

Etude auprès de la clientèle britannique en Normandie



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

Méthodologie (Lot 1)

	Passagers Ferry	Passagers Avion, Eurostar et Eurotunnel
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 auto-administrée sur Internet : <ul style="list-style-type: none"> recrutement via Access Panel
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 : <ul style="list-style-type: none"> déclarant avoir séjourné, visité, fait un arrêt ou juste passé par la Normandie (au cours des 2 derniers mois)
Lieux d'enquête / Couverture géographique	<ul style="list-style-type: none"> 4 ports de Normandie : Caen, Le Havre, Dieppe et Cherbourg 3 ports Hors Normandie : Calais, Boulogne et Saint Malo 	<ul style="list-style-type: none"> Royaume-Uni : <ul style="list-style-type: none"> Angleterre, Pays de Galle, Irlande du Nord, Iles Anglo-Normandes
Echantillonnage (cf. structure détaillée de l'échantillon P9)	<ul style="list-style-type: none"> Echantillon global de 5 317 passagers , dont : <ul style="list-style-type: none"> 4 668 passagers Ferry (nombre de questionnaires réalisés sur 270 vacances*) * 1 vacation = 1 départ / 1 traversée 	<ul style="list-style-type: none"> 213 passagers par Avion 231 passagers par Eurostar 205 passagers par Eurotunnel
	<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 	
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

	Passagers Ferry	Passagers Avion, Eurostar et Eurotunnel
Méthode de recueil	<ul style="list-style-type: none"> Enquête téléphonique 	<ul style="list-style-type: none"> Enquête auto-administrée sur Internet : <ul style="list-style-type: none"> recrutement via Access Panel
Cible	<ul style="list-style-type: none"> Passagers Britanniques ayant répondu à l'enquête du Lot 1 	<ul style="list-style-type: none"> Passagers Britanniques : <ul style="list-style-type: none"> déclarant avoir séjourné, visité, fait un arrêt ou juste passé par la Normandie (au cours des 2 derniers mois)
Lieux d'enquête / Couverture géographique	<ul style="list-style-type: none"> De nos locaux en Ile de France 	<ul style="list-style-type: none"> Royaume-Uni : <ul style="list-style-type: none"> Angleterre, Pays de Galle, Irlande du Nord, Iles Anglo-Normandes
Echantillonnage (cf. structure détaillée de l'échantillon P9)	<ul style="list-style-type: none"> Echantillon global de 645 passagers , dont : 	
	<ul style="list-style-type: none"> 407 passagers Ferry 	<ul style="list-style-type: none"> 79 passagers par Avion 83 passagers par Eurostar 70 passagers par Eurotunnel
	<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 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

Résultats Phase préalable

Fréquentation des Britanniques en France Période d'avril 2008 à mars 2009

Echantillon de 1409 personnes
Représentatif de la population
Britannique

14%
sont venus en France

Base Touristes en France n = 229

45% (6%)
en transit ou en séjour
dans une autre région
de France

55% (8%)
en transit ou en séjour
en Normandie

Base Touristes en Normandie n = 130

Q. Etes-vous allé en France/en Normandie entre avril 2008 et mars 2009 ?

**Sur-Echantillon pré-qualifié de
1005 personnes**

Touristes Britanniques
= 100% sont venus en France

54%
en transit ou en séjour
en Normandie

Base Touristes en Normandie n = 539

→ Soit un échantillon de Touristes Britanniques en Normandie basé sur 669 personnes et 1234 Touristes Britanniques en France

Résultats Enquête 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

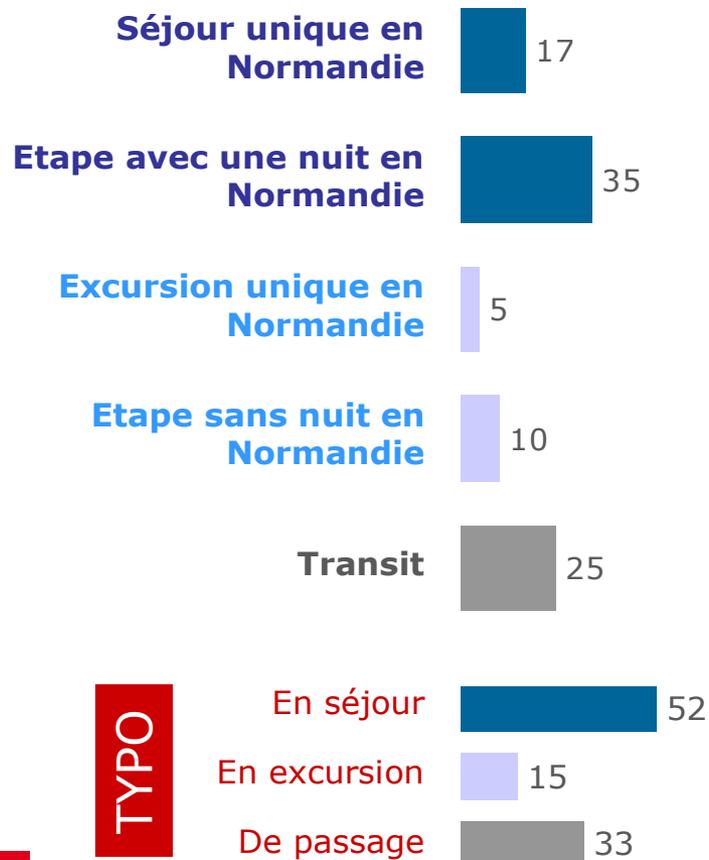
Q13. Dans le cadre de ce voyage, diriez-vous que la Normandie était ... ?

Base Lot 1 : Total

Total

Résultats en %

N=5317



Par saison

	Basse saison	Moyenne saison	Haute saison
	N=1245	N=1880	N=2192
Séjour unique en Normandie	14	19	19
Etape avec une nuit en Normandie	38	34	33
Excursion unique en Normandie	3	6	4
Etape sans nuit en Normandie	10	8	12
Transit	35	33	32
En séjour	52	53	52
En excursion	13	14	16
De passage	35	33	32

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

Base Lot 1 : Total

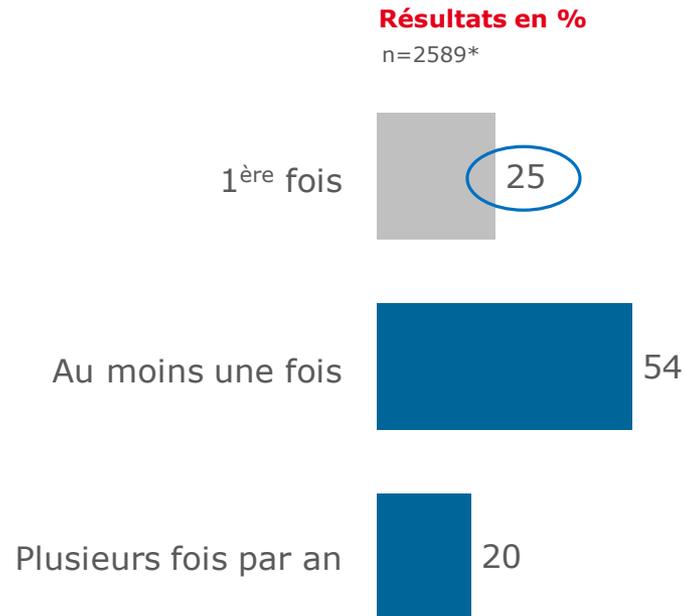
Résultats en %

	<i>Total</i>		<i>Par mode de transport</i>			
	N=5317		Ferry N=4668	Avion N=213	Eurostar N=231	Eurotunnel N=205
Séjour unique en Normandie	17		12 <i>Cherbourg : 28%</i>	28	19	23
Etape avec une nuit en Normandie	35		16	59	71	45
Excursion unique en Normandie	5		7	1	-	4
Etape sans nuit en Normandie	10		8	9	8	18
Transit	33		57 <i>Hors Normandie : 61% Normandie : 46%</i>	3	2	11
En séjour	52		28	87	90	68
En excursion	15		15	10	8	22
De passage	33		57	3	2	11

