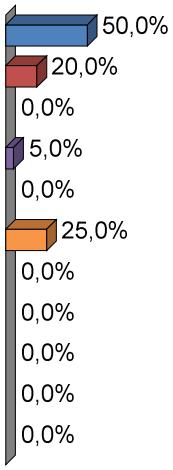
- Plus de **95%** de la clientèle qui vient spécifiquement pour le Centre National du Costume de Scène s'est rendue dans la région de Moulins par la **route**, tandis que seulement 3,4% arrive par le train.

- *Or, le CNCS met en place des campagnes de communication et de promotion en région parisienne et à Clermont-Ferrand, destinations qui sont toutes deux très bien reliées par le réseau ferroviaire à Moulins. Des actions et partenariats pourraient donc être envisagés avec la SNCF.*

18. Quel est votre mode d'hébergement actuel ?

Visiteurs venus pour le CNCS

	Nb	% cit.
hôtel	**10**	**50,0%**
chambres d'hôtes	**4**	**20,0%**
chambre chez l'habitant (airbnb)	**0**	**0,0%**
meublé, gîte	**1**	**5,0%**
auberge de jeunesse	**0**	**0,0%**
camping-car	**5**	**25,0%**
caravane / camping	**0**	**0,0%**
résidence principale des parents ou amis	**0**	**0,0%**
résidence secondaire des parents ou amis	**0**	**0,0%**
résidence personnelle secondaire	**0**	**0,0%**
échange de résidences entre particuliers	**0**	**0,0%**
Total	**20**	**100,0%**

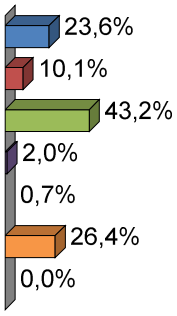


- 100 % de la clientèle qui vient spécifiquement dans la région de Moulins pour le Centre National du Costume de Scène est hébergée dans de **l'hébergement marchand**. La moitié est hébergée dans des hôtels et un quart à l'aire de camping-car.

22. Quels sont vos modes de restauration durant votre séjour dans la région de Moulins?

Visiteurs venus pour le CNCS

	Nb	% obs.
personnel (pique-nique ou dans hébergement)	**35**	**23,6%**
restaurant de cuisine traditionnelle	**15**	**10,1%**
brasserie / pizzeria / crêperie	**64**	**43,2%**
restaurant gastronomique	**3**	**2,0%**
restauration rapide	**1**	**0,7%**
aucun	**39**	**26,4%**
autre	**0**	**0,0%**
Total	**148**	



- Plus des 3/4 (80%) de la clientèle qui vient spécifiquement pour le Centre National du Costume de Scène reste manger dans la région de Moulins. On suppose qu'une partie d'entre elle **consomme sur place** et ne se rend pas en centre-ville puisqu'elle a la possibilité de manger à la brasserie du CNCS. De plus, un quart de ces 80% ne consomme rien dans la région de Moulins (mode de restauration personnel).

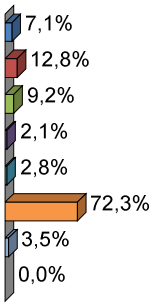
- 1/4 ne reste pas manger dans la région de Moulins.

- Au total, **seulement un peu plus de la moitié** (55%) de la clientèle qui vient spécifiquement pour le Centre National du Costume de Scène **génère des retombées économiques pour la restauration** dans la région de Moulins.

INFORMATIONS

24. Comment vous informez-vous une fois sur place ?
Visiteurs venus pour le CNCS sans OT

	Nb	% obs.
grâce à des outils numériques (smartphone, ordinateur portable, tablette, etc.)	**10**	**7,1%**
auprès de l'office de tourisme	**18**	**12,8%**
auprès de vos amis, votre famille	**13**	**9,2%**
auprès de l'accueil de l'hébergement	**3**	**2,1%**
auprès de personnes rencontrées sur place (restaurants, commerçants, habitants, sites touristiques, etc.)	**4**	**2,8%**
toutes les informations ont été obtenues avant le déplacement	**102**	**72,3%**
guide touristique	**5**	**3,5%**
autre	**0**	**0,0%**
Total	**141**	



- Près des **3/4** de la clientèle qui vient spécifiquement pour le Centre National du Costume de Scène a **obtenu toutes les informations nécessaires avant son déplacement**.

