

Etude de clientèle touristique en saison

*Clientèle venue dans la région de
Moulins en séjour*



Office de tourisme de Moulins et sa région

Mai-Septembre 2016

DUREE DU SEJOUR ET CHOIX DE LA DESTINATION

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

	Nb	% cit.
pour raisons professionnelles	2	0,3%
dans le cadre d'une étape sur la route des vacances	137	22,8%
pour la journée	140	23,3%
pour la journée et vous passez vos vacances hors de la région de Moulins	139	23,2%
en séjour / vacances	182	30,3%
Total	600	100,0%

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

Clientèle en séjour

	Nb	% cit.
1/2 journée (le matin)	0	0,0%
1/2 journée (l'après-midi)	0	0,0%
1 journée	0	0,0%
1 à 3 nuits	134	73,6%
4 à 6 nuits	26	14,3%
7 nuits et +	22	12,1%
Total	182	100,0%

- On note 30% de séjours dont près des 3/4 qui sont des courts séjours (1 à 3 nuits).
- Le nombre de séjours est le plus important durant le mois de juillet.

- On note peu de longs séjours de 7 nuits et plus dans la région de Moulins (ils représentent seulement 12% des séjours). Près des 3/4 de ces longs séjours sont d'ailleurs justifiés par la présence de famille & amis (72%) et d'un mode d'hébergement gratuit dans la région de Moulins (10%).

3. Pouvez-vous me préciser la commune dans laquelle se situe votre hébergement ?

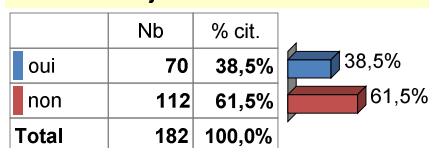
Clientèle en séjour

	Nb	% cit.	
Aubigny	0	0,0%	0,0%
Aurouër	1	0,5%	0,5%
Avermes	5	2,7%	2,7%
Bagneux	0	0,0%	0,0%
Bessay-sur-Allier	0	0,0%	0,0%
Besson	0	0,0%	0,0%
Bresnay	0	0,0%	0,0%
Bressolles	2	1,1%	1,1%
Chapeau	0	0,0%	0,0%
Chemilly	0	0,0%	0,0%
Chézy	1	0,5%	0,5%
Coulandon	4	2,2%	2,2%
Gennetines	6	3,3%	3,3%
Gouise	0	0,0%	0,0%
Marigny	0	0,0%	0,0%
Montbeugny	0	0,0%	0,0%
Montilly	1	0,5%	0,5%
Moulins	134	73,6%	73,6%
Neuilly-le-Réal	0	0,0%	0,0%
Neuvy	3	1,6%	1,6%
Saint-Ennemond	0	0,0%	0,0%
Souvigny	10	5,5%	5,5%
Toulon-sur-Allier	2	1,1%	1,1%
Trévol	2	1,1%	1,1%
Villeneuve-sur-Allier	1	0,5%	0,5%
Yzeure	10	5,5%	5,5%
Autre	0	0,0%	0,0%
Total	182	100,0%	

- Près des 3/4 (74%) de la clientèle en séjour est hébergée à Moulins, ville qui concentre 40% de l'offre d'hébergement de l'agglomération.
- 5,5% de la clientèle en séjour dans la région de Moulins sont hébergés à Souvigny et 5,5% à Yzeure.

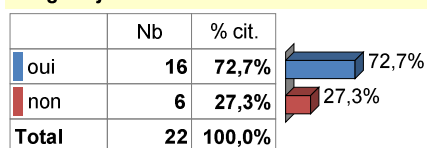
5. Etiez-vous déjà venu dans la région de Moulins avant ce séjour ?

Clientèle en séjour



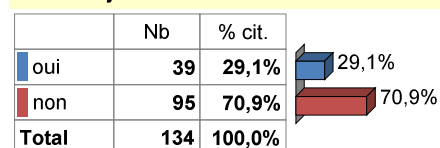
5. Etiez-vous déjà venu dans la région de Moulins avant ce séjour ?

Longs séjours



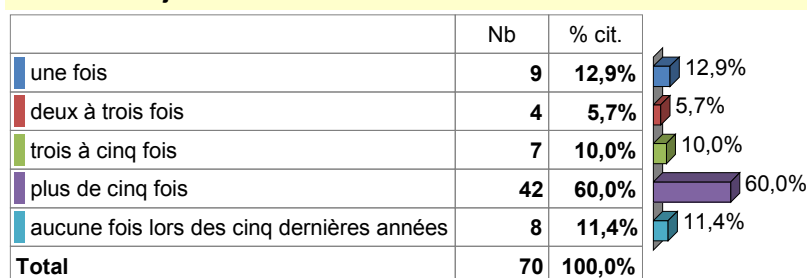
5. Etiez-vous déjà venu dans la région de Moulins avant ce séjour ?

Courts séjours



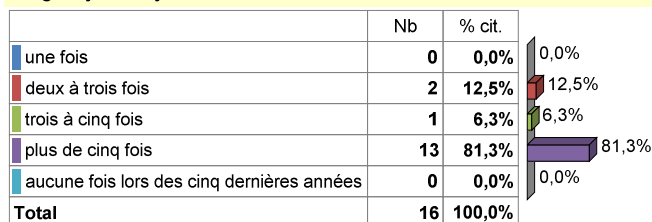
6. Si oui, combien de fois êtes-vous déjà venu dans la région de Moulins lors des cinq dernières années ?

Clientèle en séjour



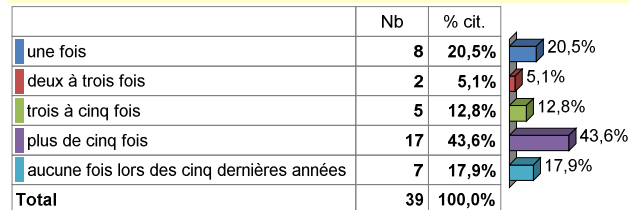
6. Si oui, combien de fois êtes-vous déjà venu dans la région de Moulins lors des cinq dernières années ?

Longs séjours déjà venus



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

Courts séjours déjà venus

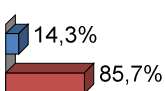


- Plus de 60% de la clientèle en séjour ne s'était jamais rendue dans la région de Moulins.
- Près des 3/4 des personnes qui effectuent un long séjour (7 nuits et +) dans la région de Moulins étaient déjà venues tandis qu'à l'inverse, près des 3/4 des personnes qui effectuent un court séjour (1 à 3 nuits) dans la région de Moulins ne sont jamais venues.
- 60% du total de la clientèle en séjour qui est déjà venue dans la région de Moulins est venue plus de 5 fois au cours des 5 dernières années. Ce taux dépasse les 80% concernant les personnes en longs séjours, taux qui deux fois plus élevé que pour les personnes en courts séjours (43%).
- On note également que toutes les personnes qui effectuent un long séjour et qui sont déjà venues dans la région de Moulins sont venues au cours des cinq dernières années.

