

Etude auprès de la clientèle britannique en Normandie



Focus sur les résultats auprès des
passagers de Ferry au départ des
ports de Normandie

- Résultats annuels 2009/10 -

Réf : K99 / L17 – version 2
Contacts : Charles Dallemagne /
Mélanie POULAIN

PUBLICATION

La présente étude ne peut être reproduite qu'avec la mention suivante :
Etude MICA Research pour le compte du CRT de Normandie
avec le soutien logistique des transporteurs
Brittany Ferries, LD Lines, Transmanche Ferries,
et avec le soutien financier des Régions Haute et Basse Normandie, et de l'Etat.

INTRODUCTION

Contexte de l'étude
Objectifs de l'étude
Méthodologie

RESULTATS PHASE PREALABLE

RESULTATS ENQUETE PRINCIPALE

- 1 Contexte de visite
- 2 Profil des visiteurs
- 3 Processus de choix
- 4 Caractéristiques de la visite / du séjour
- 5 Circuit / Visite touristique en France
- 6 Bilan de satisfaction de la destination
- 7 Comportement d'utilisation des modes de transport
- 8 Attentes et fidélisation

POINTS-CLES A RETENIR

Contexte de l'étude

- Le **Comité Régional du Tourisme de Normandie** a défini de nouvelles orientations de la stratégie Marketing 2006-2010 pour la région (Calvados : 14 – Eure : 27 – Manche : 50 – Orne : 61 – Seine Maritime : 76) en partenariat avec les 5 CDT de la région, les Offices de tourisme ainsi que les acteurs touristiques de cette région.
- Cette nouvelle stratégie, basée sur les expériences du passé, a hiérarchisé les marchés prioritaires de cette région. Il ressort que la clientèle britannique, bien qu'en léger recul depuis plusieurs années reste leur 1er marché étranger.
- En effet, la Normandie reste un « passage incontournable » du continent pour une grande partie des Britanniques en raison de la proximité des points de passage transmanche.
- Dans ce contexte, le **CRT Normandie** souhaitait mener une étude ayant pour objectif de **mesurer et de qualifier les flux de passagers transmanche allant en Normandie**, en excursion, en transit ou en séjour **afin d'adapter, dans la stratégie marketing de la région, des propositions en adéquation avec les besoins et attentes de cette cible prioritaire** (conquête / reconquête, fidélisation, images, positionnement, communication, stratégies commerciales et de développement de l'offre de l'ensemble des acteurs normands intéressés par le marché britannique).

Objectifs généraux de l'étude

- **Pouvoir adapter et optimiser les stratégies marketing de reconquête de la clientèle britannique** pour tous les acteurs normands concernés par ce marché et en particulier :
 - les stratégies d'image et de positionnement de la Normandie
 - les stratégies de communication auprès des britanniques
 - les stratégies commerciales et de développement de l'offre

- Plus précisément, les responsables du **CRT Normandie** souhaitent que cette **étude soit réalisée de mai 2009 à fin octobre 2010** et **en 2 lots** d'études indissociables, comme suit :
 - **Lot 1 (de juin 2009 à août 2010) : Etude mère sur les touristes britanniques qui viennent en Normandie**
 - Identification des différents profils de ces touristes, sur 12 mois, et des caractéristiques principales du voyage (transport, destination - Normandie ou pas -, type de séjour, etc)
 - **Lot 2 (de août 2009 à septembre 2010) : Etude comportementale des touristes britanniques en Normandie**
 - Après d'un échantillon de la population mère, décrire et comprendre les motivations et freins (mode de transport, destination, séjour), les comportements touristiques et les attentes de façon à définir une stratégie qui les Britanniques inciteraient à choisir la Normandie comme destination et/ou les fidéliser

Objectifs (Lot 1)

Etude mère sur les touristes Britanniques qui viennent en Normandie

- Identifier les différents profils de touristes britanniques qui viennent en Normandie (en transit, en séjour)
- Définir les différentes caractéristiques du voyage et du séjour, comme :
 - le mode de transport transmanche utilisé (maritime, terrestre ou aérien) ainsi que la liaison choisie le cas échéant
 - (si Ferry) le type de passagers (voiture, car, caravane/camping-car, fourgonnette)
 - le motif (loisir ou professionnel), le type et la durée de séjour (jour, weekend ou vacances, voyage organisé ou privé, circuit ou non)
 - la ou les destinations, étapes en France et en particulier, auprès des visiteurs, la durée de séjour/visite/transit en Normandie
- Constituer une base de données (fichier mère) servant à définir les critères d'identification de la population à interroger pour le lot 2 et en particulier le profil et la segmentation de la population

Objectifs (Lot 2)

Etude comportementale des touristes britanniques en Normandie

- Déterminer le processus de décision (motif du voyage, critères de choix de la destination) et les motivations du choix du mode de transport et mesurer la satisfaction à l'égard de celui-ci
- Identifier les caractéristiques du séjour en termes de type et de durée, de destination, d'étape, et plus particulièrement, identifier le rôle de la destination Normandie au sein du voyage (visite ou non et si visite : séjour/passage/transit)
- Mesurer les habitudes de fréquentation de la destination de la région Normande, les motivations et freins et plus précisément, auprès des visiteurs de la Normandie :
 - Identifier les habitudes de consommation : les villes/sites visités, les activités/loisirs effectués, les types de commerce fréquentés, le type d'hébergement réservé ou possédé, etc
 - Déterminer les destinations alternatives (concurrentes)
- Mesurer l'image de la Normandie et identifier ses points forts et ses points faibles
- Mettre à jour les zones de déficit et les attentes

- Les phases s'appuient sur une méthodologie mixte compte tenu des contraintes d'interviews sur site et des accords obtenus par les partenaires des différents modes de transport retenus :
 - au niveau des ferry : enquête sur site (Lot 1) et par téléphone (Lot 2)
 - au niveau de l'avion, Eurostar et Eurotunnel : enquête online (Lot 1 & 2)

➔ Les résultats présentés dans le présent document ne concernent que les passagers de ferry au départ des ports de Normandie
- On notera que préalablement, une phase online a été réalisée auprès d'une population représentative des Britanniques dans le but de :
 - calibrer la phase du Lot 1 en identifiant les principales portes d'entrées / mode de transport en France et leur part relative
 - et ainsi fixer un plan de Sondage précis par porte d'entrée / mode de transport
- Echantillon de la phase préalable
 - Echantillon de 1409 personnes représentatif de la population Britannique en termes de région – sexe – âge - profession du chef de famille)
 - Sur-Echantillon pré-qualifié de 1005 Touristes Britanniques étant venus en France

Méthodologie (Lot 1 et Lot 2)

	Lot 1	Lot 2
Méthode de recueil	<ul style="list-style-type: none"> ■ Enquête sur site en face à face en auto-administré contrôlé : <ul style="list-style-type: none"> ■ recrutement par un enquêteur-bilingue ■ distribution et collecte du questionnaire rempli par l'interviewé lui-même 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Enquête téléphonique <ul style="list-style-type: none"> ■ De nos locaux en Ile de France
Cible	<ul style="list-style-type: none"> ■ Passagers Britanniques au départ du port : <ul style="list-style-type: none"> ■ (si port en dehors de la Normandie) déclarant avoir séjourné, visité, fait un arrêt ou juste passé par la Normandie 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Passagers Britanniques ayant répondu à l'enquête du Lot 1
Lieux d'enquête	<ul style="list-style-type: none"> ■ 4 ports de Normandie : Caen, Le Havre, Dieppe et Cherbourg 	
Echantillonnage (cf. structure détaillée de l'échantillon P9)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 2 162 passagers (nombre de questionnaires réalisés sur xxx vacances*) * 1 vacation = 1 départ / 1 traversée <ul style="list-style-type: none"> • 732 à Caen • 506 au Havre • 390 à Dieppe • 534 à Cherbourg 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 207 passagers <ul style="list-style-type: none"> • 60 à Caen • 59 au Havre • 32 à Dieppe • 56 à Cherbourg
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Les résultats ont été pondérés de façon à attribuer le poids réel de chaque sous-échantillon (mode de transport) selon la saison 	
Questionnaire	<ul style="list-style-type: none"> ■ Durée de 8 à 10 minutes 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Durée de 20 minutes
Dates d'enquête	<ul style="list-style-type: none"> ■ De juin 2009 à août 2010 	<ul style="list-style-type: none"> ■ De juillet 2009 à septembre 2010

Méthodologie (Lot 1)

Détail de l'échantillon

TOTAL ECHANTILLON			5317	% vs Total	Poids réel *
ST FERRY			4668	88%	52%
Total Normandie			2162	41%	17%
Caen	Portsmouth	Brittany Ferries	732	14%	5%
Le Havre	Portsmouth	LD Lines	506	10%	3%
Dieppe	Newhaven	Transmanche ferries	390	7%	2%
Cherbourg	Poole	Brittany Ferries	534	10%	5%
Granville ⁽¹⁾	St Hélier	Manche Iles Express	-	-	1%
Total Hors Normandie			2506	47%	35%
Boulogne	Douvres	LD Lines	798	15%	3%
Saint Malo	Portsmouth	Brittany Ferries	132 ⁽²⁾	2%	3%
Calais	Douvres	Sea France et P&O	1576	30%	26%
Dunkerque ⁽³⁾	Douvres	Norfolk Lines	-	-	2%
Roscoff ⁽³⁾	Plymouth	Brittany Ferries	-	-	1%
ST AVION			213	4%	14%
ST EUROSTAR			231	4%	15%
ST EUROTUNNEL			205	4%	19%

(1) Trop peu de monde par traversée : les enquêtes ont été stoppées

* Résultats issus de la phase préalable

(2) Les enquêtes de Saint Malo ont été réalisées principalement en haute saison et sont incluses « Total Hors Normandie »

(3) Pas d'autorisation d'enquêtes

Résultats

Focus sur les résultats auprès des
passagers de Ferry au départ des
ports de Normandie

- Résultats annuels 2009/10 -

1 Contexte de visite

2 Profil des visiteurs

3 Processus de choix

4 Caractéristiques de la visite / du séjour

5 Circuit / Visite touristique en France

6 Bilan de satisfaction de la destination

7 Comportement d'utilisation des modes de transport

8 Attentes et fidélisation

Sur l'ensemble des passagers ayant quitté les ports normands en ferry : 46% n'ont fait que transiter par la Normandie, 40% y ont séjourné au moins une nuit

Résultats en %

N=2162

Q13. Dans le cadre de ce voyage, diriez-vous que la Normandie était ... ?

Calcul sur la base totale N : x%

Recalcul sur la base du sous-échantillon N-1 (x%)

La Normandie est une ...

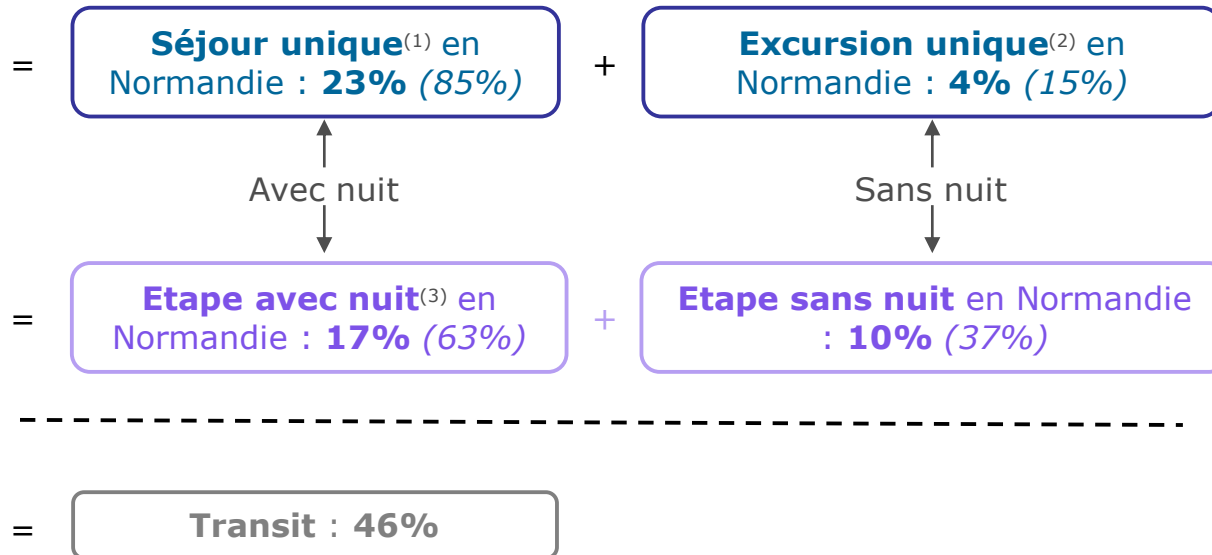


Destination finale :
27%

Région d'étape :
27%

Région de passage :
46%

Ci-dessous description des différentes catégories de voyage au sein de chaque type de destination



→ Soit une **typologie des touristes britanniques** répartie comme suit :

- ✓ **40% en séjour** (au moins une nuit) = 23% séjour unique + 17% étape avec une nuit
- ✓ **14% en excursion** (sans nuit) = 4% excursion unique + 10% étape sans nuit
- ✓ **46% de « passage »**

(1) A passé son séjour en Normandie uniquement
 (2) Est venu en Normandie uniquement mais n'a fait qu'un aller retour dans la journée
 (3) 1 nuit ou plus

Deux grandes saisons au regard des taux de transit, de séjour, de passage : la Basse saison avec le taux le plus élevé de transit et la Moyenne et Haute saison avec des taux à peu près similaires

Q13. Dans le cadre de ce voyage, diriez-vous que la Normandie était ... ?

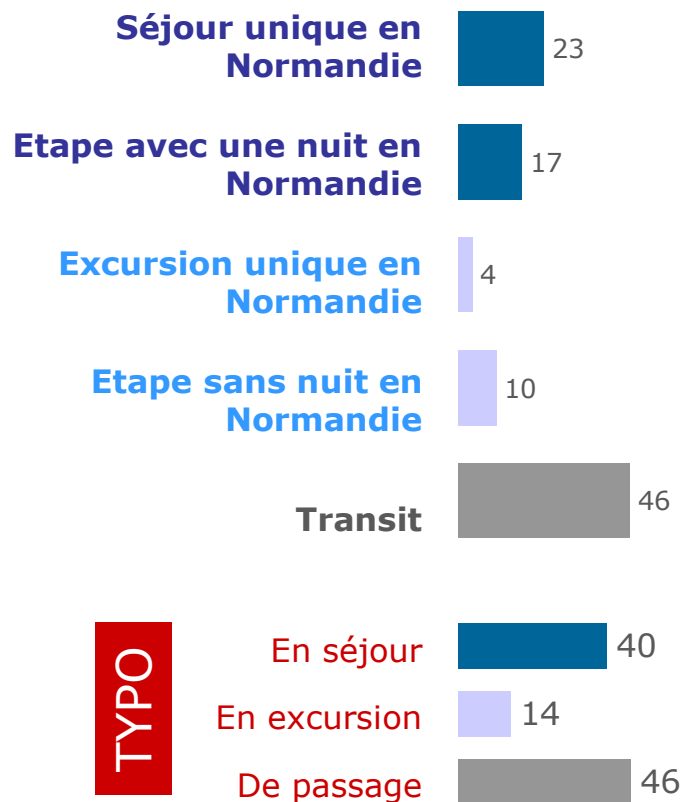
Par saison

Base Lot 1 : Total

Total

Résultats en %

N=2162



	Basse saison N=648	Moyenne saison N=883	Haute saison N=631
Séjour unique en Normandie	24	23	21
Etape avec une nuit en Normandie	15	18	19
Excursion unique en Normandie	3	4	5
Etape sans nuit en Normandie	8	10	12
Transit	50	45	43
En séjour	39	41	40
En excursion	11	14	17
De passage	50	45	43

*Un taux de passagers en transit plus élevé sur les lignes de Caen-Ouistreham et du Havre
Les passagers en séjour unique en Normandie sont les plus nombreux en proportion sur la ligne de Cherbourg*

Q13. Dans le cadre de ce voyage, diriez-vous que la Normandie était ... ?

Base Lot 1 : Total

Résultats en %

	<i>Total</i>	Caen	Cherbourg	Dieppe	Le Havre	Focus résultats Ferry Hors Normandie
	N=2162	N=732	N=534	N=390	N=506	N=2506
Séjour unique en Normandie	23	22	28	21	16	7
Etape avec une nuit en Normandie	17	15	19	19	18	15
Excursion unique en Normandie	4	3	5	4	3	9
Etape sans nuit en Normandie	10	8	11	10	11	7
Transit	46	51	37	47	51	62
En séjour	40	37	47	40	34	22
En excursion	14	11	16	14	14	16
De passage	46	51	37	47	51	62

Fréquence des séjours - des visites (Fidélité)

Par typologie de séjour

*Une destination attractive quel que soit le type de voyage réalisé : une clientèle fidèle : plus des ¾ des passagers sont déjà venus au moins une fois, mais également nouvelle (pour 16% d'entre eux)
(Tous transports = 25%, surtout « Avion » et « Eurostar »)*

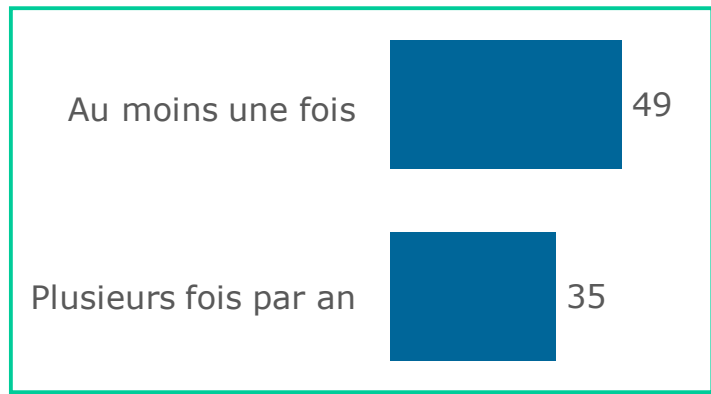
Q20. Etes-vous déjà venu en Normandie pour séjourner ou pour faire une excursion, une visite ?