- **13% se rendent à l'office de tourisme** pour obtenir des informations une fois sur place. Il s'agit notamment (62%) des **personnes en séjour** dans la région de Moulins.

ACTIVITES PRATIQUEES ET SITES VISITES

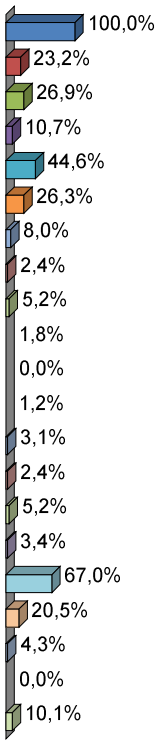
- La clientèle qui se rend dans la région de Moulins spécifiquement pour visiter le CNCS est une clientèle qui a un **intérêt prononcé pour le patrimoine culturel et historique** puisque près de la moitié visite également le quartier historique de Moulins et 1/3 la cathédrale. Cette clientèle en profite pour visiter également d'autres sites culturels tels que le triptyque (15%), la Maison Mantin (13,5%), le MAB (11%) ou encore le MIJ (9,5%). Ces données tendent à confirmer le statut de **"locomotive"** du CNCS pour les autres sites culturels présents sur le territoire.

- On note que plus de **90% de cette clientèle ne pratique aucune activité sportive** dans la région de Moulins, tandis qu'**un quart fait du shopping ou effectue des achats dans les commerces locaux**.

28. Quels sont les sites que vous avez visités / que vous comptez visiter ?

Visiteurs du CNCS

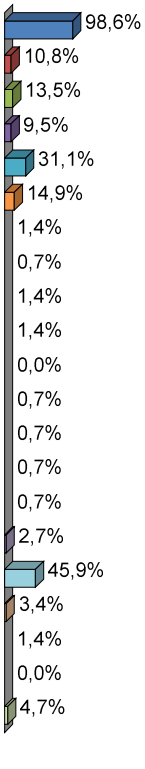
	Nb	% obs.
Centre National du Costume de Scène	327	100,0%
Musée Anne de Beaujeu	76	23,2%
Maison Mantin	88	26,9%
Musée de l'Illustration Jeunesse	35	10,7%
Cathédrale de Moulins	146	44,6%
Tryptique du Maître de Moulins	86	26,3%
La Mal Coiffée	26	8,0%
Musée du bâtiment	8	2,4%
Musée de la visitation	17	5,2%
Citévolution / Espace patrimoine	6	1,8%
Gallinothèque	0	0,0%
Espace rivière Allier	4	1,2%
Espace naturel du Val d'Allier	10	3,1%
Le Pal	8	2,4%
Forteresse de Bourbon	17	5,2%
Arboretum de Balaine	11	3,4%
Visite du quartier historique de Moulins	219	67,0%
Visite de Souvigny	67	20,5%
Visite de Noyant	14	4,3%
aucun	0	0,0%
autre	33	10,1%
Total	**327**	