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 : Total = 4%, Séjour unique = 2%, Etape avec nuit = 2%, Excursion sans nuit = 12%))



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%, Basse saison= 3%, Moyenne saison=6%, Haute saison=3%)

Résultats en %	Total n=2589*	Par saison		
		Basse saison n=521*	Moyenne saison n=945*	Haute saison n=1123*
1ère fois	25	28	25	23
Au moins une fois	54	51	53	60
Plusieurs fois par an	20	21	22	17

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%, Ferry = 13%))

Total

Par mode de transport

Résultats en %	Par mode de transport			
	Ferry	Avion	Eurostar	Eurotunnel
1ère fois	18	38	32	18
Au moins une fois	50	46	55	64
Plusieurs fois par an	32	16	13	18

	Total
1ère fois	25
Au moins une fois	54
Plusieurs fois par an	20

Nature de la destination selon la fréquence des séjours - des visites

Résultats en %

Base Lot 1 : Total

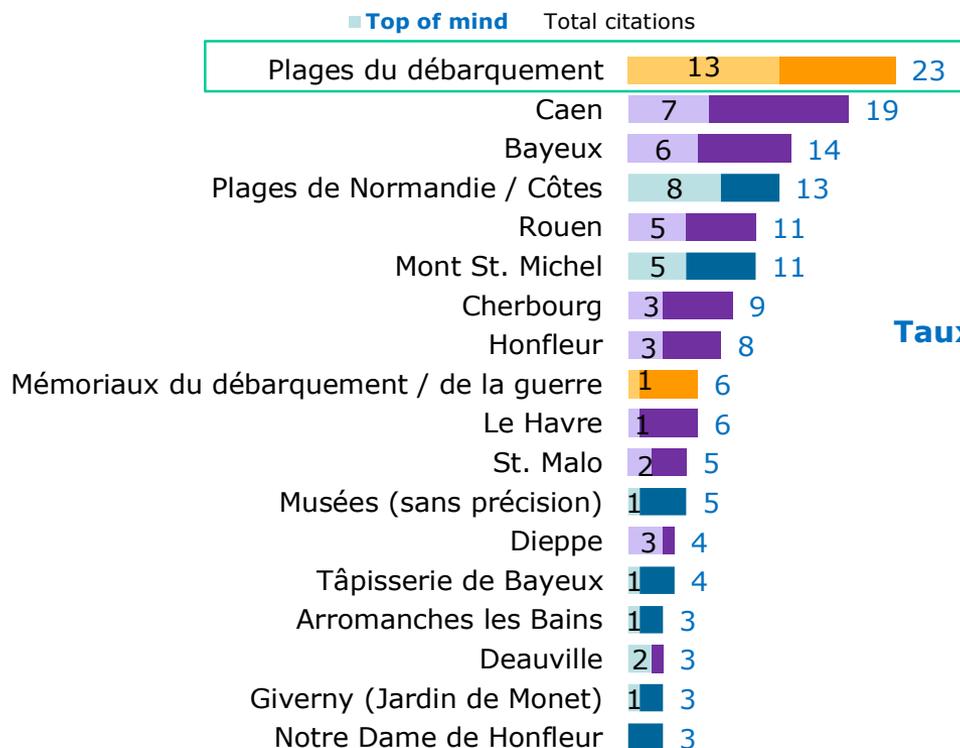
(* Base répondants (hors NSP/SR))

	1ère fois n=535*	Au moins une fois n=1362*	Plusieurs fois par an n=681*
Séjour unique en Normandie	22	26	33
Etape avec une nuit en Normandie	62	53	45
Excursion unique en Normandie	6	4	10
Etape sans nuit en Normandie	11	17	13

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=645

Résultats en %



Fréquence de visite
 1^{ère} fois : 21% - 41%

Taux de citations spontanées: 78%
(2 citations en moyenne)

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=645

Total

Par typologie de séjour

La Normandie est ...	Résultats en %		Par typologie de séjour							
	Tous à fait d'accord	Total d'accord	Séjour unique		Etape avec nuit		Excursion (sans nuit)		De passage	
			N=134	N=232	N=100	N=179				
... très pratique car elle est proche et facile d'accès depuis la Grande-Bretagne	63	91	62	90	52	96	72	89	74	87
... une région connue	59	90	46	85	53	93	71	89	70	89
... une région qui se distingue par son patrimoine historique	58	88	56	87	50	89	73	91	65	85
... une région qui se distingue par ses étendues de côtes	48	87	45	85	41	89	62	90	52	84
... une région différente des autres, authentique et un peu retro	51	86	47	84	44	90	55	84	61	81
Il y a beaucoup de lieux à visiter et d'activités différentes à faire en Normandie	52	84	52	84	49	90	56	82	55	77
Les lieux historiques, particulièrement les plages du Débarquement, sont le principal attrait de la Normandie pour les...	48	83	47	81	48	86	47	80	50	81
... une région qui se distingue par ses paysages	44	82	42	80	42	88	53	76	44	78
Le littoral de la Normandie est bien protégé et préservé	46	82	45	86	42	84	52	87	49	73
... une région qui se distingue par sa gastronomie et son style de vie	40	80	40	78	37	87	40	81	43	71
Il y a des similarités entre la nature, les paysages de la Normandie et les côtes au Sud de l'Angleterre	40	79	37	78	39	82	45	81	39	74
Les Normands et les Britanniques ont un lien très fort entre eux	45	77	40	78	40	77	51	83	53	74

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

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

Par typologie de clientèle

	Séjour unique	Etape avec nuit	Excursion (sans nuit)	En transit
	n=810*	n=1161*	n=742*	n=2289*
Âge moyen	41 ans	38 ans	43 ans	49 ans

Par la fréquence des séjours/des visites

	1ère fois	Au moins une fois	Plusieurs fois par an	Transit seul	Déjà venu
	n=574*	n=1448*	n=711*	n=1080*	n=1209*
Âge moyen	34 ans	41 ans	45 ans	48 ans	50 ans

