Hérault, le Languedoc

Enquête de clientèle

2016

Profil, satisfaction, dépense

La Région Occitanie Pyrénées - Méditerranée

Hérault Tourisme
proximité - expertise

- **Contexte** 3
- **Objectifs** 5
- **Synthèse** 6

- **Résultats** 19
  - 1) La destination Hérault en Languedoc-Roussillon 20
  - 2) Le séjour dans l'Hérault 34
  - 3) La satisfaction des touristes à l'issue de leur séjour dans l'Hérault 52
  - 4) Les dépenses lors du séjour dans l'Hérault 69

- **Méthodologie** 76

L'Occitanie

- Depuis le 1er janvier 2016 les régions Languedoc-Roussillon et Midi-Pyrénées ont fusionné pour constituer la **Région Occitanie, enrichi de la signature Pyrénées Méditerranée**.

« ***Un nom fédérateur, porteur d'ambitions collectives et d'une identité commune*** » (Carole Delga, Présidente)

- La Région Occitanie est la 2ème région de Métropole (13 départements) et la 5ème région en terme de population (5 724 711 habitants, source INSEE). Elle présente le 5ème P.I.B. régional avec plus de 150 milliards d'euros et la plus forte croissance entre 1990 et 2012 (+ 2,1 %).

- **Avec le Canal du Midi qui, depuis le XVIIème siècle, constitue un formidable trait d'union de 240 kms entre Languedoc-Roussillon et Midi-Pyrénées la région Occitanie, 4ème région touristique française, présente de nombreux points d'attraits touristiques.**

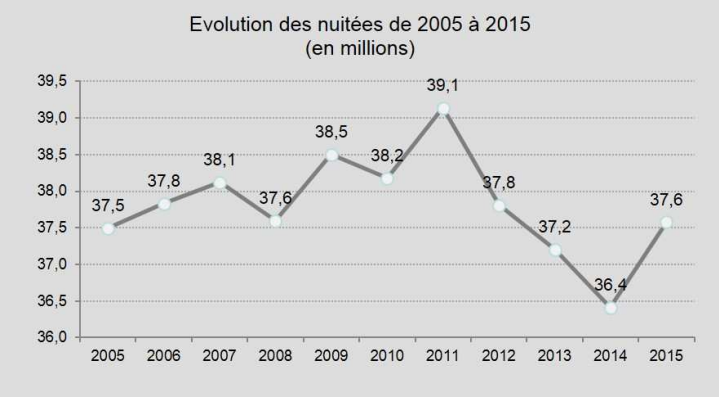
La destination touristique Languedoc-Roussillon – Sud de France

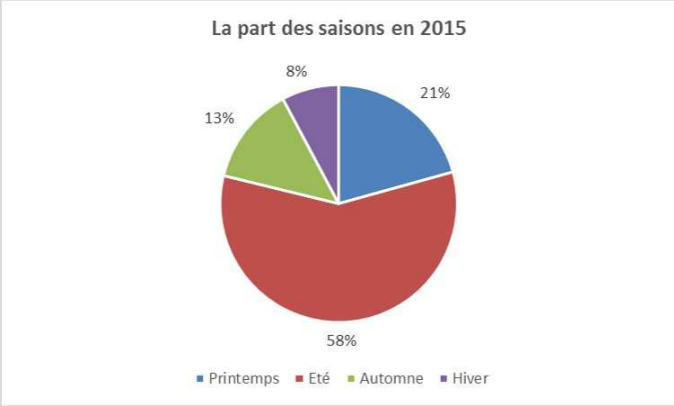
- **15 millions de touristes fréquentent chaque année le Languedoc-Roussillon correspondant à plus de 100 millions de nuitées.**

- Les principaux marchés de provenance sont les suivants :
  - ✓ **Clientèle française** : Paris Ile de France, Rhône-Alpes, Languedoc-Roussillon, Midi-Pyrénées…
  - ✓ **Clientèle étrangère** : Allemagne, Royaume Uni, Pays Bas…

Destination Hérault

- En 2015, après plusieurs années de recul, la fréquentation de l'Hérault a progressé, avec un total de 37,6 millions de nuitées. L'été représente plus de la moitié de la fréquentation, mais la progression a notamment été observée au printemps. Secteur majeur de l'économie héraultaise, le tourisme génère un chiffre d'affaires estimé à 1,7 milliard d'euros (21 600 emplois touristiques directs).

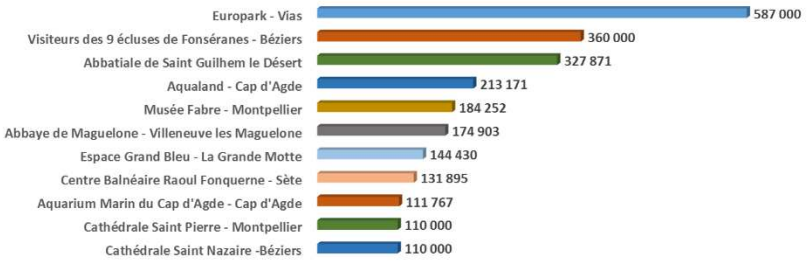




- La saison 2016 s'est globalement avérée satisfaisante pour les professionnels du tourisme de l'Hérault dans un contexte économique, social et géopolitique très difficile. La bonne fréquentation des mois d'août et septembre a en partie compensé un timide début de saison.

L'offre touristique de l'Hérault

- On estime à environ 4 millions le nombre de visiteurs sur les sites touristiques de l'Hérault (20 % d'étrangers). Parmi les principales composantes de l'offre :
  - ✓ Patrimoine (monuments, musées…)
  - ✓ Loisirs nature et nautisme : Activités Pleine Nature (VTT, 1ère destination de France, activités nautiques, aériennes..)
  - ✓ Oenotourisme : 2ème département viticole français, 800 caveaux ouverts au public, **4 destinations** touristiques (sur 6) labellisées **"Vignobles & Découverte"**
  - ✓ Culture et traditions (festivals) : Féria de Béziers, Festival Radio France et Montpellier Occitanie…
  - ✓ Santé et bien-être : 3 stations thermales (Balaruc les Bains, Lamalou les Bains, Avène)
  - ✓ Fluvial : Canal du Midi classé au Patrimoine Mondial de l'Unesco…



Objectifs

Enquête auprès de la clientèle touristique du Languedoc-Roussillon ➔ Analyse des résultats « Hérault »

- En 2015, la Direction du Tourisme de la Région Languedoc-Roussillon, en relation avec les ADT de l'Aude, du Gard, **de l'Hérault,** de la Lozère et des Pyrénées Orientales, a souhaité réaliser une étude relative aux profils, à la satisfaction et aux dépenses de la clientèle touristique du Languedoc-Roussillon.
- L'enquête a été réalisée sur la période « printemps 2015 – printemps 2016 »
- **Ce dossier d'étude présente les résultats mesurés auprès des touristes séjournant dans l'Hérault.**

Enquêtes quantitatives auprès des touristes

- Etude des profils et des caractéristiques des séjours
- Mesure de la satisfaction
- Estimation des dépenses

Période 2015-2016,
5 départements, hébergements marchands et non marchands,
français/étrangers

Enquête auprès des professionnels

- Pour recueillir la vision des professionnels sur le tourisme en Languedoc-Roussillon
- Pour enrichir l'analyse sur 4 segments stratégiques de clientèles (Tourisme culturel, Activités Pleine Nature, Sites Opération Grands Sites, Oenotourisme)

Valeur opérationnelle

- Des spécialistes des enquêtes pour des analyses opérationnelles
- Réflexions stratégiques de positionnement avec un consultant tourisme dans l'équipe

Synthèse
« Etude des clientèles touristiques de l'Hérault »
2015 - 2016

Synthèse

Méthodologie

- Enquête réalisée par Euroêka Marketing Conseil / DGA Conseil / PV2D
- **Enquête réalisée par Internet auprès des touristes à l'issue de leur séjour dans l'Hérault, en Languedoc-Roussillon**
- Des statistiques de cadrage régionales et départementales ont été exploitées pour le redressement : sexe, âge, français/étrangers, hébergement marchand/non marchand.
- Dates de réalisation : printemps 2015 à printemps 2016
- **Echantillon : 2 651 touristes ayant séjourné dans l'Hérault : issus de 9 235 enquêtes par Internet auprès des touristes, français et étrangers ayant séjourné en Languedoc-Roussillon.** Les touristes ont été recrutés à partir de trois sources complémentaires : diffusion de flyers invitant à répondre à l'enquête, enquêtes face à face + envoi par e-mail de l'enquête satisfaction en fin de séjour, exploitation des bases clients des territoires et des acteurs du tourisme.
- Thématiques d'étude : préparation du séjour, critères de choix, activités réalisées, satisfaction, dépenses, zoom sur les filières « Grands Sites », « culturel », « oenotourisme », « Activités Pleine Nature ».
- La synthèse qui suit inclut quelques constats principaux suite à l'enquête menée auprès de 151 professionnels du tourisme du Languedoc-Roussillon.
- Rappel : toute communication des résultats devra rappeler les caractéristiques de l'enquête et la source des informations / le commanditaire : la Région Occitanie.

L'Hérault : destination balnéaire avant tout, le tourisme affinitaire, les Grands Sites Naturels (OGS) et l'offre culturelle sont d'autres points d'attrait. APN et oenotourisme apparaissent en retrait.

- **Les statistiques de flux indiquent que plus de la moitié (58%) de la fréquentation annuelle s'observe durant les mois de Juillet et Août : les touristes séjournant dans l'Hérault sont ainsi 70 % à citer « la mer, la plage, la baignade » parmi leurs motivations de visite, 63 % évoquant par ailleurs « le soleil, le climat ». Ce sont les deux principales motivations de visite restituées. Les professionnels du tourisme interrogés par ailleurs classent aussi aux deux premiers rangs « le climat » / « les plages, la baignade, stations balnéaires » quand ils sont interrogés comme les 3 principaux atouts touristiques de la destination « Languedoc Roussillon Midi Pyrénées ».**

  - On identifie **quatre autres importantes motivations de visite** :
    - **Les Grands Sites Naturels, grands espaces naturels** (OGS, Saint-Guilhem le Désert, Canal du Midi 9 écluses de Fonséranes…) : 30 % de citations
    - **La visite des sites historiques et monuments** : 26 % de citations; Plus globalement 30 % des touristes restitueront une motivation culturelle.

    ➔ Grands sites naturels et richesse du patrimoine sont également valorisés par les professionnels parmi les principaux atouts touristiques de la destination.
    - **La visite à de la famille, des amis (tourisme affinitaire)** : 29 % de citations.
    - **Gastronomie, restauration (19 %) et terroir artisanat (19 %)** sont évoqués par 33 % des visiteurs (net)
    - On notera aussi 23 % de résidences secondaires dans l'échantillon consulté.

  - **Les motivations liées à une pratique d'Activités Pleine Nature et à la découverte des vignobles et des vins sont significatives mais en retrait des précédentes** : respectivement 14 % et 15 % des touristes.

  - **Le tourisme balnéaire et le tourisme affinitaire sont plus restitués par les visiteurs français alors que les touristes étrangers évoquent aussi des activités culturelles, les sites OGS, la découverte des vignobles et des vins, la gastronomie et le terroir…**

    Festivals et spectacles sont aussi plus évoqués par les touristes français.

Destination familiale. Un taux de recrutement qui n'apparait pas important, à l'inverse forte fidélisation

- **52 % des touristes interrogés sont venus en famille dans l'Hérault, l'été notamment, 42 % avec des enfants de moins de 16 ans. 41 % sont venus en couple, plus en hors saison. 11 % sont avec des amis.**
  - Les inactifs représentent un peu moins d'un tiers des touristes. Les autres catégories socioprofessionnelles se répartissent entre supérieures, intermédiaires et employés/ouvriers. Dans l'échantillon de visiteurs interrogés, l'âge moyen est égal à 47 ans (46 ans pour le SDT Sofrès auprès des français). Les filières APN mais aussi balnéaire contribuent au rajeunissement de la clientèle avec une plus forte présence des moins de 50 ans, voire des moins de 34 ans.
  - **Les touristes français représentent 80 % des visiteurs (source : ADT Hérault),** les principales régions de provenance se confirment être : Auvergne Rhône-Alpes, Languedoc-Roussillon et Midi Pyrénées (Occitanie), Ile de France, Alsace Lorraine Champagne Ardenne….

    Les touristes étrangers représentent 20 % des visiteurs, avec une provenance forte de Belgique (donnée redressée).

- **On observe seulement 12 % des touristes interrogés, parmi ceux ne résidant pas en Languedoc-Roussillon, qui déclarent fréquenter pour la première fois la destination Languedoc-Roussillon. Cette proportion nous parait assez faible par rapport à celle observée habituellement : cela signifie aussi que la destination fidélise à hauteur de 88 %.**
  - Le taux de primo-visiteurs est supérieur auprès des moins de 34 ans (22 %) ainsi qu'auprès des touristes étrangers (17 %).
    - **La filière tourisme culturel autorise un meilleur recrutement (15 %), ce qui n'est pas le cas des autres filières touristiques.**

Sans surprise, Internet au centre des processus d'information et de réservation. Le bouche à oreille et le print (brochures, guides…) gardent néanmoins leur importance dans la séduction et le processus de décision

- **Les professionnels du tourisme sont nombreux à considérer qu'Internet est décisif auprès des touristes dans leur processus de choix d'une destination de séjour, c'est d'après eux le support le plus important. Si les touristes primo-visiteurs confirment en partie cette importance ils classent toutefois au premier rang le « bouche à oreille » (41 %), Internet étant cité par 16 %. Brochures et guides touristiques se situent au troisième rang auprès des touristes (14 %). Les professionnels du tourisme ont également souvent évoqué la communication, vecteur de notoriété et d'image.**
- **<u>Réservation de l'hébergement</u> : Internet est le premier mode de réservation de l'hébergement, avec 57 % d'utilisation. 20 % des touristes réservent par téléphone.**
- **<u>Information</u> : pour préparer leur séjour dans l'Hérault et/ou une fois sur place 62 % des touristes répondent avoir consulté Internet, premier vecteur d'informations. Il faut noter 45 % d'entre eux évoquant les brochures et guides, nous émettrons alors l'hypothèse que l'utilisation est plus effective sur place. Les recommandations de parents ou amis sont citées par 26 % des visiteurs.**
- **<u>Utilisation d'Internet lors du séjour</u> : 76 % des touristes répondent avoir consulté Internet durant leur séjour, en dehors d'une utilisation professionnelle, principalement à partir de leur mobile**
  - Le plus souvent l'objectif est alors de s'informer sur un site touristique, un hébergement ou un restaurant et/ou de le géolocaliser et/ou de se connecter aux réseaux sociaux.
  - 43 % des touristes s'étant connectés à Internet sur place répondent alors avoir publié des informations durant leur séjour (photos, avis sur leur hébergement) et 38 % de l'ensemble des touristes le font à l'issue de leur séjour.
- **Les vecteurs d'information diffèrent un peu selon le profil des touristes, sans pour autant noter d'écarts très importants selon l'âge, la profession, le groupe de visite.**

Une destination de longs séjours

- **A l'instar des résultats d'autres études, l'Hérault se distingue comme une « destination de longs séjours » : dans l'échantillon constitué, 51 % des touristes décrivent un séjour de plus d'une semaine, 30 % un séjour de 4 à 7 nuits alors que 19 % sont en courts séjours (1 à 3 nuits) : la durée moyenne de séjour est de 11,4 nuits.** Pour 92 % des visiteurs l'Hérault en Languedoc-Roussillon est leur destination finale, 8 % y réalisent une étape, vers une destination française ou vers l'Espagne (Catalogne). 81 % des touristes sont venus en voiture.
  - **Les durées de séjour diffèrent selon le profil des visiteurs** :
    - Les courts séjours sont plus observés chez les 18-34 ans ainsi que chez les catégories socioprofessionnelles supérieures, les personnes venues seules, en couple, avec des amis, en groupes organisés
    - Les longs séjours sont plus observés chez les plus de 50 ans, les inactifs et les familles.
    - La durée de séjour s'avère un peu supérieure auprès des touristes pratiquant les activités des filières touristiques : OGS, APN, tourisme culturel, festivals spectacles, oenotourisme, balnéaire
- **A partir des données de cadrage communiquées par l'ADT Hérault, on estime une répartition à 53 % / 47 % entre nuitées marchandes et nuitées non marchandes.**
  - Dans ce contexte, dans l'échantillon constitué, les principaux modes d'hébergement sont le camping, l'hôtellerie, les résidences de tourisme et meublés, les gîtes ruraux. En hébergement non marchand, ce sont les résidences secondaires et les séjours chez des amis, dans la famille. Les profils de clientèles selon les modes d'hébergement sont les suivants (analyse au niveau régional) :
    - Campings : moins de 50 ans, familles, catégories socioprofessionnelles intermédiaires et modestes
    - Hôtels : personnes seules, couples, catégories socioprofessionnelles supérieures.
    - Résidences de tourisme, meublés, gîtes ruraux : moins de 50 ans, familles, catégories socioprofessionnelles intermédiaires
    - Camping-cars : plus de 50 ans, retraités, couples.
    - Résidences secondaires : plus de 50 ans, retraités, catégories socioprofessionnelles supérieures, familles, amis.
    - Dans la famille, chez des amis : moins de 35 ans, venu(e) seul(e).

Dans l'Hérault, les activités principales sont : les activités balnéaires au premier rang, visites de villes et villages, culturelles, visite de parents ou amis, OGS grands sites naturels…Oenotourisme et APN concernent moins de visiteurs. Des profils différenciés selon les filières touristiques.

- **Les activités réalisées durant le séjour s'inscrivent dans la logique continuité des motivations de visite exposées précédemment : c'est la plage et la baignade qui s'avère, dans l'Hérault, la principale activité réalisée : 74 % de citations** (moins de 50 ans, familles, CSP B & C, longs séjours en été). **Parmi les autres activités réalisées on retient principalement : la balade/promenade (70 %), la visite de villes et villages (66 %)...**

  - **Parmi les autres activités réalisées par de nombreux visiteurs** :

    - **Les Grands Sites Naturels, grands espaces naturels (58 %)** : plus de 50 ans, couples, touristes étrangers
    - **La visite de sites historiques, monuments et musées (47 %) :** plus de 35 ans, couples, groupes organisés, hébergement marchand, primo visiteurs, touristes étrangers.
    - **Tourisme affinitaire (39 %)** : repeaters, venus(es) seuls(es)
    - **Activités de Pleine Nature (21 %) soit, terrestres 14 % et nautiques 11 %** : repeaters, moins de 50 ans, catégories socioprofessionnelles intermédiaires et modestes, en famille, entre amis
    - **Festivals, spectacles (24 %) :** touristes français, hébergement non marchand, catégories socioprofessionnelles supérieures et modestes, venu(e) seul(e) ou entre amis.
    - **Découverte des vignobles et des vins (20 %) :** repeaters, hommes, plus de 50 ans, CSP A et retraités, couples, touristes étrangers
    - **Parmi les actes de consommation** : aller au restaurant (67 %), marchés, foires, brocantes (55 %), shopping (51 %).

Un bon niveau de satisfaction globale des touristes à l'issue du séjour dans l'Hérault. « La beauté des paysages », « les grands espaces naturels, les grands Sites naturels » : points forts de la destination Hérault, piliers importants de la satisfaction globale. Toutefois point de vigilance sur « l'environnement préservé »

- **La note globale de satisfaction des visiteurs, égale à 8,4/10, traduit le bon niveau de satisfaction des touristes à l'issue de leur séjour dans l'Hérault. Dans le secteur du tourisme, cet indicateur est toujours attendu et mesuré égal ou supérieur à 8. La satisfaction apparait homogène auprès de l'ensemble des cibles. Cette bonne perception se confirme avec les intentions déclarées de prochain séjour : 99 % et le taux de recommandations, 98 %, indicateurs toujours élevés dans ce type d'enquête. Au final, si majoritairement l'image du Languedoc-Roussillon ne change pas à l'issue du séjour dans l'Hérault (54 %) on observe quand même 43 % de touristes auprès desquels l'image s'améliore, indicateur à 65 % chez les primo-visiteurs.**

- **La meilleure note est obtenue pour la « beauté des paysages », avec 8,5/10 : ce résultat correspond presque à un niveau d'excellence. Quel que soit le segment de clientèle touristique considéré, la beauté des paysages se révèle toujours la mieux notée et fortement contributive à la satisfaction globale. De leur côté les professionnels du tourisme du Languedoc-Roussillon ont également placé « la beauté des paysages » parmi les principaux atouts de la destination « Languedoc Roussillon Midi Pyrénées »** (en 3ème position après le climat et l'offre balnéaire). **Les grands espaces naturels, les Grands Sites naturels (OGS) sont également très appréciés par les visiteurs (8,2/10), participant également de façon importante à la satisfaction globale, cela auprès de l'ensemble des cibles touristiques.**

  - Près d'un touriste sur deux séjournant dans l'Hérault (43 %) répond fréquenter un site OGS ou un grand site naturel (Saint Guilhem le Désert et Gorges de l'Hérault, Canal du Midi 9 écluses de Fonseranes…). Majoritairement il s'agit alors d'une promenade ou balade d'une ou deux heures, avec une pause restauration… mais le plus souvent sans que la présence ne dépasse la demi-journée. La pratique de la randonnée ou d'activités APN apparait minoritaire.
  - 95 % des visiteurs jugent alors les paysages d'une beauté exceptionnelle, au sein d'un environnement naturel préservé, 94 % apprécient un patrimoine riche…Quelques attentes sont restituées sur les équipements et services (stationnement, sanitaires, services…).