Base Lot 1 : Personnes ayant fait un séjour, une étape ou une excursion en Normandie

* Base répondants (hors NSP/SR)

Résultats en %

n=1088*



	Séjour unique n=452*	Etape avec nuit n=361*	Excursion (sans nuit) n=274*
1ère fois	16	14	20
Au moins une fois	40	63	47
Plusieurs fois par an	44	23	33

Focus résultats Ferry Hors Normandie

19%

60%

21%

Fréquence des séjours - des visites (Fidélité)

Selon la saison

*Le taux de primo-visiteurs (cible plus jeune) varie progressivement en fonction des saisons : il est le plus élevé en Haute saison (or sur l'étude générale (tous modes de transport), ce taux ne varie pas).
Pour les fidèles (plusieurs fois par an), le taux évolue inversement : ils sont les plus nombreux en Basse saison par rapport à la Moyenne et Haute saison*

Q20. Etes-vous déjà venu en Normandie pour séjourner ou pour faire une excursion, une visite ?

Base Lot 1 : Personnes ayant fait un séjour, une étape ou une excursion en Normandie

* Base répondant (hors NSP/SR)

Résultats en %	Total n=1088*	Par saison		
		Basse saison n=310*	Moyenne saison n=438*	Haute saison n=340*
1ère fois	16	10	17	23
Au moins une fois	49	32	58	51
Plusieurs fois par an	35	58	25	26

Fréquence des séjours - des visites (Fidélité)

Selon le port utilisé pour le départ

La ligne de Caen attire un fort taux d'habités

Q20. Etes-vous déjà venu en Normandie pour séjourner ou pour faire une excursion, une visite ?

Base Lot 1 : Personnes ayant fait un séjour, une étape ou une excursion en Normandie

(* Base répondant (hors NSP/SR : Total = 4%)

Résultats en %	Total				
	n=2589*	Caen n=338*	Cherbourg n=323*	Dieppe n=199*	Le Havre n=228*
1ère fois	16	14	18	14	18
Au moins une fois	49	43	50	55	54
Plusieurs fois par an	35	43	32	31	29

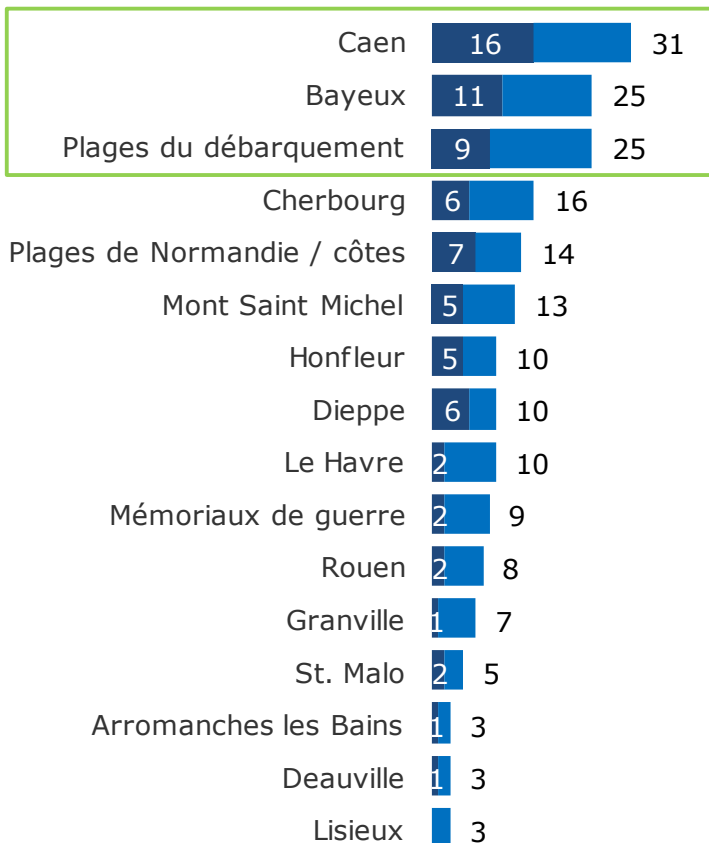
Notoriété spontanée des lieux touristiques en Normandie

La notoriété de Caen, Bayeux et des plages du Débarquement pèse pour 36% des citations spontanées (top of mind) et pour 81% du total des citations. Le taux de citations spontanées (75%) et le nombre de citations en moyenne (3) sont excellents et témoignent d'une bonne connaissance de la clientèle Ferry

Q3. Maintenant, pouvez-vous me dire quel est le 1er lieu touristique en Normandie qui vous vient à l'esprit?
Q3bis. Et quels sont tous les autres lieux touristiques de Normandie que vous connaissez, ne serait-ce que de nom?

Base Lot 2 : Total
N=207

Résultats en %



Taux de citations spontanées : 75%
(3 citations en moyenne)

Perception de la Normandie par degré d'accord à des opinions

Le point fort de la Normandie, qui fait presque l'unanimité : la proximité avec le RU, la facilité d'accès, auxquelles contribuent largement les Ferries, critère incontournable dans le choix du mode de transport et de la visite / du séjour en Normandie. Autres points forts : le patrimoine et les liens historiques, la gastronomie

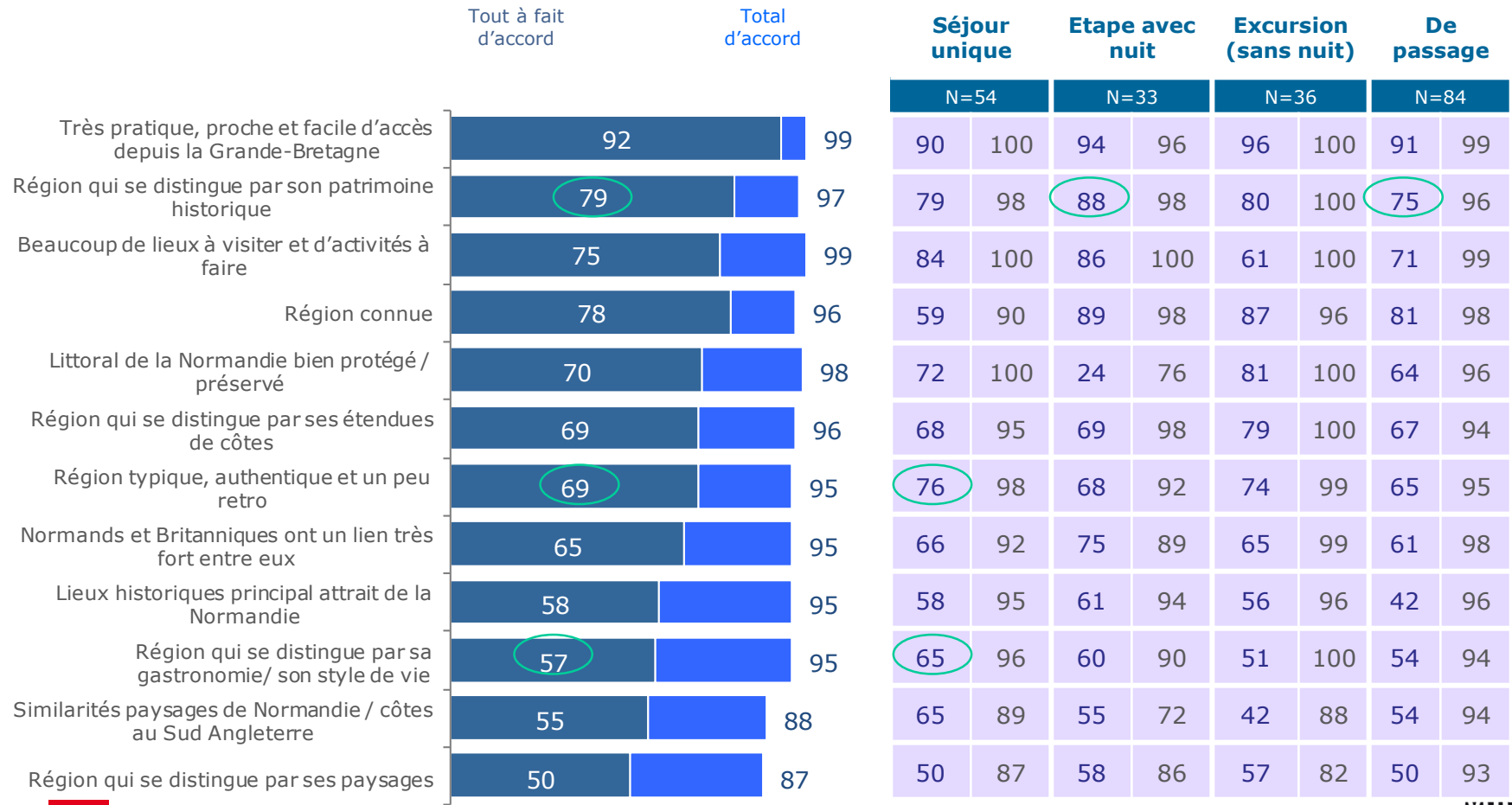
Q39. Je vais vous lire plusieurs phrases qui peuvent s'appliquer à la Normandie. Pour chacune d'elles, vous allez m'indiquer si vous êtes tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord.

Base Lot 2 : Total
N=207

Résultats en %

Total

Par typologie de séjour



1 Contexte de visite

2 Profil des visiteurs

3 Processus de choix

4 Caractéristiques de la visite / du séjour

5 Circuit / Visite touristique en France

6 Bilan de satisfaction de la destination

7 Comportement d'utilisation des modes de transport

8 Attentes et fidélisation

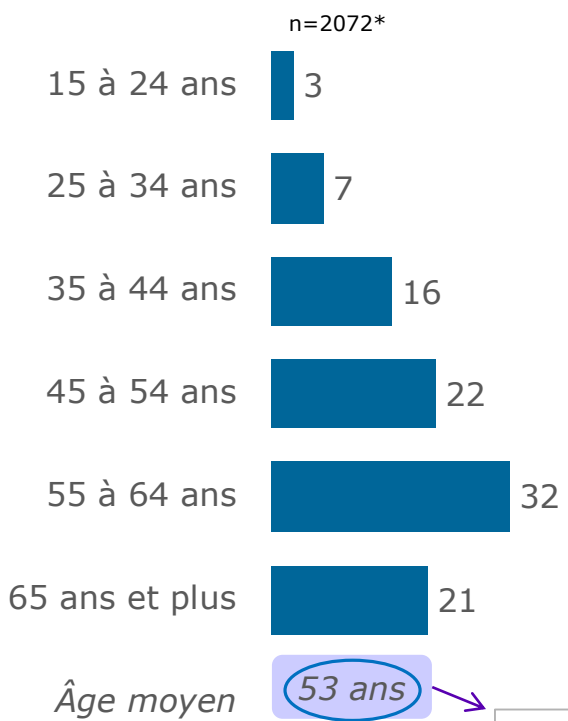
Une cible senior : âge moyen de 53 ans, et la moitié de la clientèle a 55 ans et plus. Tous modes de transports confondus, l'âge moyen se situe à 43 ans. On recrute des plus jeunes, on fidélise des plus âgés.

Q23. Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

Base Lot 1 : Total

* Base répondants (hors NSP/SR)

Total



Par typologie de clientèle

	Séjour unique	Etape avec nuit	Excursion (sans nuit)	En transit
	n=192*	n=145*	n=115*	n=372*
Âge moyen	53 ans	53 ans	51 ans	52 ans

Par la fréquence des séjours/des visites

	1ère fois	Au moins une fois	Plusieurs fois par an	Transit seul	Déjà venu
	n=174*	n=536*	n=358*	n=363*	n=579*
Âge moyen	46 ans	55 ans	55 ans	50 ans	53 ans

Par type de transit

Par saison

	Basse saison	Moyenne saison	Haute saison
	n=618*	n=839*	N=615*
Âge moyen	53 ans	55 ans	49 ans

Focus résultats
Ferry Hors
Normandie

50 ans en
moyenne

*Une cible majoritairement CSP + et retraitée.
Tous modes de transports confondus, le taux de retraités est de 15%.*

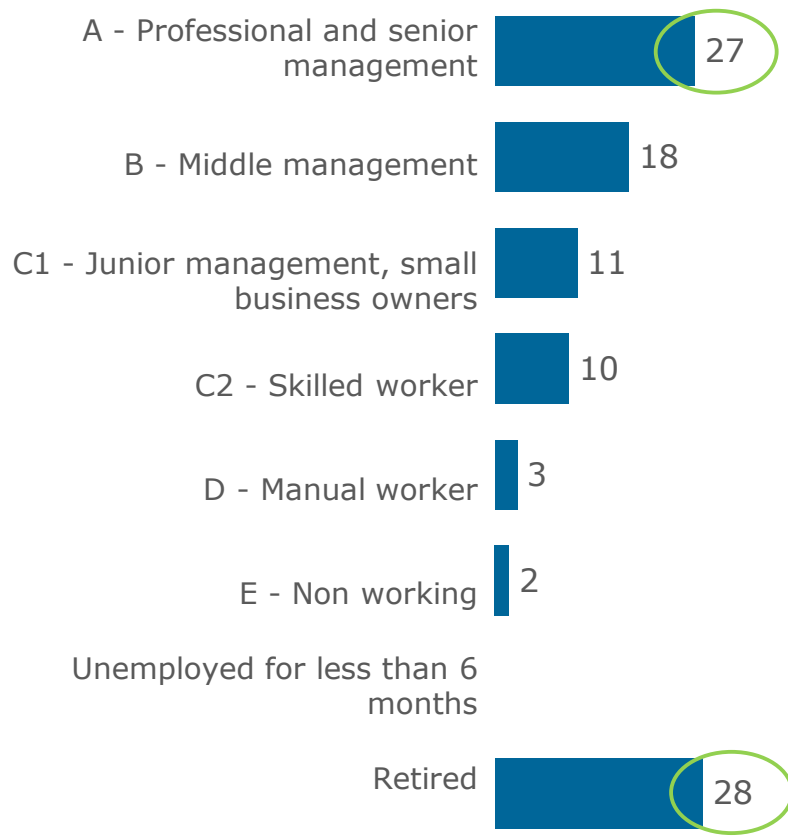
Q24. Quelle est la profession du chef de famille ?

Base Lot 1 : Total

*Base répondant (hors NSP/SR)

Résultats en %

n=2023*



Selon le port utilisé pour le départ

	Caen n=687*	Cherbourg n=502*	Dieppe n=363*	Le Havre n=471*
A - Professional and senior management	26	29	24	26
B - Middle management	19	18	18	17
C1 - Junior management, small business owners	11	10	10	15
C2 - Skilled worker	11	9	8	12
D - Manual worker	4	3	4	4
E - Non working	2	2	2	2
Unemployed for less than 6 months	-	-	1	-
Retired	28	28	33	24

Les primo-visiteurs appartiennent à une catégorie plutôt moyenne. Les CSP+ et les retraités qui sont en transit sont souvent déjà venus en Normandie.

Q24. Quelle est la profession du chef de famille ?

Résultats en %	Total	Par la fréquence des séjours/des visites			Par le type de transit	
		1ère fois	Au moins une fois	Plusieurs fois par an	Transit seul	Déjà venu
Base Lot 1 : Total	n=2023*	n=176*	n=545*	n=366*	n=413*	n=587*
A - Professional and senior management	27	24	26	29	22	31
B - Middle management	18	17	17	14	21	20
C1 - Junior management, small business owners	11	16	12	11	13	9
C2 - Skilled workers	10	16	8	12	13	7
D - Manual workers	3	6	2	2	6	3
E - Non working	2	2	2	2	3	1
Unemployed for less than 6 months	-	1	-	-	-	-
Retired	28	20	32	30	22	28

(* Base répondants
(hors NSP/SR)

Au vu de l'âge moyen et de la profession, il en résulte que la clientèle est majoritairement constituée de couples, avec une présence d'enfants moindre par rapport aux cibles « tous modes de transports »

Q8. Aujourd'hui, voyagez-vous ... ?; Q9. Voyagez-vous avec... ?; Q10. Veuillez indiquer le nombre total de personnes concernées par le voyage, incluant vous-même. ; Q11. Veuillez indiquer le nombre d'enfants qui vous accompagnent en fonction de leur tranche d'âge.

Résultats en %

Base Lot 1 : Total

* (Base répondants (Hors NSP/SR)) : n=2154*

L'interviewé voyage ... →

Seul : 12%

Accompagné : 88%

Les taux sont calculés sur base 100

Voyage privé : 87%

Voyage organisé : 1% *

Avec :

Conjoint uniquement : 46%

Famille uniquement : 27%

Amis uniquement : 9%

Famille & Amis : 5%

* Pas d'accès autorisé dans la file des Bus / Car, donc pas d'interrogation

Dont Présence d'enfants : 22%
12 ans et moins : 16%
Plus de 12 ans : 9%

Les familles sont plus présentes sur les lignes de Caen et de Cherbourg, les couples sans enfant sur la ligne de Dieppe, amis et famille & amis sur la ligne du Havre.

Q8. Aujourd'hui, voyagez-vous ... ?; Q9. Voyagez-vous avec... ?; Q10. Veuillez indiquer le nombre total de personnes concernées par le voyage, incluant vous-même. ; Q11. Veuillez indiquer le nombre d'enfants qui vous accompagnent en fonction de leur tranche d'âge.

Base Lot 1 : Total

* (Base répondants (Hors NSP/SR))

	NOR- MANDIE	Caen	Cherbourg	Dieppe	Le Havre
Résultats en %	N=2154	N=730	N=534	N=389	N=501
Seul	12	14	7	17	14
Voyage privé accompagné	88	84	92	82	84
Dont conjoint uniquement	46	45	48	48	43
Dont famille uniquement	27	29	29	19	24
Dont amis uniquement	9	8	9	7	10
Dont famille & amis	5	4	6	8	7
Voyage organisé	1	2	1	1	2
Total Présence d'enfants	22	23	24	14	20
12 ans et moins	16	17	17	9	15
Plus de 12 ans	9	9	10	8	10

** Groupes voyageant par un autre moyen que le Bus / Car

Une clientèle essentiellement anglaise et habitant une zone proche du lieu de départ du ferry. A chaque port normand sa zone de chalandise, Caen et Le Havre ayant un recrutement plus diversifié. Les passagers des ferries hors Normandie sont plutôt concentrés dans l'Est, Greater & Inner London, Midlands, soit des connexions rapides des ports de départ au RU.