7. Avant de venir dans la région de Moulins, aviez-vous déjà entendu parler de certains sites / lieux de visite ?

Clientèle en séjour

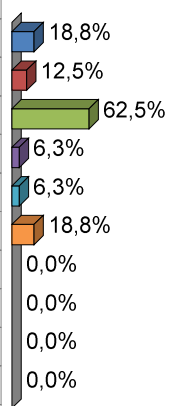
	Nb	% cit.
oui	16	14,3%
non	96	85,7%
Total	112	100,0%



8. Si oui, lesquels ?

Clientèle en séjour

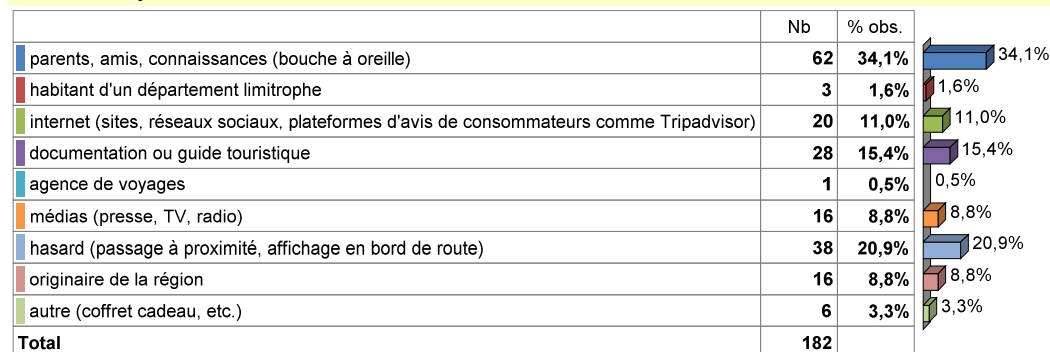
	Nb	% obs.
Aire de camping-car	3	18,8%
Cathédrale de Moulins	2	12,5%
Centre National du Costume de Scène	10	62,5%
Maison Mantin	1	6,3%
Quartier historique de Moulins	1	6,3%
Tryptique du Maître de Moulins	3	18,8%
Grand Café	0	0,0%
Musée Anne de Beaujeu	0	0,0%
Musée Illustration Jeunesse	0	0,0%
Souvigny	0	0,0%
Total	16	



- 85% de la clientèle en séjour n'avait entendu parler d'aucun site dans la région de Moulins avant de venir.
- Pour 62% de la clientèle en séjour qui avait entendu parler d'un site avant de venir dans la région de Moulins, il s'agit du CNCS. On note également que près de 20 % avaient entendu parler de l'aire de camping-cars.

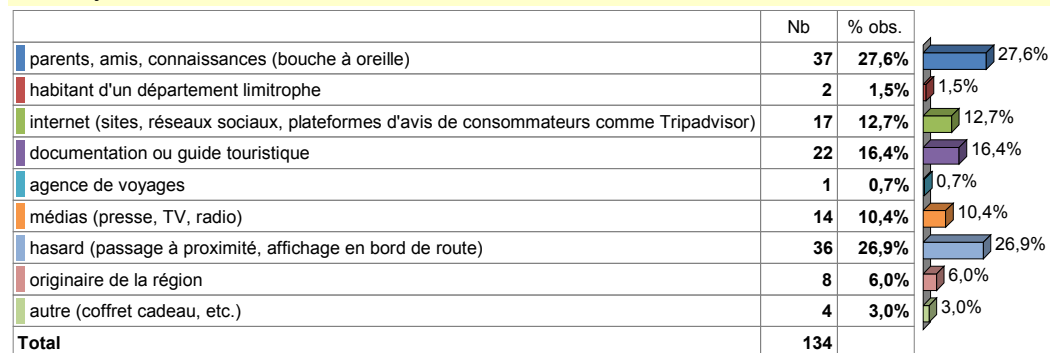
9. Comment avez-vous connu la région de Moulins ?

Clientèle en séjour



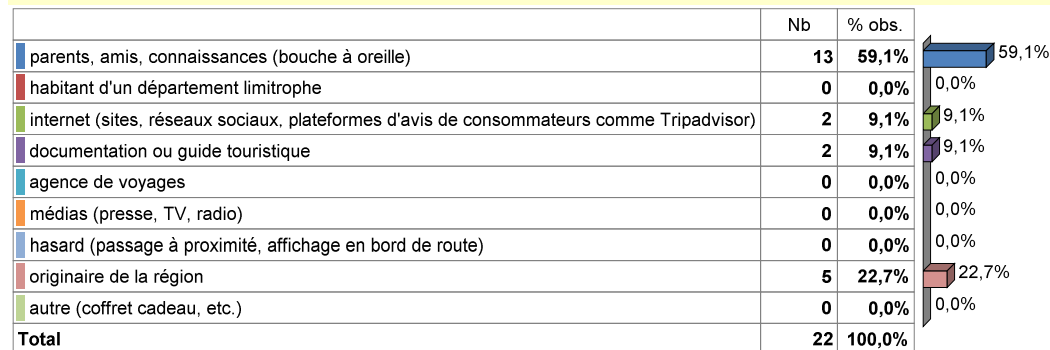
9. Comment avez-vous connu la région de Moulins ?

Courts séjours



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

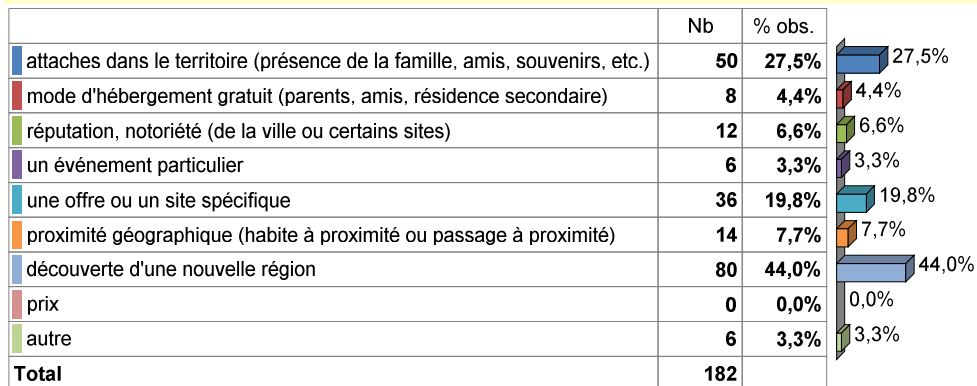
Longs séjours



- Les principaux modes de connaissance de la région de Moulins sont le bouche à oreille (34%) et la documentation touristique (15%). On note également que près d'une personne sur quatre (21%) a connu la destination de Moulins et sa région en s'y arrêtant par hasard.
- On note que près de 60% des personnes qui sont en long séjour dans la région de Moulins ont connu la destination grâce au bouche à oreille, contre 27% pour celles en court séjour.
- Près d'un quart des personnes qui sont en long séjour dans la région de Moulins ont connu la destination parce qu'elles en sont originaires, soit près de quatre fois plus que pour celles en court séjour.
- Plus d'un quart des personnes en court séjour ont connu la destination de Moulins et sa région en s'y arrêtant par hasard tandis que cela ne concerne aucune personne en long séjour. Cela induit donc que les longs séjours dans la région de Moulins ne sont pas spontanés mais anticipés.

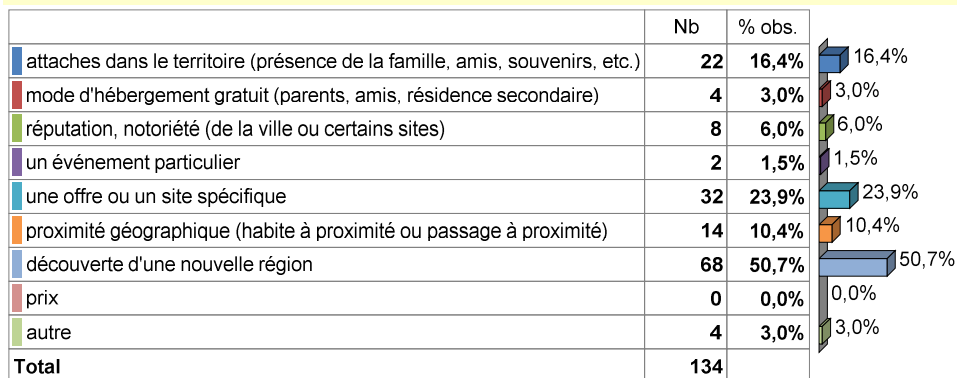
11. Pourquoi avez-vous choisi la région de Moulins pour ce séjour ?