➔ **La beauté des paysages et les Grands Sites Naturels (OGS) correspondent à un élément fort de positionnement touristique de la destination comme l'indique le site Internet de la région en décrivant son offre touristique : *« Ce territoire est la destination idéale des amoureux de l'authenticité avec un patrimoine et des paysages remarquables »*.**

- **Auprès de l'ensemble des touristes (visiteurs et non visiteurs des sites OGS), « l'environnement préservé » est correctement perçu (7,6/10), mais s'inscrit en retrait par rapport aux indicateurs précédents (beauté des paysages, sites OGS…), tout en restant très contributeur à la satisfaction globale. C'est un point de vigilance important, vraisemblablement pénalisé par un niveau de propreté qui insatisfait les visiteurs** (cf. priorités de réflexion sur « la propreté » dans les pages suivantes).

« Les plages », « l'ambiance générale, les animations », « les activités culturelles » : autres points forts de la destination Hérault, participant également à la satisfaction globale des touristes.

- **Les plages de l'Hérault donnent également satisfaction aux touristes (8/10), constat important si l'on rappelle que le tourisme balnéaire correspond à la principale motivation de visite dans l'Hérault, plage et baignade étant une activité réalisée par les ¾ des touristes en séjour dans le département. Selon les professionnels du Languedoc-Roussillon le climat et l'offre balnéaire sont les deux principaux atouts de la destination Languedoc-Roussillon Midi Pyrénées.**

  - Les eaux de baignade sont jugées de bonne qualité : on rappellera que l'ARS dans son dossier de presse 2016 révèle que « *96 % des eaux de mer sont de bonne ou d'excellente qualité en Languedoc-Roussillon* ». Le même constat positif est réalisé pour les conditions d'accès aux plages et sur l'attractivité générale des stations balnéaires. Des attentes sont toutefois identifiées pour des services à développer sur les plages (douches, sanitaires…).

- **L'ambiance générale, les animations plaisent aux touristes ayant séjourné dans l'Hérault (7,8/10), participant de façon importante à la satisfaction globale des visiteurs.**

- **Le même constat positif est réalisé pour l'offre d'activités culturelles (7,8/10), en considérant alors les musées et monuments proposés à la visite.**

  - Les contenus de visite sont appréciés ainsi que la qualité d'accueil sur les sites. Le rapport qualité/prix n'est pas remis en cause. Les avis sont plus nuancés sur l'équipement des sites en outils numériques accompagnant la visite laissant transparaitre quelques attentes insatisfaites.

Des publics des festivals / spectacles et des pratiquants oenotourisme et APN satisfaits ; des offres à valoriser.

- **Les festivals et spectacles obtiennent une note d'appréciation correcte (7,6/10) auprès de l'ensemble des touristes, renforcée auprès des publics ayant assisté à un évènement (8,1/10).**
  - La satisfaction des publics concerne la qualité du spectacle, les conditions d'accueil, le rapport qualité/prix.
- **Pour l'oenotourisme, l'image apparait correcte auprès de l'ensemble des touristes (7,6/10). On rappellera qu'à ce jour ces activités concernent moins de touristes. Il faut souligner que ce niveau de satisfaction progresse largement auprès des touristes ayant pratiqué une activité de découverte des vignobles et des vins (8,4/10) participant pleinement alors à leur satisfaction globale.**
  - Les activités liées à l'oenotourisme restent centrées sur la visite de caves et caveaux avec, au final, l'achat de vins. Les autres activités sont restituées à un niveau moindre : randonnées à travers les vignobles, musées du vin, Routes des vins, fêtes et évènements liés aux vins…
  - La satisfaction concerne : la qualité d'accueil, l'intérêt des informations fournies, l'authenticité des sites…avec toutefois des opinions plus nuancées sur la diversité des activités proposées.
- **Pour les Activités de Pleine Nature, l'image apparait correcte auprès de l'ensemble des touristes (7,5 pour APN terrestres et 7,3 pour APN nautiques). On rappellera qu'à ce jour ces activités concernent moins de touristes. Il faut souligner que ce niveau de satisfaction progresse largement auprès des pratiquants des activités APN (terrestre : 8,1 et nautiques : 8,0), même si auprès de cette cible la satisfaction globale reste plus impactée par la beauté des paysages et les Grands Sites, l'environnement préservé.**
  - Les pratiquants valorisent en particulier : la beauté du cadre naturel de pratique et la qualité d'accueil…

➔ **Au final, il apparait un potentiel de communication notoriété/valorisation pour les filières oenotourisme, APN et festivals de l'Hérault.**

- **Le résultat de perception des activités pour enfants obtient la note de 7,3/10, qui s'avère moyenne et peu contributive à la satisfaction globale.** Les professionnels ne positionnent l'offre activités enfants ni comme un point fort, ni comme un point faible de la destination régionale.

Des composantes de services et d'offre importantes dans la satisfaction des visiteurs : un hébergement apprécié, une assez bonne perception de l'information touristique disponible, de la signalisation et accès aux sites touristiques et de l'accueil. Faiblesse sur outils numériques et WIFI.

- **La qualité de l'hébergement est également appréciée, avec 8,4/10 et participe à la satisfaction générale. Auprès des touristes en hébergement marchand l'indicateur est à 8.**
- **La « facilité » d'accès dans l'Hérault est reconnue (8,1/10).**
- **« L'information touristique », « la signalisation et l'accès aux sites touristiques » sont assez bien perçus avec respectivement une note de 8/10 et 7,7/10. D'autre part l'analyse révèle leur importance dans la satisfaction globale des visiteurs.**
- **Pour l'accueil par les professionnels du tourisme, la note de 7,7 apparait correcte mais en ce domaine le niveau d'exigence doit être plus élevé, ce critère étant important dans la satisfaction globale des visiteurs.**
- **Les touristes et les professionnels s'accordent à reconnaitre une vraie faiblesse pour « la connexion à Internet » (touristes : 6,4/10) et « les outils numériques, le WIFI » (professionnels). Toutefois l'analyse révèle qu'à ce jour la satisfaction globale des visiteurs n'en souffre pas, même si des progrès en ce domaine ne pourront recevoir qu'un accueil positif.**
- Auprès des touristes étrangers, la même faiblesse est reconnue pour « la capacité des professionnels » à s'exprimer en langues étrangères (6,9/10), sans pénaliser fortement la satisfaction globale des touristes étrangers.

Les axes prioritaires de réflexion / progrès en réponse aux attentes fortes des touristes : propreté, restaurants, sécurité dans la période actuelle d'insécurité, rapport qualité / prix

- **Les professionnels du tourisme et les touristes s'accordent à reconnaitre que le niveau de propreté observé est insatisfaisant … Les touristes délivrent la note moyenne de 7,2/10 pour l'indicateur de propreté, résultat insuffisant. L'analyse révèle aussi que ce critère est important dans la satisfaction globale des visiteurs.**
  - On rappellera que ce score doit vraisemblablement pénaliser la perception d'un environnement naturel préservé.
- **Les restaurants ne s'avèrent ni valorisés, ni « décriés » par les professionnels. La note délivrée par les touristes (7,5/10) confirme ce constat. L'analyse révèle l'importance de ce critère dans la satisfaction globale à l'issue du séjour, en rappelant que deux tiers des visiteurs disent fréquenter les restaurants. Le niveau d'exigence en ce domaine doit être plus élevé, à l'instar de l'objectif pour « la qualité d'accueil par les professionnels».**
- **Le résultat obtenu pour la sécurité, 7,6/10, s'avère correct mais aussi important dans la satisfaction globale des visiteurs. Les derniers attentats en France et le sentiment d'insécurité résultant en tout point du territoire national expliquent ces attentes fortes.**
- **La note moyenne obtenue par le rapport qualité/prix, égale à 7,3/10, apparait correcte en considérant la spécificité de cet indicateur. L'analyse confirme toutefois que les touristes sont très sensibles aux prix, dans la période de crise traversée par notre économie. A l'inverse, les professionnels du tourisme considèrent que le rapport qualité/prix offert est l'un des points forts de la destination, ce qui s'inscrit en forte contradiction par rapport à la perception des touristes.**

➔ **Ce décalage important doit poser question : le positionnement prix du Languedoc-Roussillon est-il aussi satisfaisant que les professionnels semblent le penser ? Les attentes des touristes, majoritairement issus des classes moyennes parmi la clientèle de la destination, sont-elles encore plus fortes actuellement ?**

Les dépenses des touristes dans l'Hérault

- En moyenne, les touristes dépensent 1 320 € pour leur séjour dans l'Hérault. Les dépenses sont significativement supérieures auprès des clientèles touristiques des filières.
- La dépense moyenne par nuitée est de 39 € auprès de l'ensemble des touristes (en hébergement marchand et non marchand).
- Elle s'élève à 91 € pour les courts séjours, 53 € pour les moyens séjours et 34 € pour les longs séjours.
- La dépense moyenne pour les touristes français est de 36 € et s'élève à 50 € pour les clientèles étrangères.
- La dépense par nuitée est de 51 € en hébergement marchand.
- La dépense moyenne a été évaluée à 45 € lors de l'étude précédente : la méthodologie d'enquête étant différente il convient d'être prudent dans la comparaison des indicateurs. Tout au plus peut-on dire que la dépense observée en 2015 / 2016 semble s'inscrire en recul, à l'instar de ce que l'on observe par ailleurs sur le marché du tourisme en cette période de crise.

Résultats

(printemps 2015 au printemps 2016)

PARTIE 1

La destination Hérault en Languedoc-Roussillon

PARTIE 1

Processus de choix

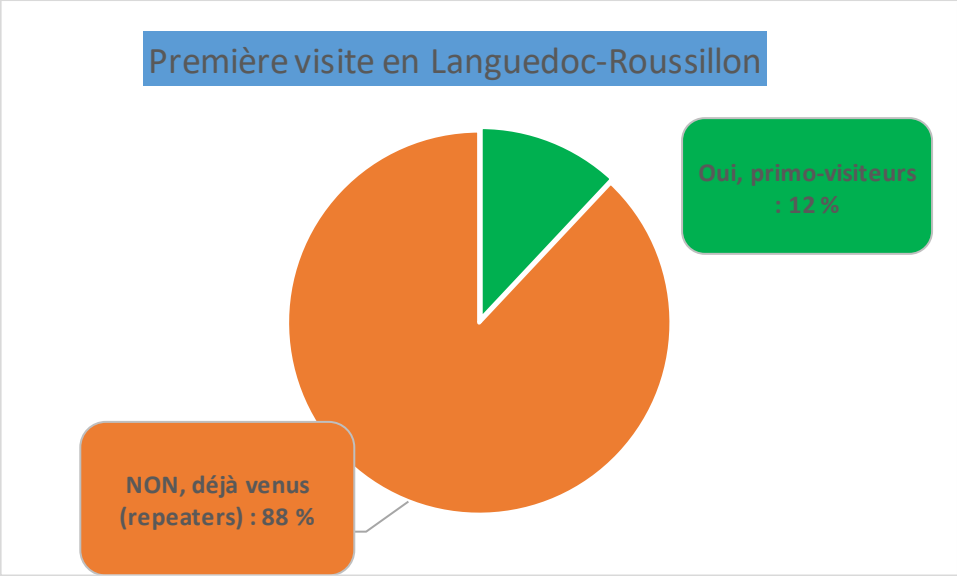
Informations, réservations

Le groupe de visite

Primo-visiteur

Le taux de primo-visiteurs, égal à 12 % dans l'enquête apparait faible : s'il traduit un bon niveau de fidélisation de la clientèle, il signifie aussi un taux de renouvellement limité. L'indicateur est supérieur auprès des plus jeunes et des clientèles étrangères.

Question : Est-ce la première fois que vous venez en séjour en Languedoc-Roussillon ?

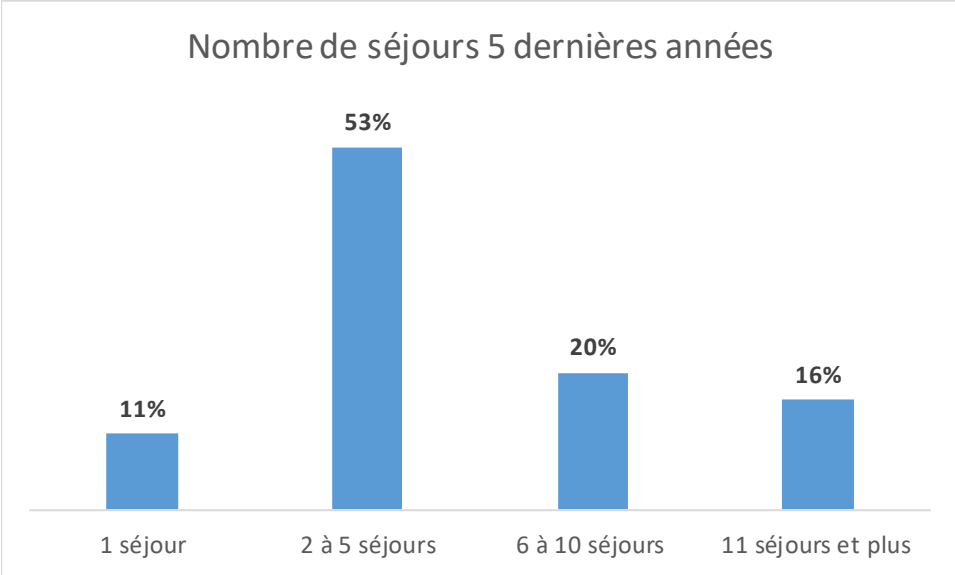


Base : 2 461 touristes dans l'Hérault, hors habitants de la région Languedoc-Roussillon, 2015-2016

Profil primo-visiteurs : 12 %

- 18-34 ans : 22 %
- Ouvriers : 22 %
- Hébergement marchand : 17 %
- Activités culturelles : 15 %
- Touristes étrangers : 17 %
- Zones touristiques ville passage : 16 %

Question : Au cours des 5 dernières années combien de séjours avez-vous réalisés en Languedoc-Roussillon ?

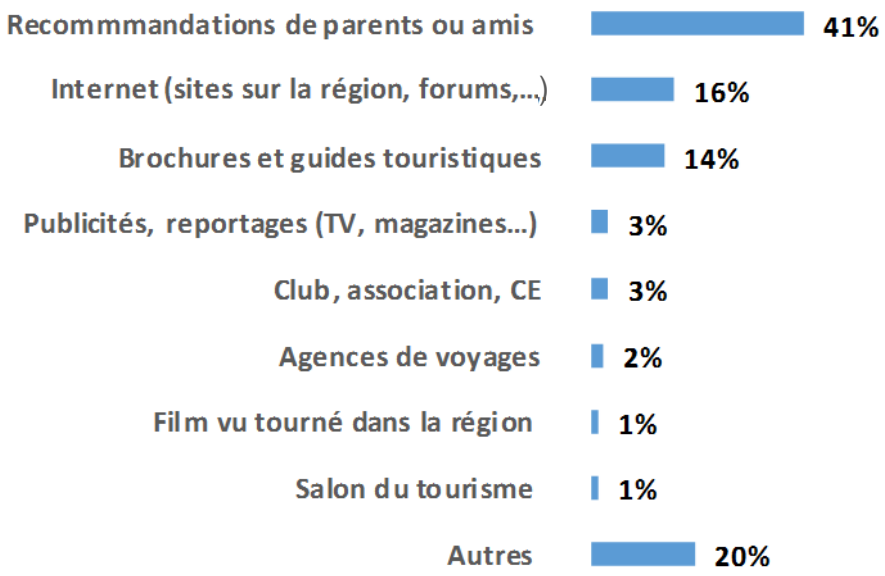


Base : 2 168 touristes dans l'Hérault, hors habitants de la région Languedoc-Roussillon, déjà venus dans l'Hérault, 2015-2016

Influences

L'importance de la recommandation, du bouche à oreille est largement confirmée par les primo-visiteurs de la région, c'est le facteur d'influence principal pour l'ensemble des cibles, avec une importance renforcée auprès des moins de 35 ans. Internet apparait en second rang, sans grande différence observée selon l'âge des touristes. Brochures et guides touristiques sont importants auprès des plus de 35 ans.

Question : Qu'est-ce qui vous a le plus influencé dans le choix de la destination Languedoc-Roussillon ? (sur liste)



Base : 293 touristes, primo-visiteurs en Languedoc-Roussillon, 2015-2016

Critères de choix

On identifie 6 raisons principales de fréquentation de la destination : « le soleil, le climat » et le « tourisme balnéaire » sont les plus restitués (respectivement 70 % et 63 % de citations). Le tourisme affinitaire est évoqué par 19 % des visiteurs comme motif principal (29 % au total). 23 % évoquent leur résidence secondaire. La découverte des Grands espaces naturels et des monuments et sites historiques sont aussi souvent cités (respectivement par 30 % et 26 % des touristes). Ces 6 motivations correspondent à 80 % des restitutions principales.

Question : Quelles sont toutes les raisons qui ont motivé votre séjour en Languedoc-Roussillon ? Parmi les raisons citées laquelle était la principale ? (sur liste)

	Total des citations	Principale
(Base)	(2651)	(2651)
Le soleil, le climat	**70 %**	24 %
La mer, la plage, la baignade	**63 %**	16 %
Les Grands espaces naturels, les grands sites naturels	**30 %**	4 %
Visite à la famille, à des amis	**29 %**	19 %
Les monuments, sites historiques	**26 %**	3 %
J'ai une résidence secondaire	**23 %**	15 %
La gastronomie, restauration	**19 %**	1 %
Les produits du terroir, artisanat	**19 %**	0 %
Proximité, facilité d'accès, de passage	**19 %**	3 %
Le rapport qualité/prix	**17 %**	2 %
La découverte des vins et des vignobles	**15 %**	0 %

	Total des citations	Principale
(Base)	(2651)	(2651)
Un festival, spectacle, évènement	**12 %**	2 %
Les activités culturelles (musées…)	**10 %**	0 %
Les sports de nature, terrestres ou aériens : randonnée, VTT, équitation, escalade, parapente	**9 %**	1 %
Les sports de nature nautiques : canyoning, canoé-kayak, rafting, voile, pêche, navigation…	**8 %**	1 %
Tourisme fluvial, croisière	**4 %**	0 %
Une cure thermale	**4 %**	3 %
Motif professionnel	**3 %**	2 %
Un séjour bien-être, thalassothérapie	**2 %**	0 %
Autres	**5 %**	3 %

Critères de choix

Le tableau ci-dessous renseigne sur des motivations de séjour différentes selon les variables socio-démographiques.

Ainsi, plus qu'en moyenne, les familles, 35-49 ans, les catégories socioprofessionnelles intermédiaires et modestes recherchent une destination balnéaire. Le tourisme affinitaire est notamment observé auprès des personnes venues seules alors que le tourisme culturel, les grands espaces naturels et l'oenotourisme sont plus restitués par les plus de 50 ans et les couples.

