

# ENQUETE CLIENTELE 2019

► Profil des touristes séjournant sur la communauté de communes de Mimizan



Comité  
Départemental  
du Tourisme  
des Landes





# Présentation de l'enquête

## Une démarche partenariale

Etude menée par le Comité Départemental du Tourisme au sein de sa cellule Observation Touristique avec le soutien du Conseil Départemental des Landes

Enquête menée à l'échelle du département avec un découpage infra départemental: zone littorale et zone intérieure: résultats sur les territoires définis

Une étude financée par le CDT avec la participation de territoires (EPCI ou OT) souhaitant un ZOOM sur leur zone

7 partenaires



# Présentation de l'enquête

## Objectifs

- Mise à jour des données qualifiant la clientèle séjournant dans les Landes et sur les territoires dont la dernière actualisation a été menée en 2013 sur la CDC de Mimizan
- Apporter un éclairage sur les pratiques et comportements des touristes
- Evaluer la satisfaction des clientèles

## Cibles

- Tous les touristes présents sur le territoire:
  - Séjournant sur le territoire ou dans les Landes
  - En vacances dans un département limitrophe, venus en excursion dans les Landes
  - Landais en visite
  - Touristes de passage

# Présentation de l'enquête

## Méthodologie

Gestion totale menée par le CDT: mise en place, organisation, suivi, analyse, restitution

- ▶ Présence d'enquêtrices sur le terrain et sur tout le département
- ▶ Questionnaires en face à face saisis en direct par les enquêtrices + des questionnaires distribués et récoltés par certains OT ou hébergements
- ▶ Traduction des questionnaires en langues étrangères (anglais et espagnol)
- ▶ Interrogation des touristes de façon aléatoire dans les rues piétonnes, lieux publics, sur les marchés, dans les hébergements....
- ▶ Durée moyenne de l'entretien: 10 min
- ▶ **4 953** questionnaires enregistrés sur tout le département

## Calendrier

- ▶ Enquête du 1<sup>er</sup> avril au 31 octobre 2019
- ▶ Entretiens programmés sur l'ensemble de la saison proportionnellement à la fréquentation
- ▶ En avant saison et en après saison, des entretiens ont été faits durant les week-ends

# Profil des clientèles rencontrées sur Mimizan

- 519 touristes interrogés sur tout le territoire entre avril et octobre
- Lieux publics, OT, hébergements, espaces de loisirs sur les communes de Mimizan, Aureilhan, Bias, Mézos
- 95% étaient en vacances sur la côte landaise dont 89% séjournant sur la CDC de Mimizan
- 2,1% étaient de passage
- 1,1% étaient en vacances sur l'intérieur des Landes
- 0,8 séjournaient dans un département limitrophe, majoritairement en Gironde
- 0,6% étaient des landais en visite

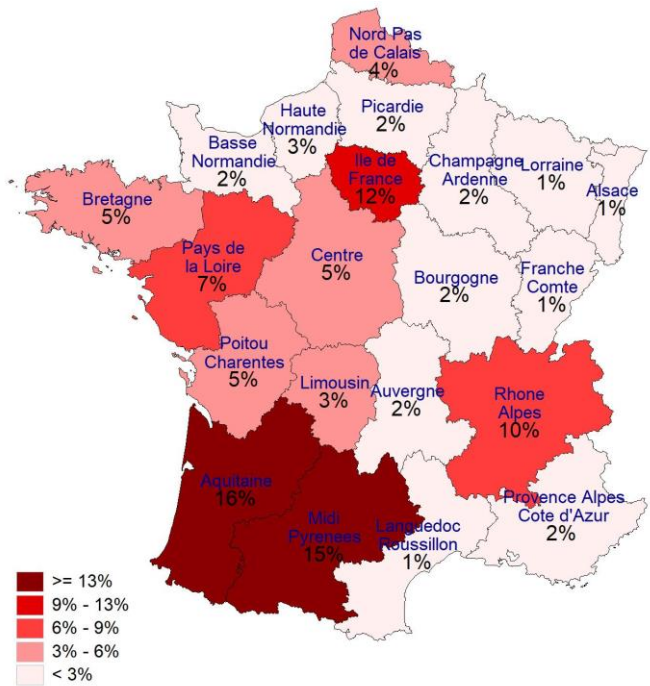
Echantillon de l'enquête:

**523** touristes rencontrés dans tout le département et séjournant sur la CDC de Mimizan



# Profil de la clientèle touristique

# Carte d'identité: d'où viennent-ils?



// Littoral:

- 1- Aquitaine
- 2- Midi Pyrénées
- 3- Ile de France

- 1- Aquitaine
- 2- Midi Pyrénées
- 3- Ile de France

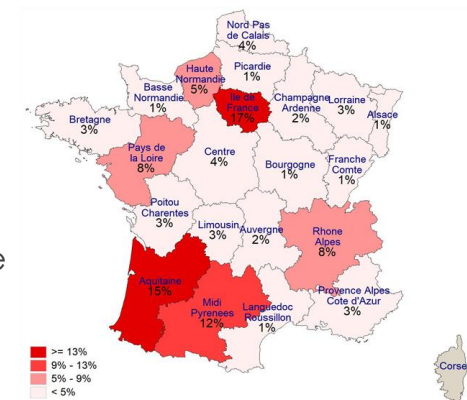
1<sup>er</sup> département représenté: la Gironde

La position géographique au Nord des Landes favorise la présence de clientèles de régions proches: Poitou Charentes, Pays de la Loire, Centre....

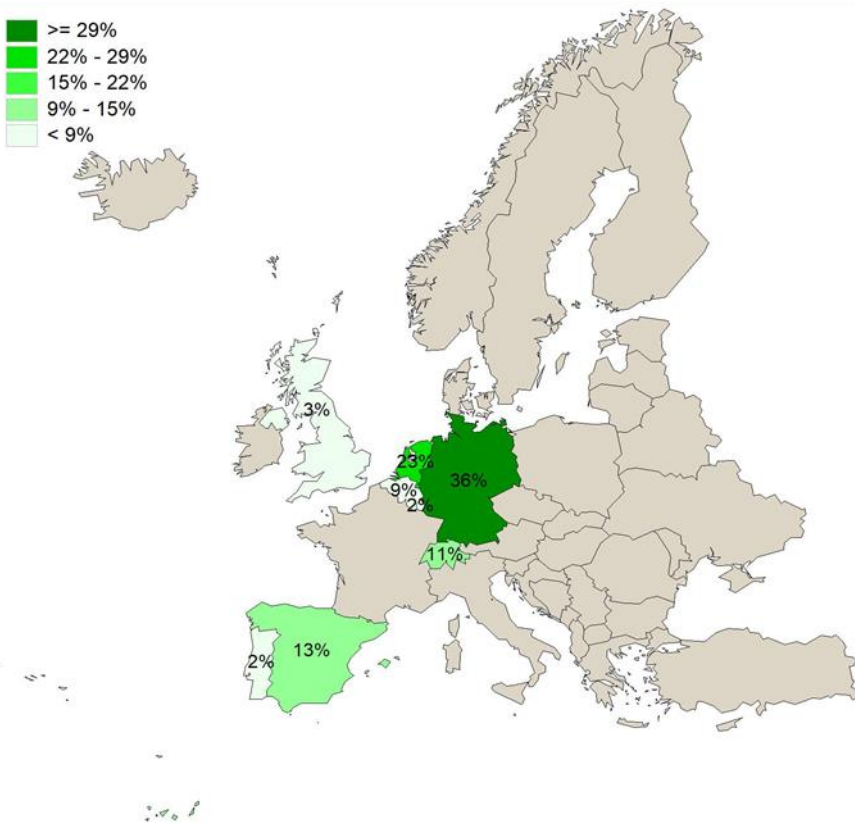
## // EVOLUTION /2013

Progression de la présence des clientèles de proximité: Aquitaine et Midi Pyrénées.