28. Quels sont les sites que vous avez visités / que vous comptez visiter ?

Visiteurs venus pour le CNCS

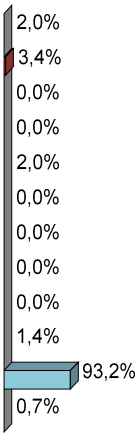
	Nb	% obs.
Centre National du Costume de Scène	146	98,6%
Musée Anne de Beaujeu	16	10,8%
Maison Mantin	20	13,5%
Musée de l'Illustration Jeunesse	14	9,5%
Cathédrale de Moulins	46	31,1%
Tryptique du Maître de Moulins	22	14,9%
La Mal Coiffée	2	1,4%
Musée du bâtiment	1	0,7%
Musée de la visitation	2	1,4%
Citévolution / Espace patrimoine	2	1,4%
Gallinothèque	0	0,0%
Espace rivière Allier	1	0,7%
Espace naturel du Val d'Allier	1	0,7%
Le Pal	1	0,7%
Forteresse de Bourbon	1	0,7%
Arboretum de Balaine	4	2,7%
Visite du quartier historique de Moulins	68	45,9%
Visite de Souvigny	5	3,4%
Visite de Noyant	2	1,4%
aucun	0	0,0%
autre	7	4,7%
Total	**148**	



30. Quelles sont les activités sportives et de loisirs que vous avez pratiquées / que vous comptez pratiquer ?

Visiteurs venus pour le CNCS

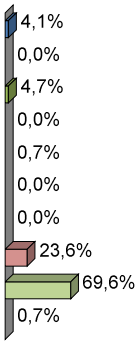
	Nb	% obs.
baignade / natation	3	2,0%
balades, randonnées pédestres	5	3,4%
activités équestres	0	0,0%
cyclotourisme	0	0,0%
balades à vélo / VTT	3	2,0%
golf	0	0,0%
pêche	0	0,0%
canoë	0	0,0%
tennis	0	0,0%
pétanque	2	1,4%
aucune	138	93,2%
autre	1	0,7%
Total	**148**	



32. Parmi ces autres activités, lesquelles avez-vous réalisées / comptez-vous réaliser ?

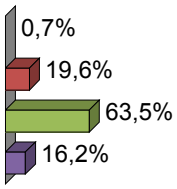
Visiteurs venus pour le CNCS

	Nb	% obs.
repos/ sieste/ farniente	6	4,1%
visites de galeries et ateliers d'artisan	0	0,0%
marché(s)	7	4,7%
brocante(s)	0	0,0%
exposition(s)	1	0,7%
concert(s)	0	0,0%
festival(s)	0	0,0%
shopping et achats dans les commerces locaux	35	23,6%
aucune	103	69,6%
autre	1	0,7%
Total	**148**	



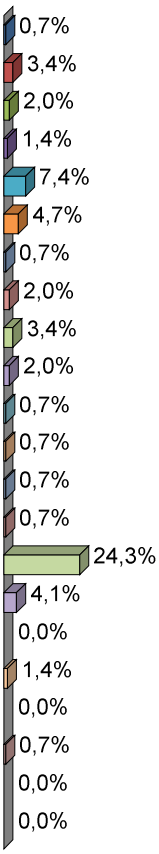
44. Est-ce que l'image que vous avez aujourd'hui de la région de Moulins est :
Visiteurs venus pour le CNCS

	Nb	% cit.
moins bonne que celle que vous aviez en arrivant	**1**	**0,7%**
identique à celle que vous aviez en arrivant	**29**	**19,6%**
meilleure que celle que vous aviez en arrivant	**94**	**63,5%**
ne se prononce pas	**24**	**16,2%**
Total	**148**	**100,0%**



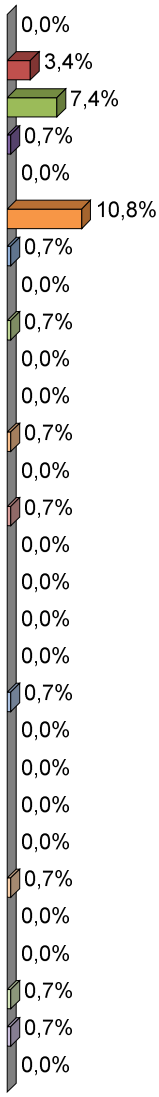
45. Pouvez-vous citer 3 points positifs qui qualifient selon vous la région de Moulins ?
Visiteurs venus pour le CNCS