Question : Quelles sont toutes les raisons qui ont motivé votre séjour en Languedoc-Roussillon ? Parmi les raisons citées laquelle était la principale ? (sur liste)

		Sexe		Age			Profession				Groupe de visite				
	TOTAL	Homme	Femme	18-34 ans	35-49 ans	50 ans et +	CSP A	CSP B	CSP C	Inactifs	Seul(e)	Couple	Famille	Amis	Groupe organisé
	(2651)	(1175)	(1477)	(616)	(963)	(1072)	(444)	(1276)	(108)	(822)	(195)	(1089)	(1385)	(305)	(16,*)
Le soleil, le climat	70 %	68 %	71%	71 %	74 %	65%↘	68 %	73 %	84 %↗	63 %↘	50 %↘	68 %	76 % ↗	81% ↗	53 %
La mer, la plage, la baignade	63 %	62 %	64 %	64 %	71 %↗	55 %↘	62 %	67 %	73 %↗	55 %↘	47 % ↘	58%↘	74 % ↗	64 %	41 %
Les Grands espaces naturels, les grands sites naturels	30 %	31 %	30 %	21 % ↘	32 %	34 % ↗	29 %	30 %	28 %	31 %	14 % ↘	34%↗	30 %	33 %	44 %
Les monuments, sites historiques	26 %	27 %	26 %	23 % ↘	28 %	27 %	28 %	27 %	26 %	25 %	15 % ↘	30%↗	26 %	25 %	25%
Visite à la famille, à des amis	29 %	25 %	33 %	31 %	27 %	31 %	34 %↗	27 %	21 % ↘	32 % ↗	53 % ↗	27 %	26 % ↘	31 %	38 %
J'ai une résidence secondaire	23 %	25 %	22 %	19 % ↘	23 %	26 %↗	30 %↗	21 %	14 % ↘	24 %	15 % ↘	26%↗	26 % ↗	31 % ↗	
La gastronomie, restauration	19 %	21 %	18 %	17 %	19 %	21 %	21 %	20 %	14 % ↘	19 %	8 % ↘	26%↗	17 %	25 %	10 %
Les produits du terroir, artisanat	19 %	21 %	17 %	16 %	20 %	19 %	18 %	20 %	12 % ↘	18 %	9 % ↘	21%	19%	23 %	3 %
Le rapport qualité/prix	17 %	18 %	17 %	18 %	19 %	15 %	14 %↘	19 %	14 %↘	17 %	8 % ↘	17 %	20 % ↗	14 % ↘	15 %
Proximité, facilité d'accès, de passage	19 %	18 %	20 %	23 %	21 %	15 % ↘	21 %	21 %	23 %	14 % ↘	14 % ↘	17 %	23 % ↗	23 % ↗	3 %
La découverte des vins et des vignobles	15 %	20 %↗	11 % ↘	11 % ↘	14 %	19 %↗	20 % ↗	13 %	14 %	17 %	6 % ↘	20%↗	14 %	15 %	3 %

Les flèches ↗ / ↘ signalent les écarts statistiquement significatifs par rapport aux % de la population totale.
Les ◯ pointent sur les résultats qui présentent des écarts importants avec les autres cibles.

(*) : base faible

Critères de choix

Le tableau ci-dessous renseigne sur des motivations de séjour différentes selon les variables sociodémographiques.

La pratique des sports de nature nautiques et terrestres est une motivation de visite plus importante auprès des moins de 50 ans. Les touristes venus entre amis citent plus souvent la pratique de sports de nature ou un festival, spectacle, évènement. Tourisme fluvial et cure thermale s'observent plus auprès des plus de 50 ans.

Question : Quelles sont toutes les raisons qui ont motivé votre séjour en Languedoc-Roussillon ? Parmi les raisons citées laquelle était la principale ? (sur liste)

		Sexe		Age			Profession				Groupe de visite				
	TOTAL	Homme	Femme	18-34 ans	35-49 ans	50 ans et +	CSP A	CSP B	CSP C	Inactifs	Seul(e)	Couple	Famille	Amis	Groupe organisé
	(2651)	(1175)	(1477)	(616)	(963)	(1072)	(444)	(1276)	(108)	(822)	(195)	(1089)	(1385)	(305)	(16,*)
Les sports de nature, terrestres ou aériens : randonnée, VTT, équitation, escalade, parapente	9 %	9 %	9 %	11 %	10 %	7 %	8 %	9 %	6 %	9 %	8 %	9 %	9 %	13 % ↗	16 %
Un festival, spectacle, évènement	12%	11 %	14 %	17 % ↗	11 %	11 %	13 %	13 %	17 % ↗	11 %	15 %	12 %	12 %	22 % ↗	3 %
Les activités culturelles (musées…)	10 %	10 %	10 %	11 %	9 %	11 %	12%	10 %	8 %	9 %	16 % ↗	10 %	9 %	11 %	12 %
Les sports de nature nautiques : canyoning, canoé-kayak, rafting, voile, pêche, navigation…	8 %	9 %	7 %	11 %	9 %	5 % ↘	7 %	9 %	9 %	6 %	6 %	8 %	9 %	11 % ↗	29 %
Tourisme fluvial, croisière	4 %	4 %	4 %	3 %	3 %	6 % ↗	2 %	3 %	5 %	6 % ↗	3 %	5 %	4 %	5 %	12 %
Une cure thermale	4 %	4 %	5 %	2 % ↘	1 % ↘	8 % ↗	2 %	2 %	3 %	10 % ↗	8 % ↗	6 % ↗	3 %	6 %	0 %
Motif professionnel	3 %	2 %	3 %	5 %	2 %	2 %	4 %	2 %	0 %	3 %	11 % ↗	2 %	2 %	3 %	22 %
Un séjour bien-être, thalassothérapie	2 %	1 %	3 %	3 %	2 %	2 %	2 %	2 %	0 %	2 %	1 %	3 %	2 %	3 %	0 %

Les flèches ↗ / ↘ signalent les écarts statistiquement significatifs par rapport aux % de la population totale.
Les ◯ pointent sur les résultats qui présentent des écarts importants avec les autres cibles.

(*) : base faible

PARTIE 1

Processus de choix

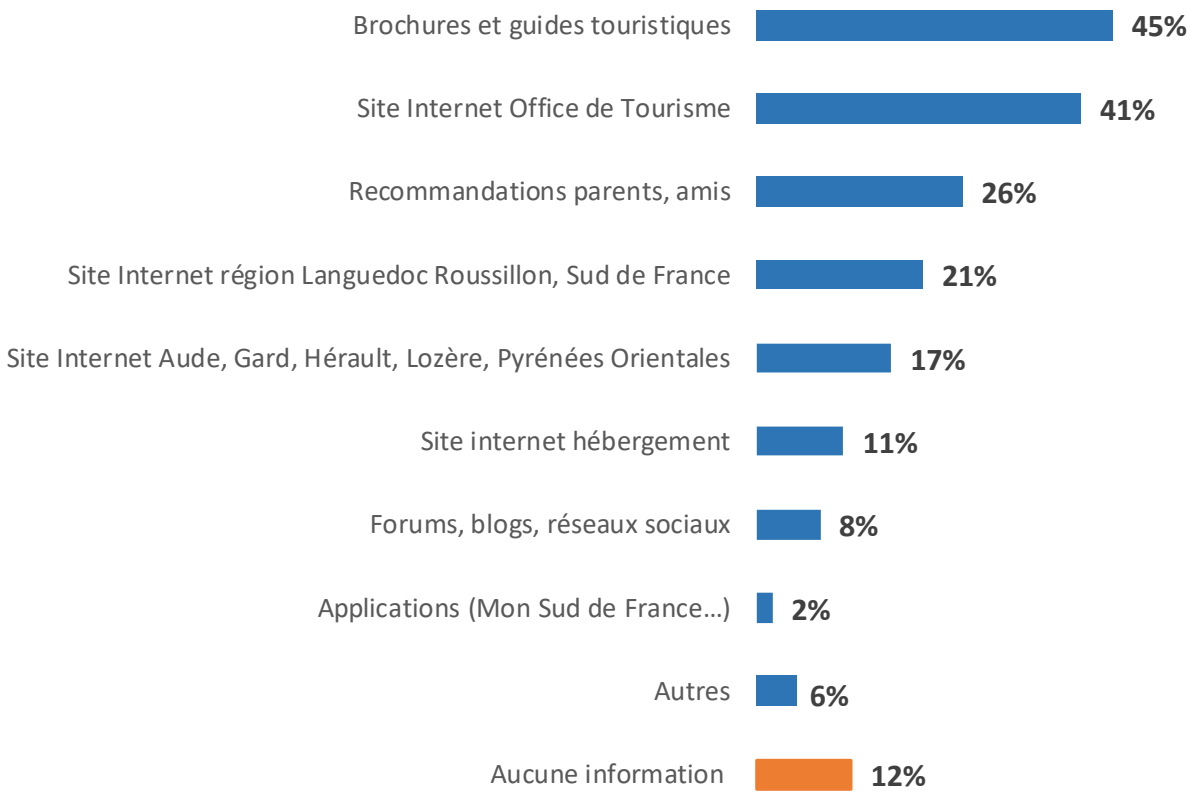
Informations, réservations

Le groupe de visite

Information

Pour s'informer sur la destination et/ou une fois sur place les touristes sont nombreux à citer « les brochures et guides touristiques » (45 %). Internet, avec 62 % de citations (= net des différents items relatifs à Internet) **reste prédominant, en particulier les sites des Offices de Tourisme (41 %).**

Question : Quelles sources d'information avez-vous utilisées pour préparer votre séjour ou une fois sur place en séjour en Languedoc-Roussillon ?



Net Internet : 62 %

Base : 2 651 touristes dans l'Hérault, 2015-2016

Les écarts entre les sources d'information utilisées selon les cibles restent assez limités : ainsi, le recours aux brochures et guides et à Internet est largement observé auprès de chacune des cibles.

Question : Quelles sources d'information avez-vous utilisées pour préparer votre séjour ou une fois sur place en séjour en Languedoc-Roussillon ?

		Sexe		Age			Profession				Groupe de visite				
	TOTAL	Homme	Femme	18-34 ans	35-49 ans	50 ans et +	CSP A	CSP B	CSP C	Inactifs	Seul(e)	Couple	Famille	Amis	Groupe organisé
	(2651)	(1175)	(1477)	(616)	(963)	(1072)	(444)	(1276)	(108)	(822)	(195)	(1089)	(1385)	(305)	(16,*)
Brochures et guides touristiques	**45 %**	45 %	46 %	46 %	46 %	44 %	43 %	47 %	47%	45 %	35 %↘	45 %	48 %	43 %	48 %
Internet (net)	**62 %**	62 %	61%	54 %↘	70 %↗	58 %↘	65 %	64 %	63%	56 %↘	54 %↘	61%	65 %↗	60 %	53 %
Recommandations parents, amis	**26 %**	22 %↘	29%↗	34 %↗	23 %	24 %	27 %	25 %	22 %	27%	29%	26 %	25 %	32 %↗	38 %
Aucune information	**12 %**	14 %	11%	15 % ↗	9 % ↘	13 %	13 %	12 %	8 %↘	12 %	15 %	12 %	11 %	14 %	0 %

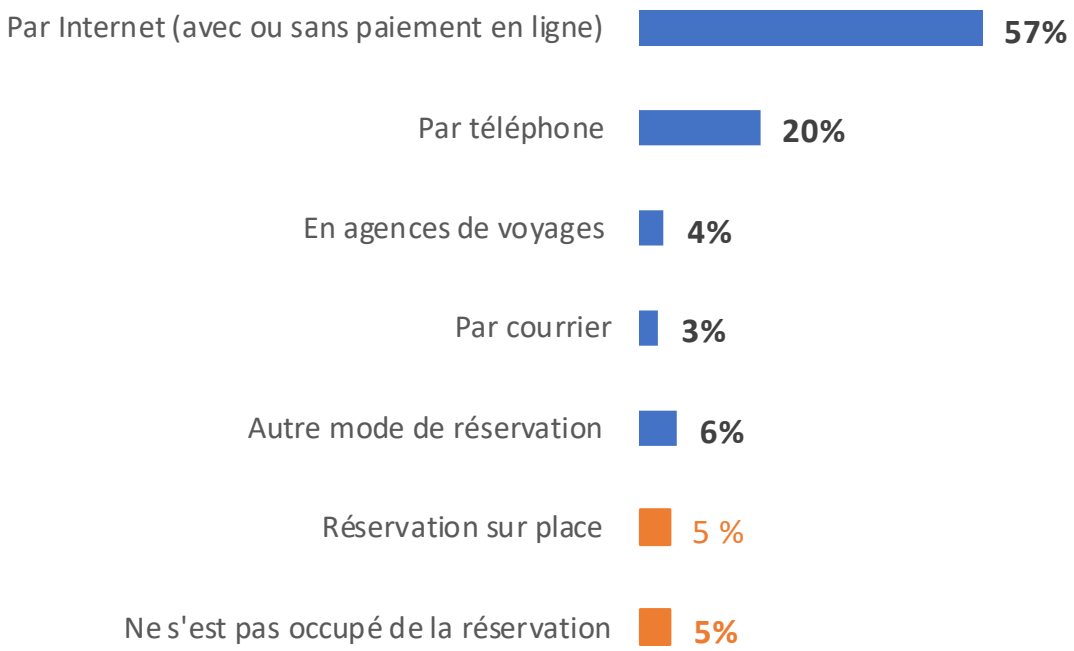
Les flèches ↗ / ↘ signalent les écarts statistiquement significatifs par rapport aux % de la population totale.
Les ◯ pointent sur les résultats qui présentent des écarts importants avec les autres cibles.

(*) : base faible

Réservation

Majoritairement les touristes réservent dorénavant leur hébergement par Internet (57 %).

Question : Avant votre départ comment avez-vous réservé votre hébergement ?

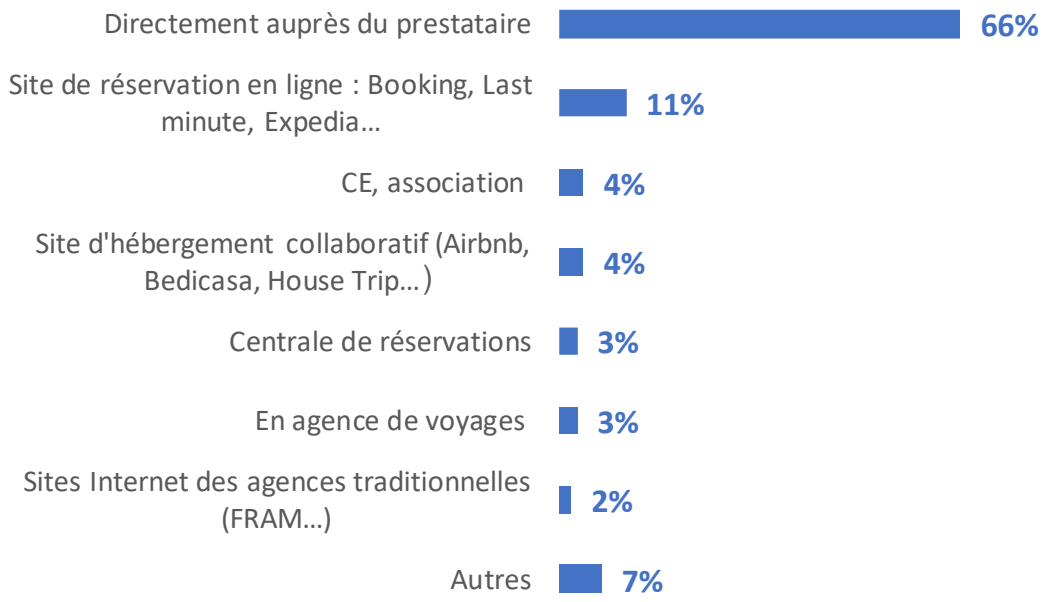


Base : 1 396 touristes en hébergement marchand dans l'Hérault, 2015-2016

Réservation

Deux touristes sur trois déclarent avoir effectué leur réservation directement auprès du prestataire, selon les différents modes de réservation vus précédemment.

Question : Auprès de qui avez-vous réservé votre hébergement ?



Question : Sur quel site Internet ? (en spontané)

Principaux sites Internet cités

- Booking
- Gîtes de France
- Airbnb
- Abritel
- Lastminute
- …

Base : 1 253 touristes ayant réservé leur hébergement dans l'Hérault, 2015-2016

PARTIE 1

Processus de choix

Informations, réservations

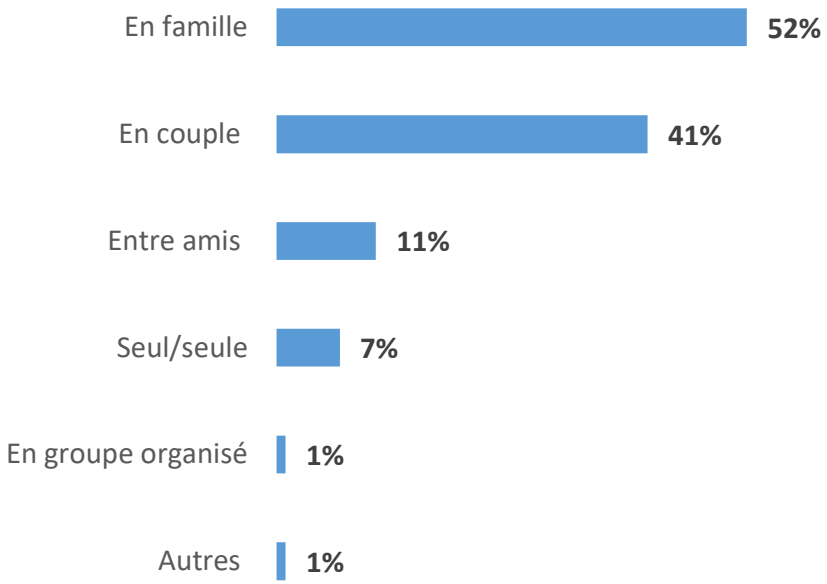
Le groupe de visite

Groupe de visite

Le plus souvent on vient dans l'Hérault en famille (52 %) ou en couple (41 %). L'effectif moyen est de 3,2 personnes, 42 % des visiteurs sont venus avec des enfants de moins de 16 ans, confirmant une destination familiale.

Très logiquement l'âge s'avère influent sur la structure du groupe de visite présent en Languedoc-Roussillon : on vient en famille entre « 35-49 ans », en couple après 50 ans. Les 18-34 ans viennent aussi en famille ou en couple mais aussi entre amis.

Question : Etes-vous venu(e) en Languedoc-Roussillon pour ce séjour…?



Effectif présent	Total
(Base)	(2651)
1 personne	7 %
2 personnes	38 %
3 à 5 personnes	43 %
6 personnes et plus	12 %
(effectif moyen)	*(3,2)*

Enfants moins de 16 ans présents	Total
(Base)	(2651)
Aucun	58 %
Au moins un enfant	42 %
Nombre moyen d'enfants	*0,8*

Base : 2 651 touristes dans l'Hérault, 2015-2016

PARTIE 2

Le séjour dans l'Hérault

PARTIE 2

Mode de transport et durée de séjour

Mode d'hébergement

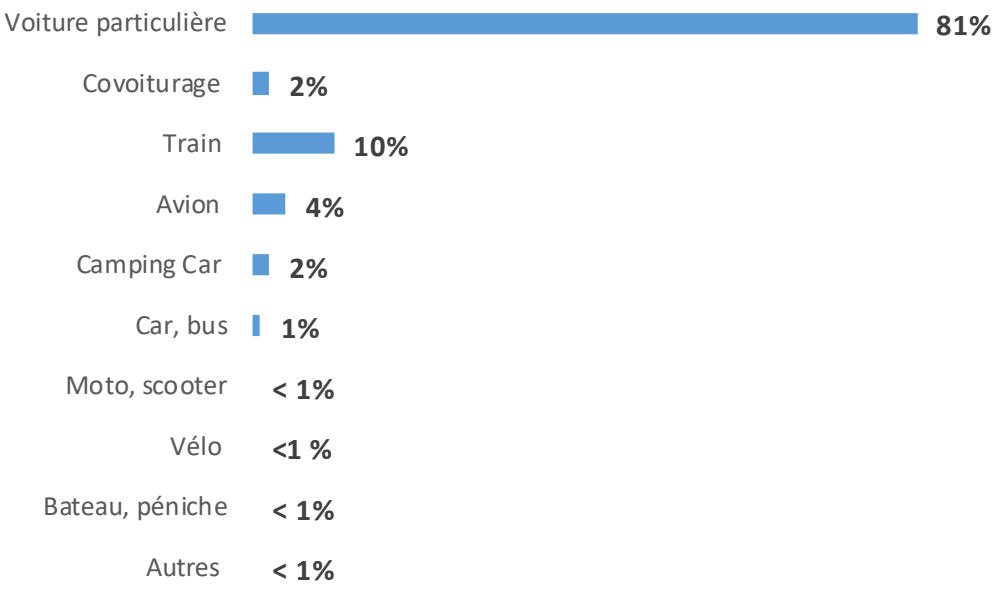
Activités

Informations sur place

Mode de transport

81 % des touristes sont venus en voiture en Languedoc-Roussillon, 10 % en train.

Question : Quel a été votre mode de transport principal pour venir en Languedoc-Roussillon ?