Par type de transit

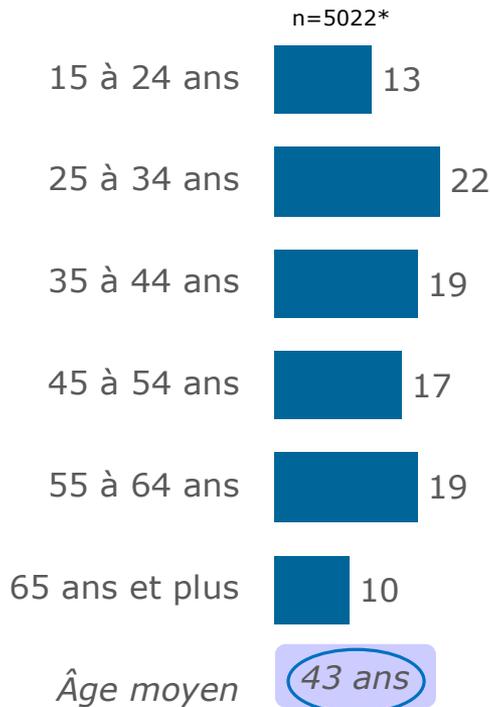
Par mode de transport

	Ferry	Avion	Eurostar	Eurotunnel
	n=3994*	N=213	N=231	N=205
Âge moyen	51 ans	31 ans	32 ans	40 ans

Par saison

	Basse saison	Moyenne saison	Haute saison
	N=1162*	N=1761*	N=2099*
Âge moyen	41 ans	45 ans	42 ans

Total



Q24. Quelle est la profession du chef de famille ?

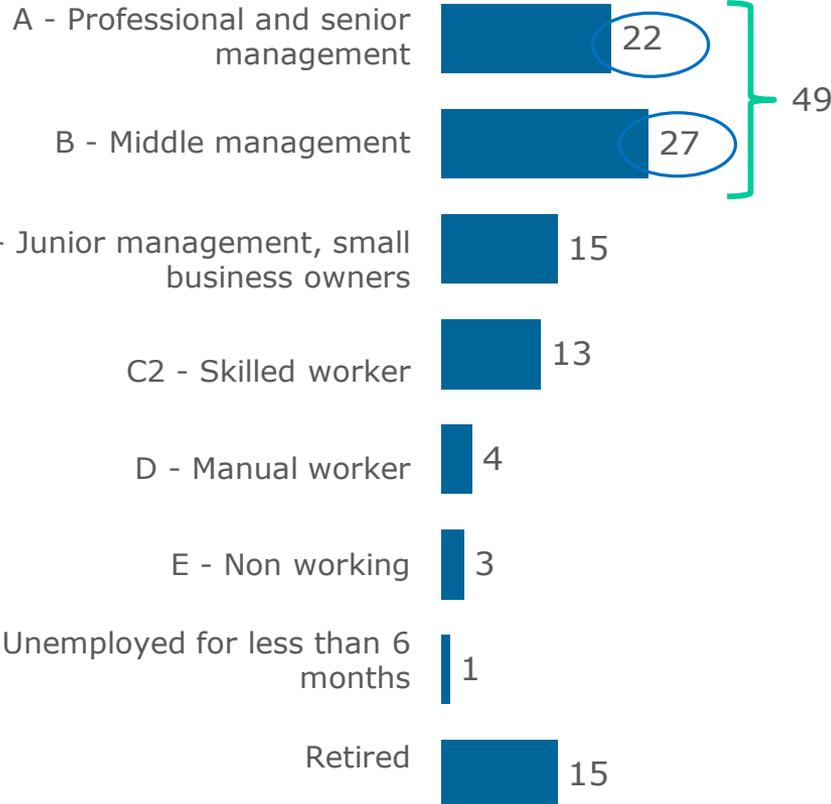
Résultats en %

Base Lot 1 : Total

*Base répondant (hors NSP/SR : Total = 6%, Ferry= 11%)

Total

n=4887*



PAR MODE DE TRANSPORT
Eurostar : 60% - Avion : 56%

PAR MODE DE TRANSPORT
Eurotunnel : 19%

PAR MODE DE TRANSPORT
Eurotunnel : 16% - Avion : 17%

PAR MODE DE TRANSPORT
Ferry : 25%

PAR TYPO DE CLIENTELE
Séjour unique : 51%
Etape avec nuit : 53%
Excursion (sans nuit) : 46%
En transit : 45%

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=4887*	n=561*	n=1415*	n=695*	n=1036*	n=1180*
A - Professional and senior management	22	16	21	26	22	26
B - Middle management	27	27	33	25	20	22
C1 - Junior management, small business owners	15	20	18	10	14	12
C2 - Skilled workers	13	22	12	12	12	9
D - Manual workers	4	6	2	3	6	4
E - Non working	3	4	2	5	5	2
Unemployed for less than 6 months	1	1	1	3	1	0
Retired	15	5	12	16	21	24

(* Base répondants (hors NSP/SR))

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=5267*

L'interviewé voyage ... →

Seul : 13%

Accompagné : 87%

Les taux sont calculés sur base 100

Privé : 85%

Groupe Organisé* : 2%

Conjoint uniquement : 37%

Famille uniquement : 32%

Amis uniquement : 11%

Famille & Amis : 5%

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

Dont Présence d'enfants : 26%

12 ans et moins : 21%
Plus de 12 ans : 13%

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 indiquez le nombre d'enfants qui vous accompagnent en fonction de leur tranche d'âge.

Les taux sont calculés sur base 100

Base Lot 1 : Total

* (Base répondants (Hors NSP/SR))

Total

Par typologie de clientèle

Résultats en %	n=5267*	Par typologie de clientèle			
		Séjour unique n=832*	Etape avec nuit n=1189*	Excursion (sans nuit) n=769*	En transit n=2454*
Seul	13	13	15	13	12
Accompagnement privé	85	85	84	85	87
Dont conjoint uniquement	37	30	37	32	44
Dont famille uniquement	32	39	32	30	29
Dont amis uniquement	11	11	8	17	9
Dont famille & amis	5	4	6	5	4
Groupe organisé*	2	3	2	3	2
Total Présence d'enfants	26	32	26	25	23
12 ans et moins	21	26	21	20	18
Plus de 12 ans	13	15	15	10	10

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.

Par la fréquence des séjours/des visites

Par le type de transit

Les taux sont calculés sur base 100

Base Lot 1 : Total

* (Base répondants (Hors NSP/SR))

Résultats en %

	Total n=5267*	1ère fois n=591*	Au moins une fois n=1491*	Plusieurs fois par an n=731*	Transit seul n=1251*	Déjà venu n=1203*
Seul	13	19	10	17	13	12
Accompagnement privé	85	78	88	82	85	88
Dont conjoint uniquement	37	24	37	40	40	47
Dont famille uniquement	32	37	34	28	30	29
Dont amis uniquement	11	11	12	10	10	8
Dont famille & amis	5	6	6	4	5	4
Groupe organisé*	2	4	2	1	3	2
Total Présence d'enfants	26	27	30	23	23	24
12 ans et moins	21	23	23	19	18	18
Plus de 12 ans	13	13	15	12	10	11

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.