Mais aussi de régions plus éloignées comme Rhône Alpes



# Carte d'identité: d'où viennent-ils?



// Littoral: un territoire où:

- la présence des Espagnols est sous représentée
- les Néerlandais sont sur représentés

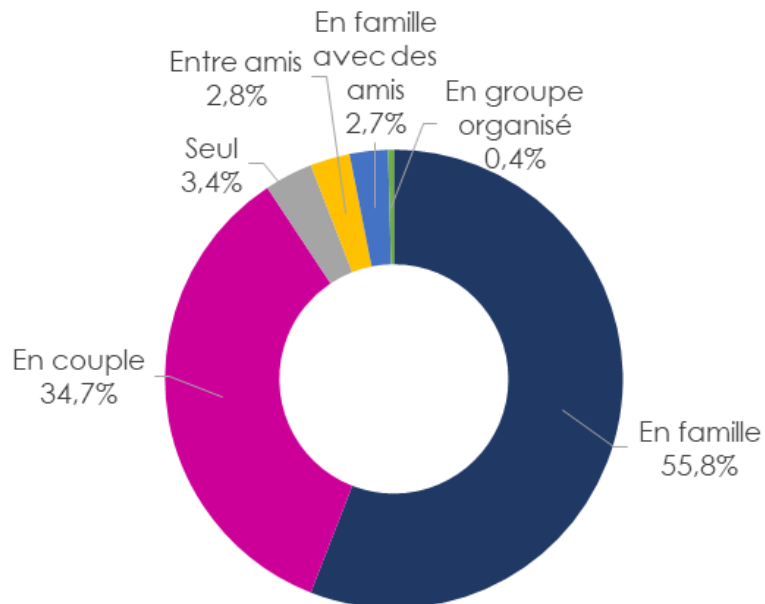
## // EVOLUTION /2013

progression des clientèles Allemande, Espagnole et Suisse

	2019	2013
Allemagne ↗	36%	33,3%
Pays-Bas ↘	23%	25,4%
Espagne ↗	13%	9,5%
Suisse ↗	11%	6,3%
Belgique ↘	9%	11,1%



# Carte d'identité: qui sont-ils?



- Une clientèle familiale
- Taille moyenne du groupe en séjour: 3,2

## // EVOLUTION /2013

Les familles, les couples ainsi que les personnes venues seules sont plus présents  
Baisse du nb moy/groupe: 4 en 2013

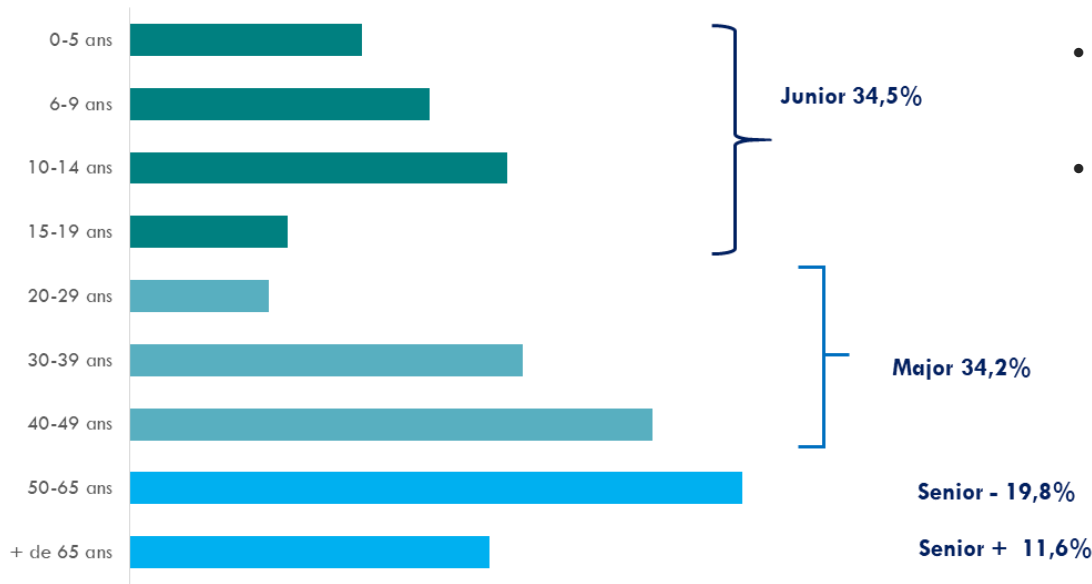
// Littoral:

+ de séjours en famille (42,5% sur le littoral)

- de séjours en duo (45,8%)

		2019	2013
En famille	↗	55,8%	54%
En couple	↗	34,7%	30,3%
Seul	↗	3,4%	1,6%
Entre amis	↘	2,8%	8,6%
En famille avec des amis	↘	2,7%	4,3%

# Carte d'identité: qui sont-ils?



- Près d'1/3 de la clientèle a plus de 50 ans
- 1/3 est représenté par les moins de 20 ans

## // EVOLUTION /2013

Hausse des clientèles de + de 50 ans

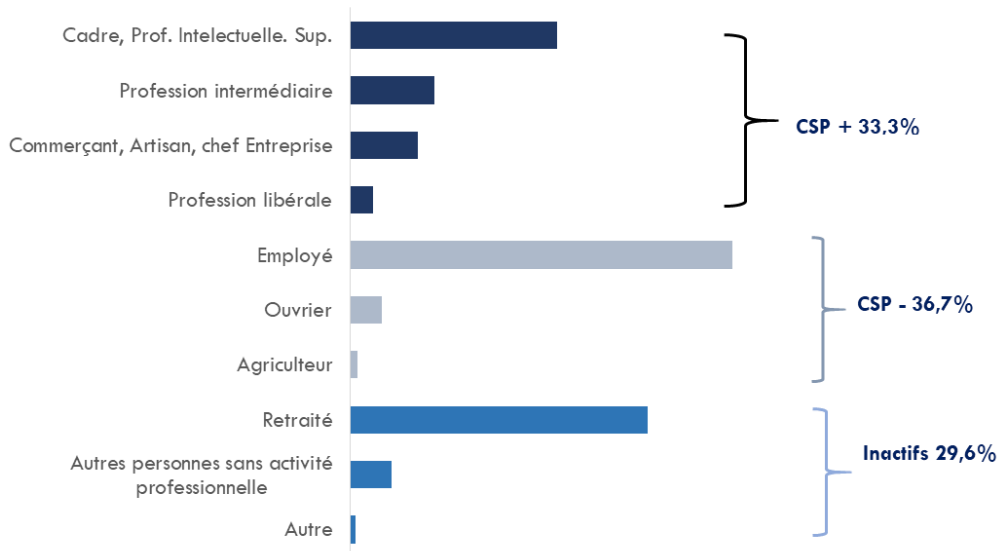
// Littoral:

Les Juniors sont plus représentés (27,2% sur le littoral)

Sous représentation des + de 65 ans (17,9%)

		2019	2013
Junior	▲	34,5%	36%
Major	▲	34,2%	41,4%
Senior -	▲	19,8%	15,8%
Senior +	▲	11,6%	6,7%

# Carte d'identité: qui sont-ils?



- Employés 33,4%
- Retraités 26%
- Cadres, Prof supp 18,1%

## // EVOLUTION /2013

Une nette augmentation des inactifs liée à une plus forte présence des retraités (15% en 2013)

// Littoral:

Sur représentation de la catégorie Employés (27,7% sur le littoral)

Le poids des retraités est inférieur à la moyenne du littoral (36,2%)

