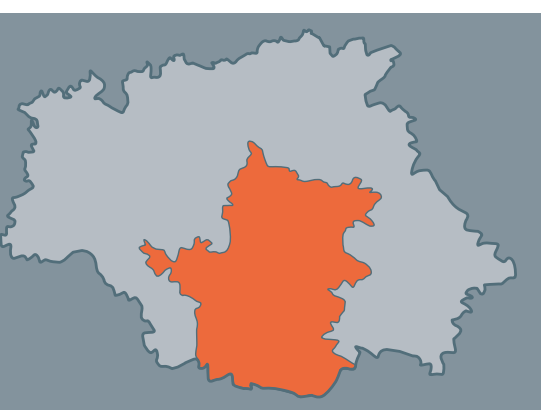




Les comportements des clientèles dans les 4 pays gersois

Pays d'Auch :

un tourisme de découverte patrimoniale



Les visiteurs sont principalement en **excursion** (34 %) ou en **court séjour** (20 %).

Ils sont venus **découvrir** le département, le **patrimoine bâti**, rendre visite à des parents ou des amis, se reposer.

Les nouveaux clients représentent 35 % de l'ensemble.

Les excursionnistes viennent de proximité (Midi-Pyrénées ou Aquitaine).

Les personnes en séjour utilisent en majorité l'**accueil commercialisé** (60 %), mais également les **résidences de parents ou d'amis** (30 % des séjours).

Parmi les personnes hébergées sur le Pays d'Auch, 20 % sont d'origine **étrangère**.

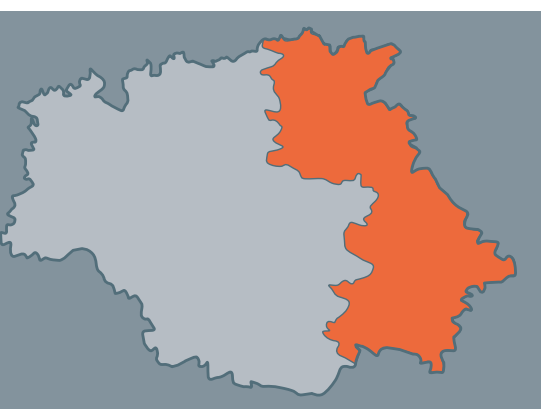
Au sein de la clientèle française, la **proximité** y est prépondérante : 48 % sont originaires du **Sud-Ouest**.

Elle est composée essentiellement de **classes aisées** : artisans, commerçants, chefs d'entreprise, **professions libérales** ou cadres moyens et **supérieurs** (40 %), mais également d'employés.

Les couples (43 %) et les **familles** (37 %) en forment l'essentiel.

Pays Portes de Gascogne :

productions locales, gastronomie, repos et affinitaire



La clientèle de ce Pays est principalement en **excursion** (41 %) ou en **séjour** (42 %).

28 % des venues sont motivées par la **découverte gastronomique**, les **marchés au gras**, les **produits locaux**, 20 % par la présence de parents ou d'amis sur place, 17 % par la découverte patrimoniale.

La **fidélisation y est très élevée** (82% sont déjà venus).

Les excursionnistes viennent des départements environnants (**Haute-Garonne 42 %**).

C'est dans ce secteur que l'**utilisation des hébergements non marchands est la plus élevée** : 44 % des personnes en séjour se logent chez des parents et amis, en **résidence secondaire personnelle** ou en **camping-car**.

Chez les personnes **en séjour** : bonne présence des étrangers (21 %) et une

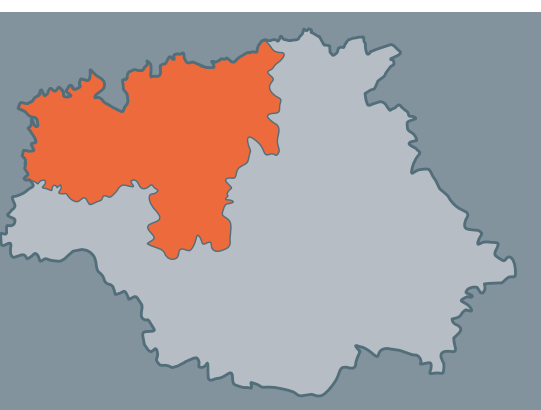
certaine hétérogénéité chez la clientèle hexagonale : **l'Île de France** (18 %), Sud-Ouest, Ouest, Sud-Est de la France.