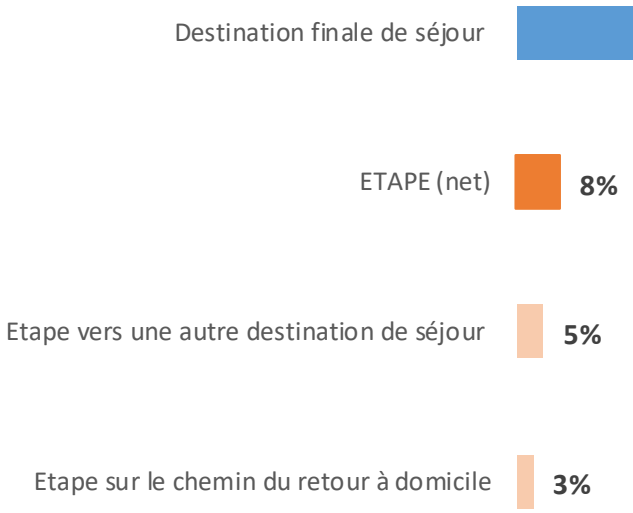


Base : 2 651 touristes dans l'Hérault, 2015-2016

Séjour ou étape

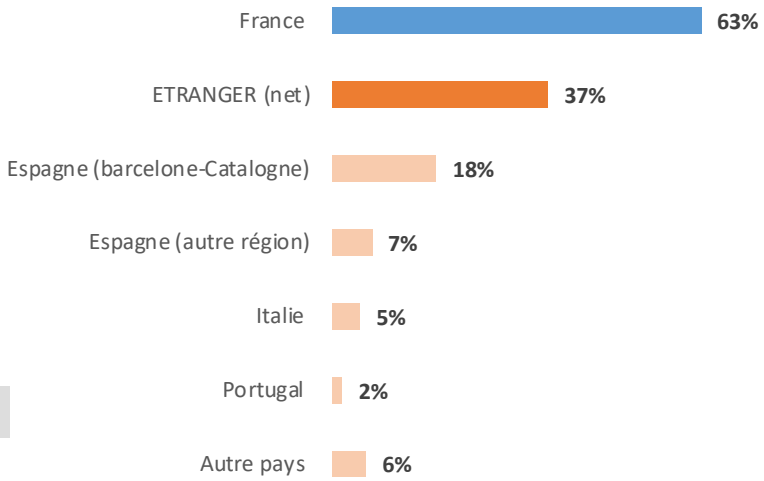
Le Languedoc-Roussillon correspond à la destination finale de 92 % des touristes séjournant dans l'Hérault. 8 % s'avèrent en étape, proportion qui n'apparait pas élevée et sans écarts importants selon les profils de touristes. Pour près des deux tiers des visiteurs en étape leur destination finale est française, cette destination est à l'étranger pour plus d'un tiers (le plus souvent alors en Espagne, Catalogne notamment).

Question : La région Languedoc-Roussillon était-elle votre destination finale de séjour ou une étape vers une autre destination ?



Base : 2 651 touristes dans l'Hérault, 2015-2016

Question : Quelle était votre destination finale de séjour ?

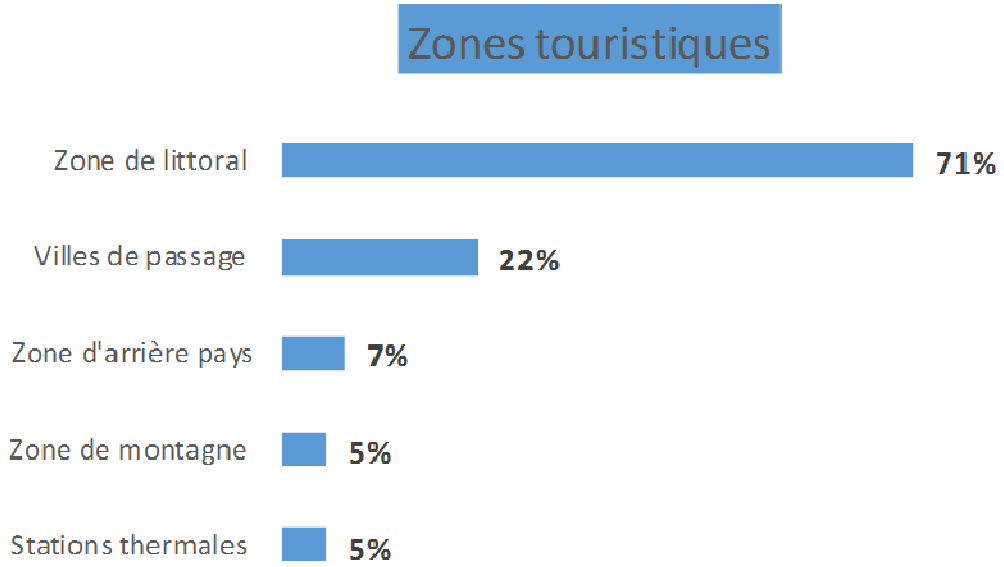


Dont : Provence Alpes Côte d'Azur (33 %), Midi Pyrénées (25 %), Rhône-Alpes (14 %), autres régions (28 %)

Base : 140 touristes en étape dans l'Hérault, 2015-2016

Zones de séjour

Les touristes séjournant dans l'Hérault sont notamment en zone littorale (71 %), 22 % sont en « villes de passage ».



Base : 2 651 touristes dans l'Hérault, 2015-2016

Zones de Séjour/profils

Les tableaux ci-dessous renseignent sur les profils différenciés selon les espaces de séjour : zone littorale (familles, 35-49 ans, hébergement marchand, long séjours, haute saison, repeaters), **villes de passage** (personnes seules, touristes étrangers, courts séjours, primo-visiteurs, hors saison)…

		Sexe		Age			Profession				Groupe de visite				
	TOTAL	Homme	Femme	18-34 ans	35-49 ans	50 ans et +	CSP A	CSP B	CSP C	Inactifs	Seul(e)	Couple	Famille	Amis	Groupe organisé
	(2651)	(1175)	(1477)	(616)	(963)	(1072)	(444)	(1276)	(108)	(822)	(195)	(1089)	(1385)	(305)	(16,*)
Zone littorale	71 %	71 %	72 %	68 %↘	74 %↗	71 %	70 %	73%	71%	70%	54%↘	69%	77%↗	69 %	25%
Villes de passage	22 %	22 %	22 %	25 %	21 %	21 %	23 %	21 %	17 % ↘	24 %	40 %↗	22 %	17 % ↘	21 %	53 %
Arrière pays	7 %	8 %	6 %	9 %	5 %	7 %	8 %	5 %	12 %	7 %	8 %	8 %	6 %	13 %↗	0 %
Montagne	5 %	4 %	5 %	5 %	5 %	5%	5 %	5 %	0 %	5 %	5 %	4 %	4 %	6 %	22 %
Stations thermales	5 %	4 %	6 %	3 %↘	4 %	8 %↗	4%	4 %	2 %	8 %↗	8 %↗	7 %↗	4 %	5 %	14 %

		Nationalité		Hébergement		Durée de séjour			Primo visiteurs		Saison			
	TOTAL	Français	Etrangers	Marchand	Non marchand	Court	Moyen	Long	OUI	NON	Avant saison	Haute saison	Arrière saison	Hors saison
	(2651)	(2121)	(530)	(1396)	(1255)	(509)	(792)	(1349)	(293)	(2167)	(548)	(1416)	(435)	(251)
Zone littorale	71 %	72 %	68%	75 % ↗	68 %↘	53 % ↘	69 %	80 % ↗	65 %↘	74 % ↗	71 %	75 %↗	71 %	55 % ↘
Villes de passage	22 %	21 %	27 % ↗	20 % ↘	24 % ↗	35 % ↗	24%	16%↘	28 % ↗	21 % ↘	21 %	19%↘	23%	37 %↗
Arrière pays	7 %	6 %	8 %	5 %	8 % ↗	9 %	6 %	6 %	6 %	6 %	8 %	6 %	6 %	9 %
Montagne	5 %	5 %	4 %	6 %↗	3 %↘	5 %	3 %	5%	5 %	4 %	3 %	6 %	5 %	2 %
Stations thermales	5 %	6 %	1 %↘	8 %↗	3 %↘	3 %	3 %	8 %↗	4 %	6 %	6 %	4 %	7 %	8 %

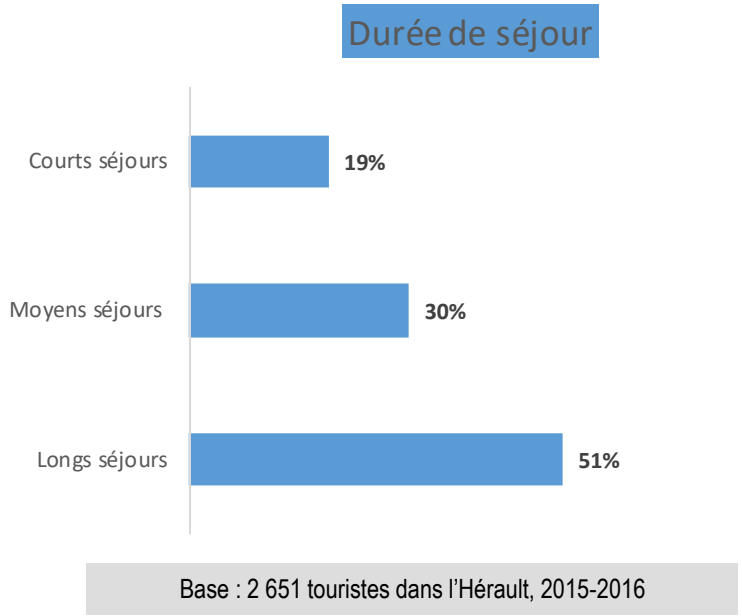
Les flèches ↗ / ↘ signalent les écarts statistiquement significatifs par rapport aux % de la population totale.
Les ◯ pointent sur les résultats qui présentent des écarts importants avec les autres cibles.

(*) : base faible

Durée de séjour

Dans l'échantillon consulté la durée moyenne de séjour est égale à 11,4 nuitées, avec ainsi une majorité de moyens et longs séjours.

Question : Combien de nuits avez-vous passé dans ce(s) lieu(x) en Languedoc-Roussillon ?



Base : 2 651 touristes dans l'Hérault, 2015-2016

Durée de séjour	Total
(Base)	(2651)
Courts séjours (net)	**19 %**
1 nuit	4 %
2 nuits	7 %
3 Nuits	8 %
Longs séjours (net)	**81 %**
4 à 7 nuits	30 %
1 à 2 semaines	27 %
2 à 3 semaines	14 %
3 à 4 semaines	4 %
Plus de 4 semaines	5 %

Durée moyenne de séjour : 11,4 nuits

Durée de Séjour/profils

Les tableaux ci-dessous renseignent sur les profils différenciés selon la durée de séjour : familles en longs séjours durant l'été, courts séjours en dehors de la haute saison estivale, avec alors une moindre présence des familles…

		Sexe		Age			Profession				Groupe de visite				
	TOTAL	Homme	Femme	18-34 ans	35-49 ans	50 ans et +	CSP A	CSP B	CSP C	Inactifs	Seul(e)	Couple	Famille	Amis	Groupe organisé
	(2651)	(1175)	(1477)	(616)	(963)	(1072)	(444)	(1276)	(108)	(822)	(195)	(1089)	(1385)	(305)	(16,*)
Longs séjours	81 %	81 %	81 %	75 % ↘	83 %	83 %	77 %↘	80 %	78 %	84 %↗	68 %↘	78%↘	86 % ↗	75 %↘	59 %↘
Courts séjours	19 %	19 %	19%	25 %↗	17 %	17 %	23 %↗	20 %	22 %	16 %↘	32 % ↗	22%↗	14 %↘	25 %↗	41 %↗

		Nationalité		Hébergement		Primo visiteurs		Saison			
	TOTAL	Français	Etrangers	Marchand	Non marchand	OUI	NON	Avant saison	Haute saison	Arrière saison	Hors saison
	(2651)	(2121)	(530)	(1396)	(1255)	(293)	(2167)	(548)	(1416)	(435)	(251)
Longs séjours	81 %	78 %↘	90 %↗	81 %	81 %	85 %	83 %	72 %↘	90 %↗	72 %↘	63 %↘
Courts séjours	19 %	22 % ↗	10 %↘	19 %	19%	15 %	17 %	28 %↗	10% ↘	28%↗	37%↗

Les flèches ↗ / ↘ signalent les écarts statistiquement significatifs par rapport aux % de la population totale.
Les ◯ pointent sur les résultats qui présentent des écarts importants avec les autres cibles.

(*) : base faible

PARTIE 2

Mode de transport et durée de séjour

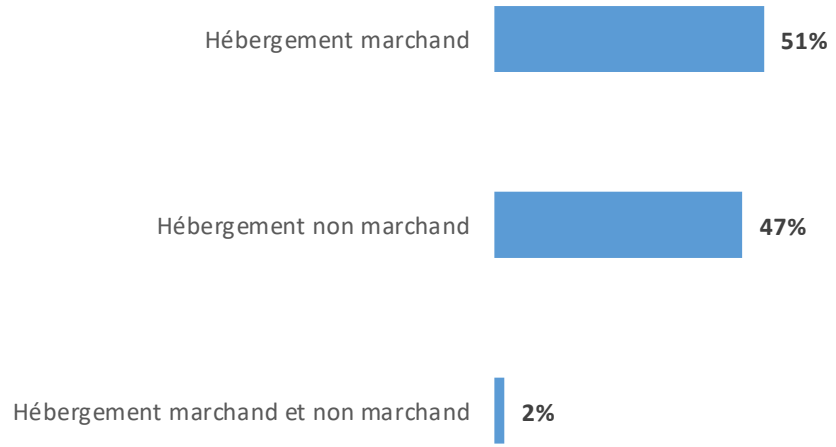
Mode d'hébergement

Activités

Informations sur place

Question : Quel a été votre mode d'hébergement en Languedoc-Roussillon ?

Données redressées à partir des statistiques ADT Hérault
(total marchand / total non marchand)



Base : 2 651 touristes dans l'Hérault, 2015-2016

(données non redressées par mode d'hébergement)	TOTAL (2651)
Camping	15 %
Résidence de tourisme	11 %
Hôtel	8 %
Gîte rural, meublé	5 %
Village de vacances	4 %
Chambre d'hôtes	2 %
Camping car	2 %
Auberges de jeunesse	< 1 %
Péniches bateau	< 1 %
Autres hébergement marchand	5 %
Résidence secondaire	23 %
Chez des amis, famille	22 %
Hébergement marchand et non marchand	2 %

Hébergement /profils

Les tableaux ci-dessous renseignent sur les modes d'hébergement selon les profils des touristes. Les profils suivants sont plus en hébergement marchand : moins de 50 ans, familles, catégories socioprofessionnelles intermédiaires et modestes, touristes étrangers, primo-visiteurs…

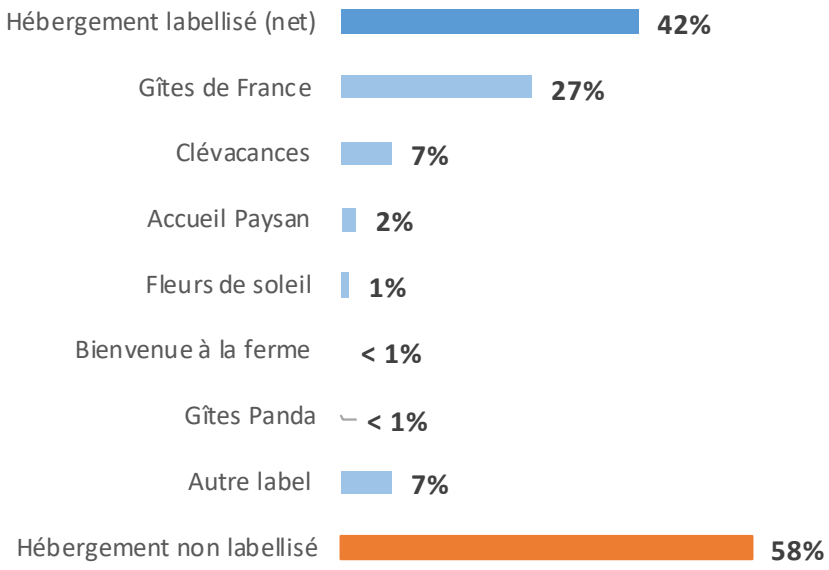
		Sexe		Age			Profession				Groupe de visite				
	TOTAL	Homme	Femme	18-34 ans	35-49 ans	50 ans et +	CSP A	CSP B	CSP C	Inactifs	Seul(e)	Couple	Famille	Amis	Groupe organisé
	(2651)	(1175)	(1477)	(616)	(963)	(1072)	(444)	(1276)	(108)	(822)	(195)	(1089)	(1385)	(305)	(16,*)
Hébergement marchand	51 %	50 %	51 %	53 %↗	54 %↗	46 %↘	44 %↘	54 %↗	68 %↗	46 %↘	41 %↘	50 %	53 %↗	40 %↘	65 %
Hébergement non marchand	47 %	48 %	47 %	45 %↘	44 %↘	52 %↗	54 %↗	44 %↘	32 %↘	52 %↗	57 %↗	48 %	45 %↘	57 %↗	35 %
Marchand et non marchand	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	0 %	2 %	2 %	2 %	2 %	3 %	0 %

		Nationalité		Durée de séjour			Primo visiteurs		Saison			
	TOTAL	Français	Etrangers	Court	Moyen	Long	OUI	NON	Avant saison	Haute saison	Arrière saison	Hors saison
	(2651)	(2121)	(530)	(509)	(792)	(1349)	(293)	(2167)	(548)	(1416)	(435)	(251)
Hébergement marchand	51 %	49 %↘	59 %↗	52%	52%	49%	75 %↗	48 %↘	54 %	52%	49%	38%↘
Hébergement non marchand	47 %	49 %↗	40 %↘	47 %	46%	48%	23 %↘	50 %↗	45 %	45 %	49%	60%↗
Marchand et non marchand	2 %	2 %	1 %	1%	2%	3%	1 %	2 %	1 %	3%	2%	2%

Les flèches ↗ / ↘ signalent les écarts statistiquement significatifs par rapport aux % de la population totale.
Les ◯ pointent sur les résultats qui présentent des écarts importants avec les autres cibles.

(*) : base faible

Question : Quel était le label de votre hébergement ?



Base : 216 touristes dans l'Hérault en gîte rural, meublé ou chambre d'hôtes, en Languedoc-Roussillon, 2015-2016

PARTIE 2

Mode de transport et durée de séjour

Mode d'hébergement

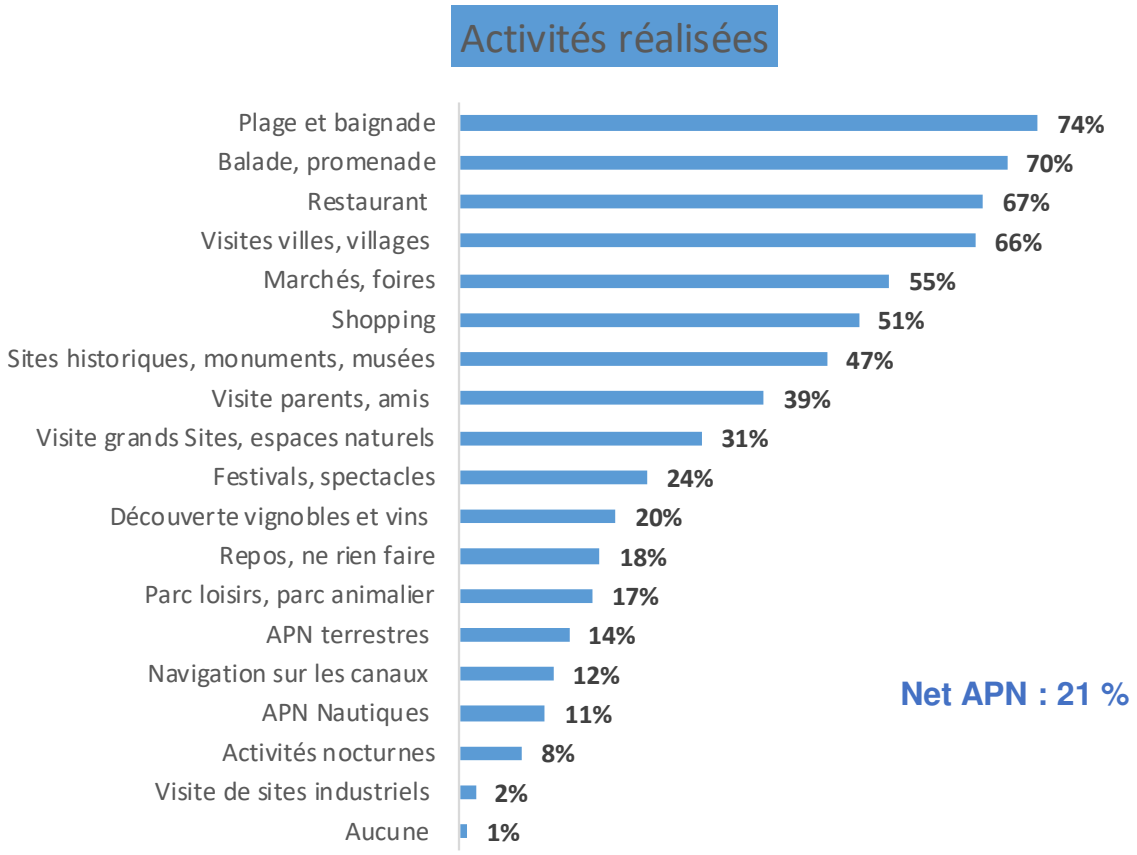
Activités

Informations sur place

Activités

L'activité balnéaire est dominante dans l'Hérault : 74 % des touristes citent l'activité plage et baignade. La balade / promenade et la visite de villes et villages sont également souvent évoquées, par respectivement 70 % et 66 % des touristes présents. Lors des séjours, restaurants, marchés foires et commerces sont aussi largement fréquentés (respectivement 67 %, 55 % et 51 % de citations). Tourisme culturel (47 %) et visite des Grands Sites, grands espaces naturels (31 %) sont assez souvent pratiqués, mais en retrait des activités précédentes. 39 % évoquent la visite à des parents, amis (tourisme affinitaire). La découverte des vins et vignobles (oenotourisme) et les Activités de Pleine Nature sont en retrait (20 % et moins de citations).