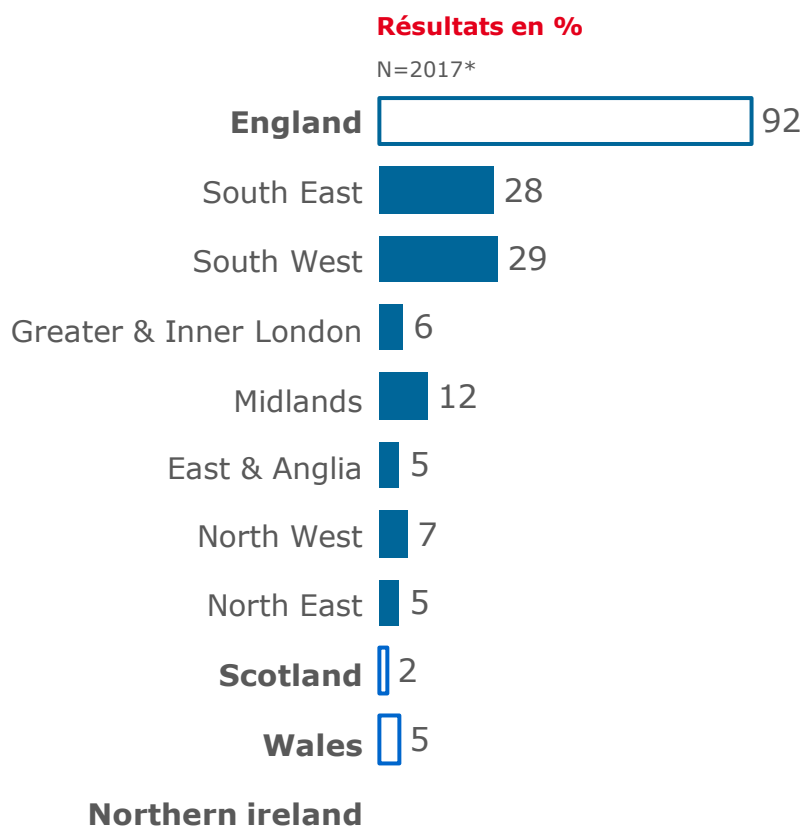
Base Lot 1 : Total

Q21. Dans quel pays/région résidez-vous ?

* (Base répondants (Hors NSP/SR))

Selon le port utilisé pour le départ

Focus résultats Ferry Hors Normandie



Pop anglaise	Caen	Cherbourg	Dieppe	Le Havre
	Portsmouth n=684*	Poole n=503*	Newhaven n=361*	Portsmouth n=469*
England	92	92	96	92
South East	14	25	61	32
South West	8	23	44	28
Greater & Inner London	10	7	5	10
Midlands	25	17	7	5
East & Anglia	10	5	5	4
North West	16	7	8	4
North East	5	7	5	4
Scotland	9	1	2	1
Wales	5	6	5	3
Northern Ireland	3	-	1	-

n=2246*
93
23
9
16
16
14
7
8
3
4
-

La typologie des visiteurs qui viennent plusieurs fois par an est très représentative de la typologie du total des visiteurs. Ceux qui viennent pour la 1^{ère} fois sont plus originaires de Greater & Inner London.

Q21. Dans quel pays/région résidez-vous ?

Base Lot 1 : Total

* (Base répondants (Hors NSP/SR))

Par la fréquence des séjours/des visites

Par le type de transit

Résultats en %	Total		Par la fréquence des séjours/des visites			Par le type de transit	
	n=2017*		1 ^{ère} fois n=168*	Au moins une fois n=531*	Plusieurs fois par an n=352*	Transit seul n=347*	Déjà venu n=568*
England	92		88	92	93	94	93
South East	28	57	22	31	28	29	31
South West	29		26	25	29	25	31
Greater & Inner London	6		10	5	9	5	5
Midlands	12	17	13	12	12	14	10
East & Anglia	5		3	5	6	5	5
North West	7	12	7	9	5	8	7
North East	5		7	5	5	8	4
Scotland	2		2	1	2	0	2
Wales	5		1	0	1	0	1
Northern Ireland	-		-	0	0	0	1

1 Contexte de visite

2 Profil des visiteurs

3 Processus de choix

4 Caractéristiques de la visite / du séjour

5 Circuit / Visite touristique en France

6 Bilan de satisfaction de la destination

7 Comportement d'utilisation des modes de transport

8 Attentes et fidélisation

Q6. Pour quelles raisons avez-vous visité / séjourné en Normandie ?

Base Lot 2 : Personnes ayant fait un séjour, une étape ou une excursion en Normandie

n=123

Réponses spontanées (Question pré-codée)

Total
Résultats en %

Par typologie de séjour

	Total	Séjour unique	Etape avec nuit	Excursion (sans nuit)
		n=54	n=33	n=36
Facilité pour y accéder	33	20	56	26
Visiter les amis, la famille	26	35	18	15
Résidence secondaire	24	32	6	32
Proximité, pas trop loin de chez soi	17	12	25	13
La gastronomie	14	15	17	6
La rapidité pour y aller	11	6	16	19
Par habitude	11	11	16	-
Tourisme vert	11	10	12	8
La beauté du paysage, de la nature	10	9	10	13
L'accueil, l'hospitalité des locaux	10	6	19	4
La notoriété de la région	9	14	7	-
Le patrimoine culturel	9	10	7	7
Ambiance, atmosphère typique	8	6	14	4
Le patrimoine historique	8	9	8	6
Par curiosité	6	2	17	-
Coût des lieux de restauration	6	3	11	6
Qualité des lieux de restauration	6	8	6	-
Le tourisme balnéaire	6	7	6	3
Les commerces (Shopping)	5	-	3	22
Les lieux de restauration	5	8	3	-
Les boutiques d'antiquité	4	6	4	-
Attractivité stations balnéaires	4	-	13	-
Accès aux lieux touristiques	4	8	-	-

Q6. Pour quelles raisons avez-vous visité / séjourné en Normandie ?

Par la fréquence des séjours/des visites

Base Lot 2 : Personnes ayant fait un séjour, une étape ou une excursion en Normandie

Réponses spontanées (Question pré-codée)

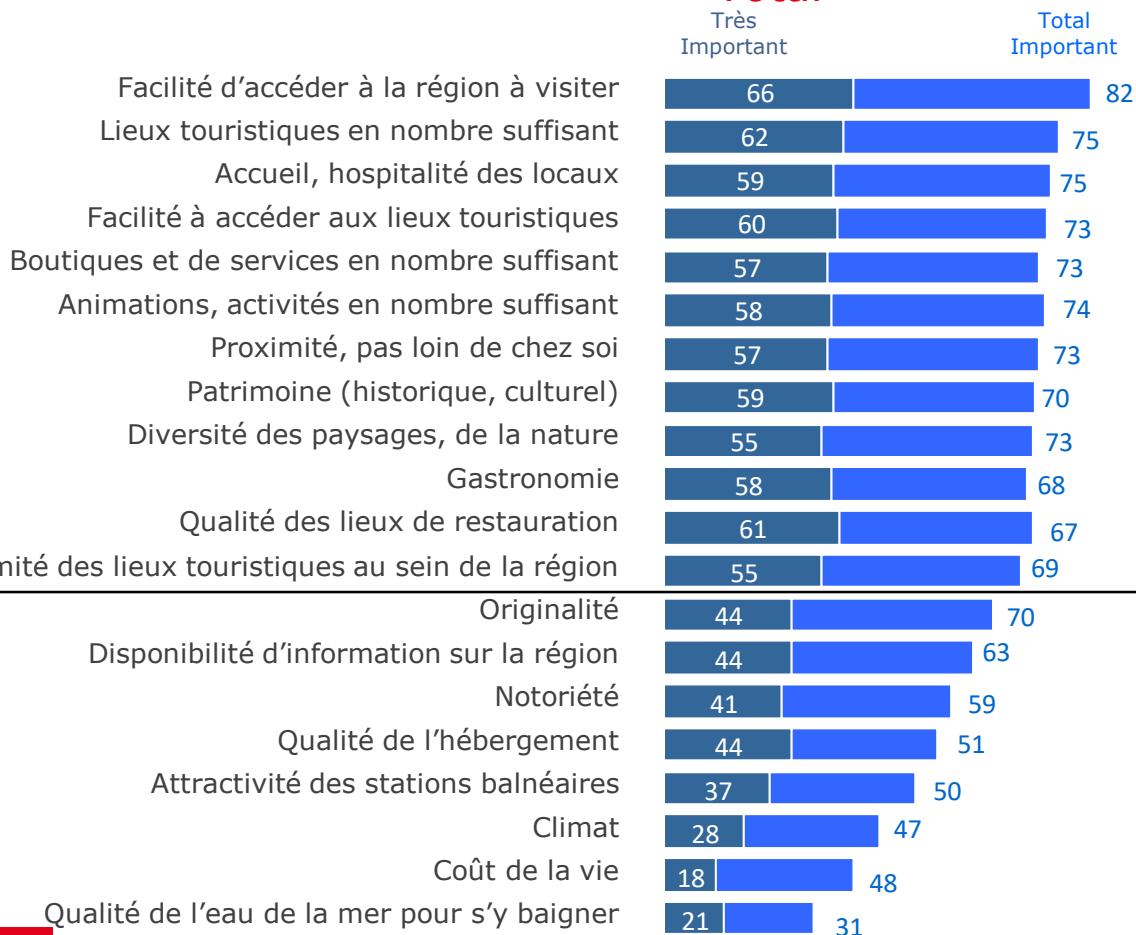
Résultats en %	Total	1 ^{ère} fois	Au moins 1 fois	Plusieurs fois par an
	N=123	N=16 (Base faible)	N=58	N=45
Facilité pour y accéder	33	23	49	22
Visiter les amis, la famille	26	24	24	29
Résidence secondaire	24	15	4	46
Proximité, pas trop loin de chez soi	17	18	24	10
La gastronomie	14	14	14	15
La rapidité pour y aller	11	4	16	11
Par habitude	11	-	23	2
Tourisme vert	11	-	9	14
La beauté du paysage, de la nature	10	-	11	14
L'accueil, l'hospitalité des locaux	10	-	13	11
La notoriété de la région	9	-	16	7
Le patrimoine culturel	9	-	14	7
Ambiance, atmosphère typique	8	-	6	14
Le patrimoine historique	8	9	10	6
Par curiosité	6	5	14	-
Coût des lieux de restauration	6	-	7	8
Qualité des lieux de restauration	6	-	10	4
Le tourisme balnéaire	6	15	6	2
Les commerces (Shopping)	5	16	3	4
Les lieux de restauration	5	-	6	5
Les boutiques d'antiquité	4	-	4	7
Attractivité stations balnéaires	4	-	7	3
Accès aux lieux touristiques	4	-	-	9

Résultats en %

Q7. Je vais vous citer des critères que vous avez pu prendre en compte lorsque vous avez choisi de visiter / séjourner en Normandie. Pour chacun d'eux, vous allez m'indiquer dans quelle mesure chaque critère a influencé votre choix concernant la destination Normandie

Base Lot 2 : Personnes ayant fait un séjour, une étape ou une excursion en Normandie
N=123

Total



Par typologie de séjour

	Séjour unique N=54	Etape avec nuit N=33	Excursion (sans nuit) N=36		
54	78	74	81	80	96
64	80	53	67	73	77
54	75	65	73	62	80
57	73	55	72	74	74
53	74	56	68	68	79
57	76	55	68	67	80
59	76	54	64	56	80
64	73	58	66	47	69
52	77	68	71	41	66
59	68	54	67	61	69
55	65	65	68	69	69
52	77	68	71	41	66
49	71	33	64	51	80
38	56	46	73	53	66
43	65	34	39	48	79
49	52	47	55	26	42
38	50	38	48	33	53
21	51	36	44	32	44
17	47	17	38	21	65
29	38	13	24	16	27

Résultats en %

Q7. Je vais vous citer des critères que vous avez pu prendre en compte lorsque vous avez choisi de visiter / séjourner en Normandie. Pour chacun d'eux, vous allez m'indiquer dans quelle mesure chaque critère a influencé votre choix concernant la destination Normandie

Base Lot 2 : Personnes ayant fait un séjour, une étape ou une excursion en Normandie

Par la fréquence des séjours/des visites

Total

1ère fois

Au moins 1 fois

Plusieurs fois par an

	Très Important	Total Important	Total		1ère fois		Au moins 1 fois		Plusieurs fois par an	
			N=123	N=123	N=16 (Base faible)	N=58	N=58	N=45	N=45	
Facilité d'accéder à la région à visiter	66	82	66	82	42	62	68	39	72	84
Lieux touristiques en nombre suffisant	62	75	62	75	52	58	68	78	59	79
Accueil, hospitalité des locaux	59	76	59	76	44	49	55	74	71	87
Facilité à accéder aux lieux touristiques	60	73	60	73	44	50	66	78	59	76
Boutiques et de services en nombre suffisant	57	73	57	73	62	87	55	66	56	75
Animations, activités en nombre suffisant	58	74	58	74	68	74	51	73	62	76
Proximité, pas loin de chez soi	57	73	57	73	52	76	47	70	68	75
Patrimoine (historique, culturel)	59	70	59	70	24	28	65	80	65	76
Diversité des paysages, de la nature	55	73	55	73	33	42	58	83	60	75
Gastronomie	58	68	58	68	34	38	48	69	77	78
Qualité des lieux de restauration	61	67	61	67	39	44	56	62	77	80
Proximité des lieux touristiques au sein de la région	55	59	55	59	37	42	65	78	52	71
Originalité	44	70	44	70	24	34	46	72	50	83
Disponibilité d'information sur la région	44	63	44	63	33	37	41	62	50	74
Notoriété	41	59	41	59	-	14	40	66	55	69
Qualité de l'hébergement	44	51	44	51	33	42	49	55	45	51
Attractivité des stations balnéaires	37	50	37	50	24	24	35	44	44	66
Climat	28	47	28	47	20	45	30	59	29	36
Coût de la vie	18	48	18	48	45	51	7	40	20	57
Qualité de l'eau de la mer pour s'y baigner	21	31	21	31	-	-	25	31	26	44

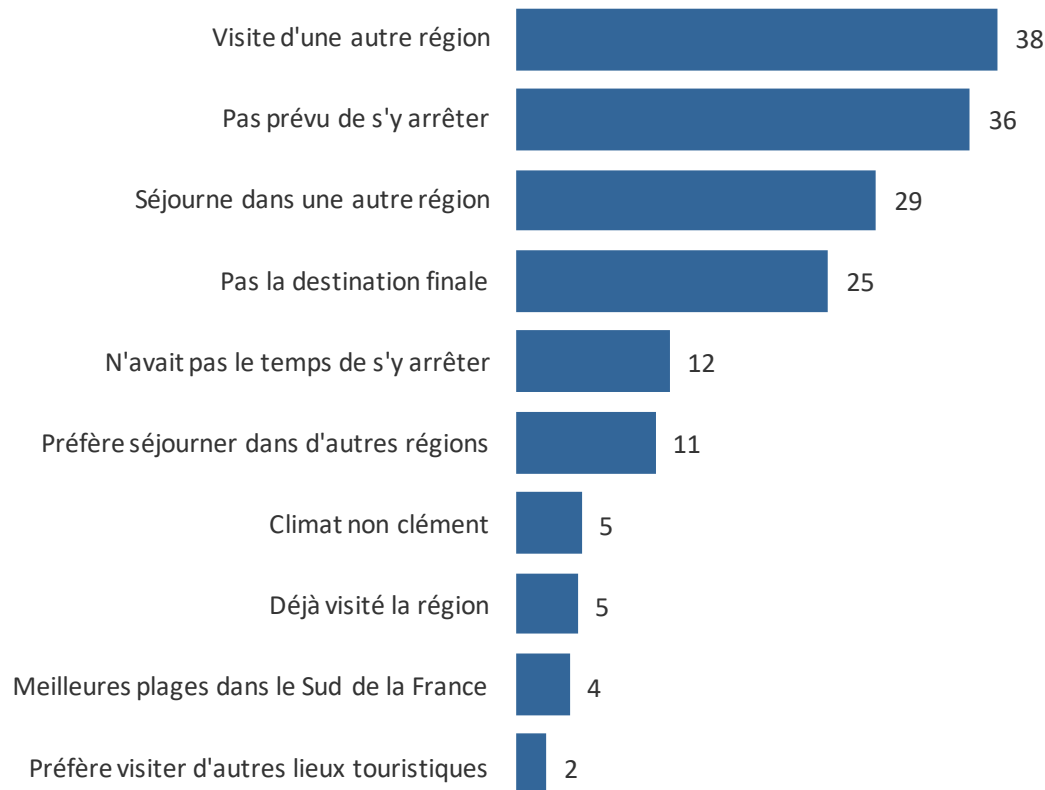
Q5. Pour quelles raisons n'avez-vous pas visité ou séjourné en Normandie ?

Résultats en %

Base Lot 2 : Personnes en Transit

n=84

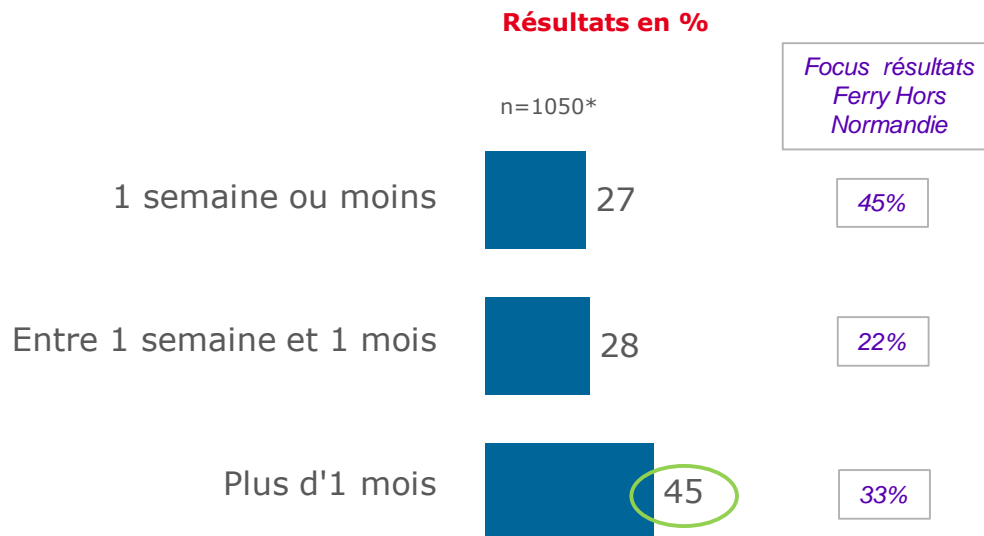
Réponses spontanées (Question pré-codée)



Q14. Combien de temps à l'avance avez-vous commencé à préparer votre séjour/visite en Normandie ?