C'est la **clientèle la plus familiale** de toutes (39 %). Un tiers d'entre elle est **accompagné d'enfants**. Elle est plutôt issue des **classes aisées** (cadres moyens et supérieurs, indépendants : 44 %).

C'est la clientèle la plus **jeune** de toutes (moyenne d'âge 49.3 ans), du fait du poids des moins de 45 ans.

Pays d'Armagnac :

repos, visites et événementiel



Une grande diversité de séjours : longs séjours (47 %), courts séjours (24 %), excursions (29 %).

La présence de la clientèle est liée aux visites de sites, au **thermalisme**, aux **évènementiels** ou au **chemin de St Jacques de Compostelle**.

38 % des visiteurs effectuent leur premier séjour dans le département.

L'**utilisation des hébergements marchands y est la plus élevée** (67 % des séjours) : les **locations saisonnières** (22 %), l'**hôtellerie** (12 %), les campings (10 %) ou les **résidences de tourisme** (7 %). Le poids du locatif est ici corrélé au thermalisme.

Les durées de séjours sont très hétérogènes, avec 1/4 de très **longs séjours** dus aux cures thermales.

Les personnes **en séjour** viennent du Sud-Ouest (36 %), de l'**Ouest** (13 %),

du **Nord** (8 %), ou de l'**étranger** (19 %). Ils séjournent en **couple** (51 %), en famille, seul ou entre amis.

C'est la clientèle la plus âgée de toutes : **53.6 ans** en moyenne, les plus de 54 ans étant majoritaires (58 %).

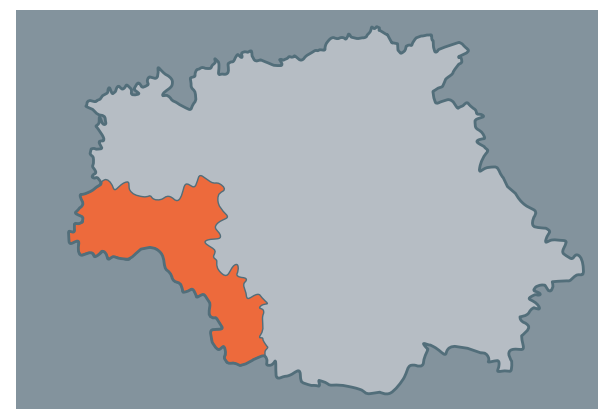
Les **retraités** y sont prépondérants (46 %) et les actifs plutôt issus des classes moyennes (employés).

Les comportements des clientèles dans les 4 pays gersois



Pays Val d'Adour :

Évènementiels et gastronomie



La clientèle de ce Pays est principalement en **excursion** (48 %) ou en séjour (39 %).

Les excursions ou les courts séjours sont dus aux **évènementiels**, les longs séjours, aux activités douces (baignade, promenade), à la fréquentation des marchés, producteurs ou restaurants, ou à la découverte des villes et villages.

C'est principalement une **clientèle d'habités** : 83 % des personnes sont déjà venues dans le département. Ce sont les **hébergements marchands** qui reçoivent la plupart des séjours : campings, **chambres d'hôtes**, locatif.

63 % des séjours n'excèdent pas une semaine.

Le poids de la **clientèle étrangère** y est important (26 % **des séjours**) et est constituée de Britanniques ou de Belges.

La clientèle hexagonale est originaire du Sud-ouest (41 %), de l'Île de France (14 %), de l'Ouest (15 %) ou du centre de la France.

En terme de catégories socioprofessionnelles, les actifs forment l'essentiel de la clientèle : **cadres moyens** (22 %) ou supérieurs (15 %).