Clientèle en séjour



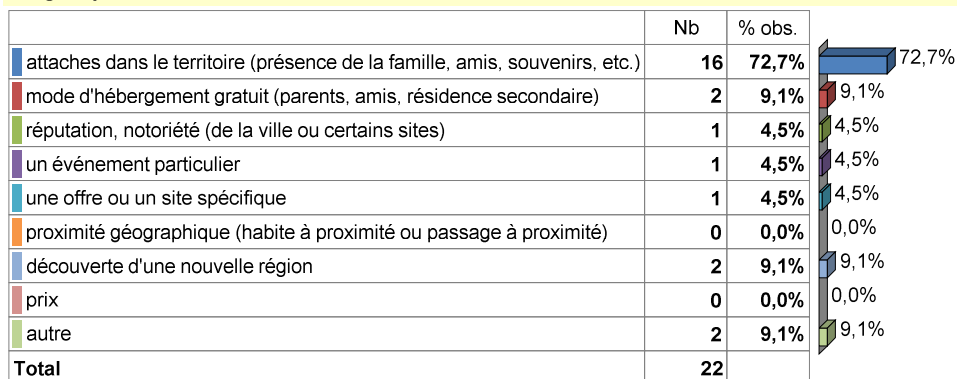
11. Pourquoi avez-vous choisi la région de Moulins pour ce séjour ?

Courts séjours



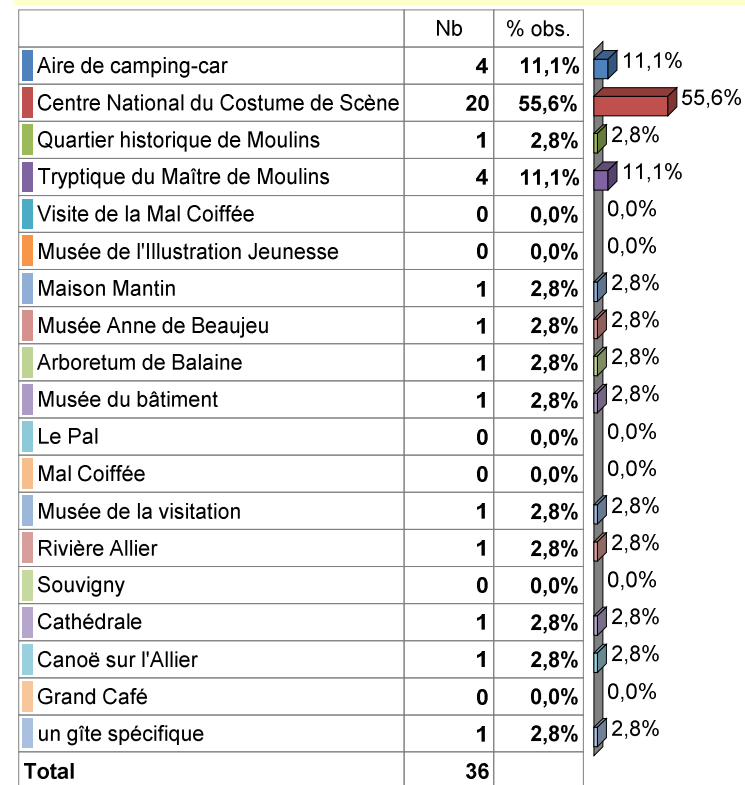
11. Pourquoi avez-vous choisi la région de Moulins pour ce séjour ?

Longs séjours



14. Si vous avez choisi de venir pour une offre ou un site spécifique, pouvez-vous préciser lequel ?

Clientèle en séjour



- 44% de la clientèle en séjour a choisir de venir dans la région de Moulins pour découvrir une nouvelle région, tandis qu'un quart d'entre elle a décidé de venir parce qu'elle a des attaches dans le territoire. 20% quant à elle est venue pour une offre spécifique (dont plus de la moitié pour le CNCS).
- On note toutefois des différences très marquées en fonction en fonction de la durée des séjours :

Clientèle en long séjour :

- Près des 3/4 se sont rendus pour ce séjour dans la région de Moulins parce qu'ils y ont des attaches.

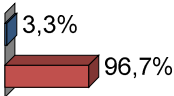
Clientèle en court séjour :

- La moitié s'est rendue pour ce séjour dans la région de Moulins pour découvrir une nouvelle région.
- Un quart est venu pour une offre spécifique (dont 56% pour le CNCS).
- Seulement 16% sont venus parce qu'ils ont des attaches dans le territoire (soit 4,5 fois moins que pour la clientèle en long séjour).

15. Avez-vous pensé à d'autres destinations lorsque vous avez pris votre décision de séjour ?

Clientèle en séjour

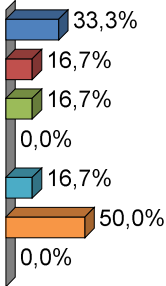
	Nb	% cit.
oui	6	3,3%
non	176	96,7%
Total	182	100,0%



16. Si oui, laquelle/ lesquelles ?

Clientèle en séjour

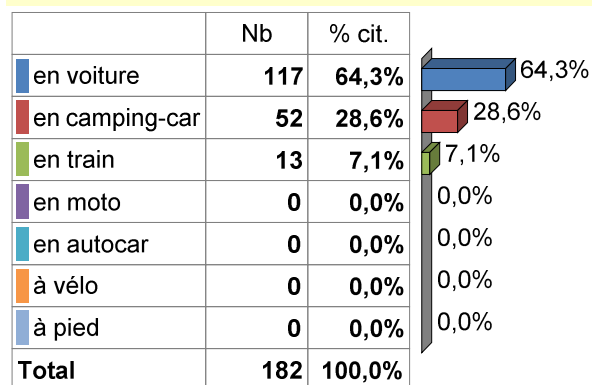
	Nb	% obs.
Forêt de Tronçais	2	33,3%
Saint-Pourçain	1	16,7%
Vichy	1	16,7%
Montluçon	0	0,0%
Bourges	1	16,7%
Nevers	3	50,0%
Charroux	0	0,0%
Total	6	



- Seulement 3% de la clientèle en séjour avait pensé à une autre destination lorsqu'elle a pris sa décision de séjour. Pour la moitié d'entre elle, il s'agit de Nevers.

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

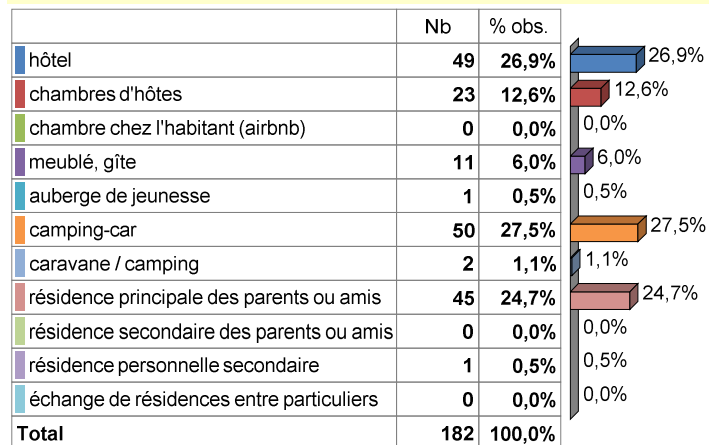
Clientèle en séjour



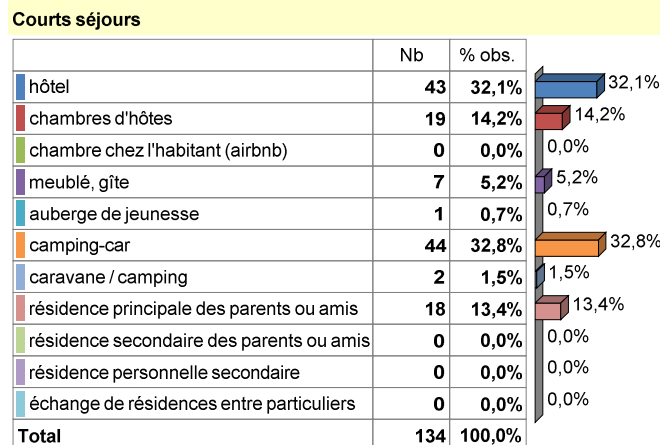
- 92% de la clientèle en séjour est venue dans la région de Moulins par la route. On note que plus d'un quart d'entre elle est venue en camping-car.
- 7% est venue par le train.
- On note une différence prononcée du mode de déplacement en fonction de la durée du séjour. En effet, 14% des personnes en long séjour sont venues par le train soit 3 fois plus que celles en court séjour (4,5%) tandis que plus d'un tiers (34%) des personnes en court séjour sont venues en camping-car, soit 2,5 fois plus que celles en long séjour.