Les taux sont calculés sur base 100

Base Lot 1 : Total

* (Base répondants (Hors NSP/SR))

Résultats en %	Total n=5267*	Par saison		
		Basse saison n=1224*	Moyenne saison n=1867*	Haute saison n=2176*
Seul	13	15	12	13
Accompagnement privé	85	83	85	87
Dont conjoint uniquement	37	38	39	33
Dont famille uniquement	32	32	28	39
Dont amis uniquement	11	10	12	9
Dont famille & amis	5	3	6	6
Groupe organisé*	2	2	3	-
Total Présence d'enfants	26	23	23	33
12 ans et moins	21	18	19	27
Plus de 12 ans	13	12	11	17

* Groupes voyageant par un autre moyen que le bus ou le car

Q21. Dans quel pays/région résidez-vous ?

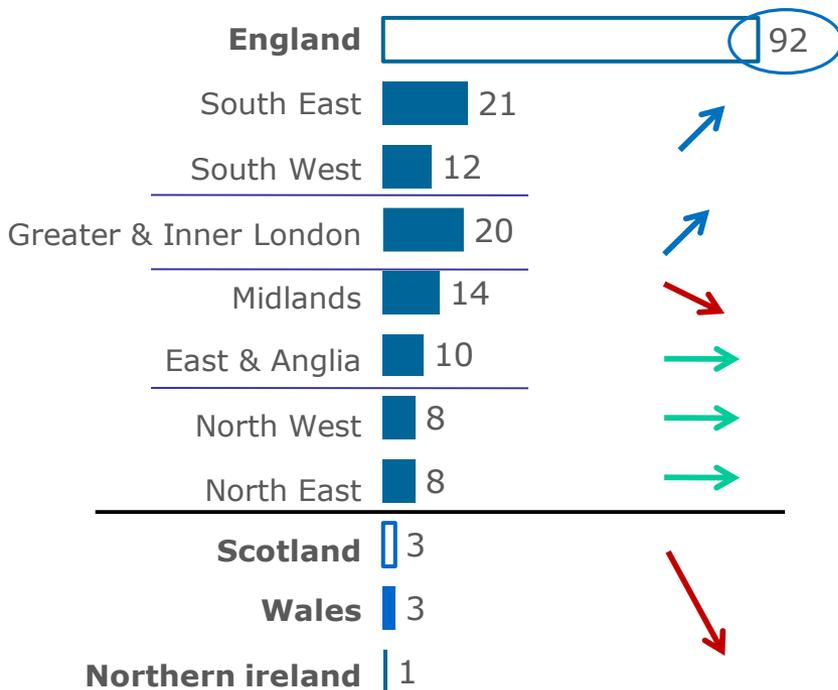
Base Lot 1 : Total

* (Base répondants (Hors NSP/SR) : Total : 5%, Ferry : 10%)

Total

Résultats en %

n=4912*



Par mode de transport

Pop anglaise	Ferry n=4263*	Avion N=213	Eurostar N=231	Eurotunnel N=205
83	93	91	90	93
14	25	8	15	25
8	15	8	6	10
10	13	30	39	14
25	15	13	11	13
10	11	7	7	12
16	7	16	6	8
	7	10	5	11
9	2	5	5	4
5	4	2	5	1
3	-	2	-	2

Q21. Dans quel pays/région résidez-vous ?

Selon le port utilisé pour le retour

Base Lot 1 : Total

* (Base répondants (Hors NSP/SR))

Résultats en %

	FERRY	NOR-MANDIE	Caen Portsmouth	Cherbourg Poole	Dieppe Newhaven	Le Havre Portsmouth	HORS NOR-MANDIE	Boulogne Douvres	Calais Douvres
	n=4263*	n=2017*	n=684*	n=503*	n=361*	n=469*	n=2246*	n=728*	n=1393*
England	93	92	92	92	96	92	93	92	94
South East	25	28	25	18	61	32	23	27	23
South West	15	29	23	44	8	28	9	5	9
Greater & Inner London	13	6	7	5	10	5	16	12	18
Midlands	15	12	17	7	5	13	16	16	16
East & Anglia	11	5	5	5	4	3	14	14	14
North West	7	7	7	8	4	7	7	7	6
North East	7	5	7	5	4	3	8	11	8
Scotland	2	2	1	2	1	1	3	4	2
Wales	4	5	6	5	3	6	4	4	4
Northern ireland	-	-	-	1	-	-	-	1	-

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

Total

Résultats en %	n=4912*		Par la fréquence des séjours/des visites			Par le type de transit	
			1ère fois n=565*	Au moins une fois n=1425*	Plusieurs fois par an n=699*	Transit seul n=1036*	Déjà venu n=1187*
England	92		92	91	93	93	94
South East	21	33	16	19	27	23	24
South West	12		7	12	13	13	16
Greater & Inner London	20		21	23	24	17	11
Midlands	14	25	15	13	9	13	16
East & Anglia	10		10	9	8	13	10
North West	8	16	10	8	6	7	9
North East	8		13	7	7	7	8
Scotland	3		4	5	2	2	2
Wales	3		3	3	5	4	3
Northern Ireland	1		2	1	1	1	1

Excursion : 41%
En transit : 37%
Séjour unique : 33%
Etape avec nuit : 25%

Etape avec nuit : 24%
Séjour unique : 23%
Excursion : 18%
En transit : 14%

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=466

Réponses spontanées (Question pré-codée)



Par typologie de séjour

Séjour unique	Etape avec nuit	Excursion (sans nuit)
N=134	N=232	N=100
27	14	18
7	12	16
11	10	19
5	14	7
13	8	7
17	3	16
5	7	15
6	6	9
3	4	21
5	7	-
5	5	6
5	5	4
3	5	7
9	2	5
2	2	8
2	2	10
5	-	10
-	2	9
4	11	1

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

Réponses spontanées (Question pré-codée)

Par la fréquence des séjours/des visites

Résultats en %	Total	1 ^{ère} fois	Au moins une fois	Plusieurs fois par an
	N=466	N=91	N=244	N=111
Visiter les amis, la famille	18	7	20	25
Le patrimoine historique	12	15	13	6
Proximité	11	6	14	10
Par curiosité	11	20	6	11
La facilité pour y accéder	9	8	12	7
Résidence secondaire	8	1	4	21
Beauté du paysage	8	2	7	14
La gastronomie	6	1	9	8
Le tourisme vert (campagne)	6	-	5	11
Par habitude	6	-	10	2
Accueil, hospitalité des locaux	5	-	7	8
Beaucoup de lieux touristiques	5	2	8	2
Le patrimoine culturel	5	2	7	4
La rapidité pour y aller	4	4	4	4
Les commerces (Shopping)	3	1	-	10
Ambiance, atmosphère typique	3	-	3	5
Événements, fêtes locales	3	7	1	2
Attractivité stations balnéaires	2	-	3	3
Autre(s) raison(s)	8	15	8	3