La moyenne d'âge est de 53 ans en moyenne, en raison de la forte présence des **45 ans à 54 ans**.

Les familles sont peu nombreuses (32 %) contrairement aux **couples** (40 %) ou des **groupes d'amis** (18 %).

MÉTHODOLOGIE



Échantillon : 1 447 personnes interrogées en face à face, de début juillet 2014 à fin juin 2015.
Enquête réalisée par Catherine Jousset Consultant et les étudiants BTS du lycée Pardailhan Auch (enquête terrain).

Glossaire

Excursionnistes : visiteurs à la journée qui ne passent pas la nuit dans un moyen d'hébergement collectif ou privé du lieu visité.

Touristes : visiteurs qui passent au moins une nuit (et au plus un an) en dehors de leur environnement habituel.

Séjour personnel : désigne le séjour dont le motif est le loisir ou la visite à des parents ou amis.

Court séjour : séjour d'une à trois nuits maximum.

Long séjour : séjour de quatre nuits à moins de quatre mois.

Hébergement marchand ou accueil commercialisé : établissement faisant l'objet d'une exploitation commerciale, destiné à fournir une prestation d'hébergement (hôtel, camping, meublé touristique, gîte rural, VV MF, PRL, chambre d'hôte, etc.).

Hébergement non marchand : résidence secondaire personnelle, résidence principale ou secondaire de parents ou amis.

VV MF : hébergements collectifs, villages de vacances ou maisons familiales.

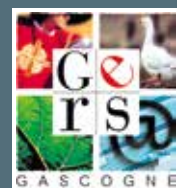
PRL : parc résidentiel de loisirs.

OT : Office du Tourisme.



Les rapports complets de l'étude sont en téléchargement sur l'accès professionnel du site www.tourisme-gers.com

Gers COEUR DE GASCOGNE ET DU SUD-OUEST



repères.com

Lettre d'informations du Comité Départemental du Tourisme et des Loisirs du Gers en Gascogne



Repères est édité par le CDTL du Gers
• Directeur de la publication : José-Louis Pereira
• Réalisation et photos : CDTL du Gers
• Tirage : 4 000 exemplaires • N°ISSN 1955-7639

CHIFFRES CLÉS DU GERS



1 - Le Gers
6 257 km² ; 190 000 habitants ; 30 habitants au km² ; 462 communes ; 17 cantons.

2 - La capacité d'accueil
71 500 lits.
40 % d'hébergement marchand 60 % d'hébergement non marchand.

3 - Poids économique du tourisme
1 200 000 visiteurs.
840 000 touristes 370 000 excursionnistes.
6 100 000 nuitées.
213 000 000 € de dépenses des visiteurs dans le Gers (6 % du PIB gersois).
2 700 emplois salariés liés au tourisme (3 500 emplois en juillet/août).

LES DÉPENSES

L'ensemble des dépenses enregistrées est en nette hausse : le budget moyen de séjour s'élève à 768 euros (contre 634 € en 2009) et génère une dépense moyenne par jour et par personne de 54 euros pour les excursionnistes (32 € en 2009) et une dépense moyenne par nuitée de 39 euros pour la clientèle en séjour (33 € en 2009).



Gers COEUR DE GASCOGNE ET DU SUD-OUEST





LES GRANDES ÉVOLUTIONS ENTRE 2008 ET 2015

Un renforcement des **bassins de proximité** (Midi-Pyrénées et Aquitaine) émetteurs d'une clientèle fidélisée avec de nouveaux comportements, une **stabilité du volume de clientèle** étrangère avec une **progression de la clientèle espagnole**.

Une stabilité de la durée de séjour : 7 jours.

Une moyenne d'âge stable de 51 ans, mais une progression des jeunes de moins de 35 ans et des seniors.

Pour les catégories socio-professionnelles, une **progression des classes aisées, des retraités**.

Dans l'accueil commercialisé : une **progression de l'hôtellerie** et des chambres d'hôtes, un léger recul du locatif et de l'hôtellerie de plein air, une légère progression des **campings cars**.