	Nb	% obs.
amélioration des extérieurs de la ville	**1**	**0,7%**
architecture remarquable	**5**	**3,4%**
concentration géographique de l'offre culturelle très appréciable	**3**	**2,0%**
large choix de restaurants	**2**	**1,4%**
quartier historique charmant et bien mis en valeur	**11**	**7,4%**
riche offre culturelle de la ville	**7**	**4,7%**
spécialités locales trés appréciées (palets d'or, etc.)	**1**	**0,7%**
très satisfaisante aire de camping-cars	**3**	**2,0%**
ville belle et agréable	**5**	**3,4%**
ville paisible et reposante	**3**	**2,0%**
ville prospère	**1**	**0,7%**
ville surprenante	**1**	**0,7%**
ville vivante	**1**	**0,7%**
ville à dimension humaine	**1**	**0,7%**
présence de sites remarquables (CNCS, Maison Mantin, Tryptique du Maître de Moulins, etc.)	**36**	**24,3%**
accueil excellent (professionnels et personnes rencontrées sur place)	**6**	**4,1%**
très bonne visite avec les flashcode	**0**	**0,0%**
ville propre	**2**	**1,4%**
signalétique efficace	**0**	**0,0%**
Souvigny est une ville remarquable	**1**	**0,7%**
ville fleurie	**0**	**0,0%**
patrimoine naturel	**0**	**0,0%**
Total	**148**	



46. Pouvez-vous citer 3 points négatifs qui qualifient selon vous la région de Moulins ?
Visiteurs venus pour le CNCS

	Nb	% obs.
équipements de l'aire de camping-car en disfonctionnement à cause des intempéries	0	0,0%
manque de stationnements	5	3,4%
mauvaise signalétique (sites, OT, etc.)	11	7,4%
petite ville	1	0,7%
pluvieux	0	0,0%
trop peu de communication sur la destination Moulins, ilfaut connaître pour venir	16	10,8%
manque d'animations	1	0,7%
patrimoine bâti à exploiter et mettre en valeur davantage	0	0,0%
CNCS excentré	1	0,7%
cadre exceptionnel du Grand Café désservi par la qualité de la cuisine	0	0,0%
manque d'informations touristiques à la gare	0	0,0%
musée du folklore aurait du être conservé	1	0,7%
Vichy est une ville plus attractive	0	0,0%
Souvigny mériterait d'être plus connue	1	0,7%
visite de la chappelle de la visitation impossible	0	0,0%
incompétence des professionnels de la culture et du tourisme (OT, service du patrimoine)	0	0,0%
manque de toilettes publiques	0	0,0%
trop peu d'horaires de trains	0	0,0%
aucune signalétique pour les vélos depuis l'aire de camping-cars	1	0,7%
centre-ville désertifié à cause des zones commerciales	0	0,0%
guide touristique de Moulins à compléter (pas la Sacré-Coeur)	0	0,0%
Améliorations à appaorter à l'aire CC (délimiter emplacements, mise en place wifi, etc.)	0	0,0%
installer des consignes pour les valises pour permettre de visiter la ville plus facilement	0	0,0%
pas de traductions sur les bornes de l'aire de camping-cars	1	0,7%
pas de camping	0	0,0%
trop peu de liaisons pour rejoindre Souvigny	0	0,0%
pas assez de visites guidées organisées	1	0,7%
pas de visite de la ville en petit train	1	0,7%
pas de restaurant végétarien à Moulins	0	0,0%
Total	**148**	



- Le **niveau de satisfaction** de la clientèle qui se rend dans la région de Moulins spécifiquement pour visiter le CNCS est **globalement bon** puisque plus de **60%** d'entre elle ont une **meilleure image de la région de Moulins que celle qu'ils avaient auparavant**. Ce taux reste le même pour les primo-visiteurs comme pour ceux qui sont déjà venus auparavant, ce qui signifie que **le site du CNCS et la région de Moulins ont un fort potentiel d'attraction et de séduction**.