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=466

Total

Très Important Total Important

Critère	Très Important	Total Important
Facilité d'accès à la région à visiter	51	85
Lieux à visiter en nombre suffisant	51	84
Patrimoine (historique, culturel)	53	83
Originalité	39	82
Proximité des lieux à visiter au sein de la région	44	81
Facilité d'accès aux lieux à visiter	42	81
Commerces et services proches en nombre suffisant	39	78
Loisirs, activités à faire en nombre suffisant	40	77
Qualité de la restauration	39	77
Gastronomie	45	77
Diversité des paysages	39	76
Disponibilité des informations sur la région	36	75
Hospitalité des locaux	36	74
Qualité de l'hébergement	38	73
Notoriété	34	71
Attractivité des stations balnéaires	35	70
Proximité, proche de chez soi	39	67
Coût de la vie	18	57
Climat / Météo	23	56
Qualité de l'eau pour se baigner	19	51

Par typologie de séjour

Critère	Séjour unique N=134		Etape avec nuit N=232		Excursion (sans nuit) N=100	
	Très Important	Total Important	Très Important	Total Important	Très Important	Total Important
Facilité d'accès à la région à visiter	49	78	46	88	81	87
Lieux à visiter en nombre suffisant	51	77	50	88	57	80
Patrimoine (historique, culturel)	56	73	50	87	64	83
Originalité	41	73	38	88	37	70
Proximité des lieux à visiter au sein de la région	44	74	39	85	59	79
Facilité d'accès aux lieux à visiter	52	74	40	85	55	78
Commerces et services proches en nombre suffisant	37	70	39	83	40	61
Loisirs, activités à faire en nombre suffisant	43	66	40	81	34	79
Qualité de la restauration	45	69	43	81	60	69
Gastronomie	39	71	35	80	61	70
Diversité des paysages	41	73	36	79	57	65
Disponibilité des informations sur la région	45	67	33	80	37	64
Hospitalité des locaux	40	68	31	78	56	63
Qualité de l'hébergement	42	68	37	79	38	51
Notoriété	36	59	31	77	46	62
Attractivité des stations balnéaires	33	58	37	76	31	62
Proximité, proche de chez soi	48	74	33	66	56	63
Coût de la vie	19	55	18	60	14	42
Climat / Météo	18	50	26	61	14	43
Qualité de l'eau pour se baigner	20	42	20	58	12	30

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=466

Par la fréquence des séjours/des visites

	Très Important	Total Important	Total		1ère fois		Au moins une fois		Plusieurs fois par an	
			N=466		N=91		N=244		N=111	
Facilité d'accès à la région à visiter			51	85	43	93	50	82	58	82
Lieux à visiter en nombre suffisant			50	83	56	93	49	80	47	78
Patrimoine (historique, culturel)			53	83	50	86	58	79	45	85
Originalité			38	81	37	87	38	77	42	82
Proximité des différents lieux à visiter au sein de la région			42	81	41	90	40	76	47	82
Facilité d'accès aux lieux à visiter			44	81	40	83	44	79	49	83
Commerces et services proches en nombre suffisant			38	77	37	87	34	72	47	77
Loisirs, activités à faire en nombre suffisant			40	77	35	88	39	72	45	75
Qualité de la restauration			45	77	38	83	41	69	61	86
Gastronomie			39	76	23	76	41	72	52	86
Diversité des paysages			39	76	29	82	39	73	51	75
Disponibilité des informations sur la région			36	74	39	91	33	71	35	60
Hospitalité des locaux			36	74	27	82	37	69	42	73
Qualité de l'hébergement			38	73	35	76	33	73	51	69
Notoriété			34	70	19	68	36	73	45	70
Attractivité des stations balnéaires			35	70	32	78	36	68	37	61
Proximité, proche de chez soi			39	68	25	65	39	63	54	81
Coût de la vie			18	57	17	68	14	50	27	58
Météo			23	56	27	70	20	56	24	43
Qualité de l'eau pour se baigner			19	51	15	62	20	51	23	42

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

Résultats en %

Base Lot 2 : Personnes en Transit

N=179

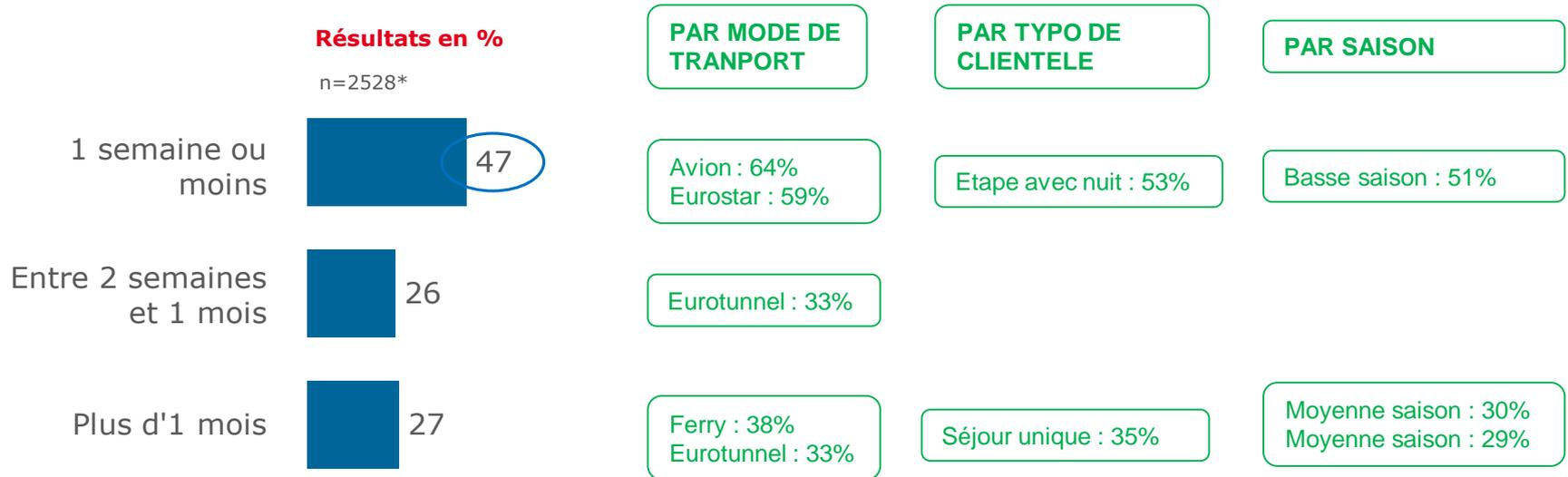
Réponses spontanées (Question pré-codée)



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 : Total = 6%, Séjour unique = 2%, Etape avec nuit = 2%, Excursion sans nuit = 18%))