Les fondamentaux du Gers s'affirment avec force : l'art du bien vivre, la ruralité, la richesse du patrimoine.

Si le regard est moins critique qu'en 2008/2009, la **faiblesse du département demeure « le réceptif »**.

En effet, est pointé le manque d'adaptation de nombreux commerces, services ou équipements aux besoins des visiteurs, en matière d'heure ou de jours d'ouverture ; l'insuffisance des transports en commun ; les services en langues étrangères...

ORIGINE GÉOGRAPHIQUE : PROGRESSION DE LA CLIENTÈLE DE PROXIMITÉ HAUSSE DES ESPAGNOLS

1 - La clientèle française représente 79% des touristes en séjour.

Les principaux bassins :	% clientèle globale	% séjours	% hébergements marchands
Midi-Pyrénées	28 %	16 %	13 %
Aquitaine	17 %	13 %	9,5 %
Île de France	10 %	11 %	11 %
Ouest	9 %	12 %	14 %
Est	8 %	9 %	9 %

La clientèle de proximité (à 2 heures de route maximum) représente près d'un visiteur sur deux... et près d'un séjour sur 3.

2 - La clientèle étrangère représentée :

37 % de la clientèle en étape,
21 % de la clientèle en séjour,
22 % de la clientèle des hébergements marchands.

Les pays émetteurs :

- Grande-Bretagne 29 %,
- Belgique 15 %,
- Espagne 13 %,
- Pays-Bas* 7 %.



*été 2014 pluvieux. les Néerlandais ont boudé les campings gersois.

LES PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES

Comme en 2009, la clientèle est âgée de **51 ans** en moyenne. Elle comprend un tiers de **retraités**, un tiers de **classes moyennes**, un quart de catégories aisées. La prépondérance des **couples** demeure, la présence des solos s'est renforcée, le volume des **familles** à contrario a reculé.

A noter la progression des jeunes de moins de 35 ans et les seniors retraités.

Elle séjourne en **couple** (43 %), ou en **famille** (30 %)

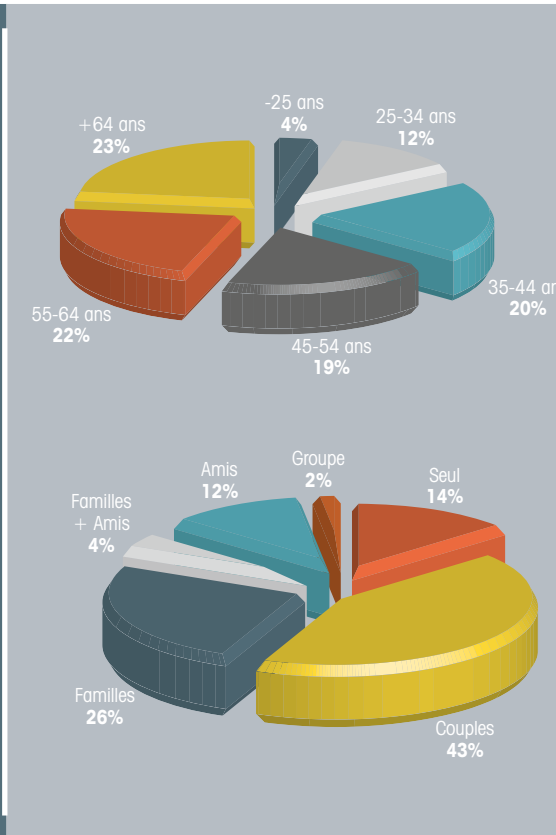
Le nombre moyen par groupe est de 3,1 personnes. 21% des groupes sont accompagnés d'enfants (- de 12 ans). Elle est **fidélisée** : 67 % sont déjà venus dans le Gers. Elle affiche des intentions de retour marquées (71 %).

Elle a connu le Gers en premier par :

- Le relationnel, (33 % : bouche à oreille, amis ou famille sur place),
- La proximité (17 %),
- Les produits locaux (7 %),
- L'évènementiel (5 %).