HEBERGEMENT ET RESTAURATION

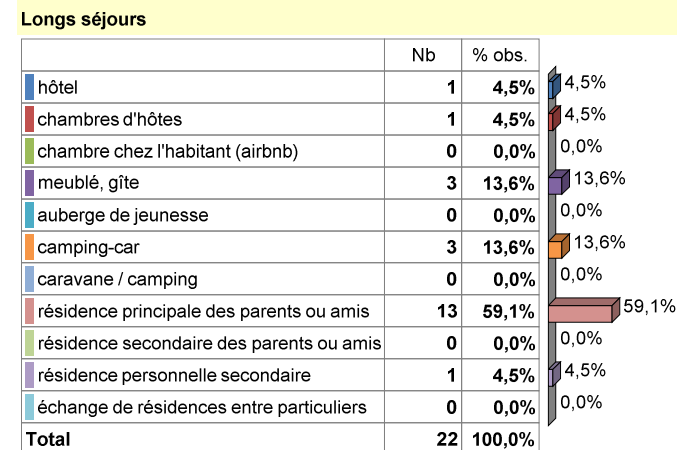
18. Quel est votre mode d'hébergement actuel ?



18. Quel est votre mode d'hébergement actuel ?

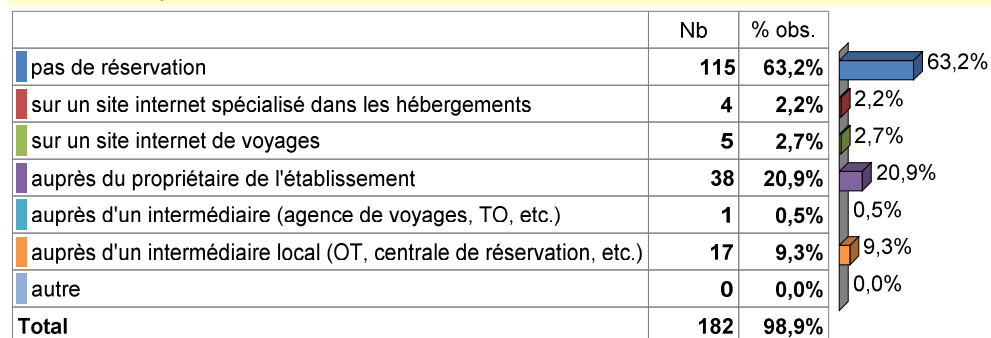


18. Quel est votre mode d'hébergement actuel ?



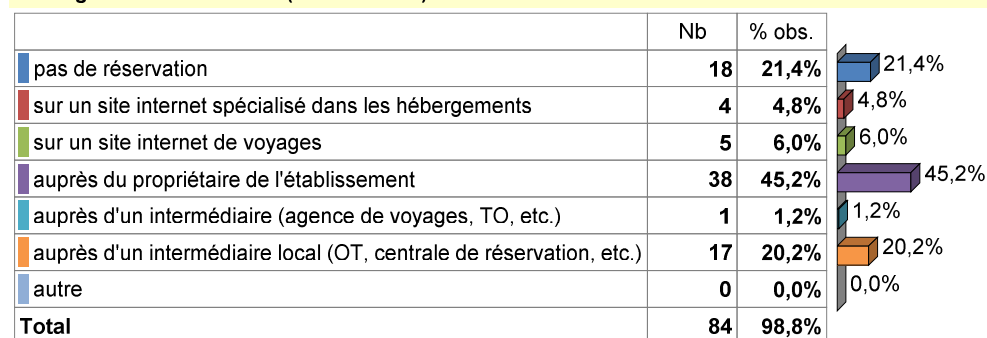
19. Comment avez-vous réservé votre hébergement ?

Clientèle en séjour



19. Comment avez-vous réservé votre hébergement ?

Hébergements marchands (sans aire CC)



- La clientèle en séjour dans la région de Moulins privilégie l'hébergement marchand (75% contre 25% pour l'hébergement non marchand).
- On note une part prépondérante de l'hôtellerie (36%) et de l'aire de camping-car (37%) dans le poids de l'hébergement marchand.
- Il faut toutefois préciser que l'offre induit fortement la consommation du mode d'hébergement puisque la région de Moulins possède sur son territoire une aire de camping-cars reconnue et ne possède pas de camping.
- On remarque que le type d'hébergement varie en fonction de la durée du séjour :

Clients en court séjour :

- clientèle qui privilégie les modes d'hébergement marchands (86,5% dont un tiers pour l'hôtellerie et un tiers pour l'aire de camping-cars)

Clients en long séjour :

- clientèle qui privilégie les modes d'hébergement non marchands (64%, dont 60% hébergée dans la résidence principale de parents ou amis).

- 63% de la clientèle en séjour ne réserve pas son hébergement. Toutefois, si on exclut les modes d'hébergements non marchands ainsi que l'aire de camping-cars qui ne nécessitent pas de réservation, ce taux descend logiquement à 21%.
- On constate que d'une manière générale, la clientèle en séjour réserve directement auprès du propriétaire de l'établissement.

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

Clientèle en séjour

	Nb	% obs.
personnel (pique-nique ou dans hébergement)	134	73,6%
restaurant de cuisine traditionnelle	71	39,0%
brasserie / pizzeria / crêperie	42	23,1%
restaurant gastronomique	17	9,3%
restauration rapide	8	4,4%
aucun	0	0,0%
autre	0	0,0%
Total	182	

- Les 3/4 de la clientèle en séjour ne consomment pas dans la région de Moulins puisqu'ils ont recours à un mode de restauration personnel (pique-nique ou dans hébergement).

INFORMATIONS

24. Comment vous informez-vous une fois sur place ?

Clientèle en séjour sans OT

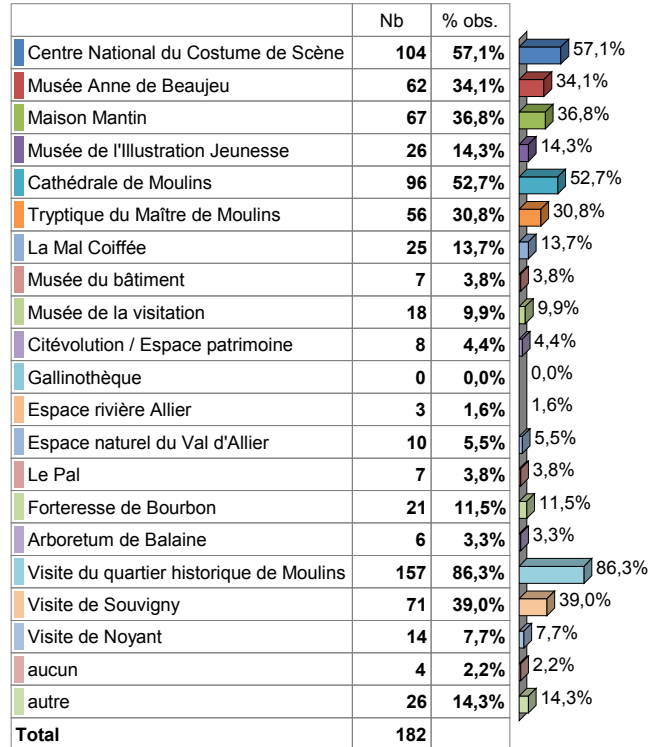
	Nb	% obs.
grâce à des outils numériques (smartphone, ordinateur portable, tablette, etc.)	14	9,2%
auprès de l'office de tourisme	81	53,3%
auprès de vos amis, votre famille	47	30,9%
auprès de l'accueil de l'hébergement	12	7,9%
auprès de personnes rencontrées sur place (restaurants, commerçants, habitants, sites touristiques, etc.)	31	20,4%
toutes les informations ont été obtenues avant le déplacement	22	14,5%
guide touristique	19	12,5%
autre	2	1,3%
Total	152	

- + de la moitié de la clientèle en séjour se rend à l'office de tourisme une fois sur place pour obtenir des informations.
- près d'un tiers se renseigne directement au près de leur famille et amis, qui jouent le rôle d'ambassadeur de la destination.