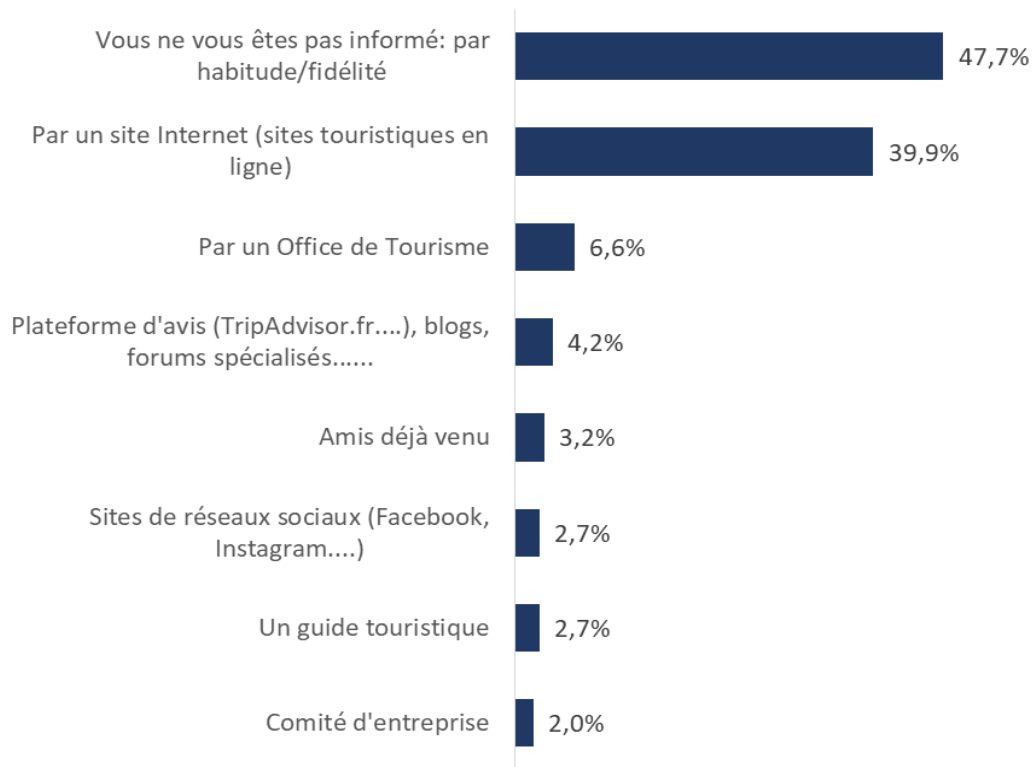
		2019	2013
CSP +	🔴	33,3%	39%
CSP -	🟢	36,7%	33,9%
Inactifs	🟢	29,6%	16,8%



Le séjour de la  
clientèle sur la CDC  
de Mimizan



# La préparation du séjour (hébergement marchand)



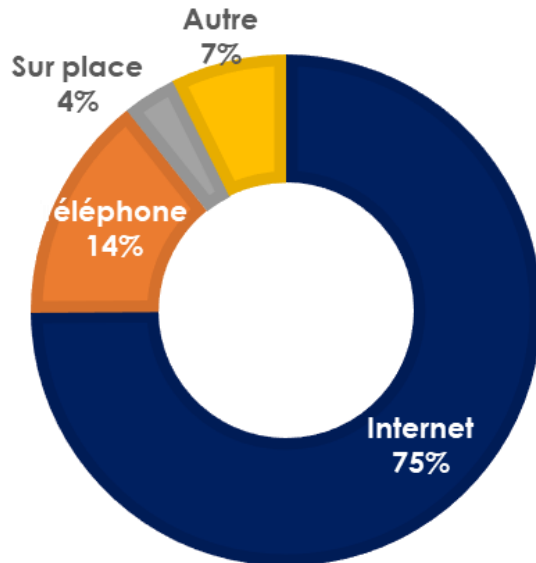
- Présence d'une clientèle **habituée** à séjourner sur le territoire de Mimizan, qui ne recherche pas d'informations pour préparer son séjour (comportement que l'on retrouve sur tout le littoral)
- **INTERNET**: média le plus utilisé dans la préparation du séjour 46,8% (Site Internet / Plateforme d'avis / Sites de réseaux sociaux)

// Littoral:

Un peu plus de touristes habitués qui ne se sont pas informés pour préparer leur séjour (44,1% sur le littoral)

Importance de la recherche sur Internet: poids plus important que la moyenne du littoral (40,3%)

# La réservation du séjour (hébergement marchand)



- **79,8%** de la clientèle a réservé son séjour avant de venir
- **INTERNET**: média le plus utilisé pour la réservation du séjour

## // EVOLUTION /2013

Taux de réservation en hausse:  
en 2013, 67% des touristes avaient réservé leur hébergement

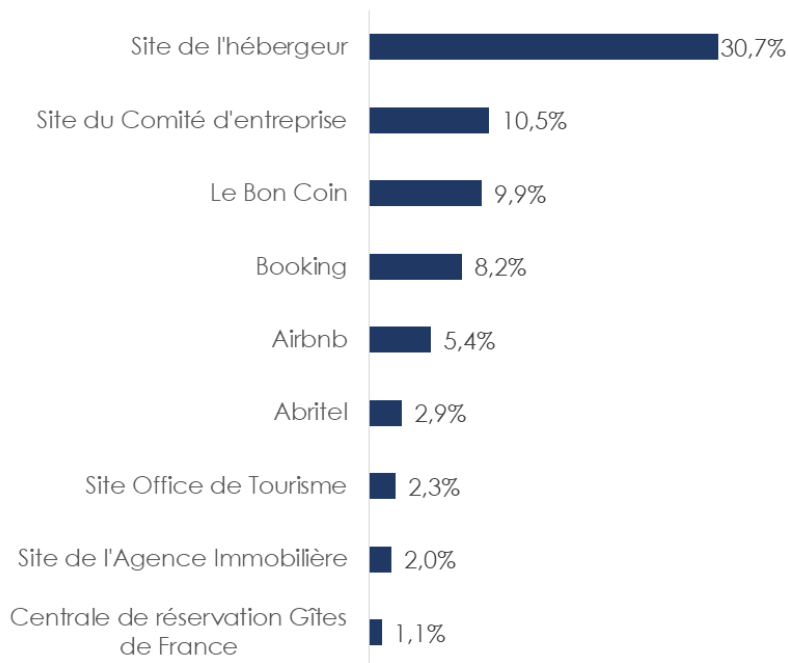
Comme en 2013, Internet est le média le plus souvent cité dans la préparation du séjour (64%)

// Littoral:

Taux de réservation plus élevé (70% sur le littoral)

Outils de réservation du séjour: comportement identique

# La réservation du séjour (hébergement marchand)



- **Réservation** sur le site de l'hébergeur
- Le Bon Coin: 10% des réservations
- Importance des hébergements CE
- **36,2%** des touristes ont réservé durant le 1<sup>er</sup> trimestre de l'année
  - 26,5% moins d'un mois avant le séjour
  - 23,9% ont réservé 1 à 3 mois avant
  - 12,8% ont réservé à la fin de l'année passée

## // EVOLUTION /2013

Poids plus important des réservations réalisées en début d'année (30% en 2013)  
De nouvelles plateformes de réservation sont apparues (Airbnb), d'autres se consolident (Le Bon Coin)