Question : Durant ce dernier séjour dans la région Languedoc-Roussillon, quelles sont toutes les activités que vous avez réalisées ?



Net APN : 21 %

Base : 2 651 touristes dans l'Hérault, 2015-2016

PARTIE 2

Mode de transport et durée de séjour

Mode d'hébergement

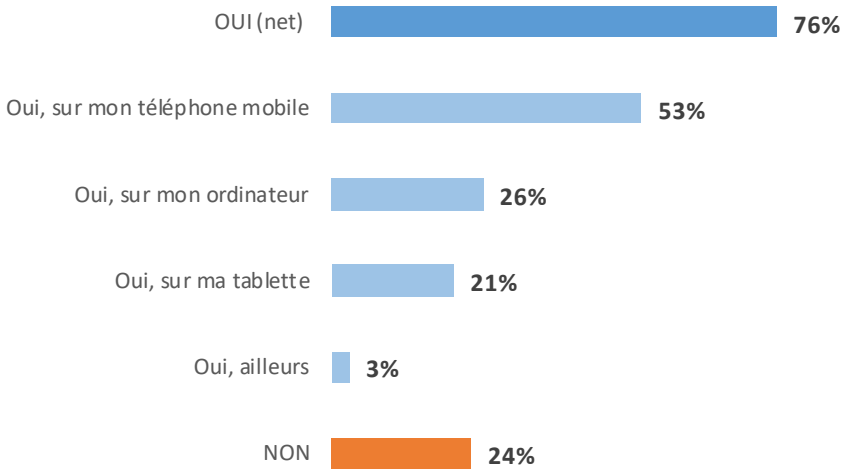
Activités

Informations sur place

Connexion à Internet

Le taux de connexion à Internet, en dehors d'une utilisation professionnelle est élevé : le plus souvent la connexion s'établit à partir du téléphone mobile. Les connexions ont pour objectif de s'informer, de se connecter aux réseaux sociaux et/ou de géolocaliser un site, un restaurant…Réservations/achat restent minoritaires parmi l'ensemble des actions de connexion.

Question : Durant votre séjour en Languedoc-Roussillon vous êtes-vous connecté(e) à Internet, en dehors d'une utilisation professionnelle ?

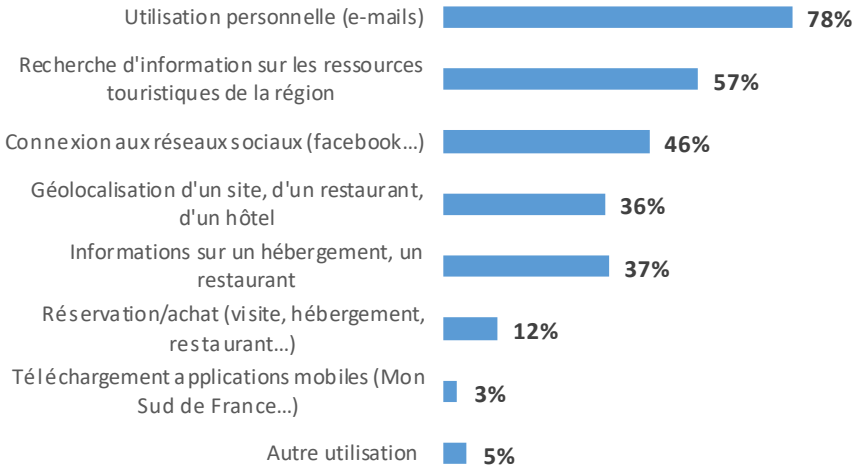


Base : 2 651 touristes dans l'Hérault,
total > 100 % plusieurs réponses possibles, 2015-2016

Profil « Connexion à Internet » : 76 %

- Hommes : 80 %
- 18-34 ans : 82 %, 35-49 ans : 79 %
- CSP supérieures : 83 %
- Touristes étrangers : 86 %
- Primo visiteurs : 82 %

Question : Lors de vos connexions à Internet en région Languedoc-Roussillon, et en dehors d'une utilisation professionnelle, quelle(s) opérations(s) avez-vous réalisées ?

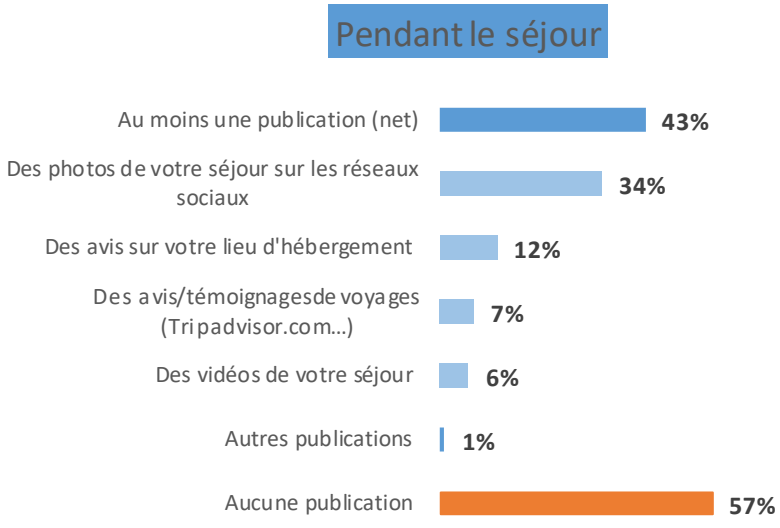


Base : 2 023 touristes dans l'Hérault, 2015-2016, se sont connectés à Internet durant le séjour,
total > 100 %, plusieurs réponses possibles

Publications sur Internet

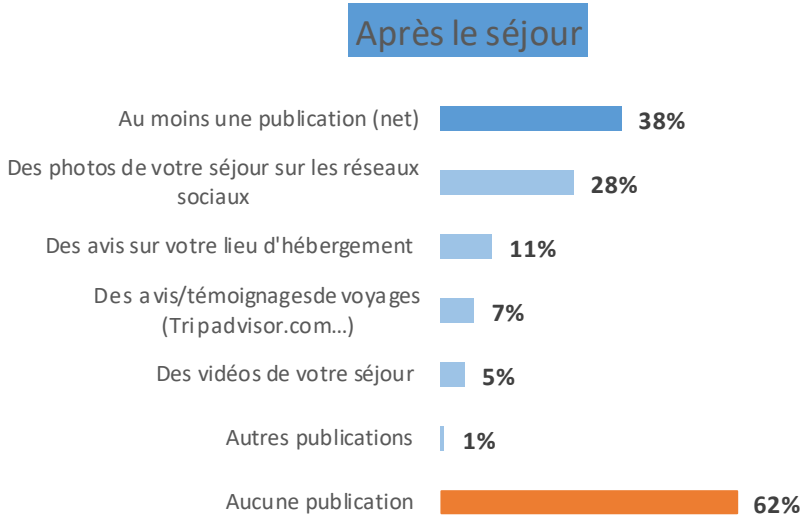
Près d'un touriste sur deux partage ou publie sur Internet des avis et/ou photos, vidéos…pendant ou après son séjour en Languedoc-Roussillon : le plus souvent ce sont des photos qui sont publiées. Les plus jeunes touristes sont les plus actifs pour ces publications.

Question : A partir de votre expérience en Languedoc-Roussillon, avez-vous partagé ou publié sur Internet…**pendant votre séjour** ?



Base : 2 023 touristes dans l'Hérault, 2015-2016, se sont connectés à Internet durant le séjour, plusieurs réponses possibles

Question : A partir de votre expérience en Languedoc-Roussillon, avez-vous partagé ou publié sur Internet…**après votre séjour** ?



Base : 2 651 touristes dans l'Hérault, 2015-2016, plusieurs réponses possibles

Question : Lors de votre séjour dans la région, combien de personnes avaient un téléphone mobile (vous compris et les personnes qui vous accompagnaient, conjoint(e) et enfant(s)) (si le téléphone fonctionne avec 2 cartes SIM compter 2 téléphones) ?

	Total
(Base)	(2651)
Aucun mobile	**1 %**
1 mobile	13 %
2 mobiles	50 %
3 mobiles	16 %
4 mobiles et plus	20 %
(Moyenne)	*(2,4)*

Question **(aux visiteurs étrangers équipés d'au moins un mobile)** : Avez-vous téléphoné avec…? (sur liste)

	Touristes étrangers avec mobile(s)
(Base)	(520)
Utilisation de téléphone mobile	**83 %**
…Avec le forfait international/France de votre opérateur habituel	69 %
…Avec une carte prépayée achetée dans votre pays	14 %
…Avec une carte prépayée achetée à votre arrivée en France	4 %
Pas d'utilisation de téléphone mobile	**17 %**

PARTIE 3

La satisfaction des touristes à l'issue de leur séjour dans l'Hérault

PARTIE 3

Opinions spontanées

Satisfaction globale et détaillée

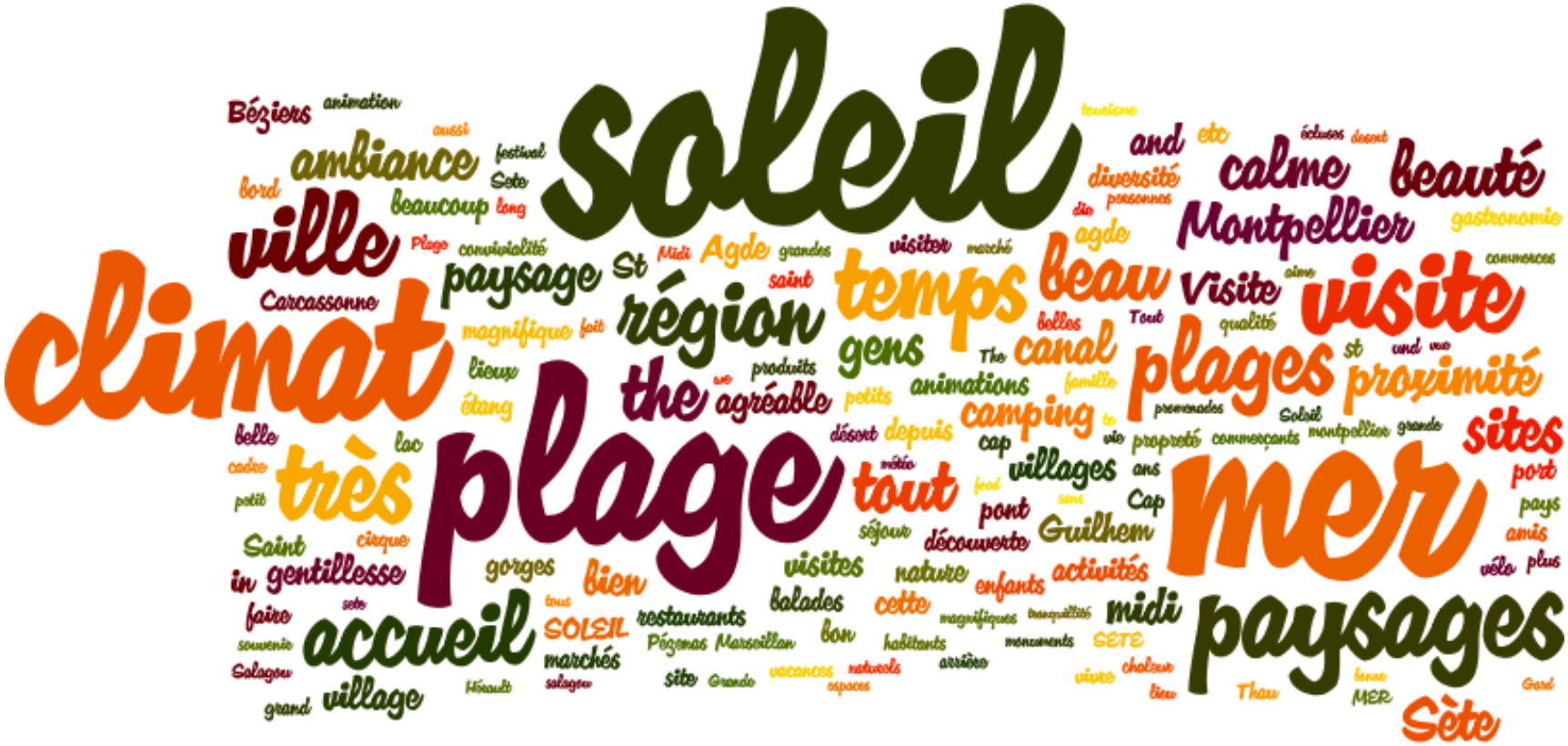
Bilan de satisfaction

Fidélité destination / recommandation

Evocations positives

Ce sont les paysages, le climat et le soleil, la plage et la mer qui spontanément sont les plus restitués quand on demande aux touristes ce qui leur a particulièrement plu lors de leur dernier séjour dans l'Hérault.

Question : Qu'est-ce qui vous a particulièrement plu lors de votre dernier séjour en Languedoc-Roussillon, que vous garderez comme un grand souvenir de votre séjour ? **(en spontané)**

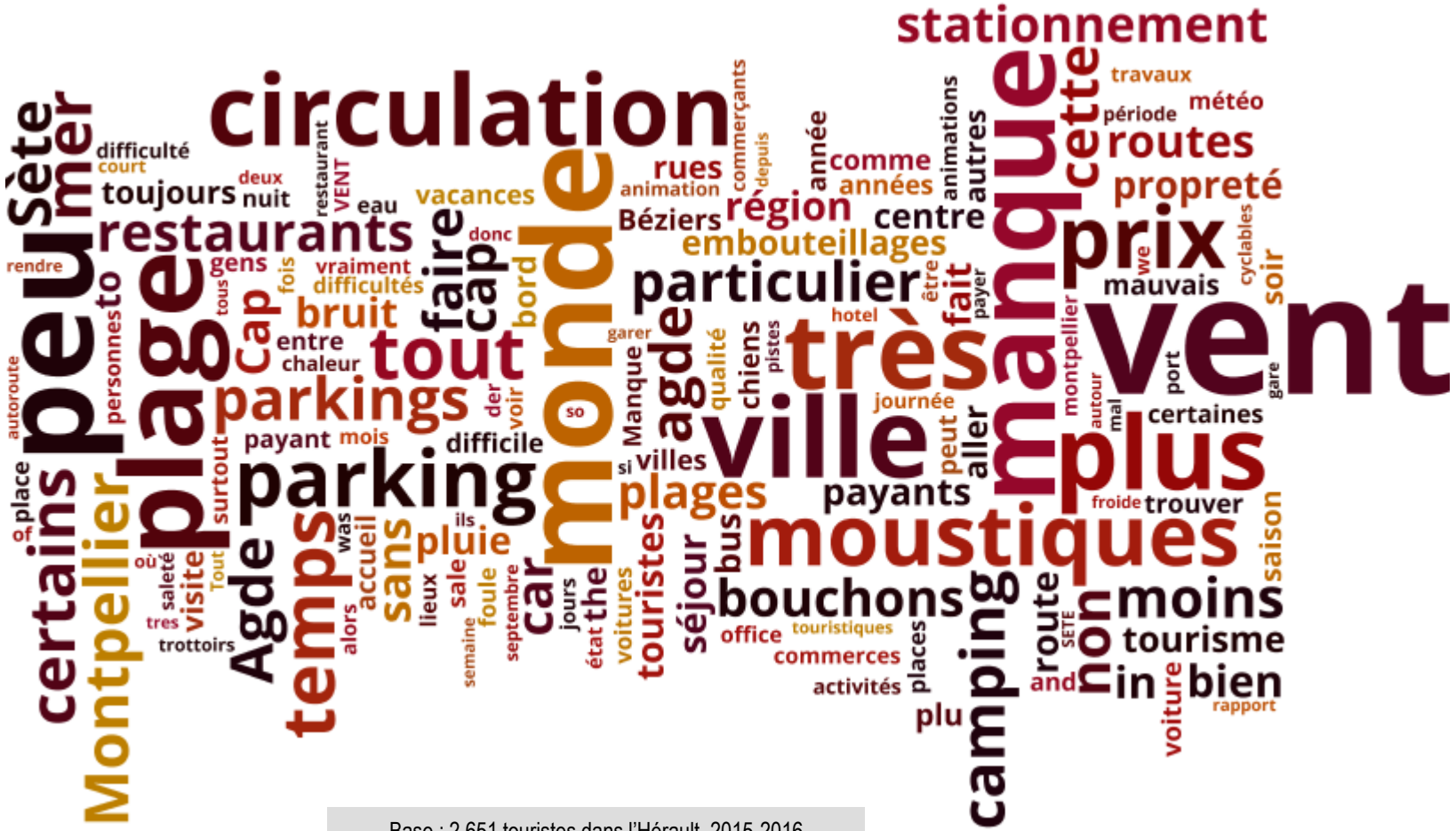


Base : 2 651 touristes dans l'Hérault, 2015-2016

Evocations négatives

Un certain nombre de touristes interrogés n'émettent aucune critique, précisant que leur séjour s'est parfaitement déroulé. Parmi les thématiques les plus évoquées en spontané, on retiendra : l'affluence, le monde / des problèmes de circulation, le stationnement, les parkings / la météo, le vent, les moustiques…

Question : Qu'est-ce qui vous a moins plu lors de votre dernier séjour en Languedoc-Roussillon ? **(en spontané)**



Base : 2 651 touristes dans l'Hérault, 2015-2016

PARTIE 3

Opinions spontanées

Satisfaction globale et détaillée

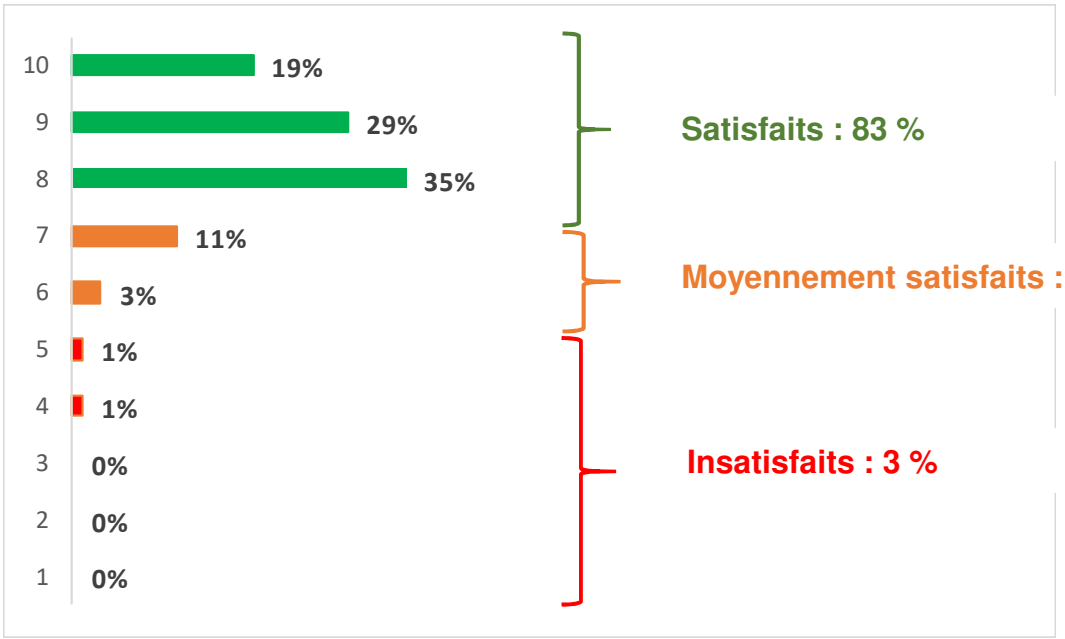
Bilan de satisfaction

Fidélité destination / recommandation

Satisfaction globale

La note moyenne de satisfaction, égale à 8,4/10, traduit un bon niveau de satisfaction générale des touristes interrogés à l'issue de leur séjour dans l'Hérault. Les résultats de satisfaction sont élevés et homogènes selon les variables sociodémographiques.