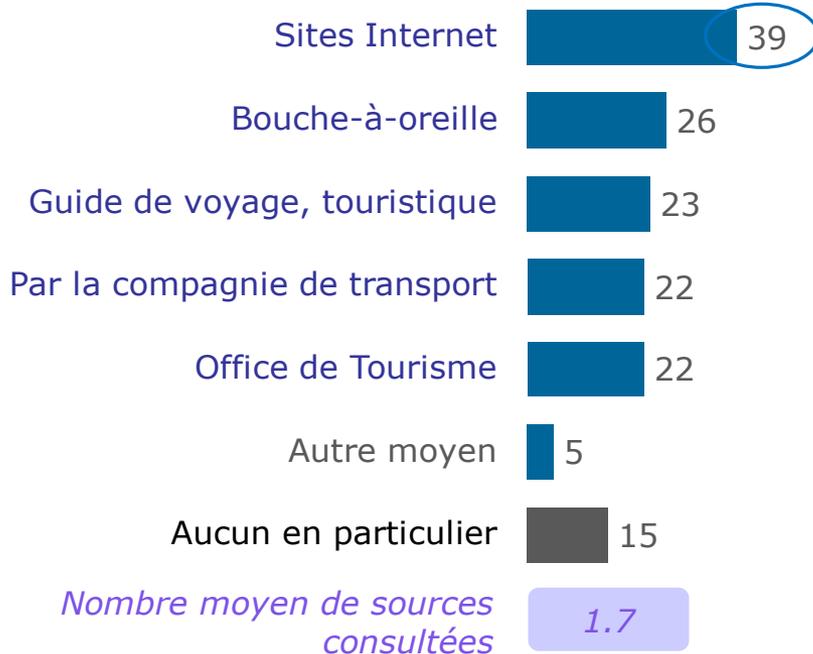
Q15. Quels moyens avez-vous utilisé pour organiser votre séjour/visite en Normandie ?

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

Total

Résultats en %

n=2817



Par typologie de clientèle

	Séjour unique n=832	Etape avec nuit n=1190	Excursion (sans nuit) n=771
Sites Internet	36	44	31
Bouche-à-oreille	26	28	20
Guide de voyage, touristique	17	31	10
Par la compagnie de transport	18	29	9
Office de Tourisme	19	27	14
Autre moyen	6	4	4
Aucun en particulier	11	8	35
Nombre moyen de sources consultées	1.4	1.9	1.4

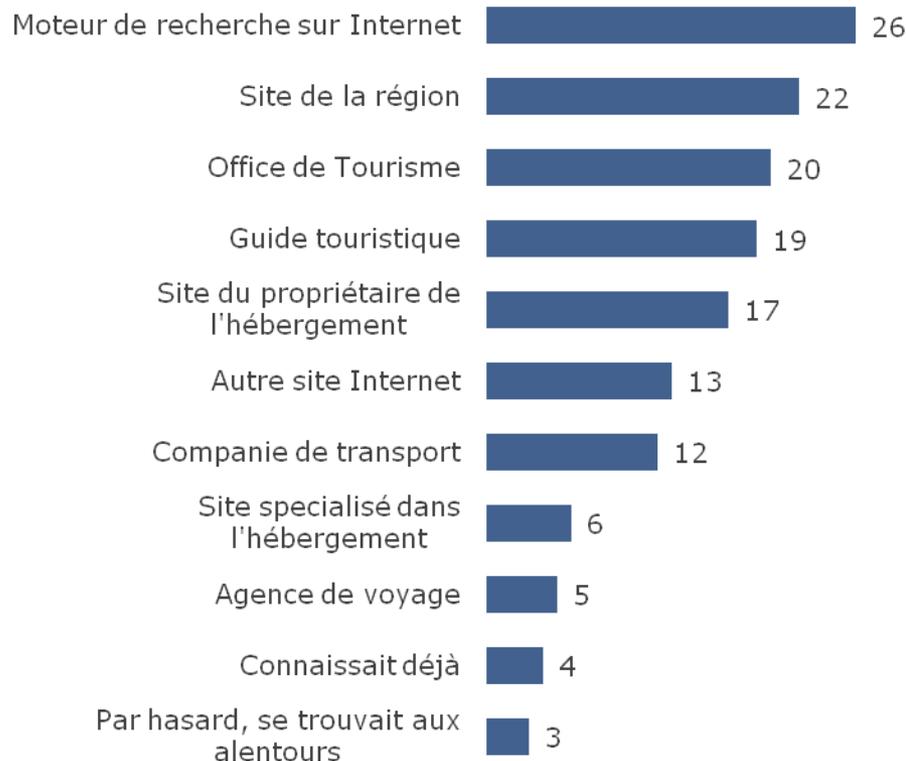
Q17bis. Comment avez-vous obtenu de l'information sur votre hébergement ?

Total

Résultats en %

Base Lot 2 : Personnes ayant réservé un hébergement payant

N=192



Par typologie de clientèle

Séjour unique

Etape avec nuit

	n=54	n=138
Moteur de recherche sur Internet	19	28
Site de la région	19	23
Office de Tourisme	9	23
Guide touristique	12	20
Site du propriétaire de l'hébergement	9	19
Autre site Internet	20	11
Compagnie de transport	11	12
Site spécialisé dans l'hébergement	3	7
Agence de voyage	3	5
Connaissait déjà	7	3
Par hasard, se trouvait aux alentours	4	2

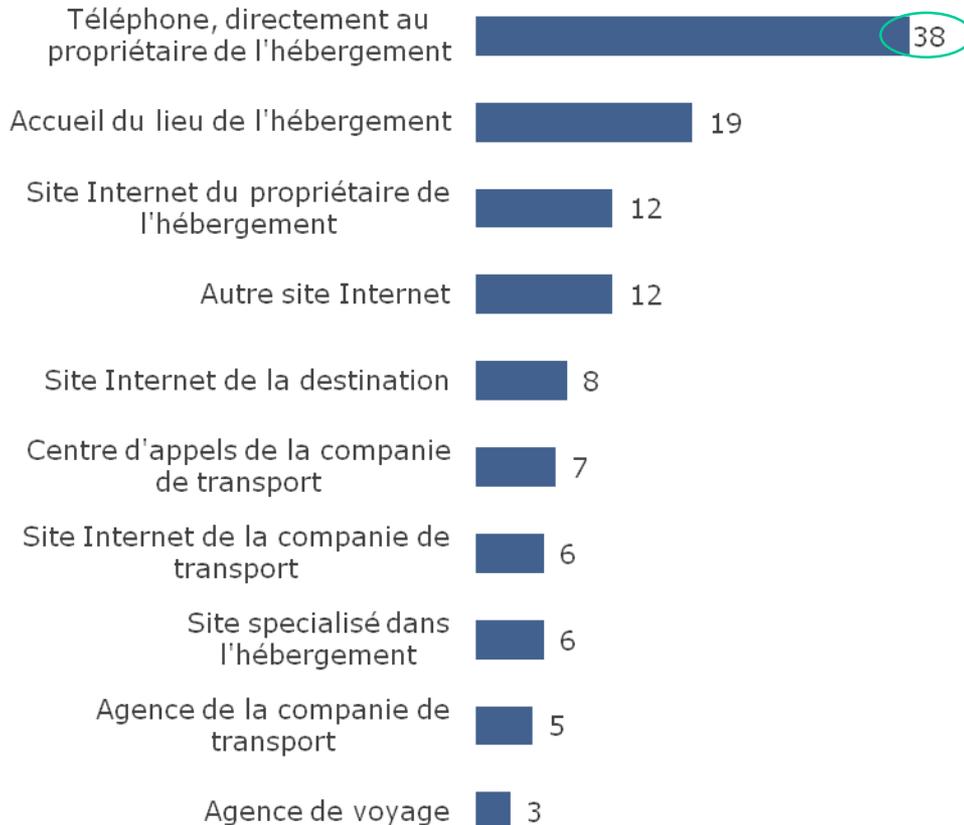
Q17ter. Et comment avez-vous réservé votre hébergement ?