ACTIVITES PRATIQUES ET SITES VISITES

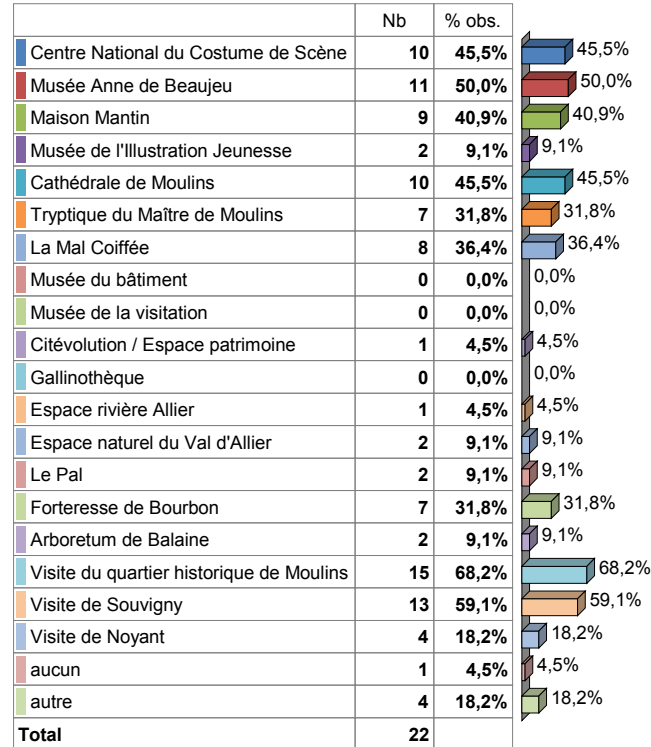
28. Quels sont les sites que vous avez visités / que vous comptez visiter ?

Clientèle en séjour



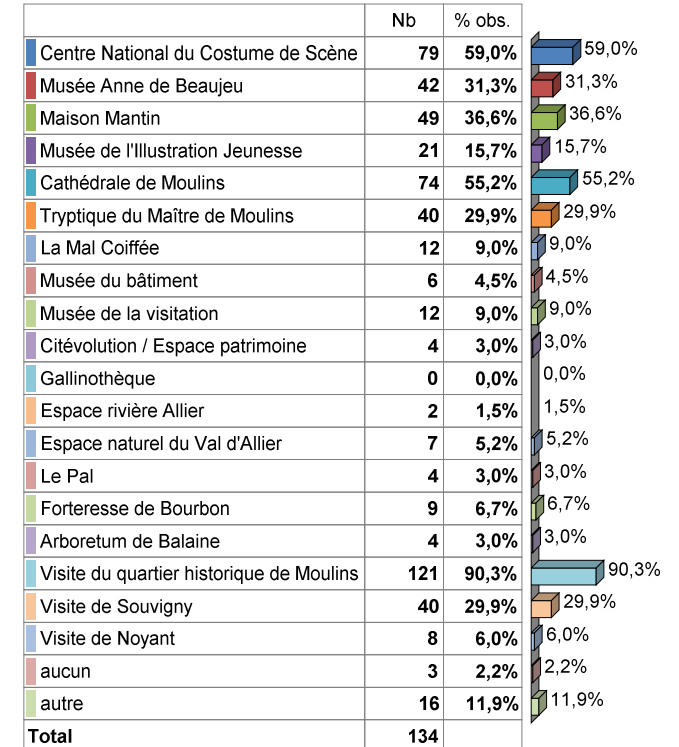
28. Quels sont les sites que vous avez visités / que vous comptez visiter ?

Longs séjours



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

Courts séjours



- Globalement, la clientèle en séjour privilégie un tourisme de découverte. On note toutefois des distinctions significatives entre les longs séjours et les courts séjours.

Clientèle en court séjour :

- 90% visitent le quartier historique de Moulins, la moitié la cathédrale et un tiers le triptyque.
- 60% visitent le CNCS et un tiers la Maison Mantin et le Musée Anne de Beaujeu.
- 30% visitent Souvigny.

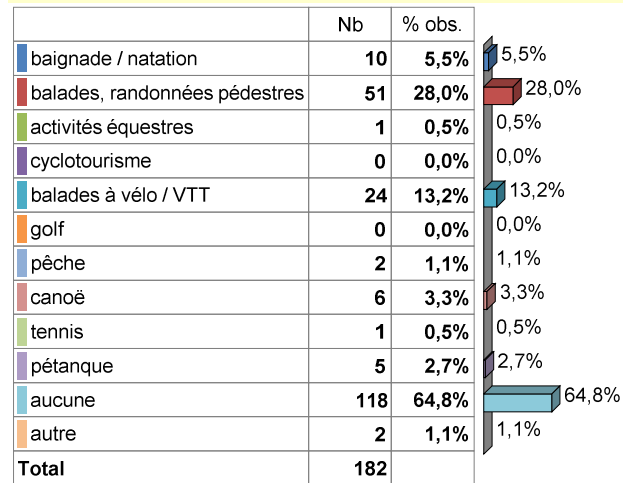
Clientèle en long séjour :

- 70 % visitent le quartier historique de Moulins, la moitié la cathédrale et un tiers le triptyque.
- 60 % de la clientèle en long séjour visite Souvigny.
- la clientèle en long séjour visite davantage le Musée Anne de Beaujeu (50%) que le CNCS (45,5%).
- 40 % visitent la Maison Mantin et plus d'1/3 visitent la Mal Coiffée et la forteresse de Bourbon-l'Archambault.

- Seulement 2% de la clientèle en séjour ne pratique aucune activité culturelle dans la région de Moulins.

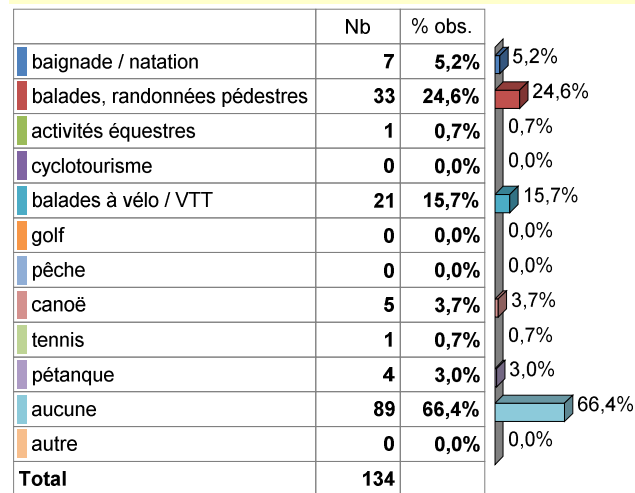
30. Quelles sont les activités sportives et de loisirs que vous avez pratiquées / que vous comptez pratiquer ?

Clientèle en séjour



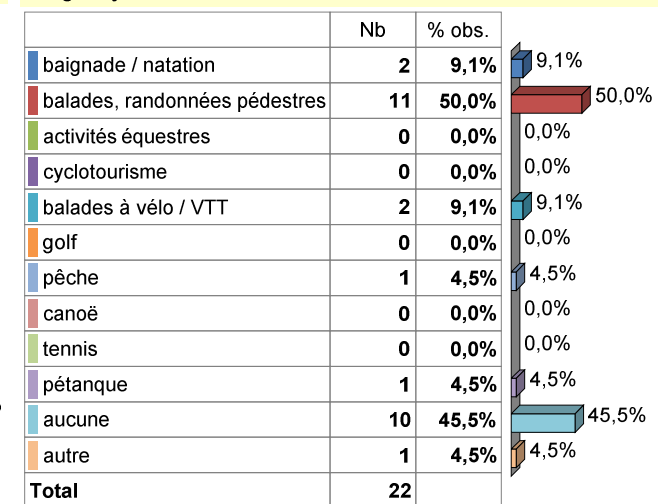
30. Quelles sont les activités sportives et de loisirs que vous avez pratiquées / que vous comptez pratiquer ?