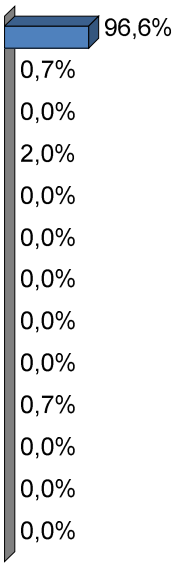
- De manière logique, les **points positifs** qui émergent pour cette clientèle sont liés à la richesse du patrimoine bâti et culturel de la ville : *présence de sites remarquables* (24%), *quartier historique charmant et bien mis en valeur* (7%), *riche offre culturelle de la ville* (5%), *architecture remarquable* (3%).

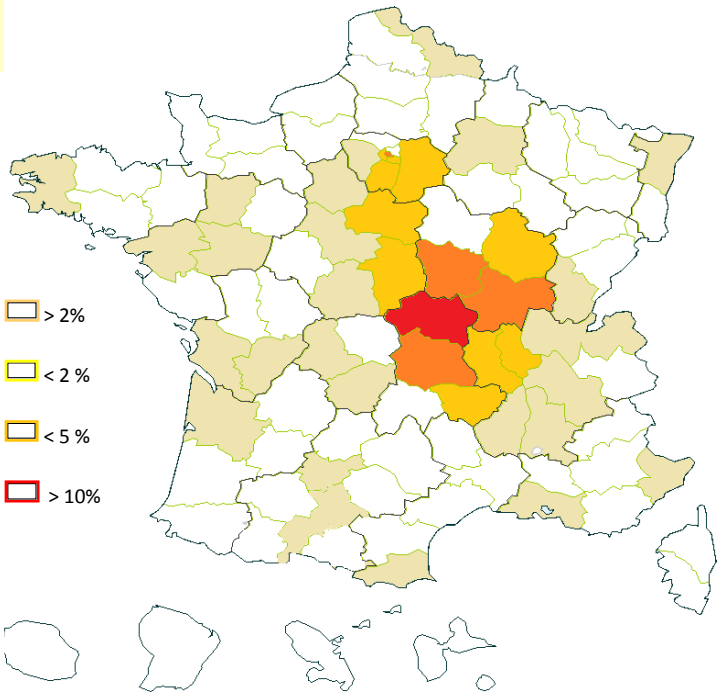
- Les **points d'amélioration notables** concernent la dynamisation du territoire : *trop peu de communication sur la destination Moulins, il faut connaitre pour venir* (11%) et les freins à la mobilité et à la circulation : *mauvaise signalétique* (7,4%), *manque de stationnements* (3,4%).

PROFIL DU VISITEUR

48. Quel est votre pays de provenance ?
Visiteurs venus pour le CNCS

	Nb	% cit.
France	**143**	**96,6%**
Allemagne	**1**	**0,7%**
Australie	**0**	**0,0%**
Belgique	**3**	**2,0%**
Espagne	**0**	**0,0%**
Etats-Unis	**0**	**0,0%**
Irlande	**0**	**0,0%**
Italie	**0**	**0,0%**
Luxembourg	**0**	**0,0%**
Pays-Bas	**1**	**0,7%**
Royaume-Uni	**0**	**0,0%**
Suisse	**0**	**0,0%**
autre	**0**	**0,0%**
Total	**148**	**100,0%**





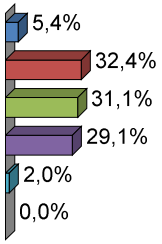
- **97% des visiteurs** qui sont venus spécifiquement dans la région de Moulins pour visiter le CNCS **sont français**.

- Ils proviennent en grande partie de l'**Allier** (23%), des **départements limitrophes** (42, 58, 63, 71 : 25%) et de la **région parisienne** (16%). Pour information, l'actuelle région Auvergne Rhône-Alpes génère la venue de 43% de cette clientèle (respectivement 32,2% pour l'Auvergne et 11,2 pour le Rhône-Alpes).