Résultats en %

Base Lot 2 : Personnes ayant réservé un hébergement payant

n=192

Total



Séjour unique

Etape avec nuit

	n=54	n=138
Téléphone, directement au propriétaire de l'hébergement	30	40
Accueil du lieu de l'hébergement	22	19
Site Internet du propriétaire de l'hébergement	6	13
Autre site Internet	9	12
Site Internet de la destination	4	8
Centre d'appels de la compagnie de transport	11	6
Site Internet de la compagnie de transport	5	7
Site spécialisé dans l'hébergement	13	4
Agence de la compagnie de transport	1	6
Agence de voyage	2	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

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)

Total

Résultats en %



TYPO DE CLIENTELE
 Excursion (sans nuit) : 61%

TYPO DE CLIENTELE
 Séjour unique : 24%

Par mode de transport

	Ferry	Avion	Eurostar	Eurotunnel
	n=2202	n=206	n=224	n=185
	65	37	43	54
	12	25	28	21
	14	22	10	9
Normandie : 20%	5	7	9	4
	3	5	6	3
	2	3	5	10

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

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

* Base répondants (Hors NSP/SR)

Résultats en %

En Normandie

Durée moy. de séjour (en j.)

Au total en France

Durée moy. de séjour (en j.)

Total

n=2791*
5
n=2791*
10

Par typologie de clientèle

Séjour unique

n=831*
7
n=831*
7**

Etape avec nuit

n=1186*
5
n=1186*
13

Excursion (sans nuit)

n=771*
1
n=771*
6

** Par définition, le séjour total en France est le séjour unique en Normandie

Personnes en transit : 11 j.

Par la fréquence des séjours/des visites

1ère fois

Au moins une fois

Plusieurs fois par an

n=871*	n=1848*	n=699*
4	5	6
n=860*	n=1815*	n=683*
10	9	11

Par saison

Basse saison

Moyenne saison

Haute saison

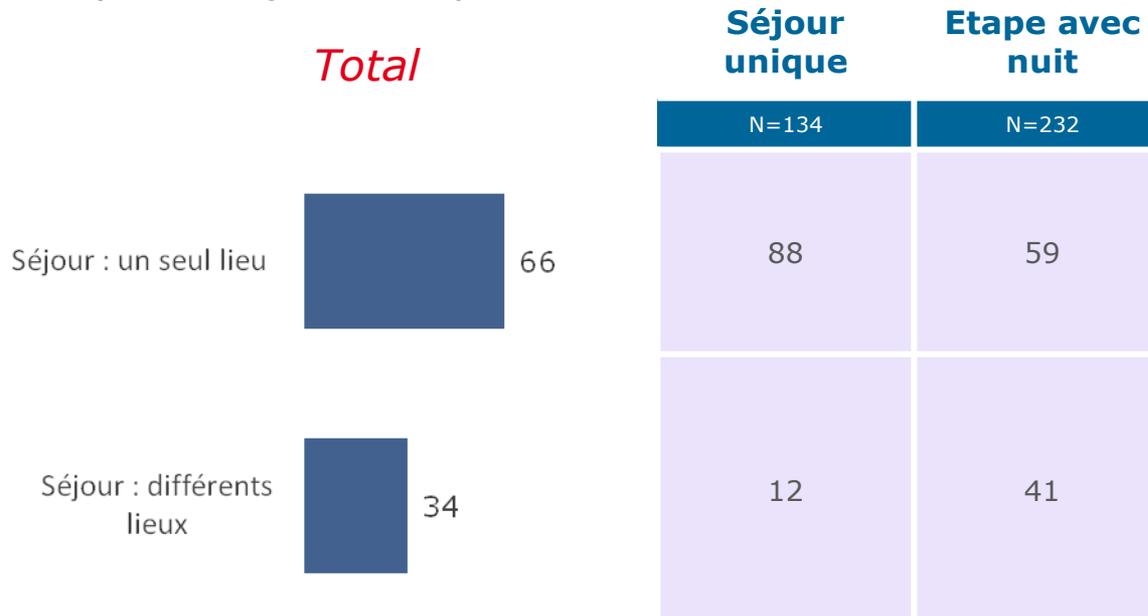
n=570*	n=1027*	n=1205*
4.5	5	5
n=570*	n=1027*	n=1205*
9	10	11

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=366

Par typologie de clientèle

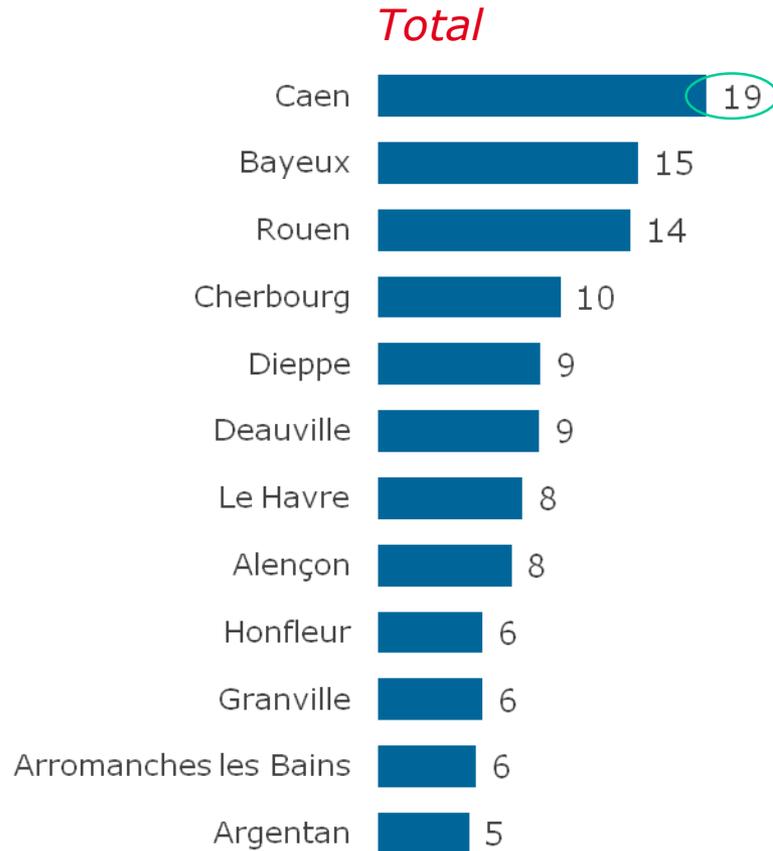


Q14. Plus précisément, où avez-vous séjourné en Normandie?