Question : Merci de noter de 1 à 10 votre niveau de satisfaction général par rapport à votre séjour en Languedoc-Roussillon.
1 signifie que vous n'êtes pas du tout satisfait(e) et 10 que vous êtes très satisfait(e).les notes intermédiaires vous servent à nuancer votre jugement



8,4/10

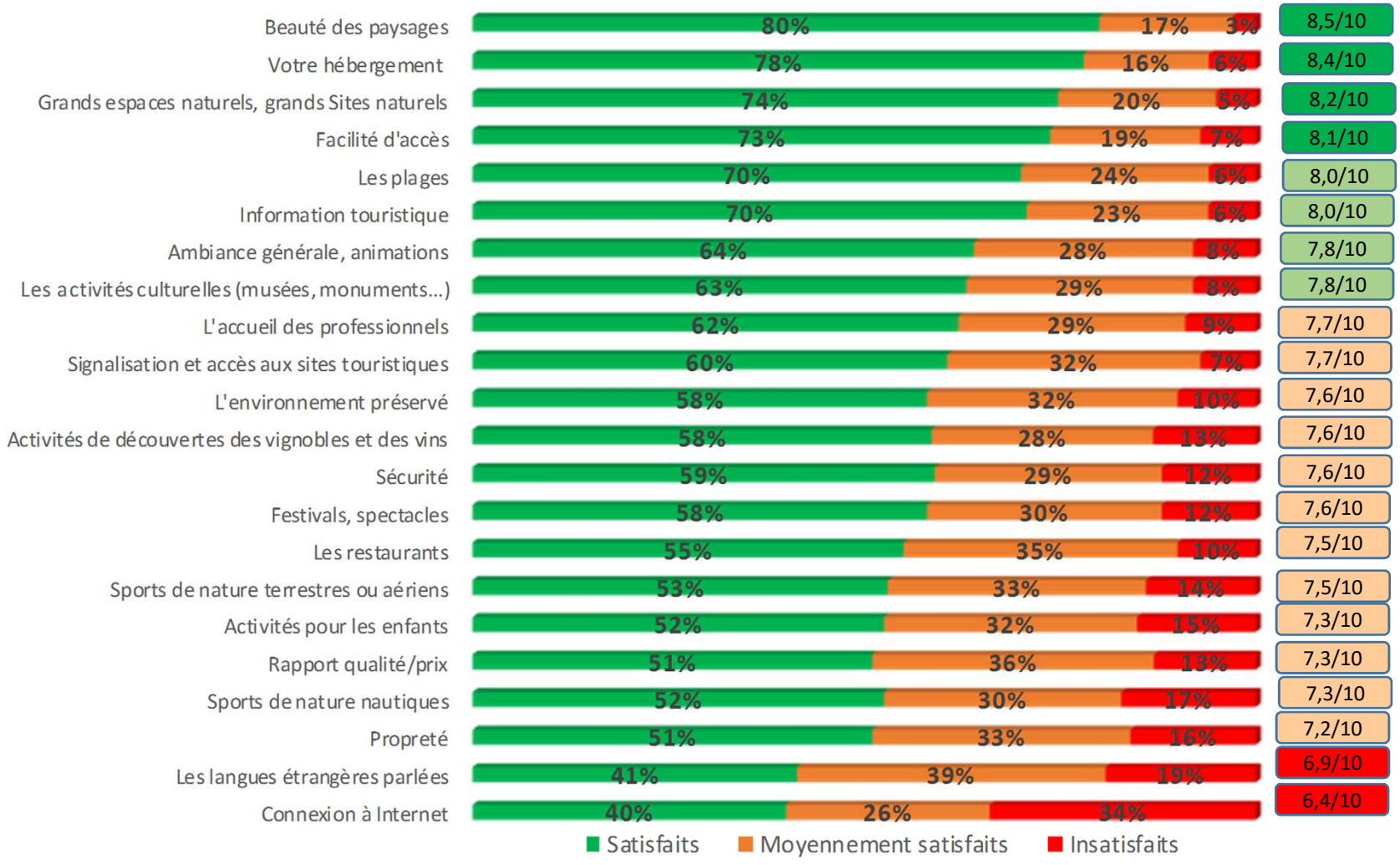
Base : 2 651 touristes dans l'Hérault, 2015-2016

		Sexe		Age			Profession				Groupe de visite				
	TOTAL	Homme	Femme	18-34 ans	35-49 ans	50 ans et +	CSP A	CSP B	CSP C	Inactifs	Seul(e)	Couple	Famille	Amis	Groupe organisé
	(2651)	(1175)	(1477)	(616)	(963)	(1072)	(444)	(1276)	(108)	(822)	(195)	(1089)	(1385)	(305)	(16,*)
SATISFACTION GLOBALE	8,4	8,4	8,4	8,4	8,4	8,4	8,4	8,4	8,3	8,4	8,4	8,4	8,3	8,4	8,8

Satisfaction détaillée

C'est l'item « beauté des paysages » qui obtient la meilleure note de satisfaction, avec 8,5/10, résultat qui traduit une excellente perception. Parmi les composantes de l'offre touristique bien appréciées dans l'Hérault on notera aussi : l'hébergement, les grands espaces naturels, les grands sites naturels, la facilité d'accès, l'information touristique, les plages…A l'opposé, « connexion à internet », langues étrangères parlées et propreté suscitent plus de critiques. De façon générale les notes autour de 8 traduisent un bon niveau de satisfaction, alors qu'autour de 7, la perception est moyenne. En dessous de 7 la perception s'avère déficitaire.

Question : De la même façon merci de noter chacun des thèmes suivants de de 1 à 10 votre niveau de satisfaction à l'occasion de votre séjour en Languedoc-Roussillon.
1 signifie que vous n'êtes pas du tout satisfait(e) et 10 que vous êtes très satisfait(e).les notes intermédiaires vous servent à nuancer votre jugement



Satisfaisant

Correct

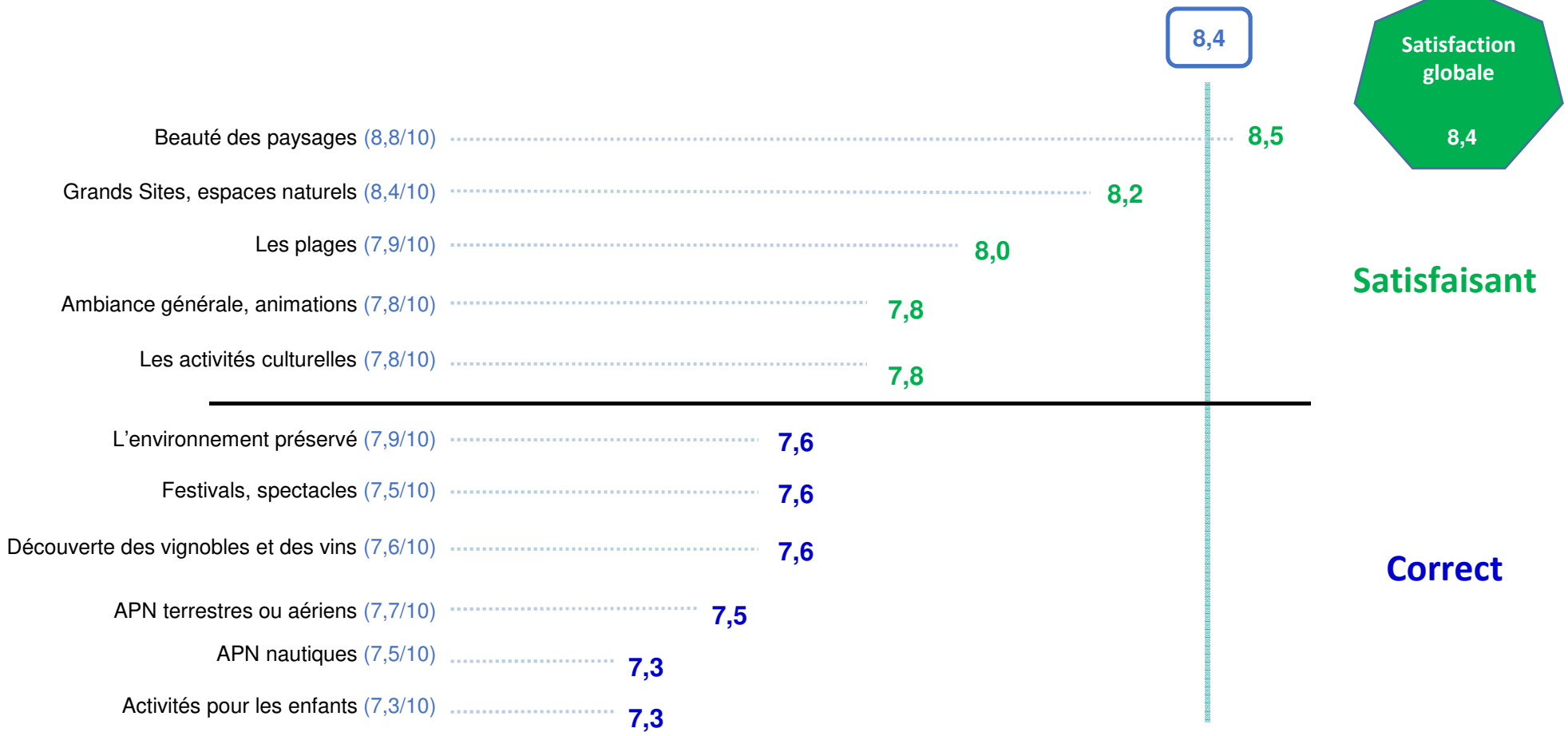
Déficitaire

Base : 2 651 touristes dans l'Hérault, 2015-2016, indicateurs de satisfaction posés à tous avec réponses des touristes concernés

Satisfaction Note/10

L'offre touristique

La satisfaction globale des touristes dans l'Hérault apparait satisfaisante : plus précisément, la beauté des paysages, grands sites naturels, Grands Sites, les plages, l'ambiance et les animations, les activités culturelles proposées donnent satisfaction. Les autres composantes de l'offre touristique sont plus moyennes.



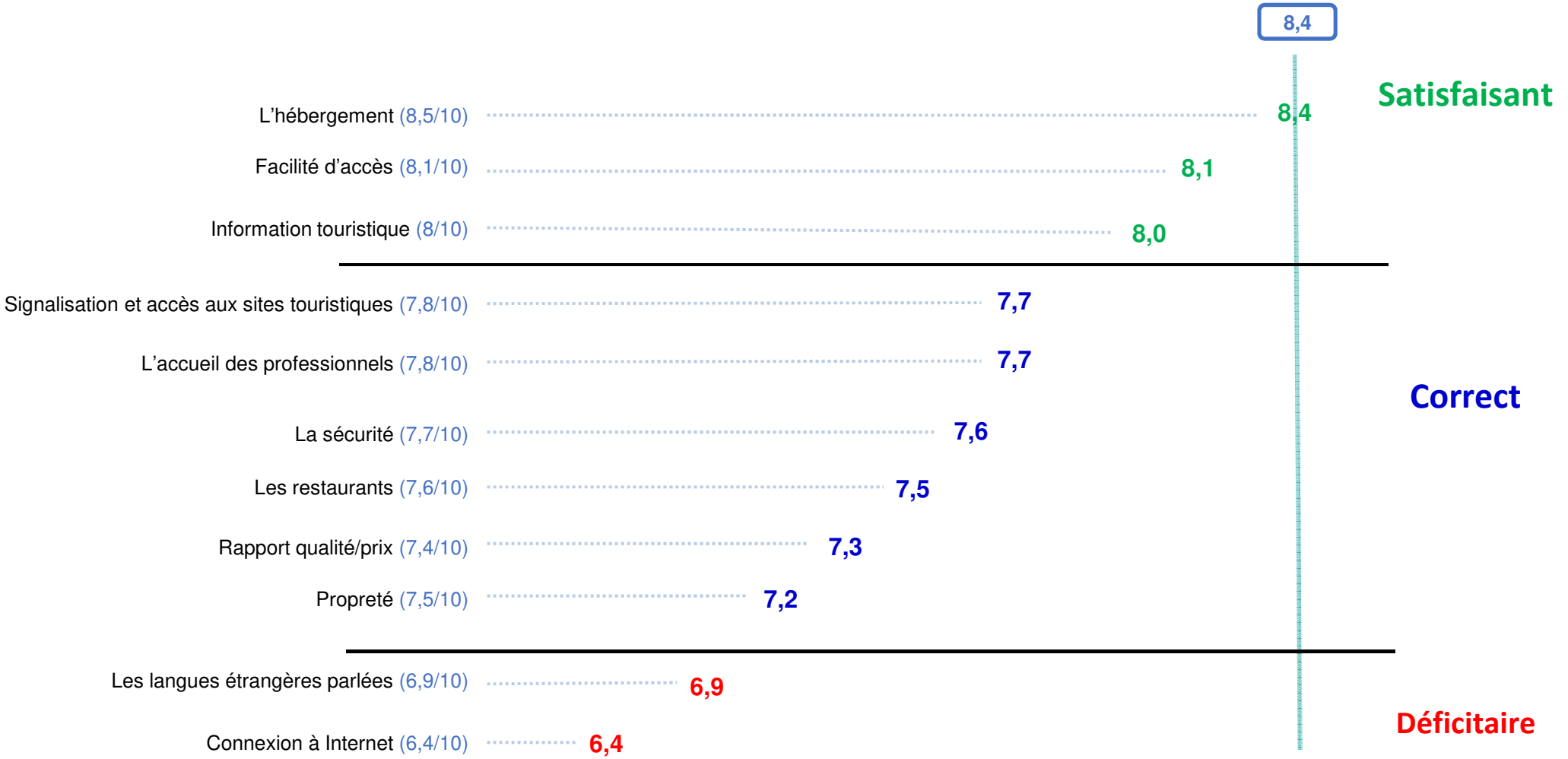
Base : 2 651 touristes dans l'Hérault, 2015-2016, indicateurs de satisfaction posés à tous avec réponses des touristes concernés

Les notes en bleu (8,8/10) indiquent la moyenne pour le Languedoc-Roussillon, elles permettent ainsi la comparaison avec l'Hérault.

Satisfaction Note/10

Les services

La qualité perçue de l'hébergement, la facilité d'accès et l'information touristique donnent satisfaction aux touristes de l'Hérault. Les autres indicateurs souvent moyens traduisent une moindre satisfaction.



Base : 2 651 touristes dans l'Hérault, 2015-2016, indicateurs de satisfaction posés à tous avec réponses des touristes concernés

Les notes en bleu (8,5/10) indiquent la moyenne pour le Languedoc-Roussillon, elles permettent ainsi la comparaison avec l'Hérault.

PARTIE 3

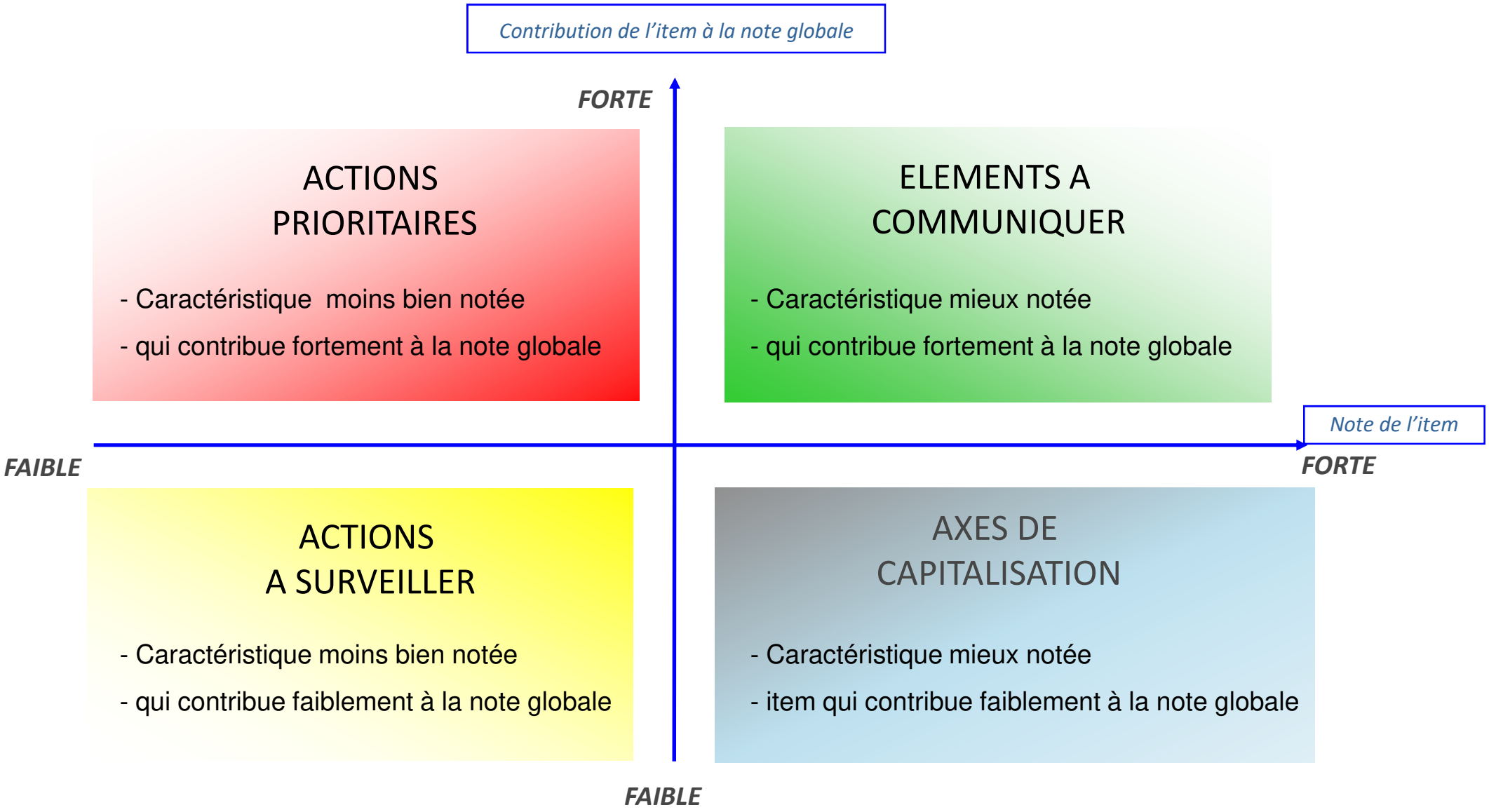
Opinions spontanées

Satisfaction globale et détaillée

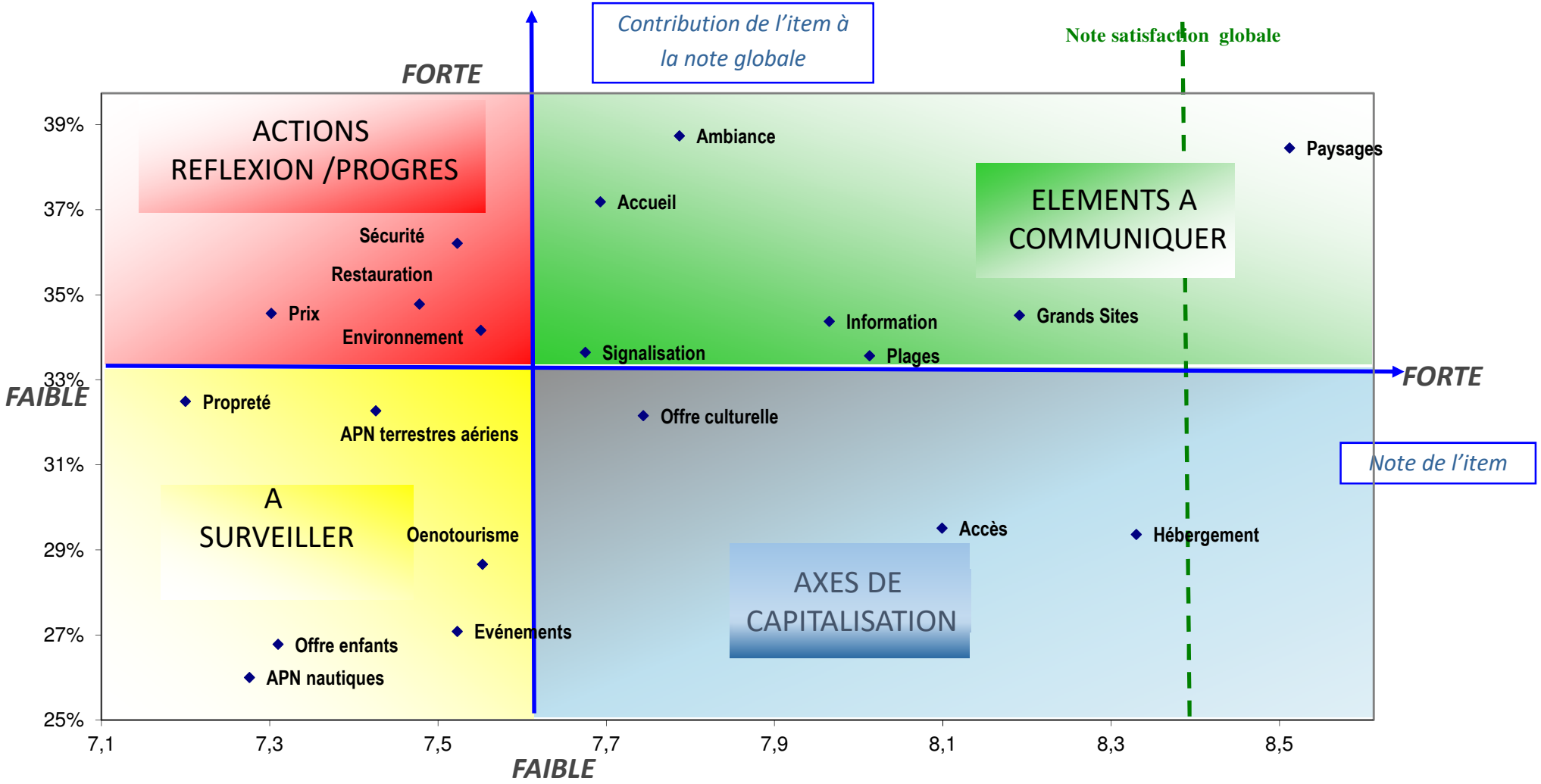
Bilan de satisfaction

Fidélité destination / recommandation

Mode d'interprétation du BILAN DE SATISFACTION



BILAN DE SATISFACTION « Séjournants Hérault »



Base : 2 651 touristes dans l'Hérault, 2015-2016, indicateurs de satisfaction posés à tous avec réponses des touristes concernés

- A l'instar de ce que l'on observe auprès de l'ensemble des clientèles touristiques, la perception de la beauté des paysages reste très bonne et importante dans la satisfaction globale des visiteurs séjournant dans l'Hérault. Les Grands Sites naturels, grands espaces sont aussi appréciés et participent pleinement à la satisfaction globale. Le même constat positif est réalisé pour les plages.