Courts séjours



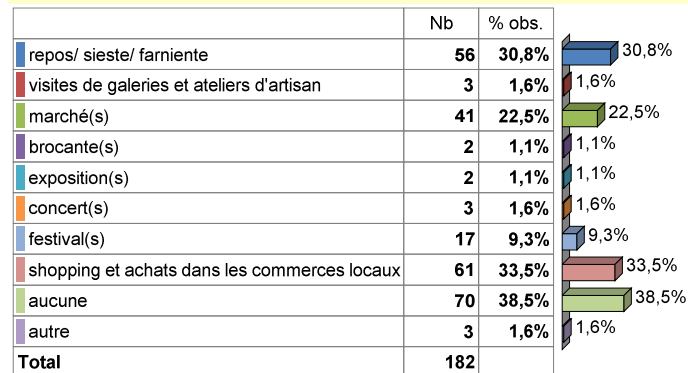
30. Quelles sont les activités sportives et de loisirs que vous avez pratiquées / que vous comptez pratiquer ?

Longs séjours



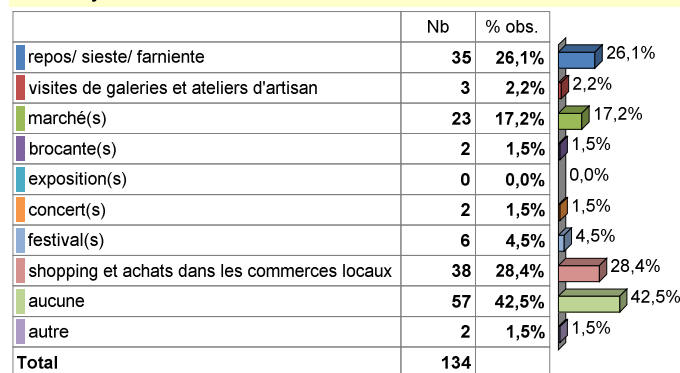
32. Parmi ces autres activités, lesquelles avez-vous réalisées / comptez-vous réaliser ?

Clientèle en séjour



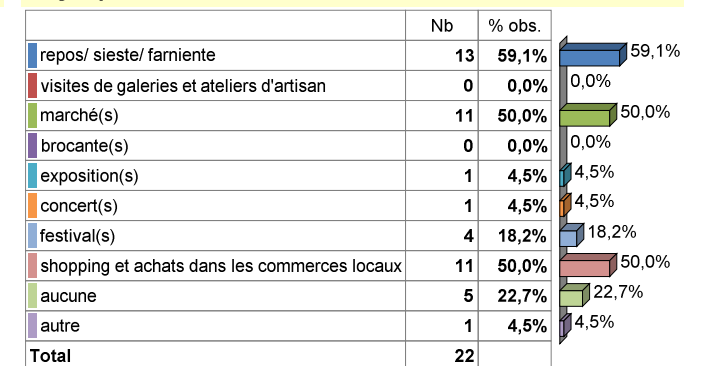
32. Parmi ces autres activités, lesquelles avez-vous réalisées / comptez-vous réaliser ?

Courts séjours



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

Longs séjours

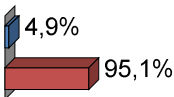


- De manière globale, la clientèle en séjour ne pratique aucune activité sportive (65%) dans la région de Moulins. Ce taux diminue pour la clientèle en long séjour puisque moins de la moitié d'entre elle ne pratique pas d'activité sportive. La moitié déclare d'ailleurs effectuer des balades / randonnées pédestres. Un quart de la clientèle en court séjour fait de même, et on note que cette clientèle a davantage tendance (16%) à faire des balades à vélos / VTT que la clientèle en long séjour (9%).
- La clientèle en séjour pratique plus d'activités "annexes" aux visites culturelles et sportives dans la région de Moulins. 1/3 fait du shopping et des achats dans les commerces locaux et environ 1/4 va au marché. Un tiers profite de son séjour dans la région de Moulins pour se reposer et se détendre.
- On note que ces taux augmentent pour la clientèle en long séjour qui profite de la durée de son séjour pour effectuer davantage d'activités. Ainsi, la moitié fait du shopping et des achats dans les commerces locaux et va au marché. 60% en profitent pour se reposer dans la région de Moulins.

34. Avez-vous acheté un citypass ?

Clientèle en séjour

	Nb	% cit.
oui	9	4,9%
non	173	95,1%
Total	182	100,0%



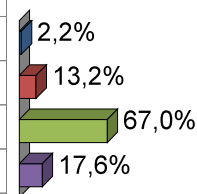
- 5% de la clientèle en séjour dans la région de Moulins a acheté un citypass. On remarque que près de 10% n'en ont pas acheté parce qu'ils bénéficient déjà des réductions du Pass'Allen.

NIVEAU DE SATISFACTION ET ATTENTES DU VISITEUR

44. Est-ce que l'image que vous avez aujourd'hui de la région de Moulins est :

Clientèle en séjour

	Nb	% cit.
moins bonne que celle que vous aviez en arrivant	4	2,2%
identique à celle que vous aviez en arrivant	24	13,2%
meilleure que celle que vous aviez en arrivant	122	67,0%
ne se prononce pas	32	17,6%
Total	182	100,0%



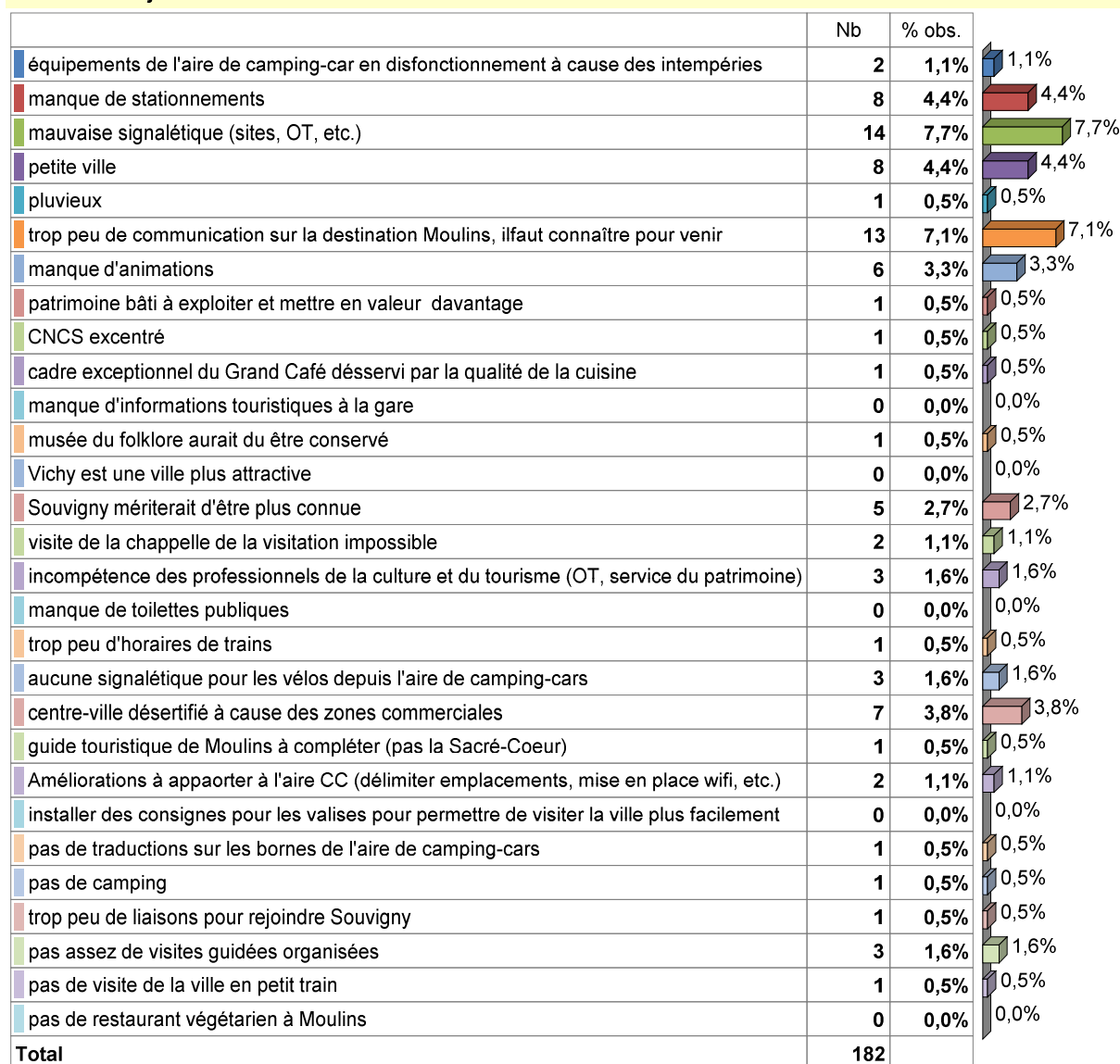
45. Pouvez-vous citer 3 points positifs qui qualifient selon vous la région de Moulins ?