Base Lot 1 : Personnes ayant fait un séjour, une étape ou une excursion en Normandie

(* Base répondants (hors NSP/SR)

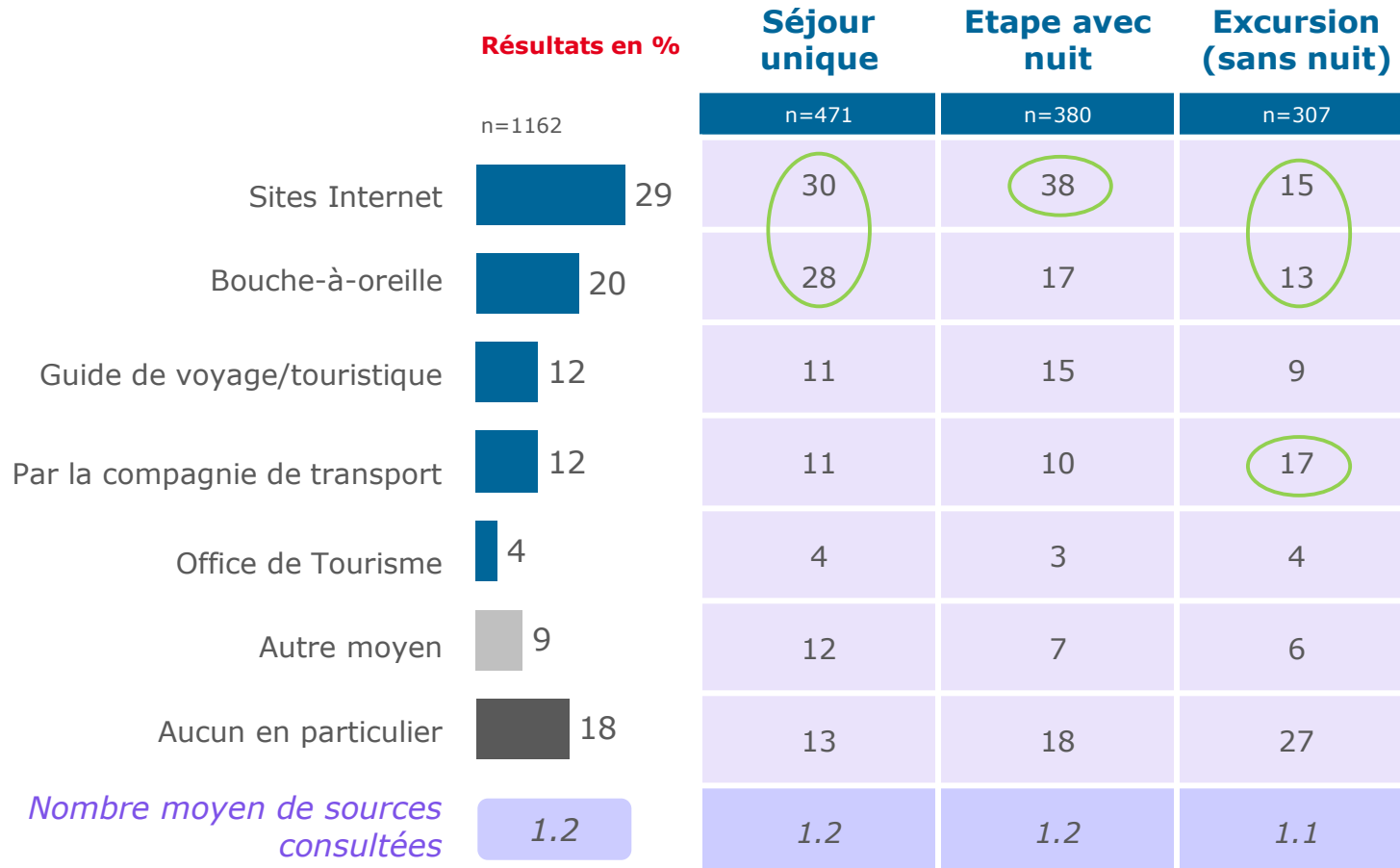


Q15. Quels moyens avez-vous utilisés pour organiser votre séjour/visite en Normandie ?

Base Lot 1 : Personnes ayant fait un séjour, une étape ou une excursion en Normandie

Plusieurs réponses possibles

Par typologie de séjour



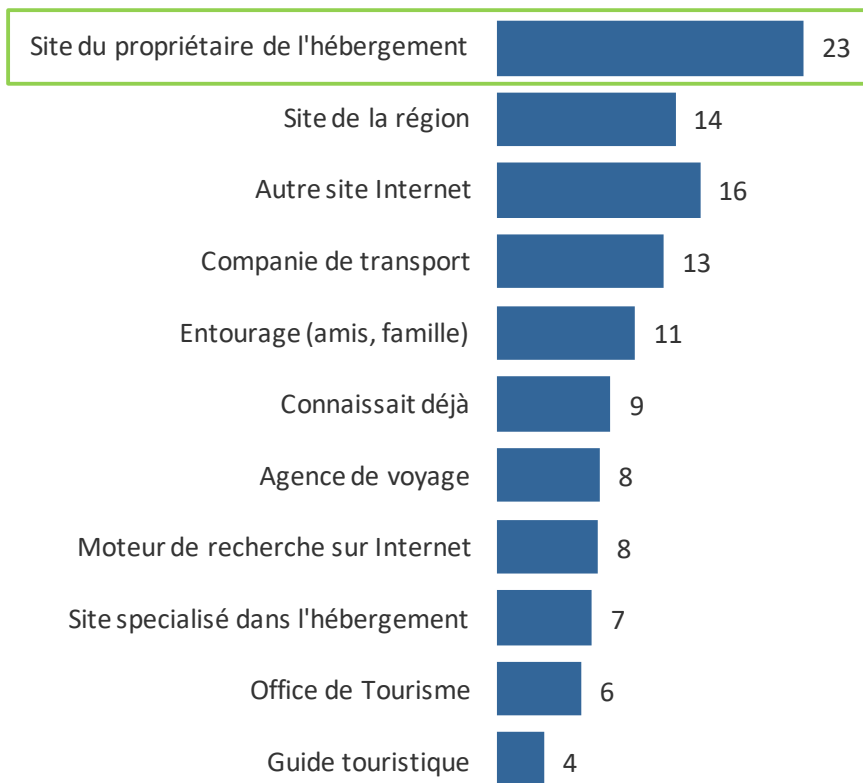
Q17bis. Comment avez-vous obtenu de l'information sur votre hébergement ?

Résultats en %

Base Lot 2 : Personnes ayant réservé un hébergement payant

Total

N=40



Par typologie de clientèle

Séjour unique

Etape avec nuit

	n=24 (Base faible)	n=16 (Base faible)
Site du propriétaire de l'hébergement	24	23
Site de la région	15	12
Autre site Internet	20	9
Compagnie de transport	18	5
Entourage (amis, famille)	10	11
Connaissait déjà	3	17
Agence de voyage	2	16
Moteur de recherche sur Internet	10	4
Site spécialisé dans l'hébergement	12	-
Office de Tourisme	-	16
Guide touristique	-	9

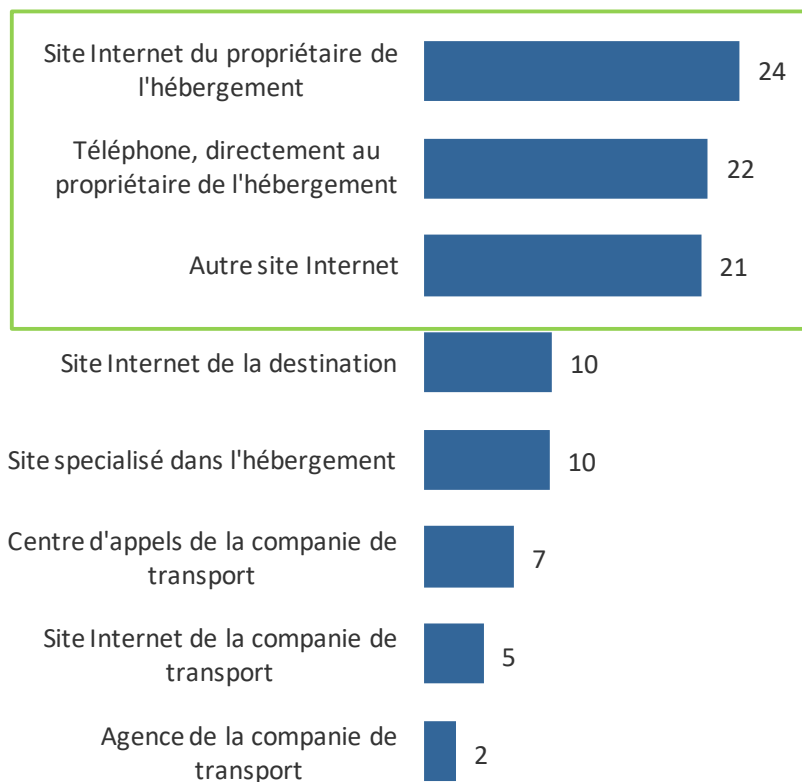
Q17ter. Et comment avez-vous réservé votre hébergement ?

Résultats en %

Base Lot 2 : Personnes ayant réservé un hébergement payant

Total

n=40



Par typologie de clientèle

Séjour unique Etape avec nuit

	n=24 (Base faible)	n=16 (Base faible)
Site Internet du propriétaire de l'hébergement	20	31
Téléphone, directement au propriétaire de l'hébergement	23	20
Autre site Internet	15	32
Site Internet de la destination	11	8
Site spécialisé dans l'hébergement	10	8
Centre d'appels de la compagnie de transport	11	-
Site Internet de la compagnie de transport	7	-
Agence de la compagnie de transport	4	-

1 Contexte de visite

2 Profil des visiteurs

3 Processus de choix

4 Caractéristiques de la visite / du séjour

5 Circuit / Visite touristique en France

6 Bilan de satisfaction de la destination

7 Comportement d'utilisation des modes de transport

8 Attentes et fidélisation

Q16. Pour quelle raison êtes-vous venu en Normandie ?

Base Lot 1 : Personnes ayant fait un séjour, une étape ou une excursion en Normandie

Une seule réponse (raison principale)

Résultats en %

Selon le port utilisé pour le retour

Total
n=1162

*Focus résultats
Ferry Hors
Normandie*

Caen
n=366

Cherbourg
n=341

Dieppe
n=213

Le Havre
n=242

* Excursion (sans nuit) = Excursion unique + Etape sans nuit

Motif	Total	Focus résultats Ferry Hors Normandie	Caen	Cherbourg	Dieppe	Le Havre
Loisirs, vacances organisées par l'interviewé	56 (69%)	56	50	59	57	58
Loisirs, vacances en résidence secondaire	20 (11%)	20	24	21	11	15
Visite (amis, famille)	15 (10%)	15	14	12	22	18
Loisirs, vacances en voyage organisé	5	5	7	3	4	3
Motif professionnel	4	4	3	4	3	4
Autres raisons	2	2	1	1	3	2

Q18. Combien de temps votre séjour a-t-il duré (en Normandie et au total en France) ?

Résultats en %

Par typologie de clientèle

Base Lot 1 : Personnes ayant fait un séjour, une étape ou une excursion en Normandie

	Ferry Normandie	Séjour unique	Etape avec nuit	Excursion (sans nuit)
En Normandie	n=1107*	n=471*	n=347*	n=289*
Durée moyenne de séjour (en j.)	5	8	3	1
Au total en France	n=1107*	n=471*	n=347*	n=289*
Durée moyenne de séjour (en j.)	9	8	13	7

Caen : 6 jours
Cherbourg : 5 jours
Le havre et Dieppe : 4 jours

Focus résultats
Ferry Hors
Normandie

3 jours en
Normandie vs 10
jours en France

Par la fréquence des séjours/des visites

Par saison

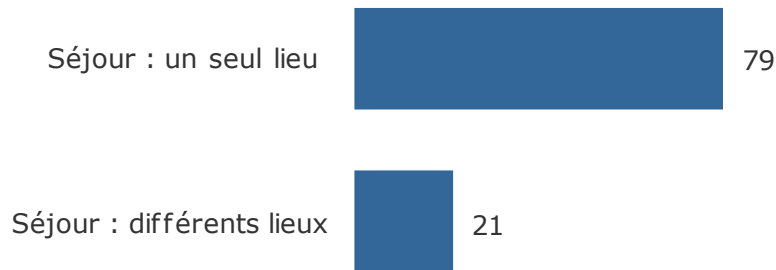
	1 ^{ère} fois	Au moins 1 fois	Plusieurs fois par an	Basse saison	Moyenne saison	Haute saison
En Normandie	n=171*	n=518*	n=354*	n=319*	N=449*	n=339*
Durée moyenne de séjour (en j.)	4	4	7	6	4	5
Au total en France	n=171*	n=518*	n=354*	n=319*	N=449*	n=339*
Durée moyenne de séjour (en j.)	8	10	10	9	9	11

Q12. Avez-vous séjourné dans un seul lieu ou différents lieux en Normandie ?

Résultats en %

Base Lot 2 : Personnes ayant fait un séjour ou une étape en Normandie
N=87

Total



Par typologie de clientèle

	Séjour unique N=54	Etape avec nuit N=33
Séjour : un seul lieu	94	59
Séjour : différents lieux	6	41

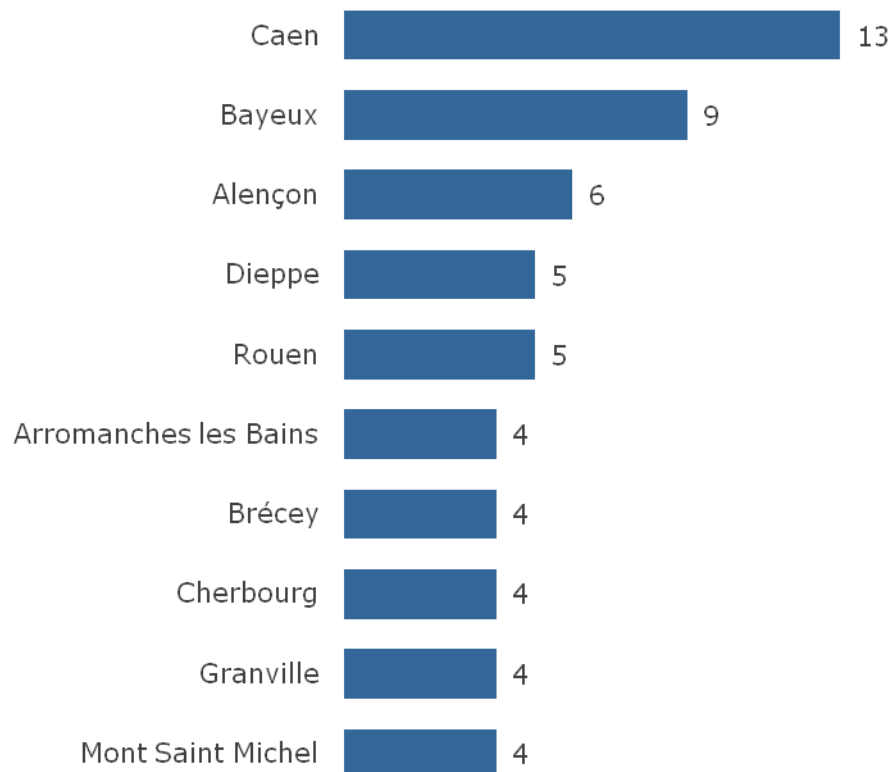
Q14. Plus précisément, où avez-vous séjourné en Normandie ?

Résultats en %

Base Lot 2 : Personnes ayant fait un séjour ou une étape en Normandie

N=68

Total



Par typologie de clientèle

Séjour unique

N=46

Etape avec nuit

N=22 (Base faible)

	Séjour unique (N=46)	Etape avec nuit (N=22)
Caen	11	15
Bayeux	8	11
Alençon	9	-
Dieppe	2	9
Rouen	2	9
Arromanches les Bains	6	-
Brécey	2	7
Cherbourg	6	-
Granville	7	-
Mont Saint Michel	-	9

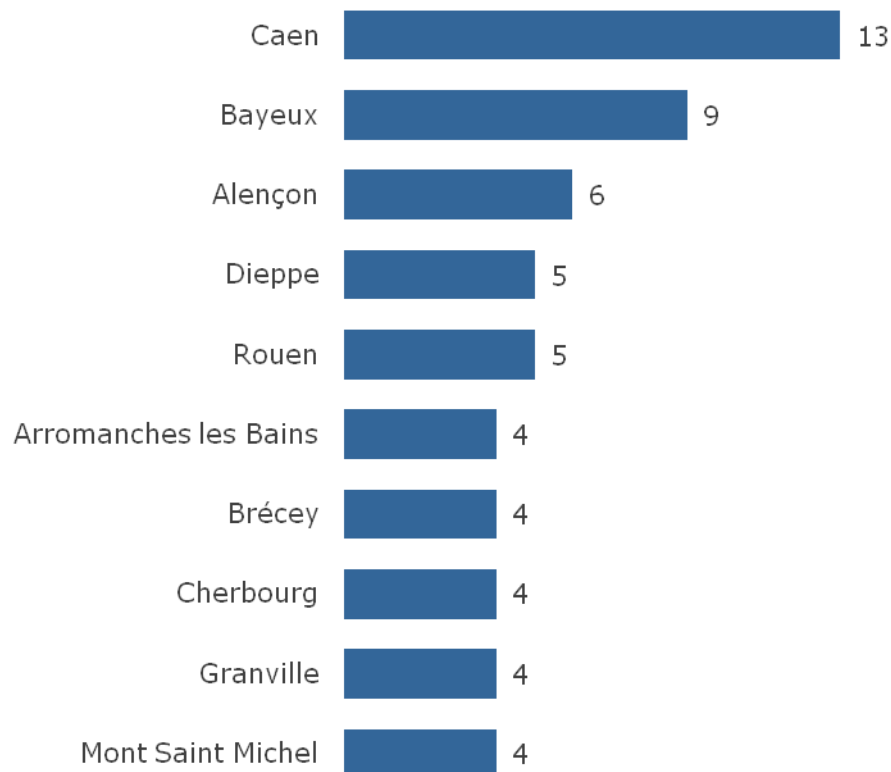
Q14. Plus précisément, où avez-vous séjourné en Normandie ?