53. Vous êtes venu dans la région de Moulins ?

Visiteurs venus pour le CNCS

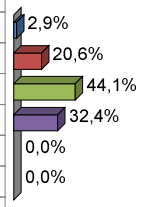
	Nb	% cit.
seul	8	5,4%
en couple	48	32,4%
en famille	46	31,1%
entre amis	43	29,1%
groupe organisé	3	2,0%
entre collègues	0	0,0%
Total	**148**	**100,0%**



53. Vous êtes venu dans la région de Moulins ?

Visiteurs venus pour le CNCS

	Nb	% cit.
seul	1	2,9%
en couple	7	20,6%
en famille	15	44,1%
entre amis	11	32,4%
groupe organisé	0	0,0%
entre collègues	0	0,0%
Total	**34**	**100,0%**

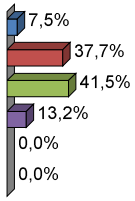


JUIN

53. Vous êtes venu dans la région de Moulins ?

Visiteurs venus pour le CNCS

	Nb	% cit.
seul	4	7,5%
en couple	20	37,7%
en famille	22	41,5%
entre amis	7	13,2%
groupe organisé	0	0,0%
entre collègues	0	0,0%
Total	**53**	**100,0%**

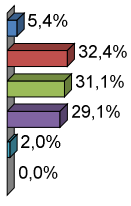


JUILLET

53. Vous êtes venu dans la région de Moulins ?

Visiteurs venus pour le CNCS

	Nb	% cit.
seul	8	5,4%
en couple	48	32,4%
en famille	46	31,1%
entre amis	43	29,1%
groupe organisé	3	2,0%
entre collègues	0	0,0%
Total	**148**	**100,0%**

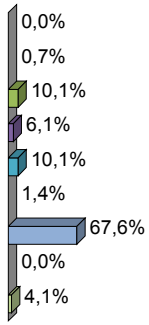


AOUT

52. Quelle est votre catégorie socioprofessionnelle ?

Visiteurs venus pour le CNCS

	Nb	% cit.
agriculteurs, exploitants	0	0,0%
artisans, commerçants et chefs d'entreprise	1	0,7%
cadres et professions intellectuelles supérieures	15	10,1%
professions intermédiaires	9	6,1%
employés	15	10,1%
ouvriers	2	1,4%
retraités	100	67,6%
sans emploi	0	0,0%
étudiants	6	4,1%
Total	**148**	**100,0%**



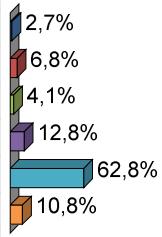
- Concernant la clientèle venue spécifiquement dans la région de Moulins pour visiter le CNCS, on note une **fréquentation très marquée par la présence des séniors** (près des 3/4 de cette clientèle) et des **inactifs** (72%). A noter tout de même que 10% de cette clientèle sont des CSP+.

- On note une répartition égale des visiteurs dont **un tiers** vient **en famille, un tiers en couple** et l'autre **tiers entre amis**. On observe que la fréquentation des familles augmente en juillet et août tandis que les couples et les groupes d'amis plébiscitent le site au mois de juin.

51. Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

Visiteurs venus pour le CNCS

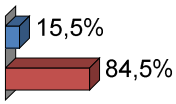
	Nb	% cit.
18-25 ans	4	2,7%
26-35 ans	10	6,8%
36-45 ans	6	4,1%
46-55 ans	19	12,8%
56-70 ans	93	62,8%
71 ans et +	16	10,8%
Total	**148**	**100,0%**



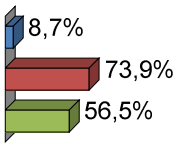
54. Etes-vous accompagné d'enfants ?

Visiteurs venus pour le CNCS

	Nb	% cit.
oui	23	15,5%
non	125	84,5%
Total	**148**	**100,0%**



55. Si oui, quel âge ont-ils ?

Visiteurs venus pour le CNCS

	Nb	% obs.
0-3 ans	2	8,7%
4 -12 ans	17	73,9%
12-18 ans	13	56,5%
Total	**23**