Clientèle en séjour

	Nb	% obs.
amélioration des extérieurs de la ville	3	1,6%
architecture remarquable	8	4,4%
concentration géographique de l'offre culturelle très appréciable	3	1,6%
large choix de restaurants	0	0,0%
quartier historique charmant et bien mis en valeur	21	11,5%
riche offre culturelle de la ville	11	6,0%
spécialités locales très appréciées (palets d'or, etc.)	0	0,0%
très satisfaisante aire de camping-cars	11	6,0%
ville belle et agréable	14	7,7%
ville paisible et reposante	5	2,7%
ville prospère	1	0,5%
ville surprenante	1	0,5%
ville vivante	1	0,5%
ville à dimension humaine	2	1,1%
présence de sites remarquables (CNCS, Maison Mantin, Tryptique du Maître de Moulins, etc.)	14	7,7%
accueil excellent (professionnels et personnes rencontrées sur place)	11	6,0%
très bonne visite avec les flashcode	0	0,0%
ville propre	7	3,8%
signalétique efficace	2	1,1%
Souvigny est une ville remarquable	1	0,5%
ville fleurie	1	0,5%
patrimoine naturel	2	1,1%
Total	182	

46. Pouvez-vous citer 3 points négatifs qui qualifient selon vous la région de Moulins ?

Clientèle en séjour



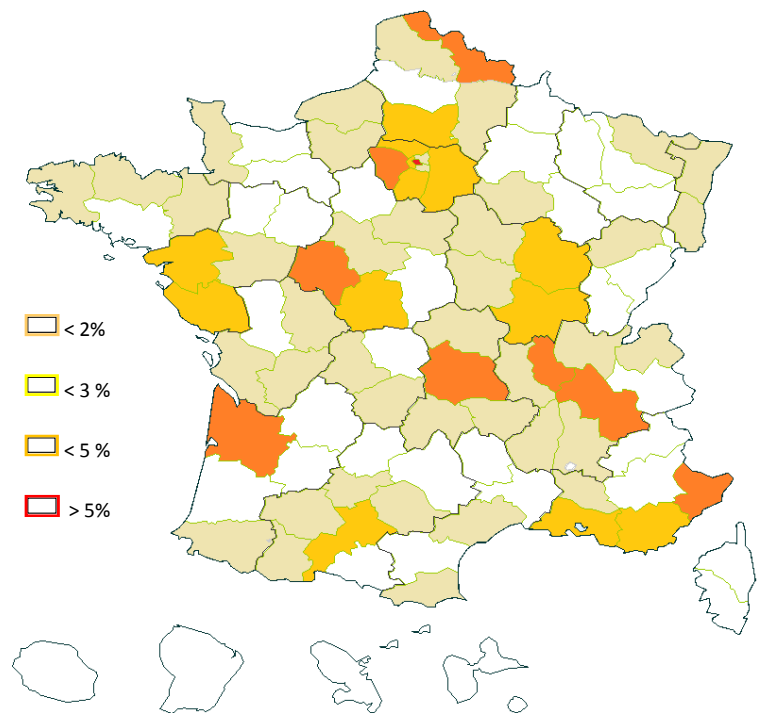
- Le niveau de satisfaction de la clientèle en séjour est globalement bon puisque 67% ont répondu avoir une meilleure image de la région de Moulins que celle qu'ils avaient en arrivant.
- Les points positifs qui qualifient la région de Moulins sont les mêmes pour la clientèle en court séjour et celle en long séjour que ceux cités dans l'analyse générale. On note toutefois un taux plus élevé de remarques positives relatives à la présence et la qualité de l'aire de camping-cars.
- Il en est de même pour les points d'amélioration notables.