Résultats en %

Base Lot 2 : Personnes ayant fait un séjour ou une étape en Normandie

N=68

Total



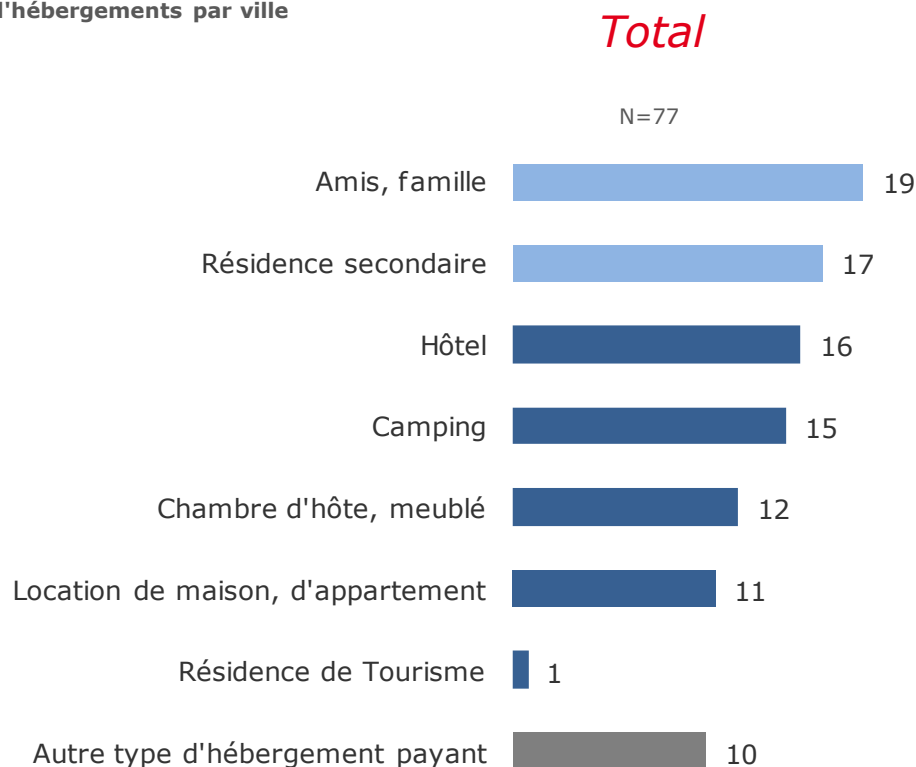
Selon le port utilisé pour le départ (Base faible)

	Caen n=20	Cherbourg n=26	Le Havre n=15
Caen	13	12	7
Bayeux	9	6	7
Alençon	13	-	6
Dieppe	-	-	-
Rouen	7	-	-
Arromanches les Bains	-	7	6
Brécey	-	7	8
Cherbourg	4	5	-
Granville	4	7	-
Mont Saint Michel	4	10	-

Q16. Quel type d'hébergement avez-vous choisi ?

Résultats en %

Base Lot 2 : Personnes ayant fait un séjour ou une étape en Normandie
Nombre d'hébergements par ville



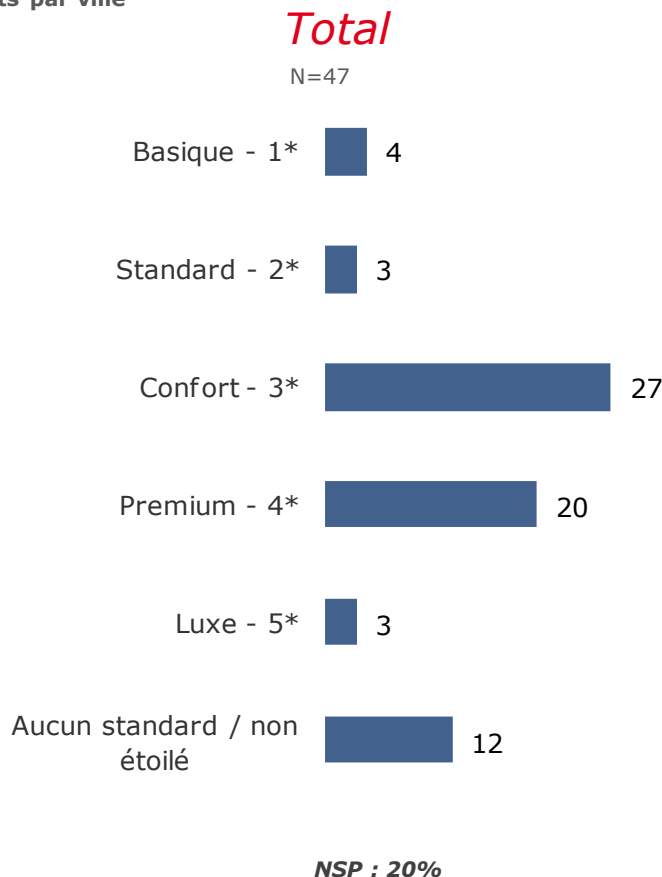
Par typologie de clientèle

	Séjour unique N=48	Etape avec nuit N=29
Amis, famille	25	11
Résidence secondaire	21	11
Hôtel	13	-
Camping	4	18
Chambre d'hôte, meublé	6	27
Location de maison, d'appartement	20	19
Résidence de Tourisme	2	27
Autre type d'hébergement payant	7	14

Q17. Quelle était la catégorie de cet hébergement ?

Résultats en %

Base Lot 2 : Personnes ayant fait un séjour ou une étape en Normandie
Nombre d'hébergements par ville



Par typologie de clientèle

	Séjour unique N=24 (Base faible)	Etape avec nuit N=23 (Base faible)
Basique - 1*	3	4
Standard - 2*	17	11
Confort - 3*	4	22
Premium - 4*	23	18
Luxe - 5*	2	3
Aucun standard / non étoilé	18	8
	3%	34%

Q19. Plus précisément, qu'avez-vous fait en Normandie ?

Base Lot 1 : Personnes ayant fait un séjour, une étape ou une excursion en Normandie

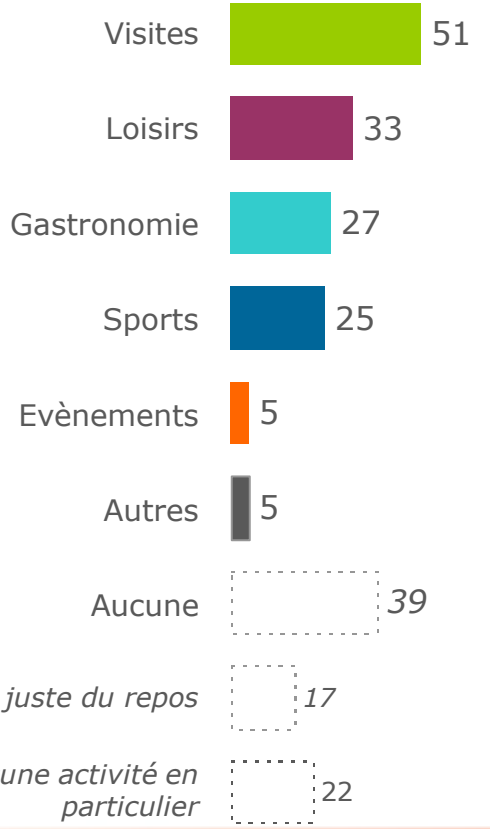
Plusieurs réponses possibles

Résultats en %

Total

n=1162

2.8 activités réalisées en moyenne



Par typologie de clientèle

Séjour unique Etape avec nuit Excursion (sans nuit)

	Séjour unique n=471	Etape avec nuit n=380	Excursion (sans nuit) n=307
Nombre d'activités	3.1	2.8	2.2
Visites	58	53	36
Loisirs	42	30	24
Sports	33	28	17
Gastronomie	32	25	14
Evènements	5	4	4
Autres	5	5	4
Aucune	36	35	48
Dont juste du repos	22	14	12
Dont aucune activité en particulier	14	21	36

- Visites
- Loisirs
- Sports
- Gastronomie
- Evènements
- Autres

Q19. Plus précisément, qu'avez-vous fait en Normandie ?

Par typologie de clientèle

Base Lot 1 : Personnes ayant fait un séjour, une étape ou une excursion en Normandie

Plusieurs réponses possibles

Résultats en % Total

n=1162



	Séjour unique n=471	Etape avec nuit n=380	Excursion (sans nuit) n=307
Visite plages du débarquement	36	31	24
Gastronomie	33	28	17
Shopping, brocante, antiquités	31	23	19
Visite d'une ville	28	26	13
Marche à pied, randonnée	24	15	11
Visite d'un jardin, parc	21	17	10
Plage, baignage	22	13	10
Autre visite culturelle	16	17	6
Balade à vélo	7	10	4
Festival	4	3	4
Circuit découverte, itinérant	4	5	1
Activité nautique	5	2	2
Golf	3	2	1
Balade à cheval	2	2	1
Bal, soirée dansante	2	-	1
Evènement sportif	1	1	1
Autres activités	5	5	4

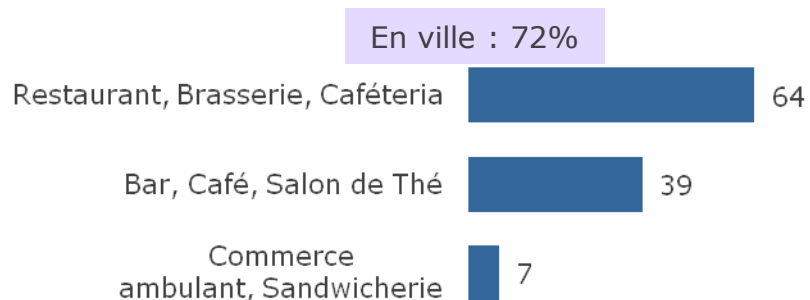
- Visites
- Loisirs
- Sports
- Gastronomie
- Evènements
- Evènements

Q25 / Q25bis. Pendant que vous étiez en Normandie, quel type d'établissement avez-vous fréquenté ?

Résultats en %

Base Lot 2 : Personnes ayant fait un séjour, une étape avec nuit ou un Excursion

Total
N=137



Sur une aire de repos : 15%



Ne s'est pas restauré 10

NSP : 13%

Par typologie de clientèle

	Séjour unique N=54	Etape avec nuit N=33	Excursion (sans nuit) N=36
En ville	70	59	96
Restaurant, Brasserie, Cafétéria	70	50	70
Bar, Café, Salon de Thé	27	35	68
Commerce ambulatant, Sandwicherie	11	3	4
Sur une aire de repos	14	22	4
Restaurant, Brasserie, Cafétéria	12	9	4
Commerce ambulatant, Sandwicherie	4	15	-
Ne s'est pas restauré	18	8	-
	6%	27%	4%

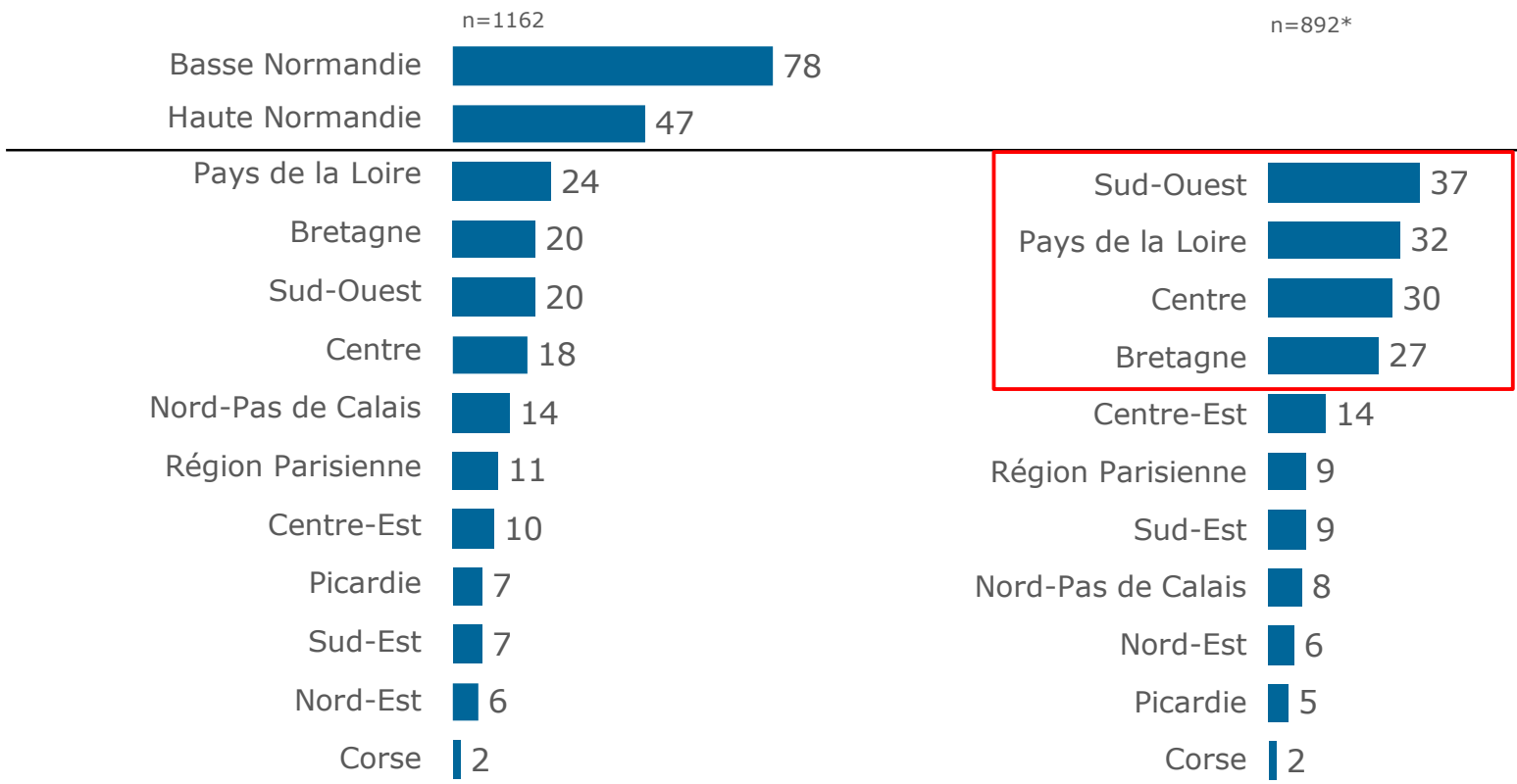
- 1 Contexte de visite**
- 2 Profil des visiteurs**
- 3 Processus de choix**
- 4 Caractéristiques de la visite / du séjour**
- 5 Circuit / Visite touristique en France**
- 6 Bilan de satisfaction de la destination**
- 7 Comportement d'utilisation des modes de transport**
- 8 Attentes et fidélisation**

Q17. Maintenant, dans le but de retracer votre itinéraire en France, vous allez indiquer, dans l'ordre, toutes les régions dans lesquelles vous êtes allé que ce soit pour y séjourner, visiter ou simplement pour vous y arrêter pour manger par exemple. (Quelle que soit la durée de votre étape)

Base Lot 1 : Personnes ayant fait un séjour, une étape ou une excursion en Normandie
(* Base répondants (hors NSP/SR)

Résultats en %

Base Lot 1 Transit uniquement
(* Base répondants (hors NSP/SR)



Q17. Maintenant, dans le but de retracer votre itinéraire en France, vous allez indiquer, dans l'ordre, toutes les régions dans lesquelles vous êtes allé que ce soit pour y séjourner, visiter ou simplement pour vous y arrêter pour manger par exemple. (Quelle que soit la durée de votre étape)

Base Lot 1 : Personnes ayant fait un séjour, une étape ou une excursion en Normandie

Résultats en %

Total

n=1162

Par typologie de clientèle

Séjour unique Etape avec nuit Excursion (sans nuit)

n=471

n=380

n=307

Région	Total (%)	Séjour unique (%)	Etape avec nuit (%)	Excursion (sans nuit) (%)
Basse Normandie	78	84	74	73
Haute Normandie	47	43	50	49
Pays de la Loire	24	5	46	25
Bretagne	20	9	32	25
Sud-Ouest	20	2	39	24
Centre	18	2	34	23
Nord-Pas de Calais	14	8	16	15
Région Parisienne	11	4	17	14
Centre-Est	10	2	20	13
Picardie	7	5	11	6
Sud-Est	7	1	13	9
Nord-Est	6	2	9	8
Corse	2	0	4	5

→ Soit **58% sont allés dans une autre région** sur l'ensemble. Dans le détail, ils sont :

✓ **23%** parmi les personnes en **séjour unique**, **100%** parmi les personnes en **étape avec nuit** et **69%** parmi les personnes en **excursion (sans nuit)**

Q40. Je vais vous citer plusieurs phrases. Vous allez m'indiquer celles qui s'appliquent à votre situation lors de votre séjour / visite / pause / passage en Normandie.

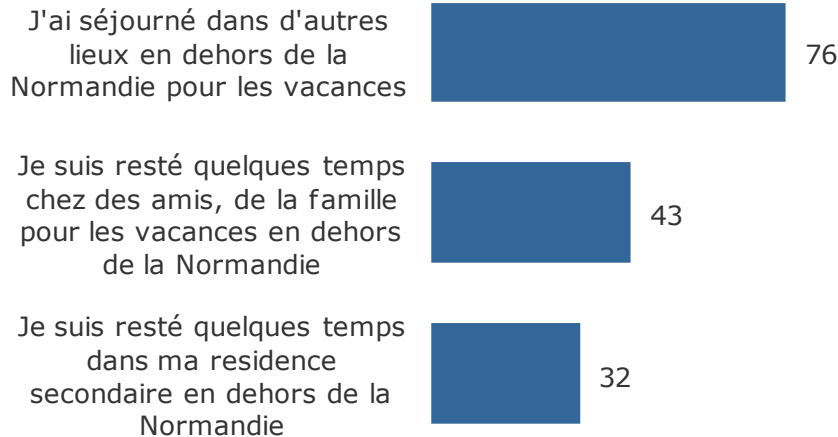
Base Lot 2 : Personnes ayant fait une étape ou une excursion

Plusieurs réponses possibles

Total

N=153

Résultats en %



Par typologie de clientèle

	Etape avec nuit n=33	Excursion (sans nuit) n=36	De passage n=84
J'ai séjourné dans d'autres lieux en dehors de la Normandie pour les vacances	80	93	71
Je suis resté quelques temps chez des amis, de la famille pour les vacances en dehors de la Normandie	36	56	42
Je suis resté quelques temps dans ma résidence secondaire en dehors de la Normandie	8	13	43

Q40. Je vais vous citer plusieurs phrases. Vous allez m'indiquer celles qui s'appliquent à votre situation lors de votre séjour / visite / pause / passage en Normandie.