- L'indicateur « ambiance générale, animation » obtient un assez bon niveau de satisfaction et se révèle très important dans l'appréciation globale du séjour.

- La facilité d'accès et la qualité d'hébergement sont bien perçues mais s'avèrent moins contributives à la satisfaction globale.

- On retrouve encore les mêmes services recueillant moins de satisfaction et pour autant importants dans la satisfaction globale des touristes : la sécurité, les restaurants, le rapport qualité/prix et la propreté. La note obtenue par l'environnement préservé dans l'Hérault apparait correcte/moyenne mais en retrait de la moyenne régionale et se confirme importante dans la satisfaction globale.

PARTIE 3

Opinions spontanées

Satisfaction globale et détaillée

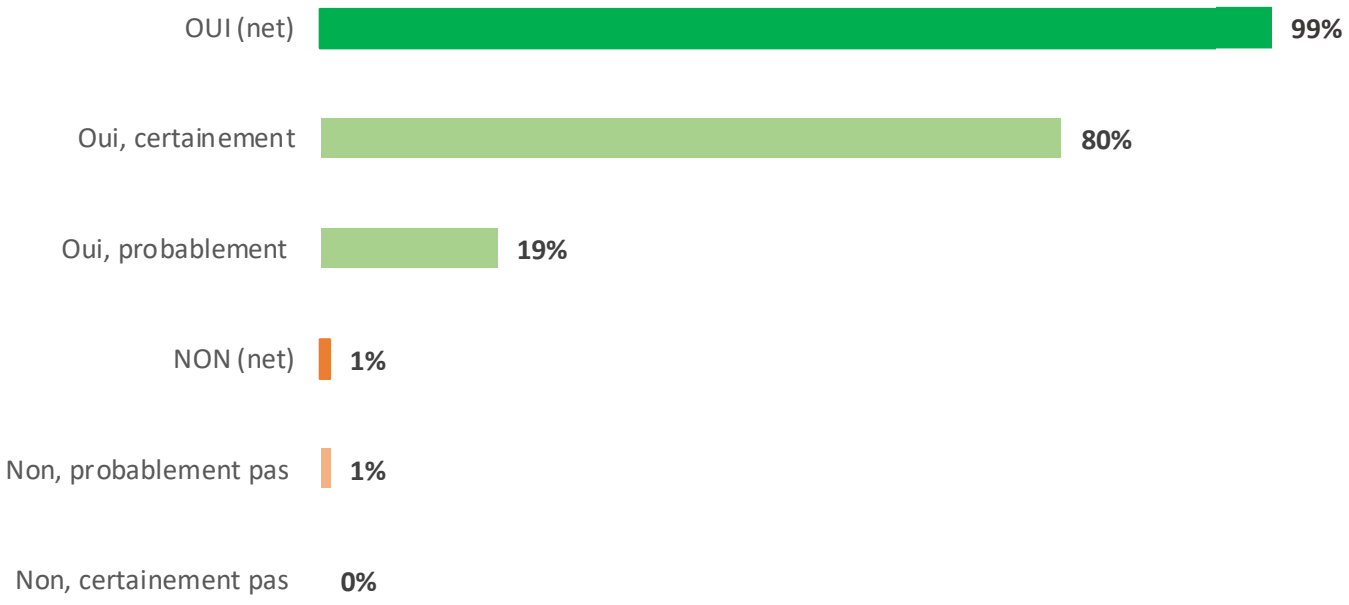
Bilan de satisfaction

Fidélité destination / recommandation

Fidélisation

Le taux de fidélisation apparait élevé, même si habituellement ce type d'indicateur recueille des scores très positifs. On notera 80 % des touristes « certains de revenir ». Les résultats sont satisfaisants auprès de l'ensemble des cibles.

Question : Envisagez-vous de revenir dans la région Languedoc-Roussillon pour un autre séjour touristique ?

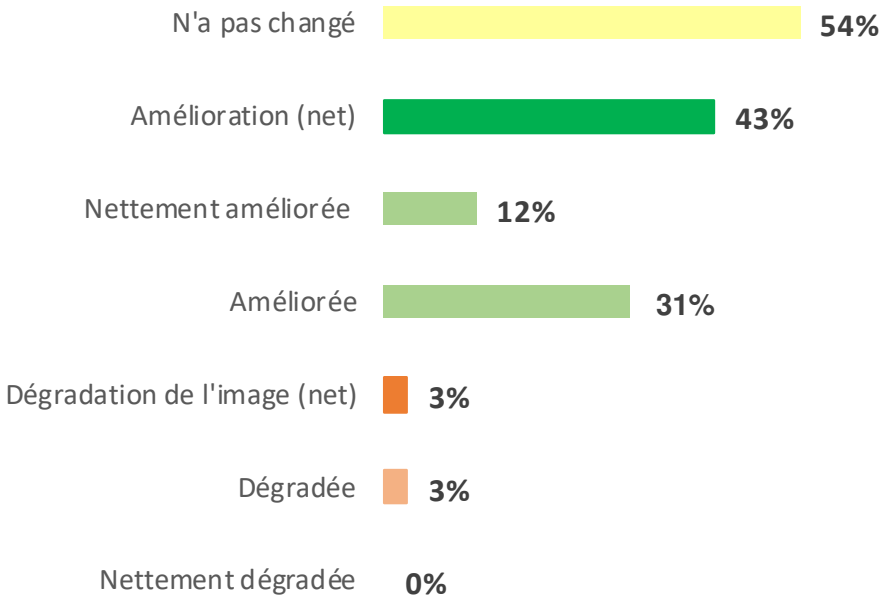


Base : 2 651 touristes dans l'Hérault, 2015-2016

Evolution de l'image

Majoritairement, le séjour dans l'Hérault n'en modifie pas l'image initiale. Il faut souligner 43 % de touristes auprès desquels l'image de la destination s'améliore à l'issue du séjour. L'amélioration est plus importante auprès des primo-visiteurs (65 %), témoignant d'une première expérience réussie.

Question : A l'issue de votre séjour en Languedoc-Roussillon l'image que vous avez de la région s'est-elle…?



Profil « Amélioration » : 43 %

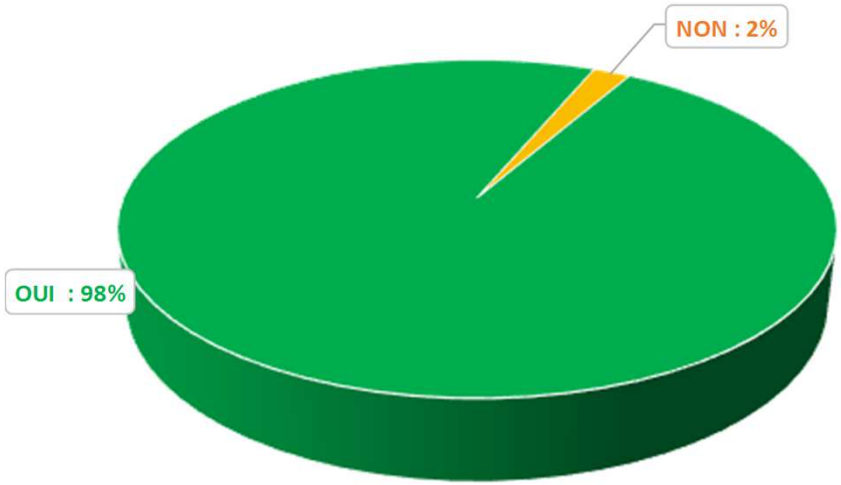
- Hommes : 47 %
- 50 ans et plus : 47 %
- Artisans, commerçants, chefs d'entreprise : 52 %
- Ouvriers : 55 %
- Touristes étrangers : 51 %
- Primo visiteurs : 65 %

Base : 2 651 touristes dans l'Hérault, 2015-2016

Recommandation

Le taux de recommandation est élevé, constat habituel dans ce type d'enquête.

Question : Recommanderiez-vous la destination Languedoc-Roussillon à vos proches, à vos amis ?



Base : 2 651 touristes dans l'Hérault, 2015-2016

PARTIE 4

Les dépenses lors du séjour dans l'Hérault

Les différents postes de dépenses dans l'Hérault en Languedoc-Roussillon

Les dépenses des visiteurs se répartissent dans les postes suivants :

- ✓ Le prix du « forfait tout compris » (hébergement, restauration, transport aller/retour)…
- ✓ Le trajet aller/retour entre le domicile et le lieu de séjour
- ✓ Les dépenses d'hébergement pour tout le séjour
- ✓ Les dépenses Restauration
- ✓ Courses alimentaires
- ✓ Les dépenses de transport pour tous les déplacements en Languedoc-Roussillon (transports en commun, parking, carburant…)
- ✓ Les dépenses pour les sports de nature « terrestres ou aériens » / « nautiques » / « sports d'hiver »
- ✓ Visites de sites culturels et activités culturelles (musées, monuments…)
- ✓ Activités de loisirs (parc d'attractions, aquarium…)
- ✓ Activités de découverte des vignobles et achat de vins du Languedoc-Roussillon dans les caveaux, coopératives
- ✓ Cadeaux, souvenirs, produits locaux
- ✓ Les autres dépenses

Dépenses

Dépenses totales

La dépense totale moyenne par nuitée s'élève à 39 € à l'issue de l'enquête menée auprès des touristes séjournant dans l'Hérault.

Elle est de 36 € pour les touristes français et 50 € pour les clientèles étrangères.

Le budget moyen s'élève à 1 320 € par séjour.

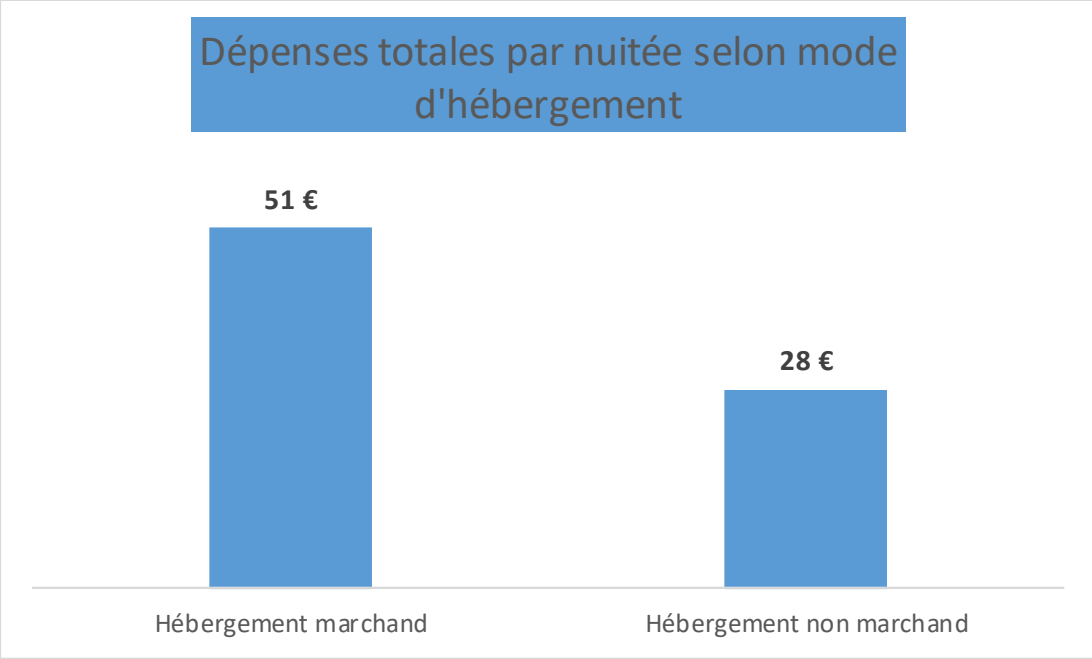
Dépenses totales	Total
(Base)	(2474)
Moins de 500 €	23 %
500 à 899 €	21 %
900 € à 1299 €	17 %
1 300 € à 1999 €	18 %
2 000 € et plus	21 %
Dépense moyenne	**1 320 €**

Dépenses totales par personne	Total
(Base)	(2474)
Moins de 200 €	27 %
200 à 349 €	24 %
350 € à 499 €	16 %
500 € à 749 €	18 %
750 € et plus	15 %
Dépense moyenne par personne	**447 €**

Dépenses totales par nuitée	Total
(Base)	(2474)
Moins de 30 €	46 %
30 à 44 €	23 %
45 € à 59 €	13 %
60 € à 89 €	12 %
90 € et plus	6 %
Dépense moyenne par nuitée	**39 €**

Base : 2 474 touristes dans l'Hérault, ayant renseigné leurs dépenses, 2015-2016

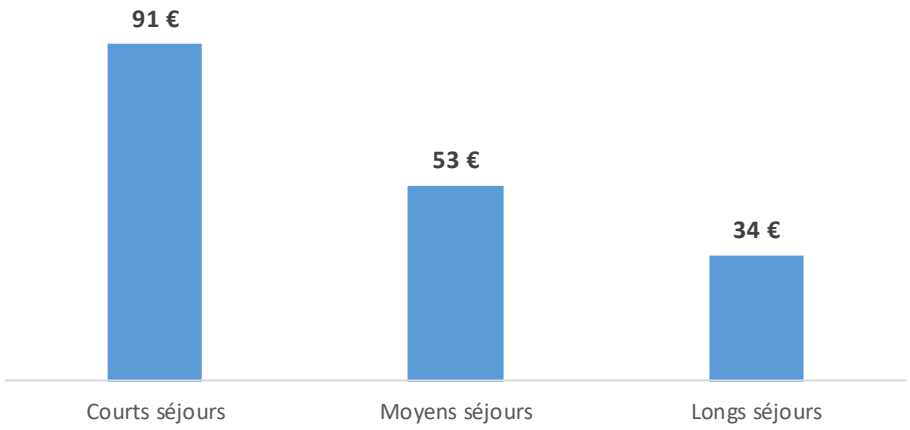
Dépenses totales par nuitée



Base : 2 474 touristes dans l'Hérault, ayant renseigné leurs dépenses, 1263 touristes en hébergement marchand et 1 119 en hébergement non marchand, 2015-2016

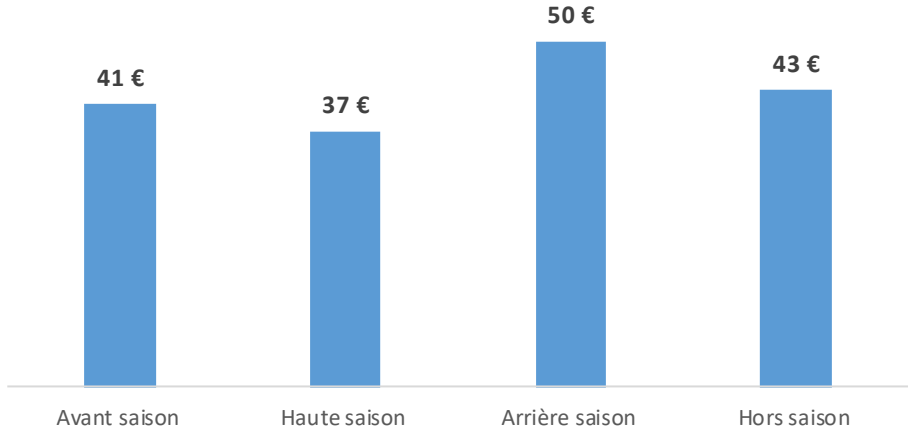
Dépenses totales par nuitée

Dépenses totales par nuitée selon durée de séjour



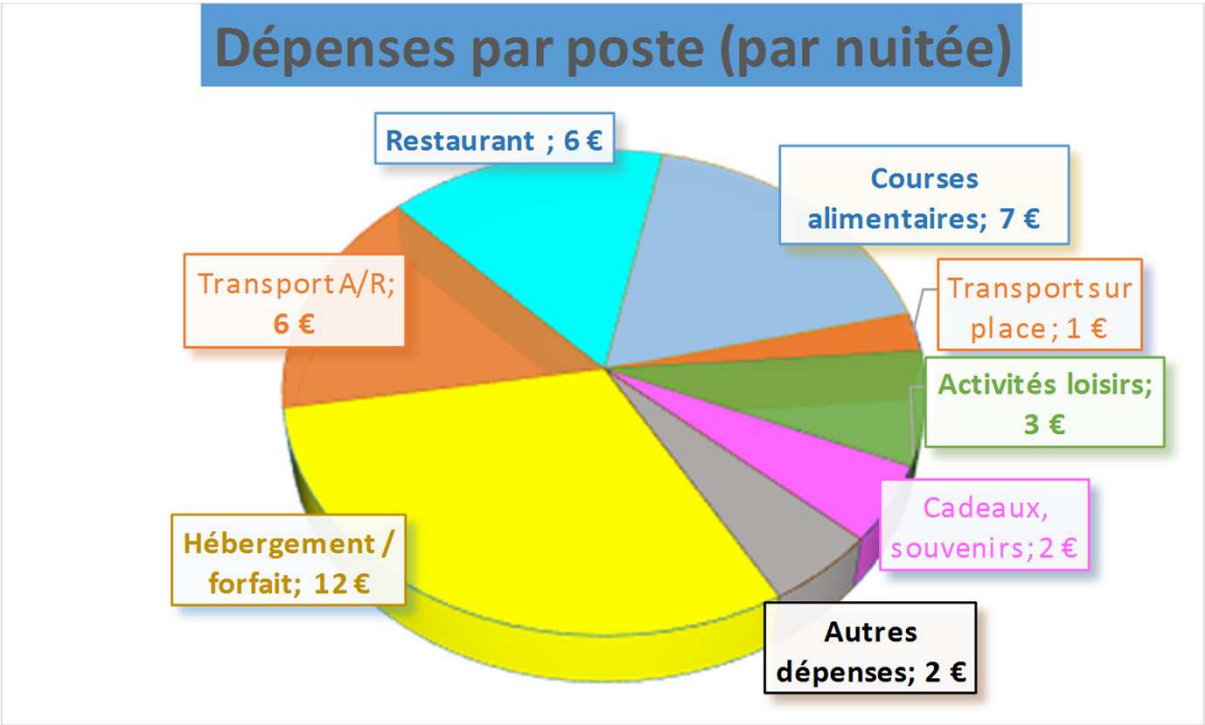
Base : 2 474 touristes dans l'Hérault, ayant renseigné leurs dépenses, 477 touristes en courts séjours, 741 en moyens séjours et 1 256 en longs séjours, 2015-2016

Dépenses totales par nuitée selon la saison



Base : 2 474 touristes dans l'Hérault, ayant renseigné leurs dépenses, 509 touristes en avant saison, 1 324 touristes en haute saison, 405 touristes en arrière saison, 236 touristes hors saison, 2015-2016

Dépenses pour les différents postes



Base : 2 474 touristes dans l'Hérault, ayant renseigné leurs dépenses, 2015-2016

Méthodologie de l'enquête

Dispositif régional d'enquête : analyse des résultats pour l'Hérault

Méthode

Etude du profil des touristes séjournant en Languedoc-Roussillon
(pour le redressement des données de l'enquête satisfaction/dépenses par Internet)

4 966 questionnaires administrés en face à face par des enquêteurs professionnels sur plus de 70 sites touristiques pendant le séjour (sur tablettes)

Mai 2015 à mai 2016

Mesure de la satisfaction et quantification des dépenses :
Enquête par Internet réalisée en auto-administré après le séjour.