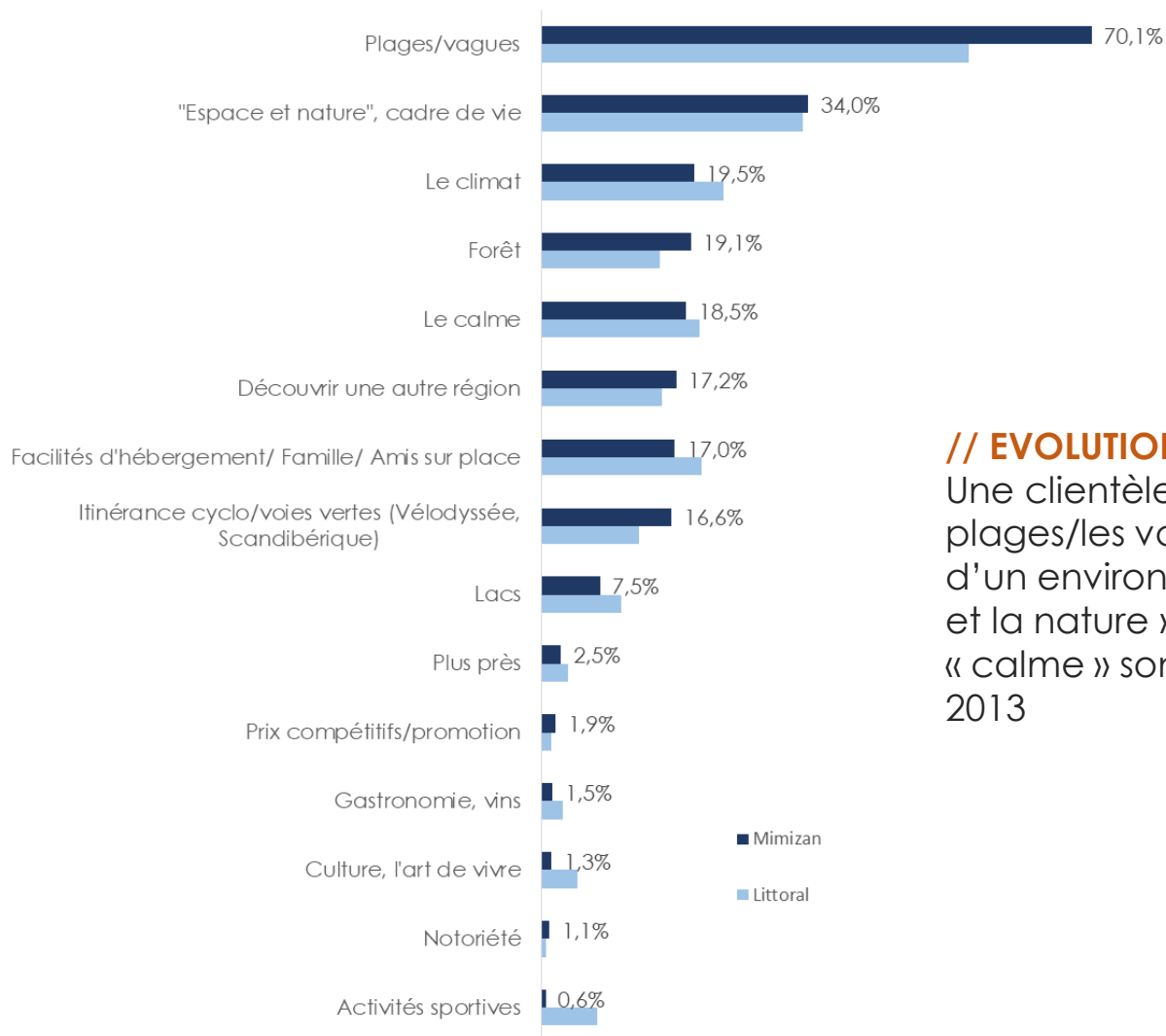
// Littoral:

Les réservations sur le Bon Coin sont supérieures à la tendance du littoral (5,8%)

Moins de réservation sur Airbnb (9,9%)

Le taux de réservations réalisé en début d'année est supérieur (32,6% des clientèles du littoral ont réservé au cours du 1<sup>er</sup> trimestre)

# Les motivations du séjour

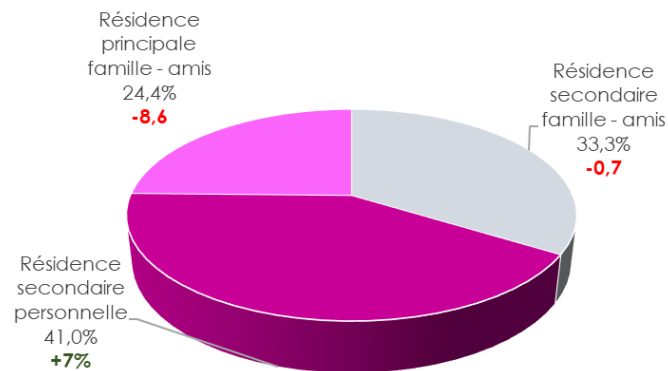
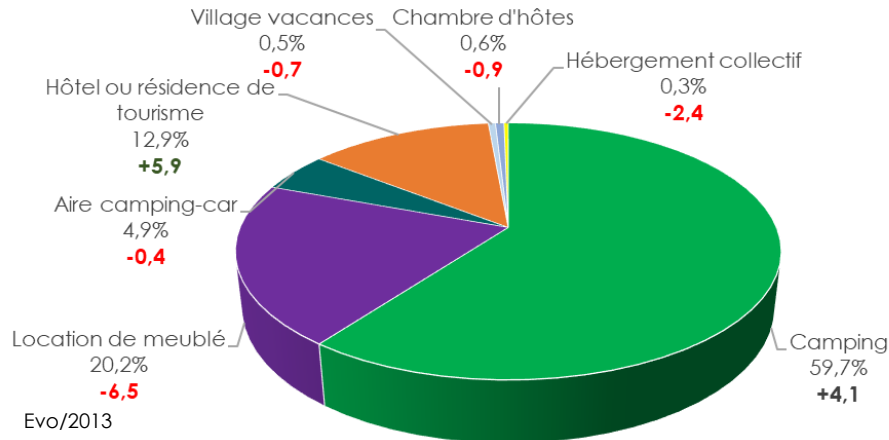


## // EVOLUTION /2013

Une clientèle qui met plus en avant les plages/les vagues ainsi que la recherche d'un environnement associé à « l'espace et la nature ». Les valeurs « forêt », « Lacs », « calme » sont au même niveau qu'en 2013



# Mode d'hébergement



- **85,5%** en hébergement marchand
- 1er mode d'hébergement: le camping

## // EVOLUTION /2013

Hébergement marchand/ non marchand: répartition identique

Progression des séjours en camping et dans les résidences de tourisme

Hausse de l'hébergement en résidence secondaire personnelle

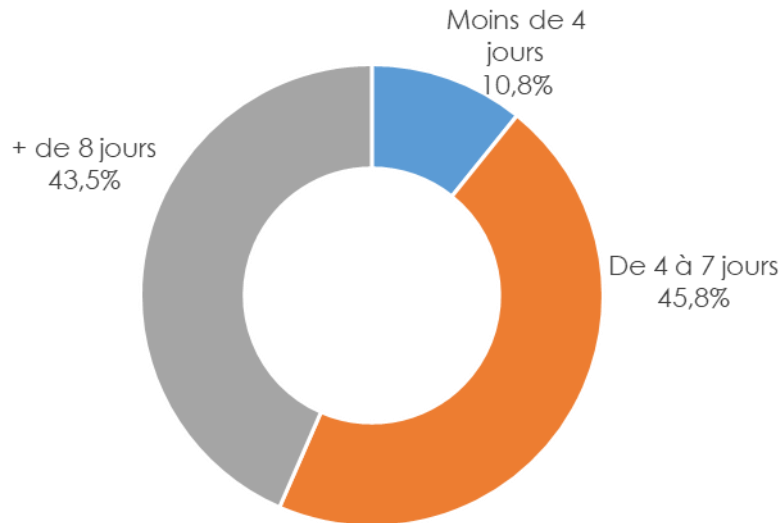
// Littoral:

Séjours en hébergement marchand supérieurs (moy. littoral 80%)

Sur représentation des séjours en camping (48,8%)

Moins de campings-car (moy. Littoral 13%)

# Durée de séjour



- Durée moyenne de séjour 12,1j (13,04 à l'échelle du littoral)
- Hébergement marchand: moy. 11,7j
- Hébergement non marchand: moy. 14,6j
- $\frac{1}{4}$  de séjours font 6 ou 7 jours
- $\frac{1}{4}$  font entre 7 et 14 jours

## // EVOLUTION /2013

DMS en légère hausse (11,34 en 2013)

		2019	2013
Courts séjours	➔	10,8%	7,8%
Moyens séjours	➔	45,8%	38,8%
Longs séjours	➔	43,5%	53,5%

# Mode de Transport



87%



8%



1,4%



1,5%

- **87%** des touristes sont venus avec leur véhicule personnel; taux supérieur à la moyenne du littoral (77,7%)