Base Lot 2 : Personnes ayant fait une étape , une excursion ou en transit
Plusieurs réponses possibles

Par typologie de clientèle

Résultats en %

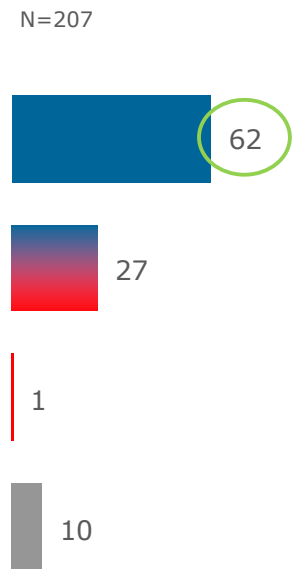
	Etape avec nuit N=33	Excursion (sans nuit) N=36	De passage N=84
Bretagne (Sans précision)	26	22	32
Paris	25	25	25
Montpellier	13	-	1
Sud de la France	12	-	2
Pyrenees (Sans précision)	12	3	1
Vendée (Sans précision)	12	-	8
Loire (Sans précision)	9	8	3
Pays de la Loire (Sans précision)	8	11	7
Nice	6	-	6
Tours	6	9	3
Limoges	6	10	2
Cannes	6	1	3
Marseille	4	5	1
Alsace (Sans précision)	3	11	-
La Rochelle	3	13	3
Bordeaux	-	6	16
Dordogne (Sans précision)	-	9	11
Loire-Atlantique (Sans précision)	-	6	6
Orléans	-	-	7
Alpes (Sans précision)	-	11	3

- 1 Contexte de visite**
- 2 Profil des visiteurs**
- 3 Processus de choix**
- 4 Caractéristiques de la visite / du séjour**
- 5 Circuit / Visite touristique en France**
- 6 Bilan de satisfaction de la destination**
 - Dans l'ensemble**
 - Hébergement**
 - Activités et restauration**
- 7 Comportement d'utilisation des modes de transport**
- 8 Attentes et fidélisation**

Q9. Qu'est-ce qui vous a plu et qu'est-ce qui vous a déplu ou moins plu concernant votre séjour / visite / pause / passage en Normandie dans son ensemble ?

Résultats en %
Base Lot 2 : Total

Total



Par typologie de séjour

	Séjour unique N=54	Etape avec nuit N=33	Excursion (sans nuit) N=36	De passage N=84
N'a cité que des qualités	53	71	61	62
A cité des défauts et des qualités	34	19	27	26
N'a cité que des défauts	2	3	2	-
Ne sait pas	10	7	10	12

Score de référence Mica Research
Qualités uniquement \geq 50%
Au plus 10% de Défauts uniquement



Q9. Qu'est-ce qui vous a plu et qu'est-ce qui vous a déplu ou moins plu concernant votre séjour / visite / pause / passage en Normandie dans son ensemble ?

Résultats en %

Base Lot 2 : Total

Par typologie de séjour

	TOTAL	Séjour unique	Etape avec nuit	Excursion (sans nuit)	De passage
	N=207	N=54	N=33	N=36	N=84
ENVIRONNEMENT	47 / 1	52 / 1	38 / 1	34 / 1	52 / -
Beaux paysages, belle campagne	40	46	30	31	44
Belles plages (mer, côte)	3	1	5	4	3
Propreté générale	3	-	3	-	5
Villages ruraux, ruralité	2	2	2	6	1
Belles promenades, randonnées	1	5	-	-	-
STYLE DE VIE	34 / 6	63 / 14	32 / 3	35 / 7	20 / 2
Calme	13	24	7	11	10
Personnes amicales	13	22	17	15	6
Rythme de vie plus lent	9	18	5	12	5
Bonne hospitalité	4	6	7	1	3
Retro	2	5	-	2	1
Taux de change pas intéressant	3	9	-	7	-
TRANSPORT	29 / 5	12 / 4	25 / 2	15 / 4	43 / 7
Qualité des infrastructures	12	3	5	3	22
Plus facile, plus rapide de se déplacer par les routes	10	2	9	4	16
Routes plus calmes, moins encombrées	8	8	10	6	8
Signalisation claire	4	-	-	2	8
Qualité des autoroutes	3	-	3	-	5
Qualité des routes	4	4	2	2	5
RESTAURATION	22 / 3	38 / 2	23 / 2	18 / 8	14 / 3
Bonne qualité de la nourriture	20	33	23	18	14
Bon choix, variété de choix	2	5	-	5	-
Gastronomie en général	3	-	2	8	3
VISITES	10 / -	7 / -	12 / -	12 / -	10 / -
Héritage historique	5	7	9	6	3

Q9. Qu'est-ce qui vous a plu et qu'est-ce qui vous a déplu ou moins plu concernant votre séjour / visite / pause / passage en Normandie dans son ensemble ?

Résultats en %

Base Lot 2 : Total

Par typologie de séjour

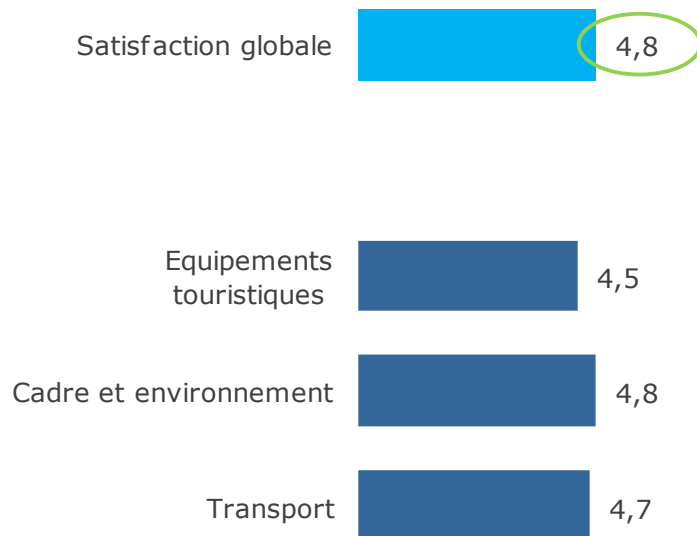
	TOTAL	Séjour unique	Etape avec nuit	Excursion (sans nuit)	De passage
	N=207	N=54	N=33	N=36	N=84
ACTIVITES	8 / -	8 / -	18 / -	11 / -	2 / -
Variété des activités	2	1	5	3	1
Marchés	2	6	2	2	-
Objets originaux	1	-	-	6	-
Célébrations de la 2nde Guerre Mondiale	1	-	6	-	-
CLIMAT	6 / 11	9 / 11	11 / 10	9 / 10	2 / 13
Beau temps	6	9	11	9	2
Mauvais temps	10	11	7	10	11
HERBERGEMENT	5 / -	6 / -	5 / -	2 / -	6 / -
Bonne qualité du service	4	6	3	-	5
Beau cadre	1	-	5	-	-

Q10. Et dans l'ensemble, dans quelle mesure avez-vous été satisfait (e) de votre séjour / visite / pause / passage en Normandie ?
Q11. Maintenant, vous allez me donner votre opinion en détail concernant séjour / visite / pause / passage en Normandie. Vous allez m'indiquer si vous êtes très, assez, moyennement, pas très ou pas du tout satisfait.

Total

Moyenne de 1 à 5

Base Lot 2 : Total N=207



Par typologie de séjour

	Séjour unique N=54	Etape avec nuit N=33	Excursion (sans nuit) N=36	De passage N=84
Satisfaction globale	4.9	4.9	4.9	4.7
Equipements touristiques	4.7	4.4	4.5	4.2
Cadre et environnement	4.9	4.9	4.9	4.3
Transport	4.7	4.7	4.8	4.7

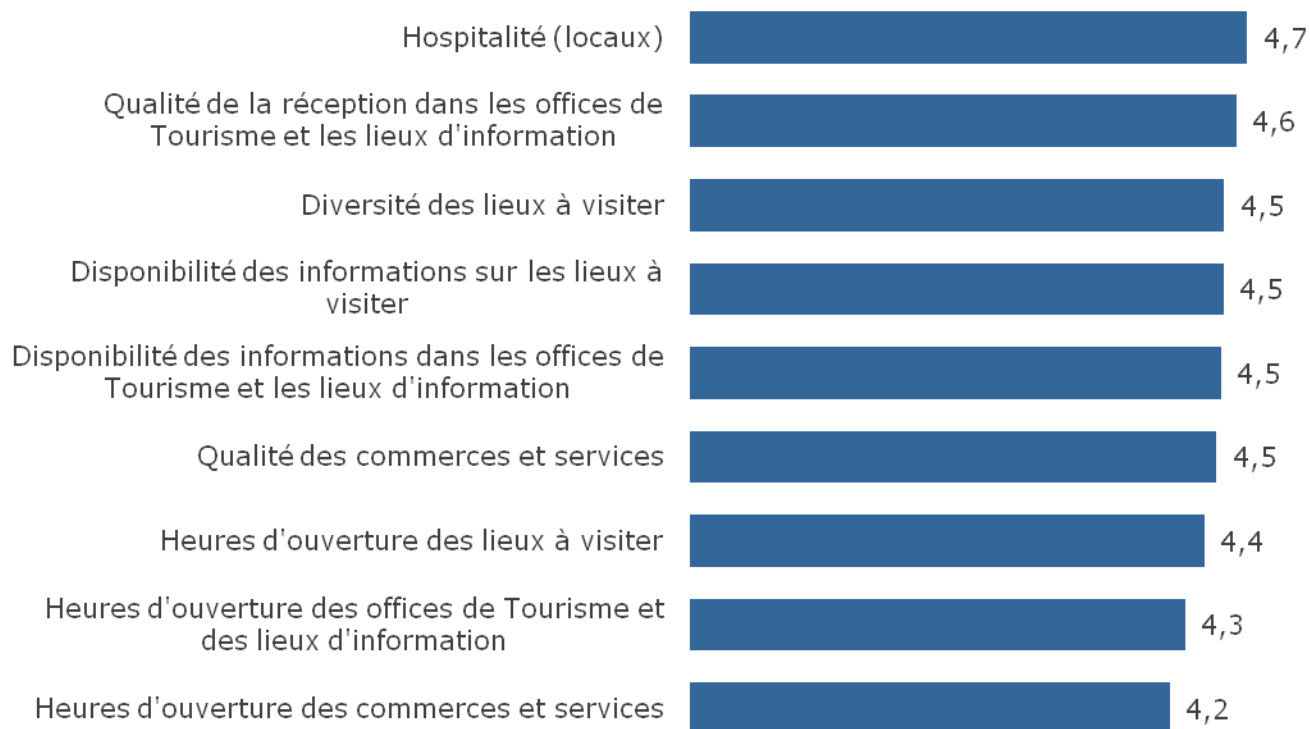
Score de référence
Mica Research
4.0 / 5

Q11. Et dans quelle mesure êtes-vous satisfait des EQUIPEMENTS TOURISTIQUES dans son ensemble?

Base Lot 2 : Personnes ayant fait un séjour, une étape, une excursion ou juste une pause en Normandie

n=137

Moyenne de 1 à 5



Score de référence
Mica Research
4.0 / 5

Q11. Et dans quelle mesure êtes-vous satisfait du CADRE, DE L'ENVIRONNEMENT dans son ensemble?

Base Lot 2 : Personnes ayant fait un séjour, une étape, une excursion ou juste une pause en Normandie

n=137

Moyenne de 1 à 5

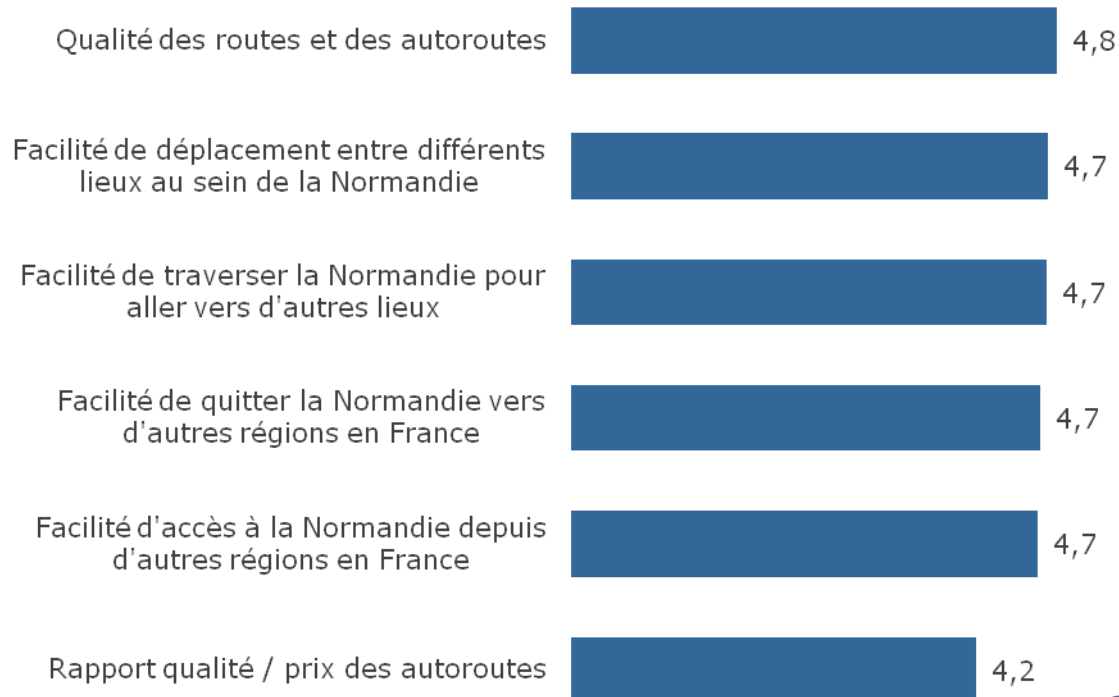


Score de référence
Mica Research
4.0 / 5

Q11. Et dans quelle mesure êtes-vous satisfait du TRANSPORT dans son ensemble?

Base Lot 2 : Total
N=207

Moyenne de 1 à 5



Score de référence
Mica Research
4.0 / 5

Q19/Q23/Q31. Etes-vous satisfait de l'offre d'hébergement / d'activités / de lieux de restauration qui est proposée en Normandie ?

Base Lot 2

Par typologie de séjour

Moyenne de 1 à 5

Séjour unique Etape avec nuit Excursion (sans nuit) De passage

Personnes ayant fait un séjour unique ou une étape avec nuit
n=87

Offre d'hébergement



	Séjour unique	Etape avec nuit	Excursion (sans nuit)	De passage
Offre d'hébergement	4,7	4,8	-	-
Offre d'activités	4,8	4,4	4,9	-
Offre de lieux de restauration	4,8	4,9	4,9	4,1

Personnes ayant fait une activité :
n= 102

Offre d'activités



Personnes ayant fréquenté un lieu de restauration :
n=129

Offre de lieux de restauration



Score de référence
Mica Research
4.0 / 5

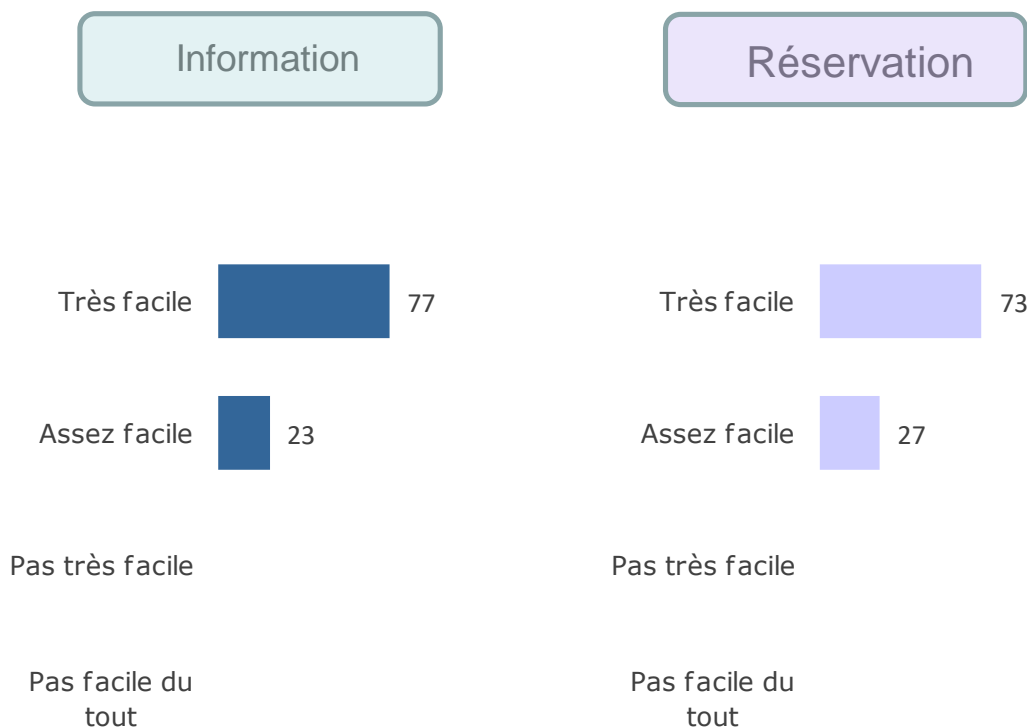
- 1 Contexte de visite**
- 2 Profil des visiteurs**
- 3 Processus de choix**
- 4 Caractéristiques de la visite / du séjour**
- 5 Circuit / Visite touristique en France**
- 6 Bilan de satisfaction de la destination**
 - Dans l'ensemble
 - **Hébergement**
 - Activités et restauration
- 7 Comportement d'utilisation des modes de transport**
- 8 Attentes et fidélisation**

Résultats en %

Q17quater. De façon générale, dans quelle mesure avez-vous trouvé qu'il était facile d'obtenir de l'information sur les hébergements en Normandie ?
Et concernant la réservation ?