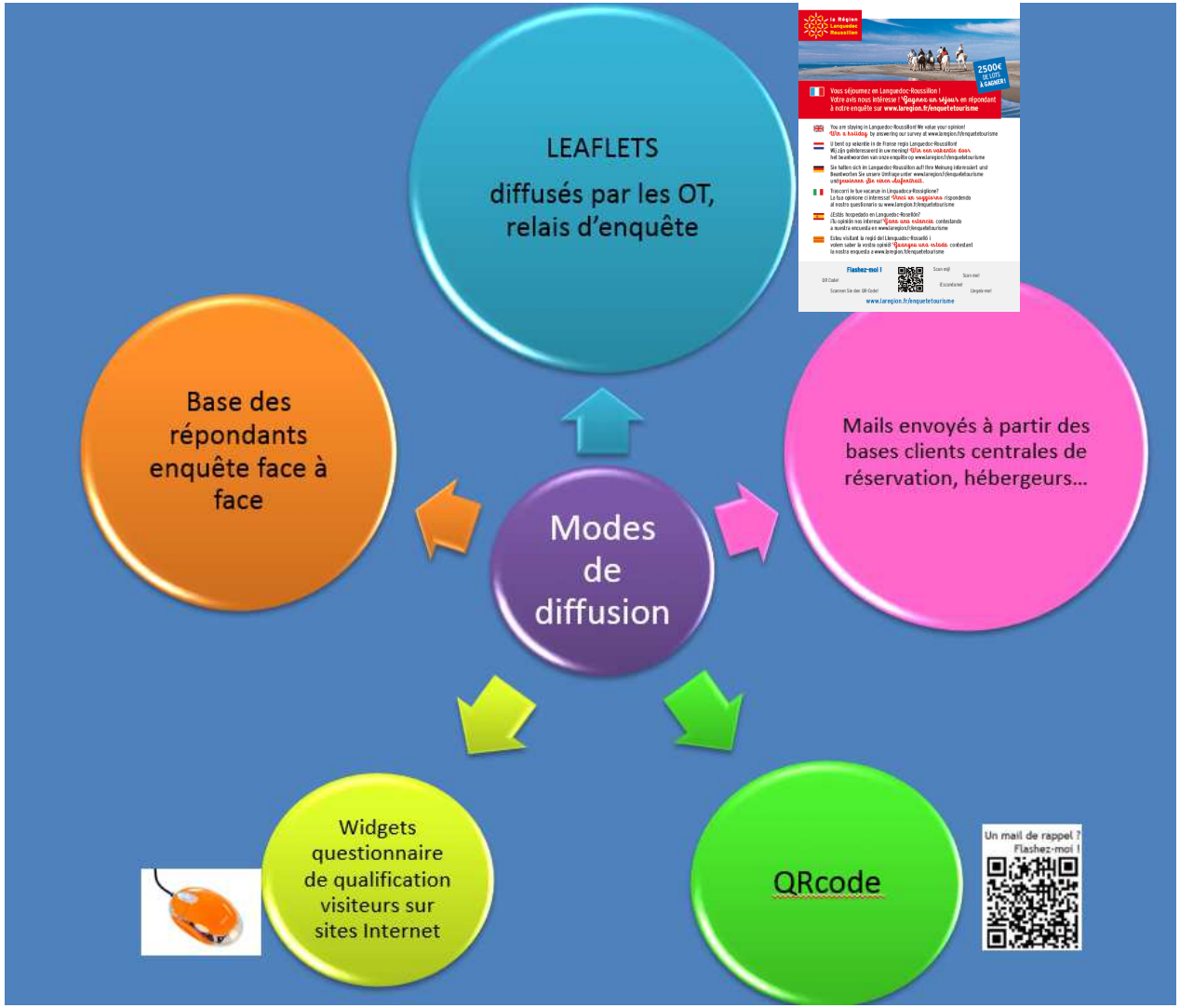
9 235 questionnaires renseignés par les touristes
(3 149 dans l'Hérault, avec 2 651 en destination unique).

Interviews des professionnels du tourisme :
- 16 entretiens en face à face sur les 4 thématiques touristiques stratégiques (Culturel, APN, Grands Sites et Œnotourisme)
- Enquête auto-administrée par Internet (151 questionnaires)

Animation du réseau des professionnels du tourisme en relation avec l'ADT Hérault, (réunions d'informations, collecte des bases clients, 3 ambassadeurs du dispositif sur le terrain-clause d'insertion sociale…)

Traitements statistiques et analyse :
- Tris à plat et tris croisés
- Analyses multivariées : Bilans de satisfaction
- Analyse stratégique et recommandations opérationnelles
- Rapport d'analyse

Modes d'accès à l'enquête satisfaction / dépenses



Significativité

L'échantillon total de plus de 2 651 touristes séjournant dans l'Hérault ayant répondu à l'enquête satisfaction / dépenses permet d'obtenir des résultats avec un très bon niveau de significativité au niveau de l'échantillon total et des approches statistiques sur cibles significatives (variables sociodémographiques, français/étrangers, filières…).

% de réponses	5 ou 95%	10 ou 90%	15 ou 85%	20 ou 80%	25 ou 75%	30 ou 70%	35 ou 65%	40 ou 60%	45 ou 55%	50 ou 50%
200	+/-3,1	+/- 4,3	+/- 5,1	+/- 5,7	+/- 6,1	+/- 6,5	+/- 6,8	+/- 7,0	+/- 7,0	+/- 7,1
400	+/-2,2	+/- 3,0	+/- 3,6	+/- 4,0	+/- 4,3	+/- 4,6	+/- 4,8	+/- 4,9	+/- 5,0	+/- 5,0
500	+/-2	+/- 2,7	+/- 3,2	+/- 3,6	+/- 3,9	+/- 4,1	+/- 4,3	+/- 4,4	+/- 4,5	+/- 4,5
600	+/- 1,8	+/- 2,5	+/- 2,9	+/- 3,3	+/- 3,6	+/- 3,8	+/- 3,9	+/- 4	+/- 4,1	+/- 4,1
800	+/- 1,6	+/- 2,1	+/- 2,6	+/- 2,9	+/- 3,1	+/- 3,3	+/- 3,4	+/- 3,5	+/- 3,5	+/- 3,5
900	+/- 1,5	+/- 2	+/- 2,4	+/- 2,7	+/- 2,9	+/- 3,1	+/- 3,2	+/- 3,3	+/- 3,3	+/- 3,3
1000	+/- 1,4	+/- 1,9	+/- 2,3	+/- 2,5	+/- 2,8	+/- 2,9	+/- 3,1	+/- 3,1	+/- 3,2	+/- 3,2
2000	+/- 0.96	+/- 1.3	+/- 1.6	+/- 1.8	+/- 1.9	+/- 2.0	+/- 2.1	+/- 2.2	+/- 2.2	+/- 2.2
2 500	**+/- 0.90**	**+/- 1.2**	**+/- 1.5**	**+/- 1.6**	**+/- 1.7**	**+/- 1.8**	**+/- 1.9**	**+/- 2.0**	**+/- 2.0**	**+/- 2.0**
3000	+/- 0.84	+/- 1.2	+/- 1.4	+/- 1.5	+/- 1.6	+/- 1.7	+/- 1.8	+/- 1.9	+/- 1.9	+/- 1.9
5000	+/- 0.62	+/- 0.85	+/- 1.0	+/- 1.1	+/- 1.2	+/- 1.3	+/- 1.4	+/- 1.4	+/- 1.4	+/- 1.4

Mode de lecture

- Avec l'échantillon 2 651 enquêtes, un résultat mesuré à 90 % dans l'échantillon sera donné avec un intervalle de confiance de +/- 1,2 %.

Redressements des données aux niveaux régional et départemental (Hérault)

- **A partir des résultats "PROFILS" de l'enquête face à face et des autres données statistiques de cadrage disponibles, un redressement régional des données a été réalisé afin de constituer un échantillon représentatif de la population touristique ayant fréquenté le Languedoc-Roussillon durant la période d'étude. Les variables de redressement sont les suivantes :**
  - ✓ Sexe et âge (enquête profils en face à face durant la période 2015-2016)
  - ✓ Français / étrangers (redressement régional et départemental)
  - ✓ Flux touristiques par département
  - ✓ Hébergements marchands / non marchands (redressement régional et départemental)

Traitements statistiques : tris à plat et tris croisés (Hérault)

- **Les résultats les plus significatifs sont ceux mesurés auprès de l'échantillon total (tris à plat), avec ainsi l'observation de tous les indicateurs au niveau départemental. La population touristique de référence : « touristes ayant séjourné dans l'Hérault, destination unique en Languedoc-Roussillon ».**

- **A partir des résultats communiqués, les analyses spécifiques / tris croisés sont également développées selon :**
  - ✓ Les variables socio-démographiques (sexe, âge, profession, provenance)
  - ✓ Les types d'espaces touristiques (littoral, villes passage, arrières pays…)
  - ✓ Le mode d'hébergement : marchand – non marchand
  - ✓ La durée de séjour
  - ✓ L'antériorité de fréquentation du Languedoc-Roussillon
  - ✓ Les filières : tourisme culturel, Activités Pleine Nature, Sites labellisés Opérations Grands Sites, oenotourisme…balnéaire
  - ✓ …et autres variables pertinentes d'analyse

  - ✓ Les écarts significatifs à 95 % et 99 % sont notés à partir de flèches : ↗ / ↘.
  - ✓ D'autre part, certains résultats, au-delà de leur significativité, présentant des écarts plus importants avec les autres cibles étudiées, seront entourés avec ◯ pour faciliter leur lecture / repérage.

Bilan de satisfaction

- **Une analyse multivariée de type bilan de satisfaction a été développée : cette méthode statistique permet d'identifier les points forts du séjour dans l'Hérault qui contribuent le plus à la satisfaction des visiteurs et, à l'inverse, les faiblesses qui pénalisent le plus la satisfaction à l'issue de la visite.**

- **L'analyse est développée auprès de l'ensemble des touristes ayant séjourné dans l'Hérault (département unique de séjour en Languedoc-Roussillon).**

Echantillon

Variables de redressement des données (enquête satisfaction/dépenses)

Sexe	Total non redressé	Redressé
(Base)	(2656)	(2651)
Hommes	43 %	44 %
Femmes	57 %	56 %

Source redressement : enquête profils 2015 - 2016

Français/étrangers	Total non redressé	Redressé
(Base)	(2656)	(2651)
Français	85 %	80 %
Etrangers	15 %	20 %

Source redressement : INSEE hôtellerie campings 2015 + statistiques départementales

Hébergements	Total non redressé	Redressé
(Base)	(2656)	(2651)
Marchands	**65 %**	53 %
Non marchands	**35 %**	47 %

Source redressement : SDT Sofrès nuitées 2012 + enquête nationale sur l'hébergement des touristes étrangers + statistiques départementales

Age	Total non redressé	Redressé
(Base)	(2656)	(2651)
18-34 ans (net)	**10 %**	**23 %**
35-49 ans	**29 %**	**36 %**
Plus de 50 ans (net)	**61 %**	**40 %**
(Age moyen)		*(46,7 ans)*

Source redressement : enquête profils 2015 - 2016

Séjours par départements	Total non redressé	Redressé
(Base)	(2656)	(2651)
Hérault	100 %	100 %

Critère d'échantillonnage : séjours exclusivement dans l'Hérault

Echantillon

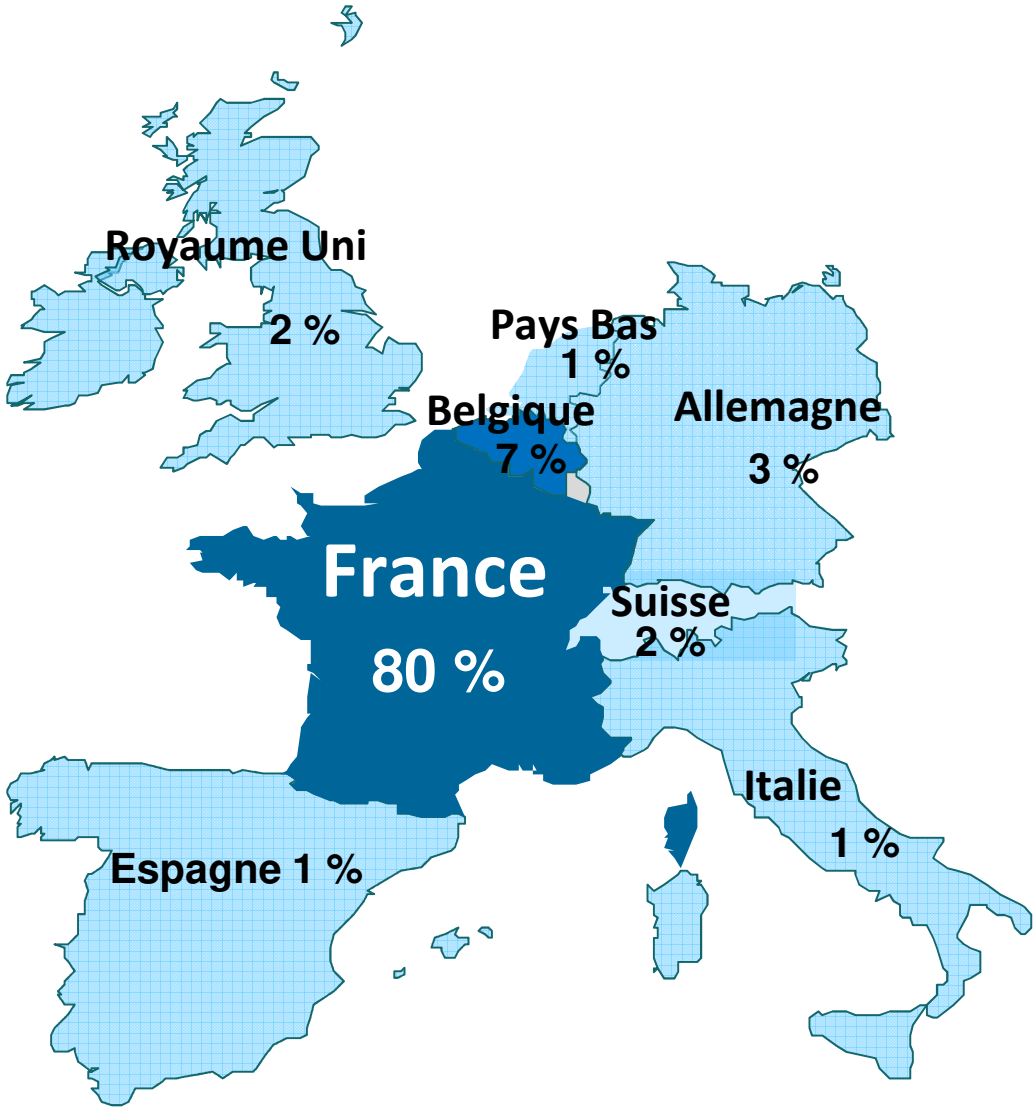
Profils des visiteurs (enquête satisfaction / dépenses)

Profession	Total
(Base)	(2651)
CSP supérieures (net)	**17 %**
Agriculteurs	0 %
Artisans, commerçants	6 %
Cadres supérieurs, professions libérales	10 %
CSP intermédiaires (net)	**48 %**
Professions intermédiaires	19 %
Employés	29 %
CSP modestes (net)	**4 %**
Ouvriers	4 %
Inactifs (net)	**31 %**
Etudiants	4 %
Retraités	22 %
Autres inactifs	5 %

Par saison	Total
(Base)	(2651)
Printemps	21 %
Eté	53 %
Automne	16 %
Hiver	9 %

Provenance par pays

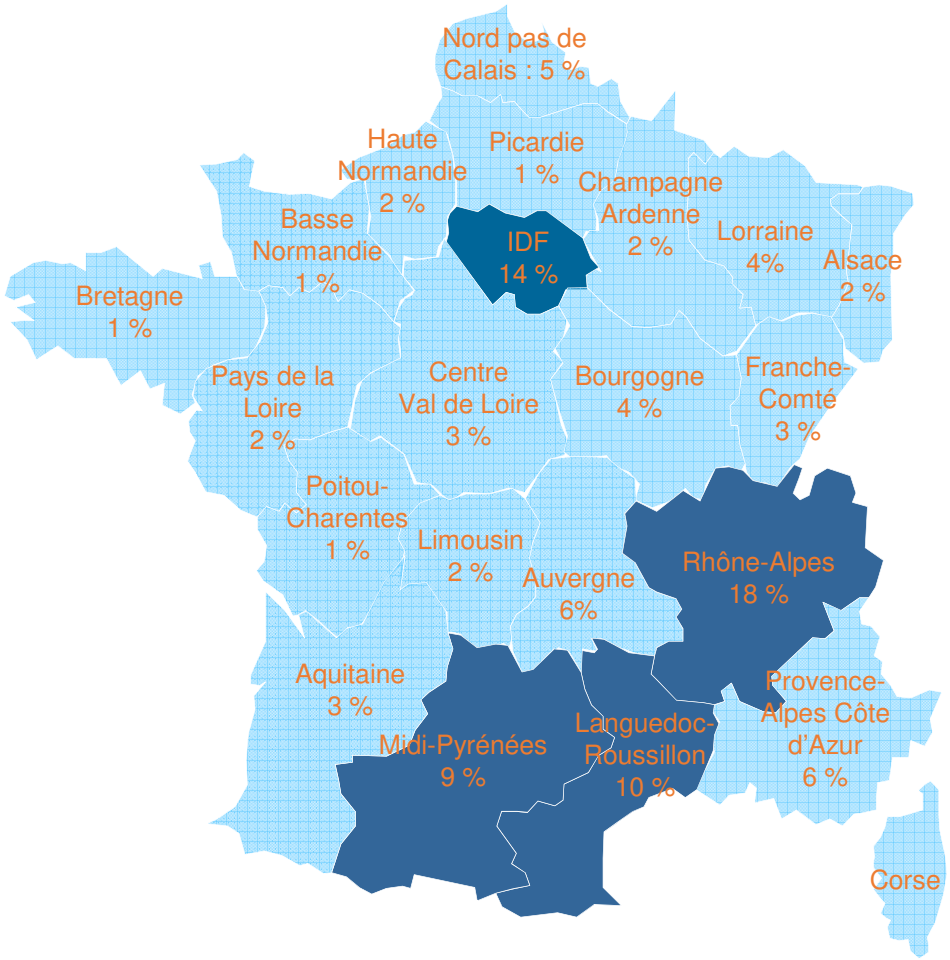
Données redressées avec :
Touristes français : 80 % / Touristes étrangers : 20 %
(source : ADT Hérault)



Autres pays : 2 %

Base : 2 651 touristes dans l'Hérault, 2015-2016

Provenance selon les régions françaises



Provenance selon les régions	Total
(Base)	(2129)
Auvergne Rhône-Alpes (Rhône-Alpes Auvergne)	24 %
Occitanie (Languedoc Roussillon Midi Pyrénées)	19 %
Ile de France	14 %
Alsace Lorraine Champagne Ardenne	8 %
Hauts de France (Picardie – Nord Pas de Calais)	7 %
Bourgogne Franche Comté	7 %
Nouvelle Aquitaine (Aquitaine, Limousin, Poitou Charentes)	6 %
Provence Alpes Côte d'Azur	6 %
Pays de la Loire	2 %
Bretagne	1 %
Normandie	3 %
Centre Val de Loire	3 %

Base : 2 129 touristes français dans l'Hérault, 2015-2016

ACCÉLÉRATEUR DE TOURISME
LE RÉSEAU DES AGENCES DÉPARTEMENTALES

Hérault Tourisme
proximité - expertise

Hérault Tourisme

Agence de développement touristique

Maison du Tourisme
avenue des moulins
34184 Montpellier CEDEX 4
Tél. : +33 (0)4 67 67 71 71

adt-herault.fr

@HeraultTourismePro

herault-tourisme.com

La Région Occitanie Pyrénées - Méditerranée

Eurêka MARKETING CONSEIL

Département Hérault

© Xavier Cailhol