PROFIL DU VISITEUR

48. Quel est votre pays de provenance ?

Clientèle en séjour

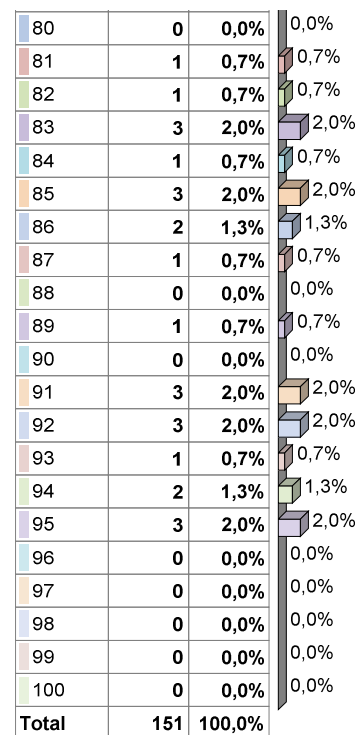
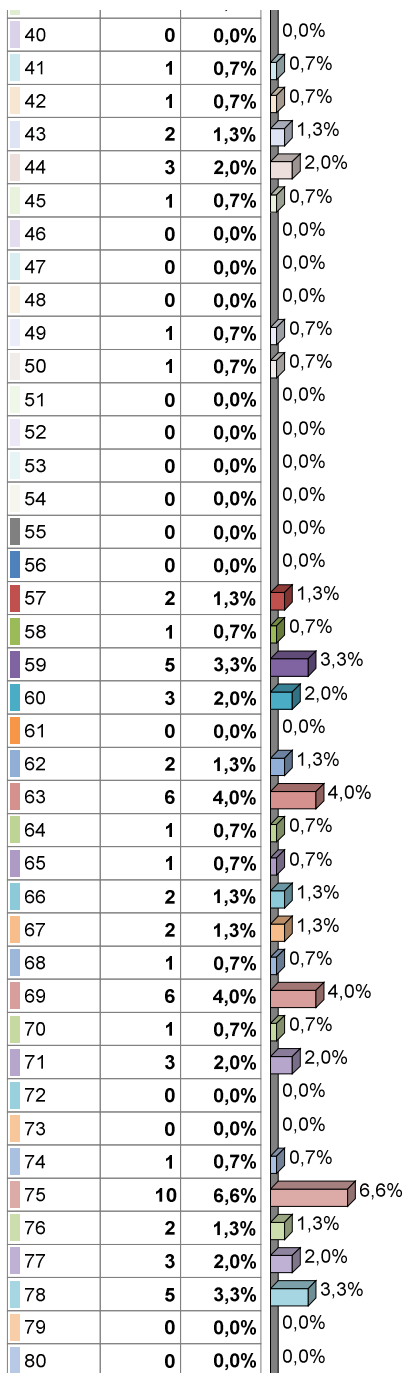
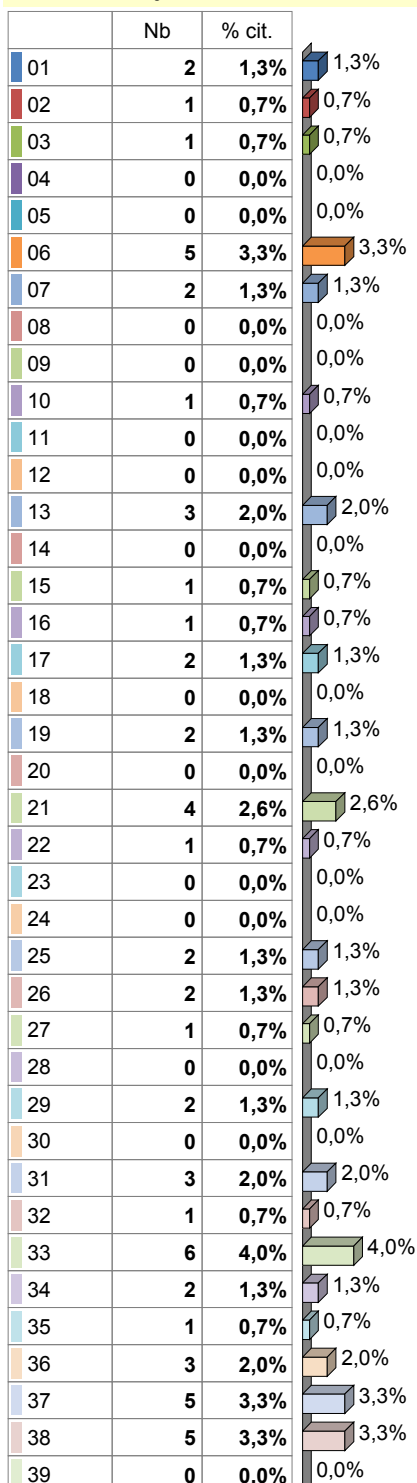
	Nb	% cit.	
France	151	83,0%	83,0%
Allemagne	5	2,7%	2,7%
Australie	1	0,5%	0,5%
Belgique	9	4,9%	4,9%
Espagne	2	1,1%	1,1%
Etats-Unis	0	0,0%	0,0%
Irlande	0	0,0%	0,0%
Italie	4	2,2%	2,2%
Luxembourg	2	1,1%	1,1%
Pays-Bas	3	1,6%	1,6%
Royaume-Uni	1	0,5%	0,5%
Suisse	3	1,6%	1,6%
autre	1	0,5%	0,5%
Total	182	100,0%	



- Les Français (83%) constituent la première clientèle de séjour de la région de Moulins. La clientèle étrangère en séjour provient des pays frontaliers : Belgique (5%), Allemagne (3%) et Italie (2,2%).
- La clientèle en séjour provient majoritairement d'Ile-de-France (20%), de la région Rhône-Alpes (13%) et de la région PACA (7%) et du Nord-Pas-de-Calais (4,6%).

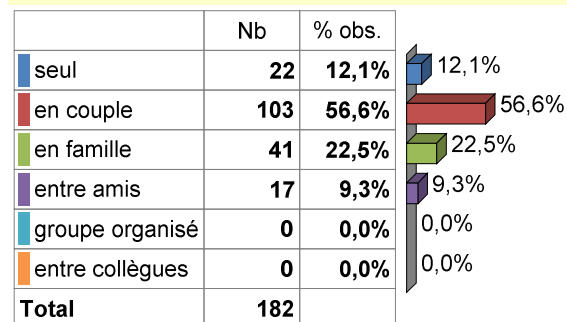
50. Si vous êtes de nationalité française, quel est votre département de résidence ?

Clientèle en séjour



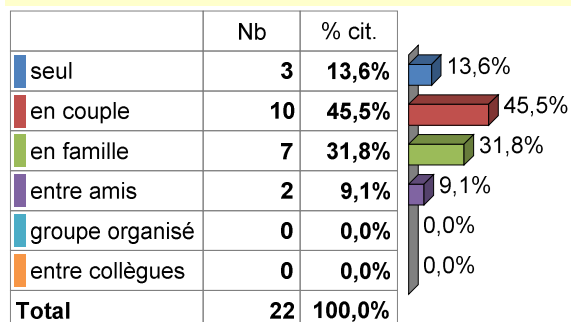
53. Vous êtes venu dans la région de Moulins ?

Clientèle en séjour



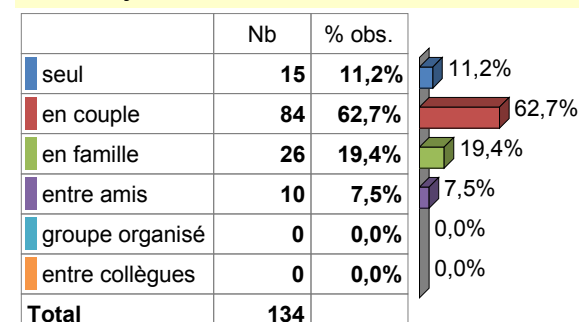
53. Vous êtes venu dans la région de Moulins ?

Longs séjours



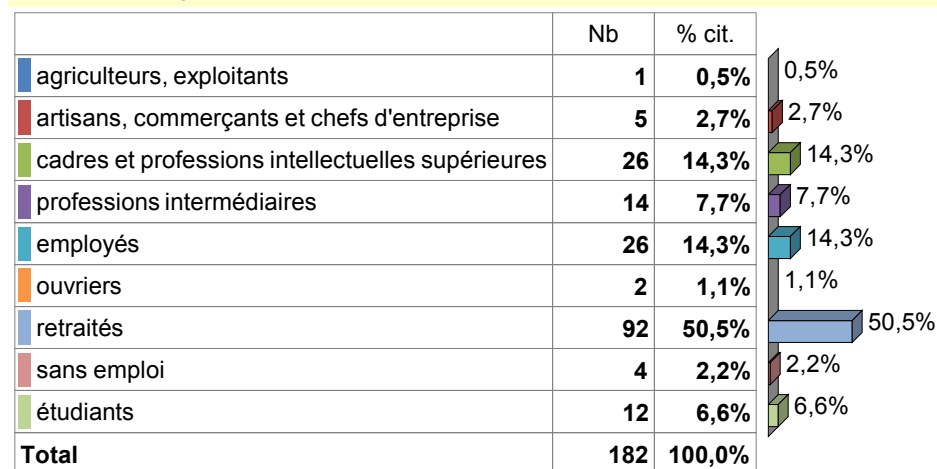
53. Vous êtes venu dans la région de Moulins ?

Courts séjours



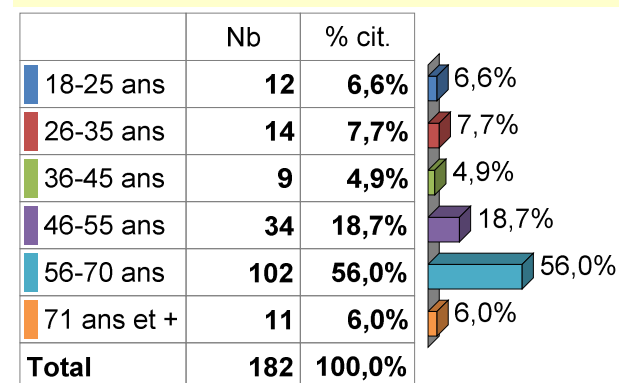
52. Quelle est votre catégorie socioprofessionnelle ?

Clientèle en séjour



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

Clientèle en séjour



- La clientèle en séjour est principalement composée de séniors (62%) et d'inactifs (60%).
- Les couples privilégient les courts séjours (62%), tandis que les familles privilégient, elles, les longs séjours (32%).