Base Lot 2 : Personnes ayant réservé un hébergement payant

n=29 (Base faible)



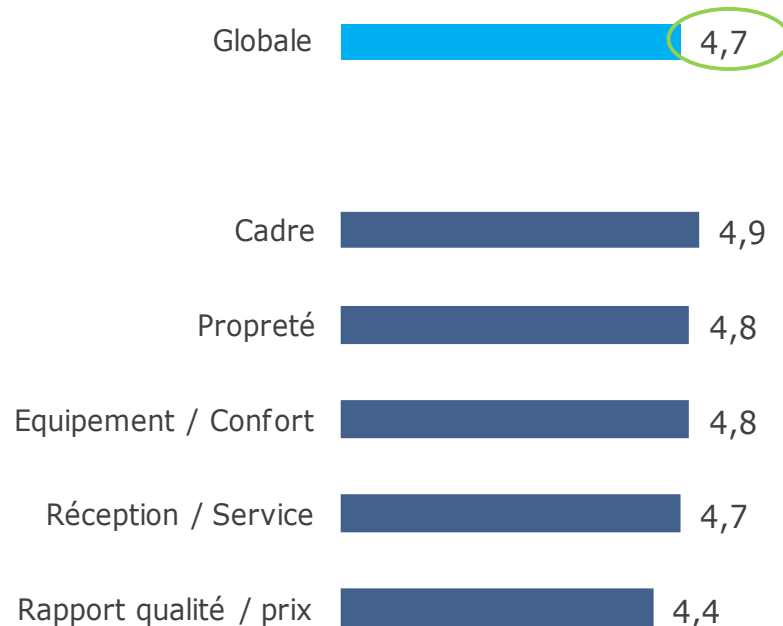
Q18. Maintenant, vous allez m'indiquer votre opinion en détail concernant votre hébergement. Vous allez m'indiquer si vous êtes très, assez, moyennement, pas très ou pas du tout satisfait.

Base Lot 2 : Personnes ayant réservé un hébergement payant

Nombre d'hébergements par ville

n=35

Moyenne de 1 à 5



Score de référence Mica Research
4.0 / 5

- 1 Contexte de visite**
- 2 Profil des visiteurs**
- 3 Processus de choix**
- 4 Caractéristiques de la visite / du séjour**
- 5 Circuit / Visite touristique en France**
- 6 Bilan de satisfaction de la destination**
 - Dans l'ensemble
 - Hébergement
 - **Activités et restauration**
- 7 Comportement d'utilisation des modes de transport**
- 8 Attentes et fidélisation**

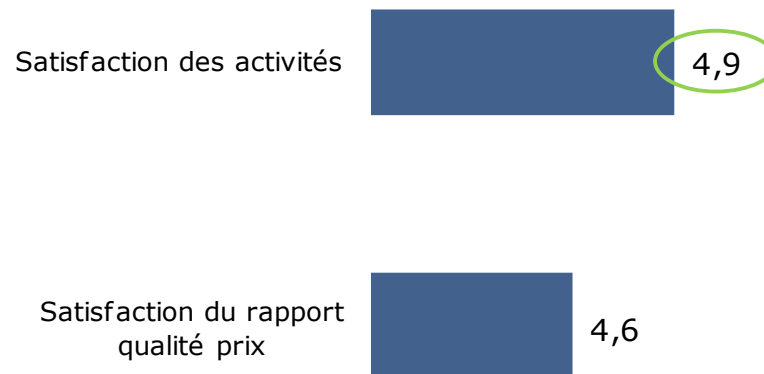
Q21. Pour chaque activité que vous avez fait / à laquelle vous avez participé, vous allez m'indiquer si vous en avez été très, assez, moyennement, pas très ou pas du tout satisfait.

Q22. Et dans quelle mesure avez-vous été satisfait du rapport qualité / prix ?

Base Lot 2 : Personnes ayant réalisé une activité

Nombre d'activités réalisées

n=102



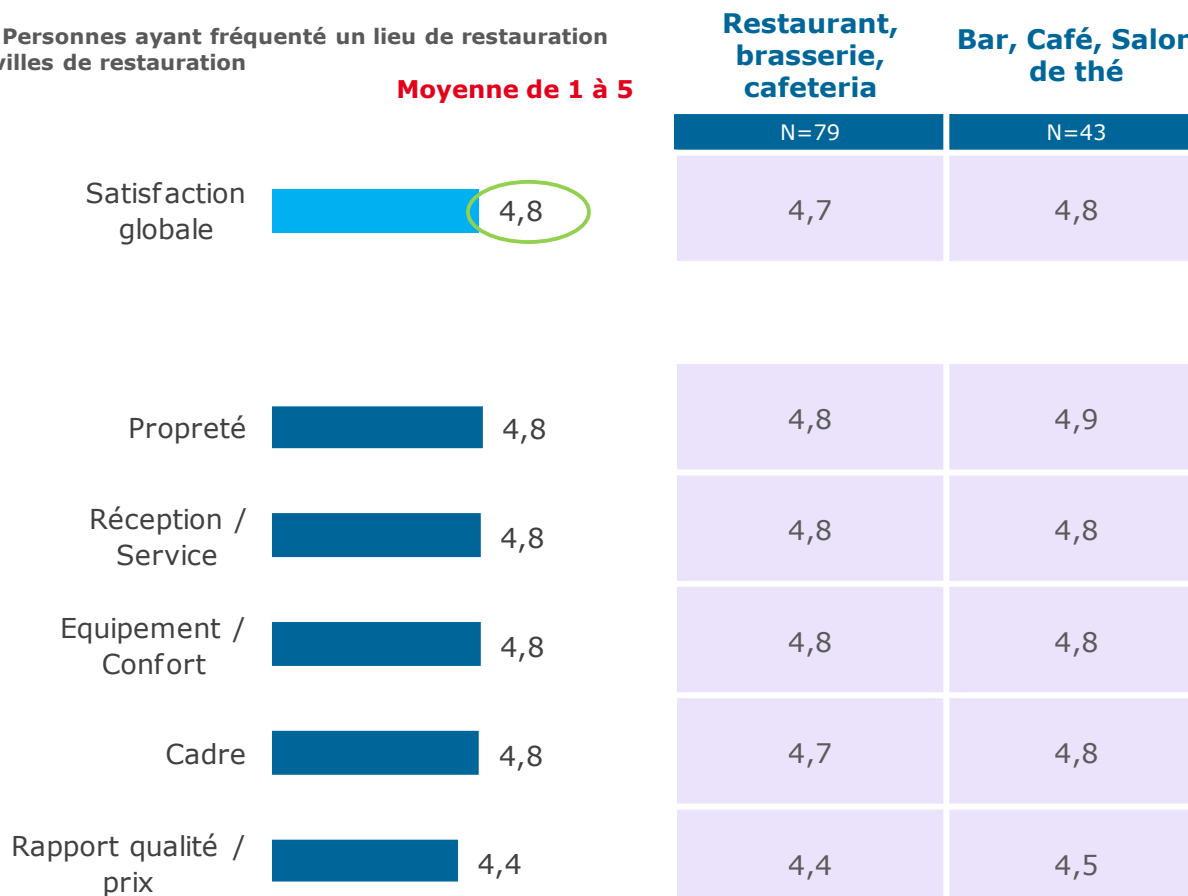
Score de référence Mica Research
4.0 / 5

Satisfaction des lieux de restauration fréquentés *Selon le type de restauration*

Q27. Maintenant, vous allez m'indiquer votre opinion en détail concernant les lieux dans lesquels vous avez pu vous restaurer (en ville). Vous allez m'indiquer si vous en avez été très, assez, moyennement, pas très ou pas du tout satisfait.

Base Lot 2 : Personnes ayant fréquenté un lieu de restauration
Nombre de villes de restauration
n=129

Moyenne de 1 à 5



Score de référence Mica Research
4.0 / 5

- 1 Contexte de visite**
- 2 Profil des visiteurs**
- 3 Processus de choix**
- 4 Caractéristiques de la visite / du séjour**
- 5 Circuit / Visite touristique en France**
- 6 Bilan de satisfaction de la destination**
- 7 Comportement d'utilisation des modes de transport**
- 8 Attentes et fidélisation**

Q2. Pour quelles raisons avez-vous choisi de voyager en ferry ?

Selon le port utilisé pour le retour

Résultats en %

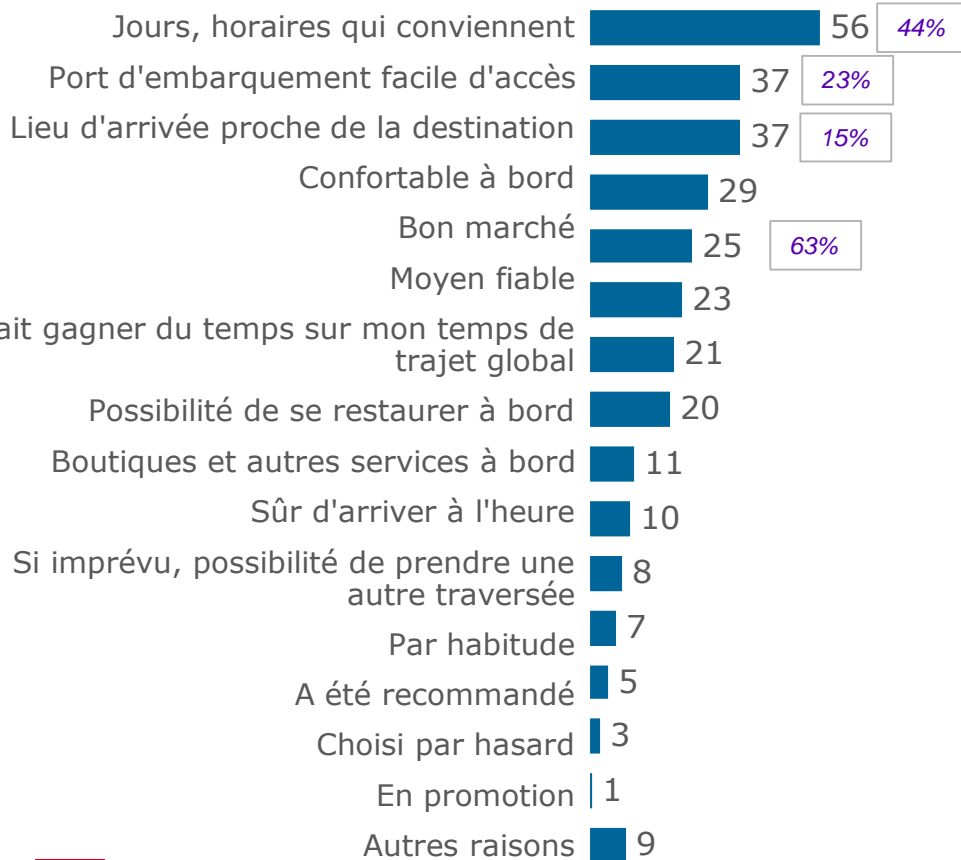
Total

Focus résultats
Ferry Hors
Normandie

N=2162

Caen Portsmouth 5h45	Cherbourg Poole 4h30	Dieppe Newhaven 4h00	Le Havre Portsmouth 5h30
N=732	N=534	N=390	N=506

Plusieurs réponses possibles
Base Lot 1 : Total

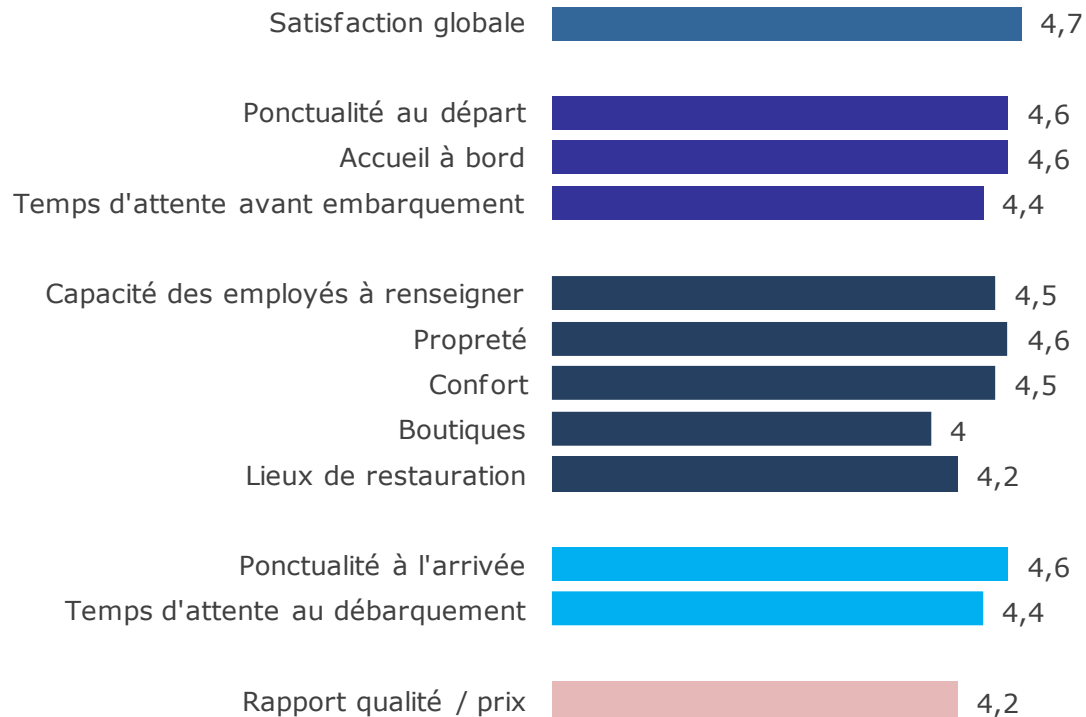


59	58	39	55
36	33	45	40
38	39	38	34
42	19	28	24
10	15	46	55
29	18	21	21
15	30	20	18
26	14	17	18
15	8	8	10
12	9	9	10
12	7	6	5
9	5	7	6
3	4	5	12
1	4	4	5
2	1	1	1
10	9	8	8

Q33. Vous avez pris le Ferry, l'avion, l'Eurostar, l'Eurotunnel pour venir en France.
Vous allez me donner votre opinion concernant ce moyen de transport.

Base Lot 2 : Total
N=207

Moyenne de 1 à 5



Score de référence Mica Research
4.0 / 5

Q33. Vous avez traversé la Manche en Ferry. Vous allez me donner votre opinion concernant ce moyen de transport.

Selon le port utilisé pour le retour

Moyenne de 1 à 5

Base Lot 2 : Total

	NOR- MANDIE	Caen	Cherbourg	Dieppe	Le Havre	
	N=207	N=60	N=56	N=32	N=59	N=206
Satisfaction globale	4,7	4,8	4,7	4,3	4,6	4,6
Embarquement						
Ponctualité au départ	4,6	4,6	4,6	4,5	4,6	4,4
Accueil en arrivant à bord	4,6	4,7	4,7	4,3	4,4	4,4
Temps d'attente avant d'embarquer	4,4	4,5	4,5	4,2	4,3	4,3
A Bord						
Capacité des employés à renseigner	4,5	4,6	4,6	4,4	4,3	4,4
Confort	4,6	4,8	4,5	4,5	4,3	4,4
Propreté	4,5	4,6	4,6	4,4	4,2	4,4
Boutiques	4,0	4,3	4,1	3,7	3,3	4,0
Lieux de restauration	4,2	4,6	4,2	3,7	3,9	4,0
Arrivée						
Ponctualité à l'arrivée	4,6	4,6	4,6	4,6	4,6	4,4
Temps d'attente au débarquement	4,4	4,6	4,5	4,3	4,3	4,3
Rapport qualité / prix	4,2	4,2	4,1	4,1	4,2	4,5

Focus résultats
Ferry Hors
Normandie

Score de référence Mica Research
4.0 / 5

Q34. Dans l'ensemble, êtes-vous satisfait des différents moyens liant directement le Royaume-Uni à la Normandie ?
 Q34 bis. Habituellement, lorsque vous décidez d'aller en Normandie pour y séjourner, visiter, y passer son temps libre, quels moyens de transport utilisez-vous au départ du Royaume-Uni, même de façon occasionnelle.
 Et quel est celui que vous utilisez le plus souvent ?

Base Lot 2 : Total
N=207

Total

Satisfaction des moyens de transport pour la Normandie

Moyenne de 1 à 5



Selon le port utilisé pour le retour

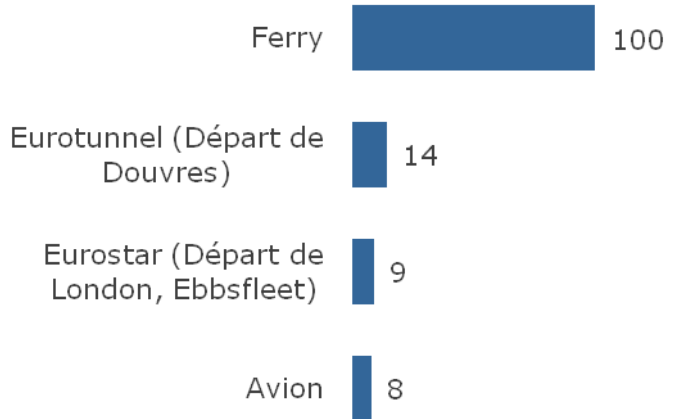
Focus résultats
Ferry Hors
Normandie

	Caen	Cherbourg	Dieppe	Le Havre
	N=60	N=56	N=32	N=59
	4.5	4.5	4.1	4.5

4.6

Moyens de transport utilisés pour aller en Normandie

Résultats en %



100	100	100	100
11	8	31	22
5	7	25	9
10	8	3	8

41%

10%

10%

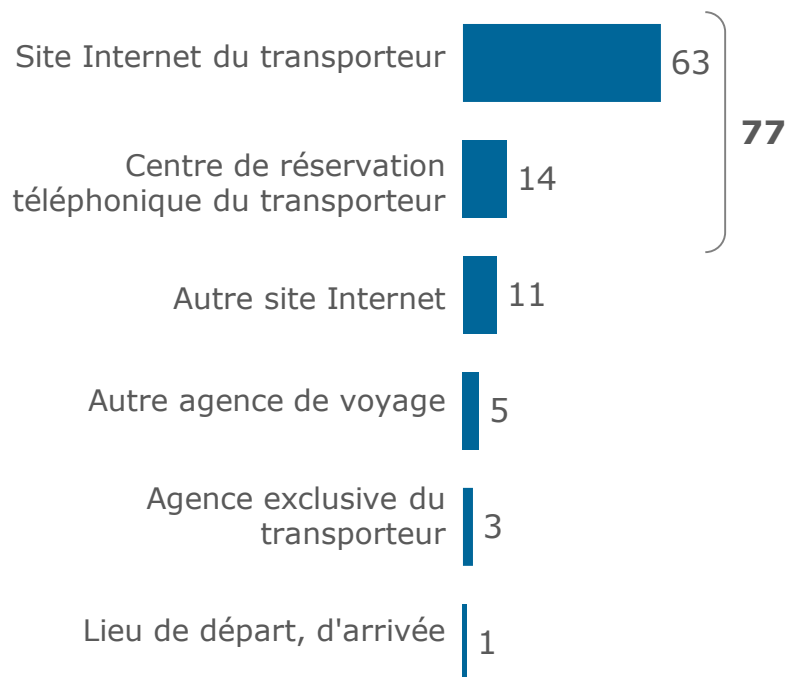
Un billet acheté principalement « à la source » et majoritairement par Internet

Q3. Avez-vous acheté votre billet ... ?