// **EVOLUTION /2013**

Stabilité

Déplacements sur  
place  
Moy.27,4km/jour

// Littoral:

2 fois moins de camping-car (16,5%) et moins de train (2,2%)

Une moyenne de déplacement supérieure à celle du littoral (20km/jour)

# Les activités pratiquées

Les 3 activités le plus souvent citées



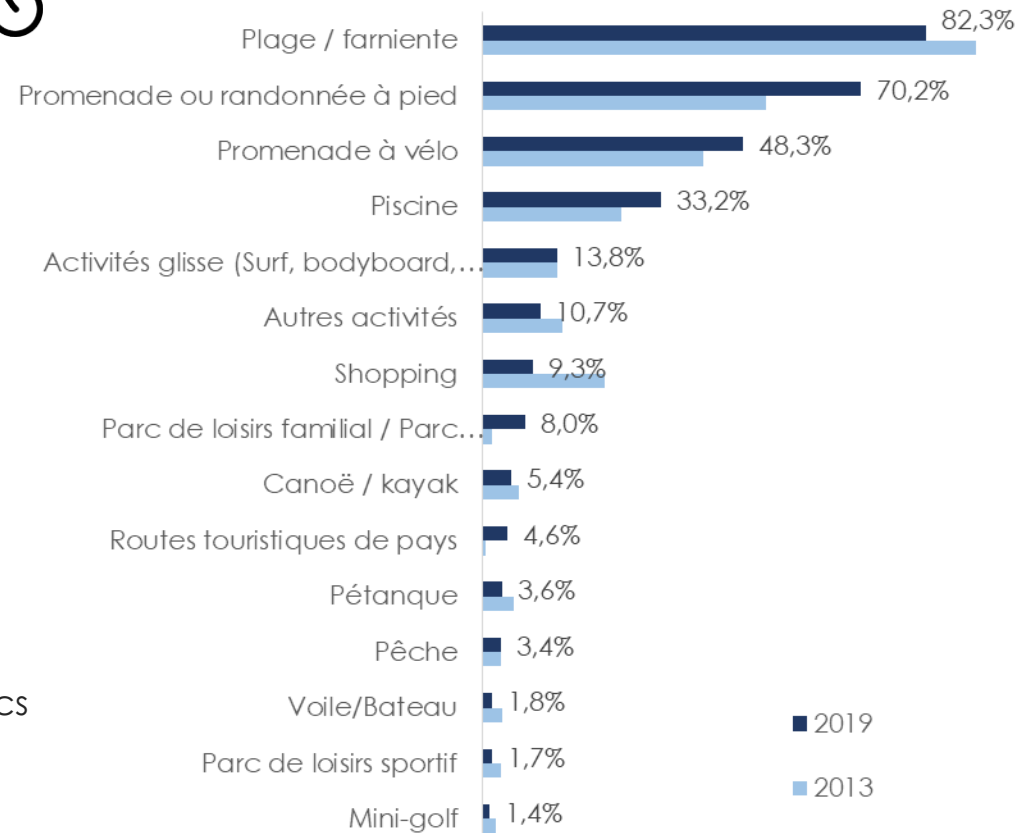
82,3%



70,2%



48,3%



// Littoral:

Activités aquatiques + pratiquées (piscine, canoë/kayak) ainsi que les parcs de loisirs/parcs animaliers

Parmi les activités le moins souvent citées / littoral: le shopping



# Focus sur les activités



- 82,3% des touristes séjournant sur le territoire de la CDC de Mimizan, vont à la plage



- 70,2% des touristes font des promenades à pied – Plus d'1 touriste sur 2 marche entre 1 et 2 heures



**48,3%** des touristes pratiquent le vélo

**// EVOLUTION 2013: plus de pratiquants (40,8%);  
BOOM de la pratique du vélo pour tous les usages**

**53,5%** sont venus avec leur propre vélo (vs 65% sur le Littoral)

25,4% louent un vélo

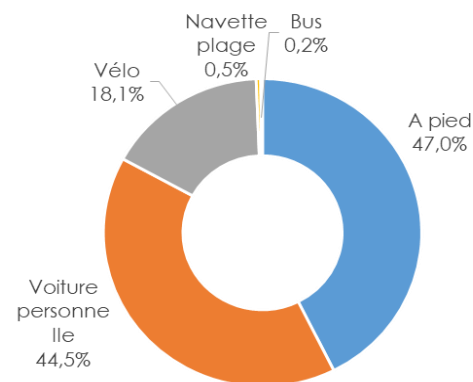
pour 21 % un vélo a été mis à disposition

**// EVOLUTION: en 2013, 72,2% sont venus avec leur vélo; la mise à disposition d'un vélo se développe**

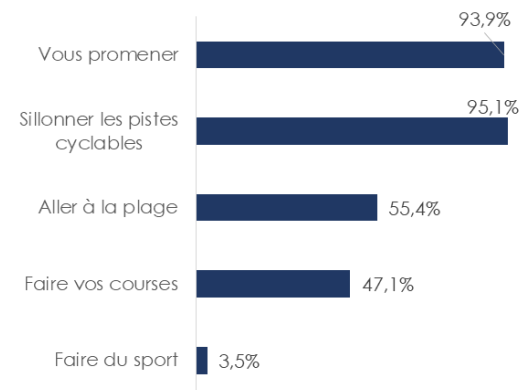
Pour **47%** des usagers, l'opportunité de faire du vélo est assez importante (comme sur le littoral 50,2%); c'est un vrai plus dans le choix de la destination Pour 33%, c'est très important, ils sont venus pour ça

**// EVOLUTION: en 2013, pour 35% des usagers, la possibilité de faire du vélo avait peu d'importance dans le choix de la destination et pour 29%, c'était assez important.**

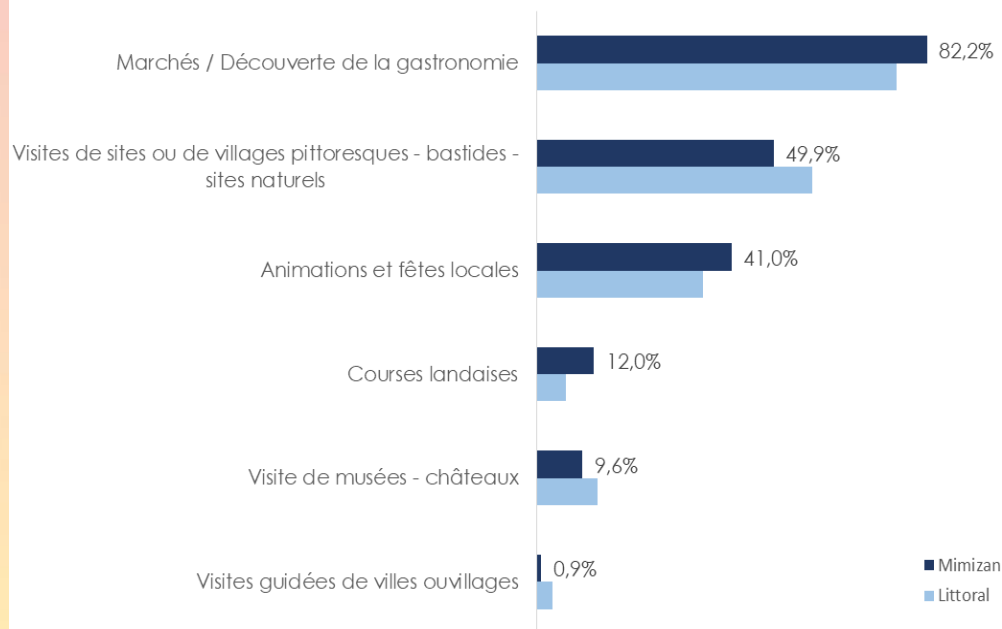
Comment allez-vous à la plage?