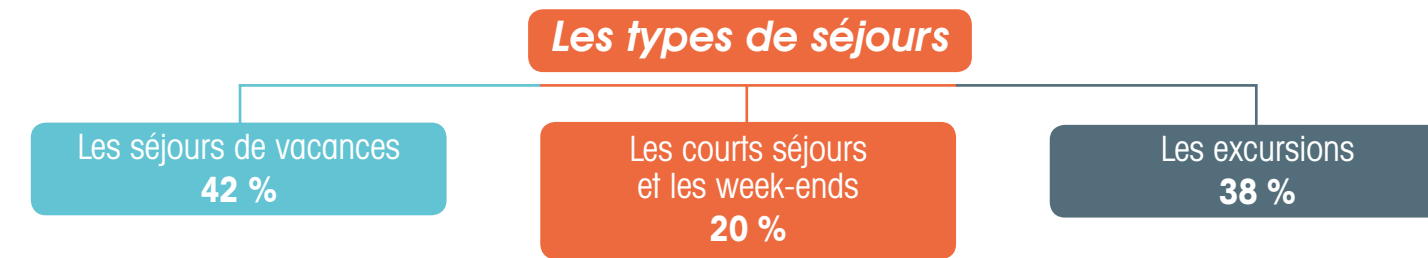
Elle vient dans le Gers pour 5 raisons principales :

- La gastronomie et la production agroalimentaire, (24 % : marchés au gras, produits du terroir),
- Rendre visite à des parents ou amis (20 %),
- La curiosité, l'envie de découvrir le département (17 %),
- L'évènementiel (9 %),
- Une cure thermale (5 %).



LES SÉJOURS VACANCES SONT MAJORITAIRES,

les courts séjours et les excursions sont en progression.



Une **durée moyenne de séjour égale à 7 jours**, liée à la diminution des séjours de 3 semaines et + et à la progression de ceux d'1 semaine.

LES HÉBERGEMENTS

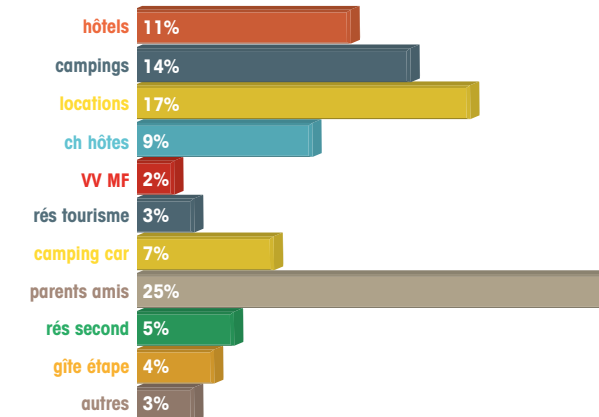
La répartition des séjours dans les secteurs marchand / non marchand a évolué en faveur de l'accueil commercialisé qui gagne 2 points.

60% des touristes séjournent en hébergement marchand :

- Le locatif : 17 %,
- Les campings : 14 %,
- L'hôtellerie : 11 %.

40% des touristes choisissent un hébergement non marchand

- Résidences privatives : 30 %,
- **Progression des camping cars (7 % soit +1 point par rapport à 2009),**
- **87 % ont réservé leur hébergement avant le départ,**
- **47 % des réservations se font via Internet** notamment dans le **locatif et l'hôtellerie de plein air.**

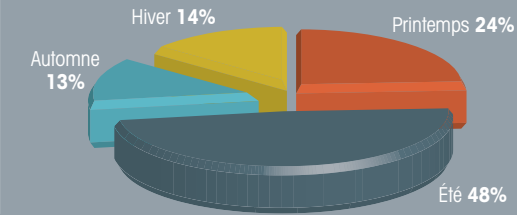


Le calme, le confort, l'environnement de l'hébergement et le rapport qualité prix sont les points forts des hébergements gersois, en revanche les animations, la propreté ou l'offre de proximité sont les points faibles d'une minorité d'entre eux.