Base Lot 1 : Total

Résultats en %

N=2162



Selon le port utilisé pour le retour

	Caen N=732	Cherbourg N=534	Dieppe N=390	Le Havre N=506
Site Internet du transporteur	59	66	57	68
Centre de réservation téléphonique du transporteur	16	14	13	11
Autre site Internet	10	9	12	15
Autre agence de voyage	8	6	1	2
Agence exclusive du transporteur	3	4	6	2
Lieu de départ, d'arrivée	1	1	7	1
Total (Internet)	75	80	70	79

Q6. Plus précisément, quel type de billet avez-vous choisi ?;
(Si aller différent du retour) Q7. Par quel mode de transport êtes-vous venu en France pour ce voyage ?

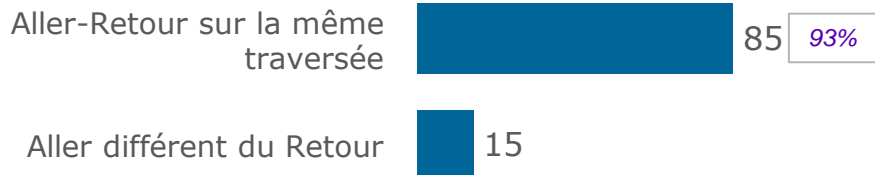
Base Lot 1 : Total

Résultats en %

N=2162

Focus résultats
Ferry Hors
Normandie

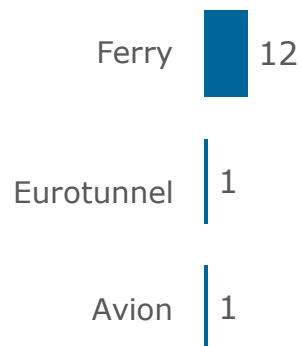
Type de billet acheté



Selon le port utilisé pour le retour

	Caen N=732	Cherbourg N=534	Dieppe N=390	Le Havre N=506
Aller-Retour sur la même traversée	82	82	93	91
Aller différent du Retour	18	18	7	9

Type de billet utilisé à l'aller (Aller différent du retour)



Ferry	16	16	5	6
Eurotunnel	1	1	1	2
Avion	1	1	1	1

Q4. Avez-vous acheté votre billet dans le cadre d'une offre packagée : c'est-à-dire, par exemple, traversée + hébergement ?; Q5. Que contenait votre package ?

Base Lot 1 : Total

Focus résultats
Ferry Hors
Normandie

7%

Résultats en %

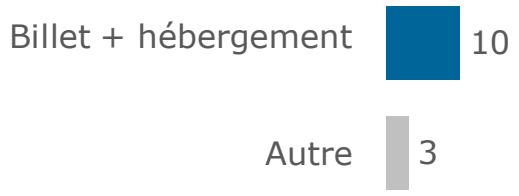
N=2162

13% ont acheté un
« package »

Selon le port utilisé pour le retour

Caen	Cherbourg	Dieppe	Le Havre
N=732	N=534	N=390	N=506
17	17	3	4

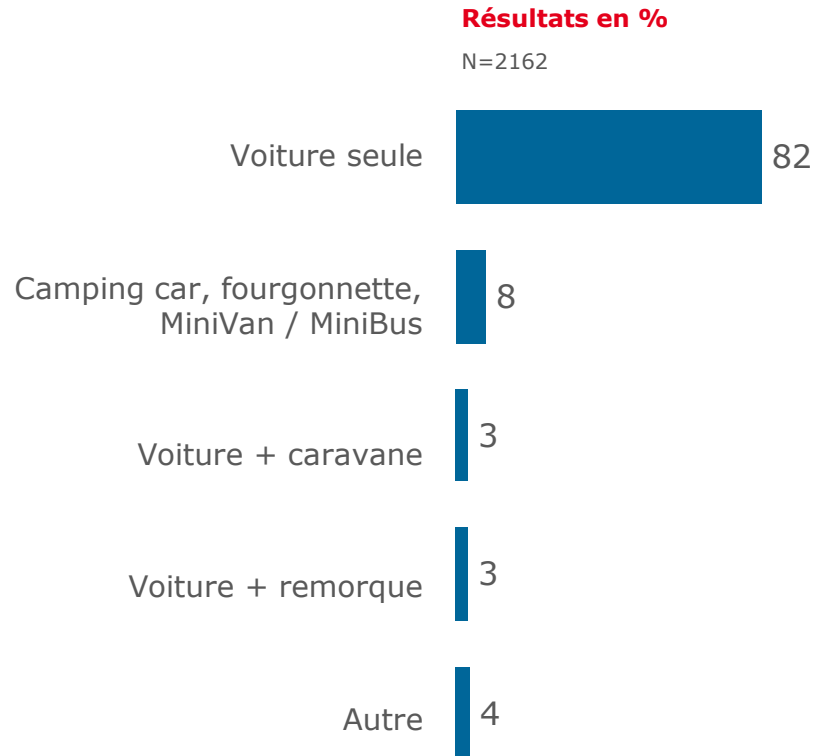
Contenu du package



12	14	1	3
5	6	2	1

Q12. Comment voyagez-vous ?

Base Lot 1 : Total



Selon le port utilisé pour le retour

	Caen N=732	Cherbourg N=534	Dieppe N=390	Le Havre N=506
Voiture seule	79	89	85	77
Camping car, fourgonnette, MiniVan / MiniBus	8	4	5	13
Voiture + caravane	6	1	1	5
Voiture + remorque	4	1	2	3
Autre	3	5	7	2

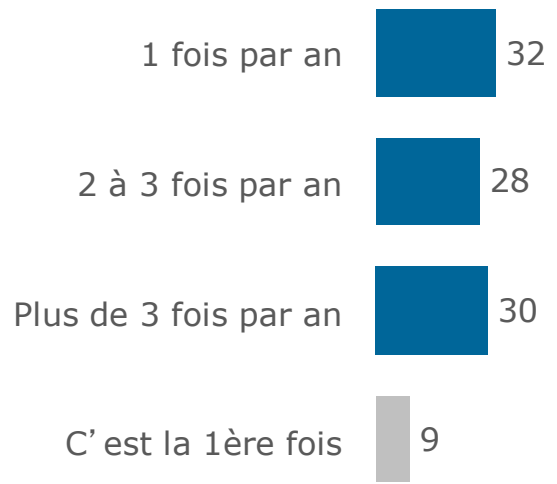
Q1. A quelle fréquence voyagez-vous avec ce mode de transport ?

Base Lot 1 : Total

Total

Résultats en %

N=2162



Selon le port utilisé pour le retour

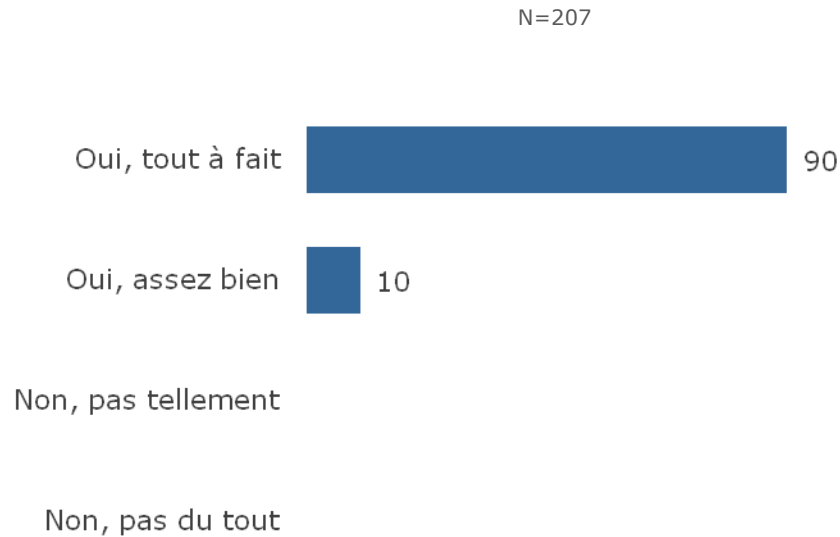
	Caen	Cherbourg	Dieppe	Le Havre
	N=732	N=534	N=390	N=506
1 fois par an	31	35	28	32
2 à 3 fois par an	24	29	28	34
Plus de 3 fois par an	38	24	33	24
C'est la 1ère fois	6	11	11	9

- 1 Contexte de visite**
- 2 Profil des visiteurs**
- 3 Processus de choix**
- 4 Caractéristiques de la visite / du séjour**
- 5 Circuit / Visite touristique en France**
- 6 Comportement d'utilisation des modes de transport**
- 7 Bilan de satisfaction de la destination**
- 8 Attentes et fidélisation**

Q35. Est-ce que, dans l'ensemble, votre séjour / visite / pause / passage en Normandie correspondait à vos attentes ?

Résultats en %

Base Lot 2 : Total



Q36. Quelles améliorations doivent être développées en termes d'hébergement, de service / lieu de restauration, d'activités, de transport et de disponibilité d'information pour :

vous inciter à venir plus souvent en Normandie ou y rester plus longtemps ?

vous donner envie de visiter la Normandie ou d'y séjourner ?

Par typologie de séjour

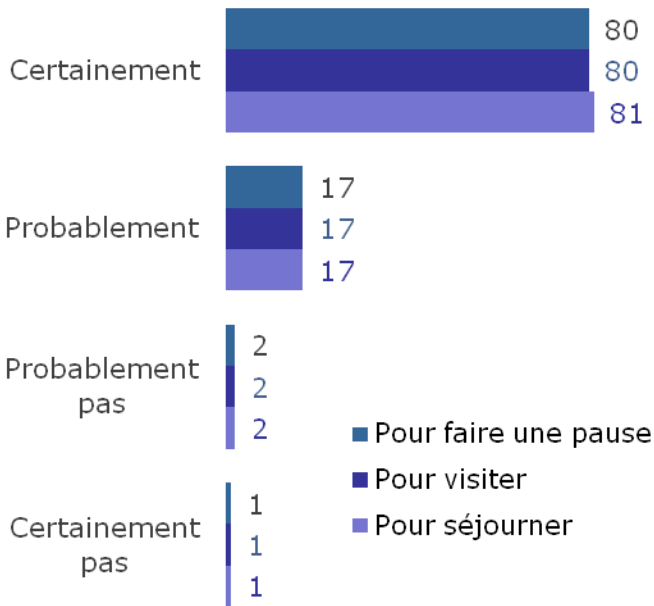
	TOTAL	Séjour unique	Etape avec nuit	Excursion (sans nuit)	De passage
Résultats en %	N=207	N=54	N=33	N=36	N=84
TAUX DE CITATIONS SPONTANÉES	40	42	50	27	39
FERRY	17	21	18	14	16
Meilleurs prix (plus compétitifs)	4	6	8	2	3
Plus de ferries	2	1	5	4	1
Plus de services disponibles (restaurant, ...)	2	-	1	4	2
Partir à l'heure	1	4	-	-	1
TRANSPORT	10	8	13	-	13
Panneaux de signalisation	4	2	5	-	6
Plus de panneaux de signalisation	2	4	-	-	3
Meilleure organisation lorsqu'il neige	1	1	-	-	3
Création d'une autoroute de Cherbourg au Centre de la France	1	4	-	-	-
Aéroport	1	-	6	-	-
RESTAURATION	4	4	8	-	4
Nourriture moins chère	2	4	5	-	-
Meilleure qualité de la nourriture	1	-	7	-	-
STYLE DE VIE	3	2	8	4	1
Meilleure taux de change	2	2	6	4	1
CLIMAT	3	-	4	6	3
Meilleur temps	2	-	4	6	2
HEBERGEMENT	2	-	6	-	2
Prix meilleur marché	2	-	5	-	2
ACTIVITES	1	5	-	2	-
Plus de piscines publiques	1	4	-	-	-

Recommandation et Intention de revenir (selon la nature de la destination)

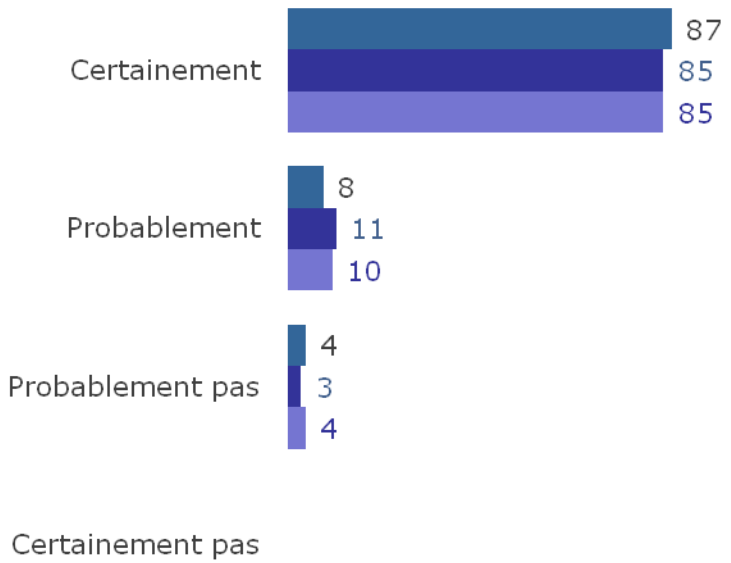
Q37. Dans quelle mesure recommanderiez-vous à un ami, une connaissance de faire une pause de, visiter, de séjourner en Normandie ?
Q38. Et retourneriez-vous en Normandie pour faire une pause, visiter, séjourner ?

Résultats en %
Base Lot 2 : Total
N=207

Recommandation



Intention de revenir



Intérêt pour des supports de communication dans les ferries normands

Q33bis. Maintenant, concernant les différents types d'information touristiques sur la Normandie concernant les activités, les lieux à visiter, les lieux de restauration, l'hébergement, les événements, les nouveautés, etc., qui pourrait être disponible à bord, vous allez m'indiquer votre niveau d'intérêt en donnant une note de 0 à 10.

Base Lot 2 : Total

Total

Selon le port utilisé pour le retour

Moyenne de 0 à 10

Caen

Cherbourg

Dieppe

Le Havre

N=207

Notes de 7 à 10 :

			Caen N=60	Cherbourg N=56	Dieppe N=32	Le Havre N=59
Brochures touristiques : spécialisées par activité, lieu touristique, hébergement, etc	49%	5,6	6,3	4,6	5,2	6,0
Brochures touristiques : spécialisées par zone géographique spécifique	47%	5,5	6,0	4,7	5,4	5,9
Magazine trimestriel	46%	5,4	6,4	4,5	4,3	5,4
Magazine mensuel	48%	5,3	6,2	4,7	3,7	5,4
Gazette d'information	39%	5,0	5,5	4,5	3,8	5,6

Points-clés à retenir

Points-clés à retenir (1/2)

- **Une confirmation des enseignements issus des résultats de l'étude globale**, que ce soit en termes de notoriété, d'image et de satisfaction :

Ainsi, **les points forts de la Normandie se résument en 4 caractéristiques principales** :

- **la proximité avec le Royaume-Uni, la facilité d'accès** : auquel contribue largement les Ferries, critère incontournable dans le choix du mode de transport et de la visite/du séjour en Normandie
- **le patrimoine historique** : point d'image fort et critère important dans le choix de la visite / du séjour
- **la gastronomie** : critère également important dans le choix, et très appréciée notamment grâce à la qualité des établissements de la restauration quelle que soit la typologie de séjour
- **la diversité des aspects de la Normandie : les paysages et les lieux touristiques** (bien que ces derniers souffrent d'un déficit de notoriété)

Les points faibles de la destination persistent quelle que soit la cible : le déficit de communication des activités « Loisirs » et « évènementiels »

- **Effet de saisonnalité : 2 grandes saisons au regard du taux de transit et d'habitues / de Fidèles** (viennent plusieurs fois par an en Normandie) : **la Basse saison** avec des taux plus élevés de Transit et de Fidèles **vs la Moyenne et la Haute saison** (taux similaires)

En revanche, seul le taux de primo-visiteurs (cible plus jeune) varie progressivement en fonction des saisons : il est le plus élevé en Haute saison (or sur l'étude générale (tous modes de transport), ce taux ne varie pas)

Points-clés à retenir (2/2)

- **Les passagers des ferries Normandie** (et ferries en général) :
 - **une cible principalement CSP + et plus âgée** (Sénior avec plus d'un quart des retraités et la moitié de 55 ans et plus) : par conséquent, ce sont principalement pour la moitié des couples, et pour seulement un quart des familles avec enfants (moins sur la ligne de Dieppe)
 - **possédant en plus grande proportion une résidence secondaire ou ayant des connaissances dans la région**, d'où une fréquentation plus régulière globalement de la Normandie (mais par conséquent, une consommation touristique des établissements « payants » potentiellement moins élevée)
 - **un taux de transit plus élevé que la moyenne, sauf sur la ligne de Cherbourg**

- **Par rapport aux passagers des ferries Hors Normandie : une distinction principalement établie par le lieu de résidence** : les passagers des Ferries Hors Normandie sont plutôt concentrés dans l'Est (Sud-Est, Inner and Greater London, voire Midlands, soit des connexions rapides des ports de Départ au Royaume-Uni)
 - **Les points forts** :
 - **un taux de transit moins élevé, au profit des « Excursions » (plutôt que des séjours)**
 - **un taux de passagers des Ferries Normandie ayant acheté un package plus élevé** (notamment grâce aux lignes de Caen et Cherbourg)
 - **un rôle plus important des compagnies de transport comme source d'information sur la destination** (notamment pour les hébergements)
 - **Les points faibles** :
 - **un moins bon rapport qualité-prix / niveau de prix jugé « Bon marché »** (ce qui permet une préparation du séjour plus courte pour les passagers des Ferries Hors Normandie, car il n'est pas indispensable de réserver son billet 1 mois à l'avance pour obtenir de bons prix)