Usage(s) du vélo



# Les activités culturelles



// Littoral:

+ de participation aux marchés et aux animations/fêtes locales

- de visites de sites ou de villages

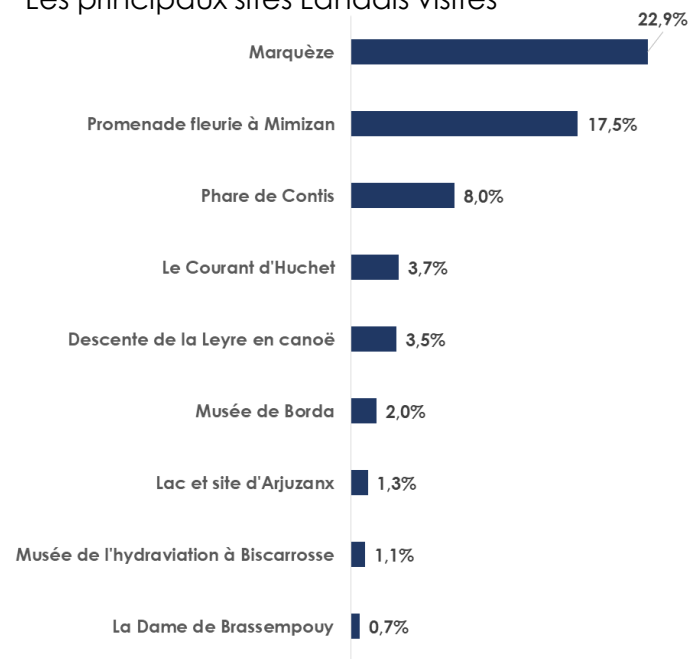
- 89,2% des touristes font des activités de découverte et de loisirs (vs 85% sur le littoral)

## // EVOLUTION /2013

Un taux supérieur à 2013 59,2% avec + de visites de sites

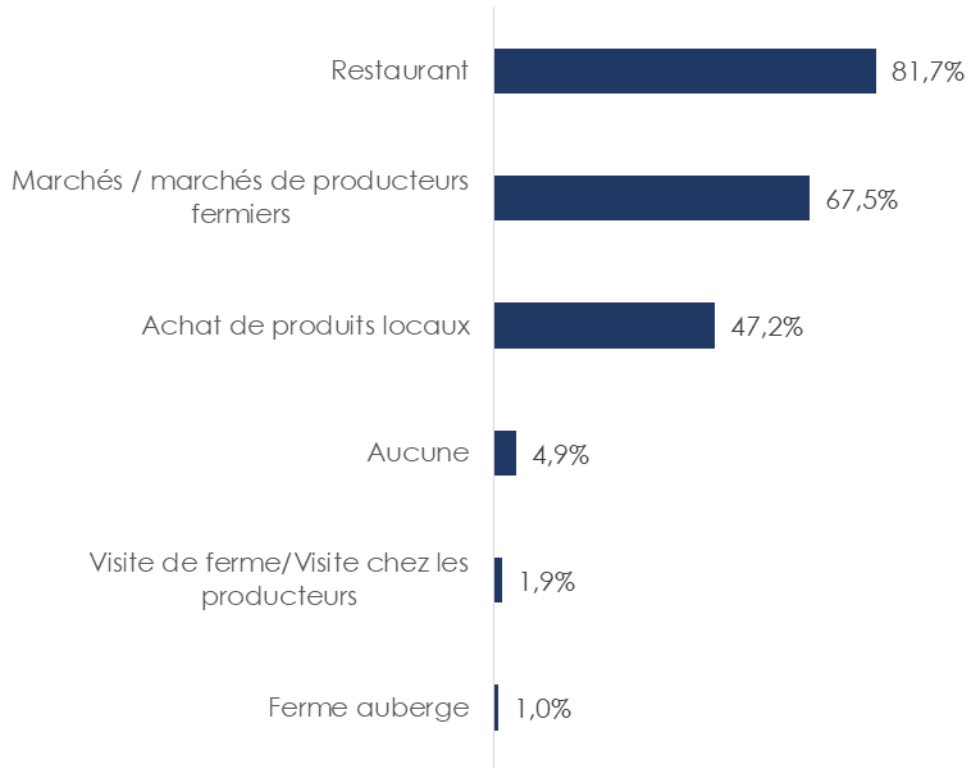
+ de participation aux animations et fêtes locales