Une bonne répartition sur l'ensemble de l'année.



- Une fréquentation estivale représentant un peu moins de 50 % de la fréquentation annuelle,
- Un volume de nuitées au printemps représentant un quart de l'ensemble,
- Un poids légèrement plus élevé pour l'hiver que pour l'automne.



Printemps = avril, mai, juin ; Été = juillet, août ; Automne = septembre, octobre, novembre ; Hiver = décembre, janvier, février, mars.

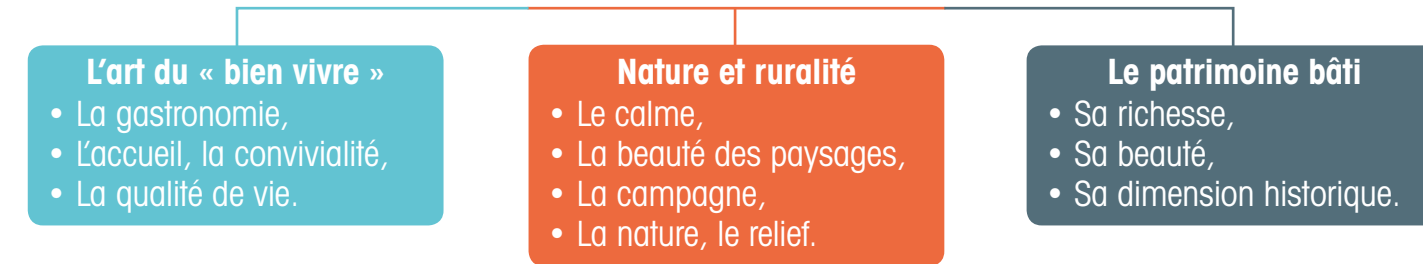
L'IMAGE DU GERS

- ses points forts :

Les termes qui définissent le Gers



Ses points forts (comparables à 2008/2009)



L'art « du bien vivre » est sans conteste le premier thème abordé, intégrant les produits locaux, la gastronomie, l'accueil, la convivialité et la qualité de vie, la douceur de vivre, le sens de la fête.

- ses points faibles :

Le regard des visiteurs sur les points faibles du département est légèrement moins critique qu'en 2009 (41 % des personnes interrogées contre 48 % auparavant), néanmoins sont pointés les éléments suivants : manque ou fermeture des commerces, des services ou équipements (inadaptation notamment des horaires d'ouverture) ; manque d'activités de loisirs ou d'animations ; insuffisance des transports en commun ; des informations touristiques : de la signalisation touristique ; manque d'information en langues étrangères.

ŒNOTOURISME : PROFIL DES VISITEURS

27,5 % des visiteurs interrogés ont acheté du vin, du floc ou de l'armagnac auprès de producteurs du département.

La plupart des achats se font en période estivale (52 %) ou au printemps (23 %) notamment lors des fêtes de vignobles (Vignobles en Fête, Saint Mont).

Au cours d'**excursions** (printemps, hiver), de **séjours** (en été), ou de week-ends (printemps ou automne).

19 % des acheteurs sont étrangers (Britanniques ou Belges, plutôt attirés par les vins),

Les acheteurs français sont principalement originaires du **Sud-Ouest** ou de **l'Ouest de la France**,

Ce sont plutôt des **cadres supérieurs** ou des **retraités**,

Ils viennent en couple (46 %) ou en famille (31 %),

C'est une clientèle de **séniors**, surtout âgée de plus de 54 ans.

Elle est venue **découvrir le département**, profiter des paysages ou assister à un évènementiel,

Elle s'héberge **principalement dans l'accueil commercialisé** (locations, campings, chambres d'hôtes) cependant 1 touriste sur 4 séjourne chez des parents et amis.

Elle apprécie spécialement :

- les activités douces, de plein air,
- la visite de villages,
- les fêtes et animations,
- la qualité de vie et la convivialité des Gersois.