## Les principaux sites Landais visités

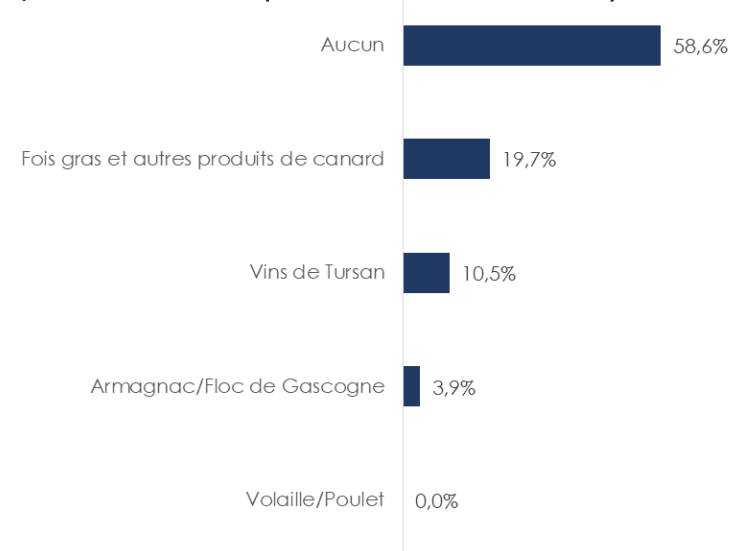


# Zoom sur la gastronomie

- **81,7%** des touristes vont au restaurant // 71,6% à l'échelle du littoral

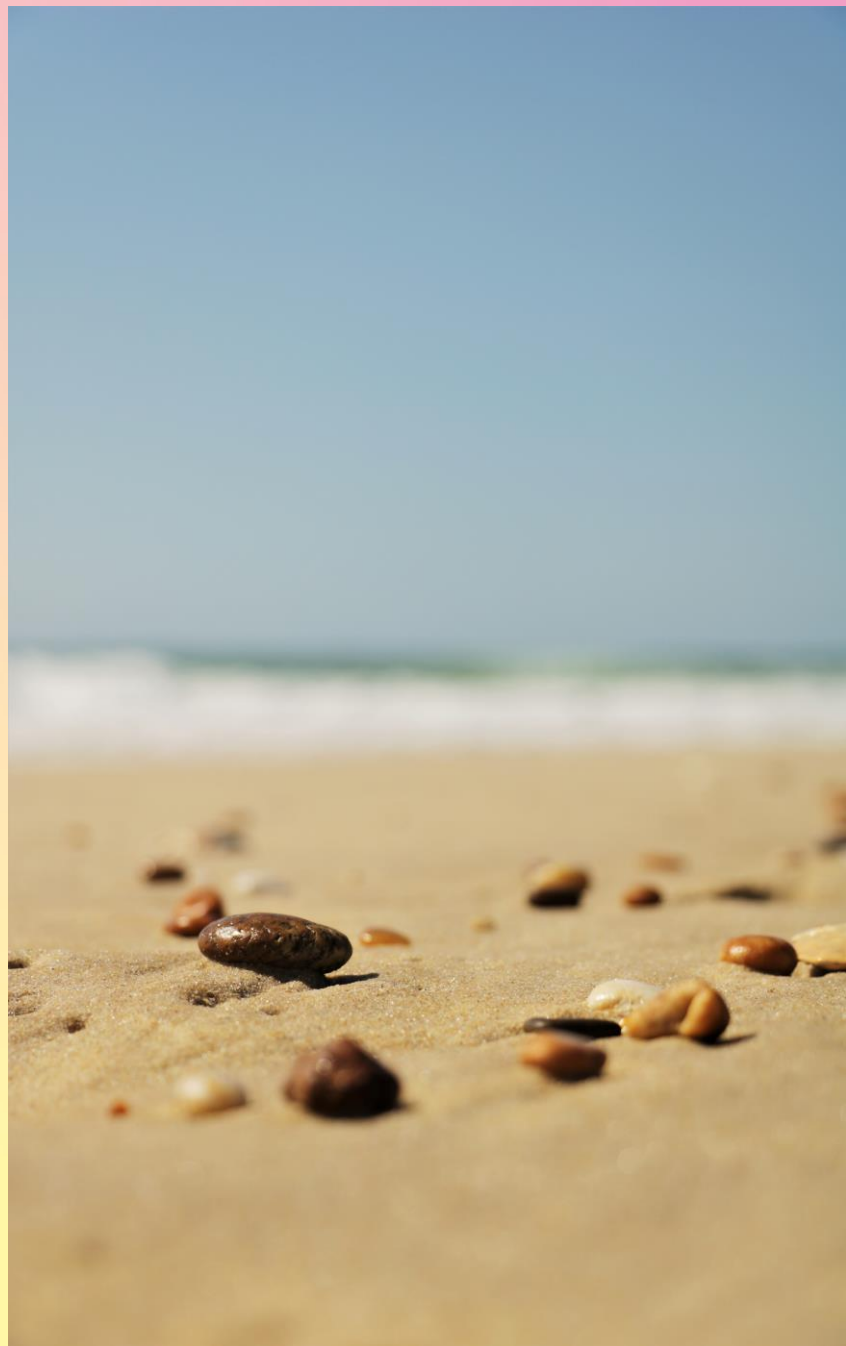


- **58,6%** des touristes ne ramènent aucun produit local (vs 47% sur le littoral)



// Littoral:

+ de sorties au restaurant et sur les marchés (littoral: 43,1%)  
+ de participation à des marchés mais moins d'achats de produits locaux (47,2% vs 58,3%)



# Bilan du séjour sur la CDC de Mimizan

# Les dépenses



**41,84 €**

Par personne

C'est la dépense moyenne par jour



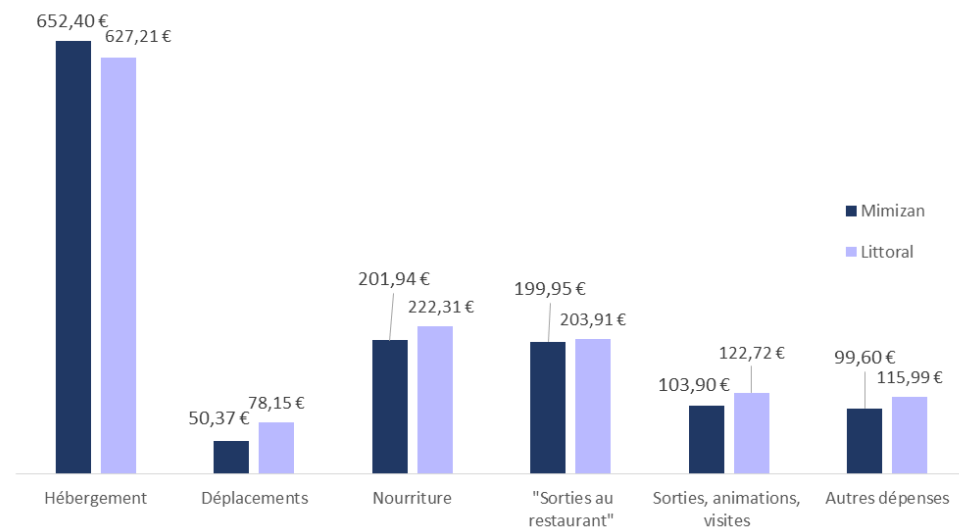
**41,2 €**

Par personne

**// EVOLUTION /2013**

Budget en baisse: 2013: 43,6 €/pers/jour

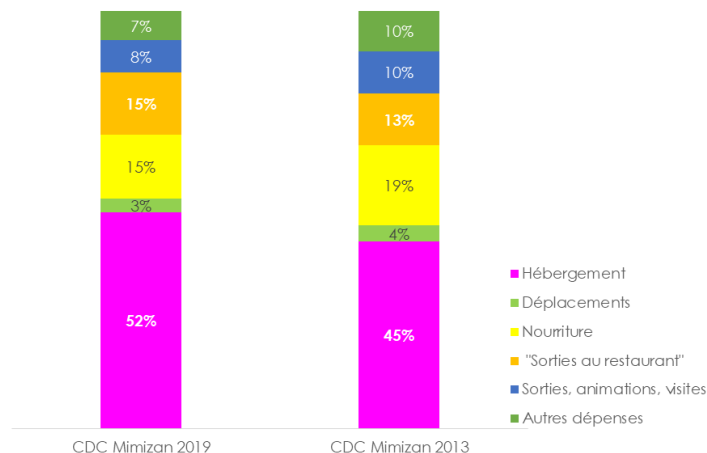
## Dépenses moyennes par ligne budgétaire



// Littoral:

La dépense moy est inférieure à celle du littoral 42,4 €

La dépense en hébergement est plus élevée

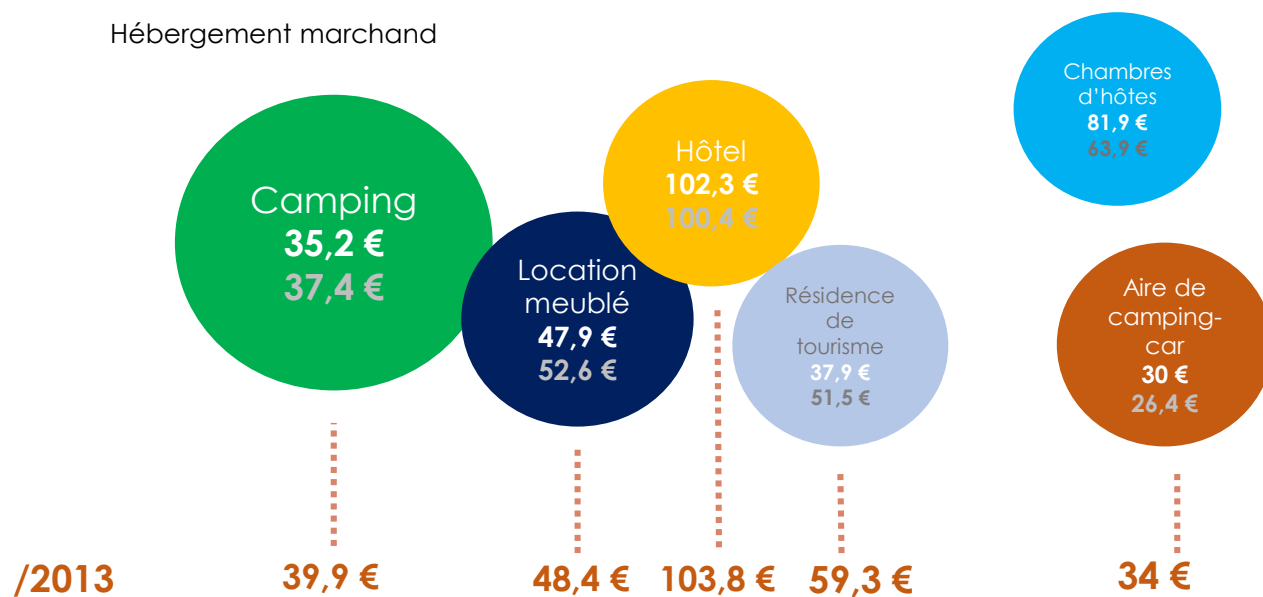


**// EVOLUTION /2013**

- Budget en baisse
- Augmentation du poids de l'hébergement (comme à l'échelle du littoral mais dans des proportions plus élevées +5 pts sur le littoral))
- Moins d'achats en nourriture, budget consacré au restaurant plus élevé

# Les dépenses par mode d'hébergement/pers/jour

Hébergement marchand

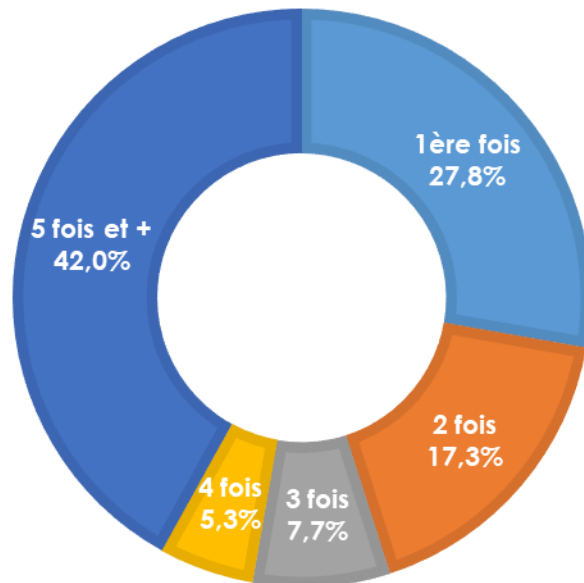


Données CDC Mimizan  
Données Littoral

# Fidélité

## Nombre de séjours réalisés dans les Landes

(hébergement marchand)



- Une clientèle fidèle et des primo visiteurs en recul

### // EVOLUTION /2013

+ de 5 séjours: une valeur en hausse: 39% en 2013  
Baisse du poids des primo visiteurs 32% en 2013

// Littoral:

Le taux de renouvellement de la clientèle est plus élevé sur le territoire de Mimizan (Littoral: taux de primo visiteur 25,9%)

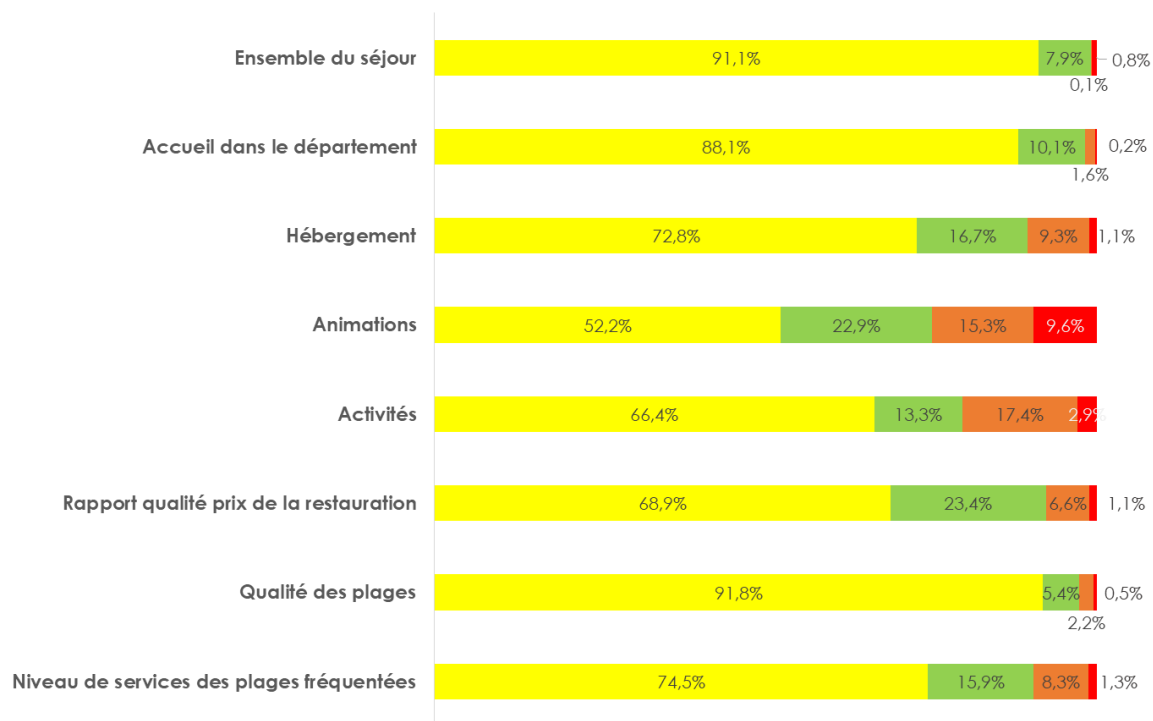


# Satisfaction des Clientèles

- 85,9%: intention de revenir en vacances dans les Landes  
taux + élevé que sur le littoral 79,6%

- Appréciation du séjour**

■ Très satisfaisant ■ Satisfaisant ■ Moyen ■ Insatisfaisant



Point fort: la qualité des plages

Note moyenne sur l'ensemble du séjour  
8,4/10

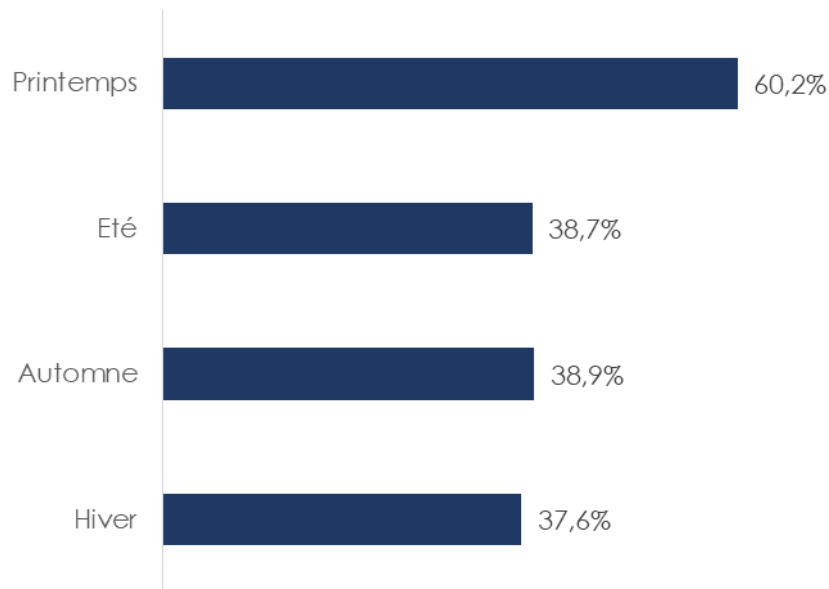
Note /10	CDC Mimizan	Littoral
Accueil	8,3	8,4
Hébergement	8,1	8
Animations	7	7,4
Activités	7,7	7,6
Rapport qualité/prix de la restauration	7,8	7,5
Qualité des plages	8,7	8,6
Niveau de services des plages	8	8

## // EVOLUTION /2013



Des notes moyennes équivalentes  
Note moyenne sur l'hébergement plus favorable (7,7/10 en 2013)

# Autres comportements des clientèles

- 77,6% des touristes ayant séjournés sur la CDC Mimizan partent en vacances à une autre période  
Taux - élevé que sur le littoral 80,4%



Environnements de vacances les plus cités:

-  1- Mer
-  2- Montagne

# Des attentes pour un prochain séjour

## **Amélioration du cadre de vie**

Possibilité de faire le tri des déchets: pas de point de tri, pas de tri dans les hébergements, pas d'information sur le tri

Plage et ses abords: ajouter des équipements (ex: toilettes publiques sur la plage de l'Especier)

Développer le réseau des pistes cyclables: + de pistes cyclables (ex: vers Bias, entre Mézos et Mimizan). Améliorer la signalétique avec le nb de km

Augmenter l'offre en transport en commun (ex: des navettes Mimizan/Aureilhan)

Meilleure connexion wifi et téléphonique : pas de bonne connexion Internet

## **+ d'activités et + d'animations**

Proposer + d'activités en hors saison, ouvrir les sites de visite et sites d'activités en avant et en arrière saison

Développer la communication de l'information: sur les plages (infos sur les baignes...), carte des pistes cyclables, des circuits de randonnée

## **Commerces**

Prix onéreux des fruits et légumes

Merci pour votre attention.

A vos questions.

CDT des Landes

Votre contact:

**Fabienne DECONQUAND**

Chargée d'étude et d'observation

Fabienne.deconquand@cdt40.com