Résultats en %

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

N=366



Par typologie de clientèle

	Séjour unique N=134	Etape avec nuit N=232
Caen	8	22
Bayeux	13	16
Rouen	10	16
Cherbourg	3	13
Dieppe	5	11
Deauville	7	10
Le Havre	2	11
Alençon	7	8
Honfleur	1	8
Granville	4	7
Arromanches les Bains	5	6
Argentan	4	6

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

Résultats en %

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

Par mode de transport

	Total	Ferry	Avion	Eurostar	Eurotunnel
	n=366	n=173	n=67	n=74	n=52
Caen	19	11	15	20	29
Bayeux	15	9	22	22	8
Rouen	14	10	8	14	25
Cherbourg	10	1	22	15	5
Dieppe	9	5	15	7	12
Deauville	9	5	9	15	7
Le Havre	8	1	10	8	16
Alençon	8	4	8	11	9
Honfleur	6	9	5	-	9
Granville	6	2	10	9	4
Arromanches les Bains	6	3	6	2	12
Argentan	5	2	7	9	3
Coutances	4	5	7	1	6
Flers	4	2	10	-	6

Hors Normandie :

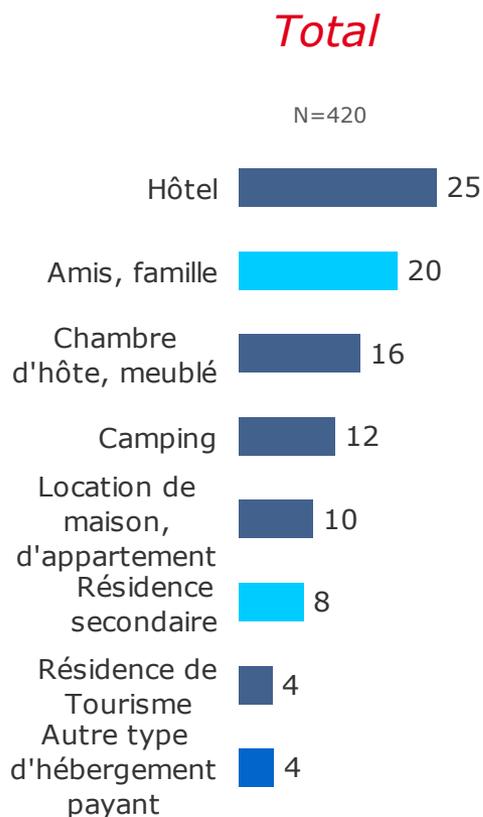
Honfleur : 14%

Rouen : 13%

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



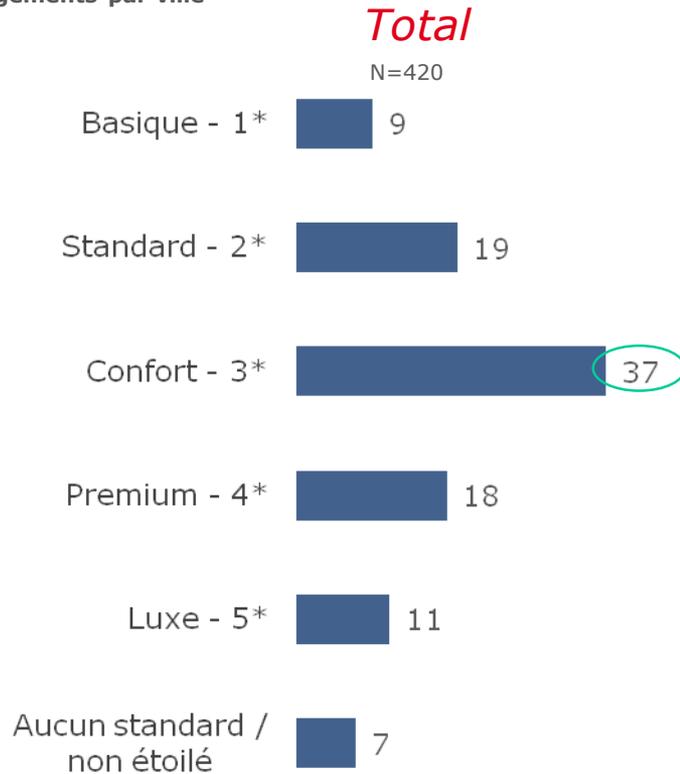
Par typologie de clientèle

	Séjour unique N=126	Etape avec nuit N=294
Hôtel	17	27
Amis, famille	24	19
Chambre d'hôte, meublé	7	18
Camping	3	14
Location de maison, d'appartement	14	8
Résidence secondaire	22	5
Résidence de Tourisme	1	5
Autre type d'hébergement payant	11	3

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=126	Etape avec nuit N=294
Basique - 1*	9	9
Standard - 2*	33	17
Confort - 3*	24	39
Premium - 4*	13	19
Luxe - 5*	5	12
Aucun standard / non étoilé	18	5

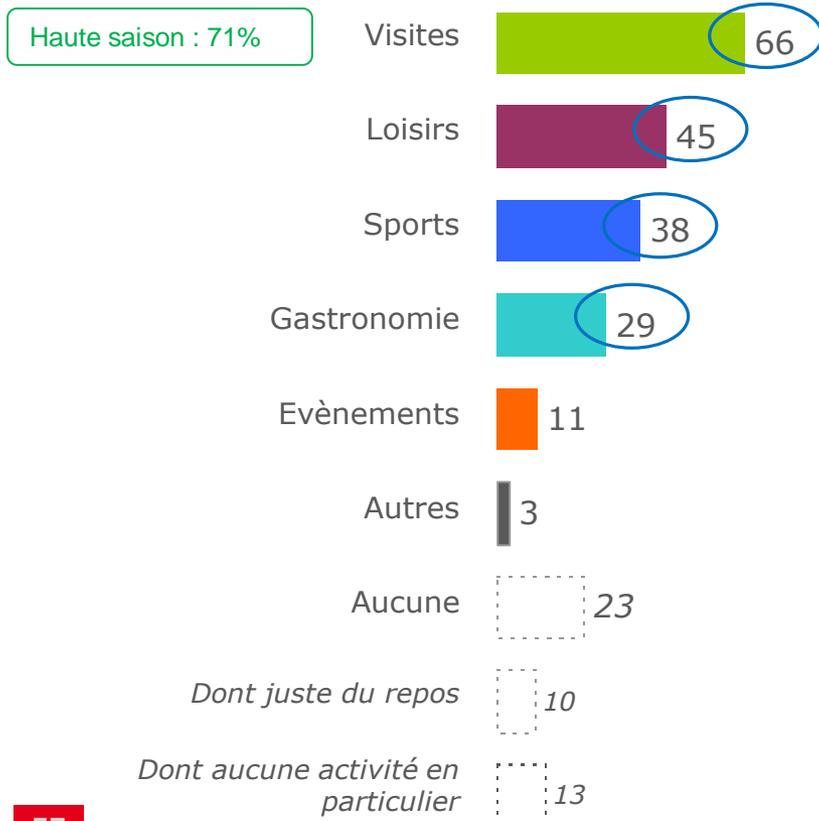
Q19. Plus précisément, qu'avez-vous fait en Normandie ?

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

Plusieurs réponses possibles

Total
n=2817 **Résultats en %**

4 activités réalisées en moyenne



Par typologie de clientèle

	Séjour unique n=832	Etape avec nuit n=1190	Excursion (sans nuit) n=771
	3	5	3
	71	75	39
	44	54	26
	41	46	16
	32	33	15
	9	14	5
	4	2	4
	16	15	49
	10	9	11
	6	6	38

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

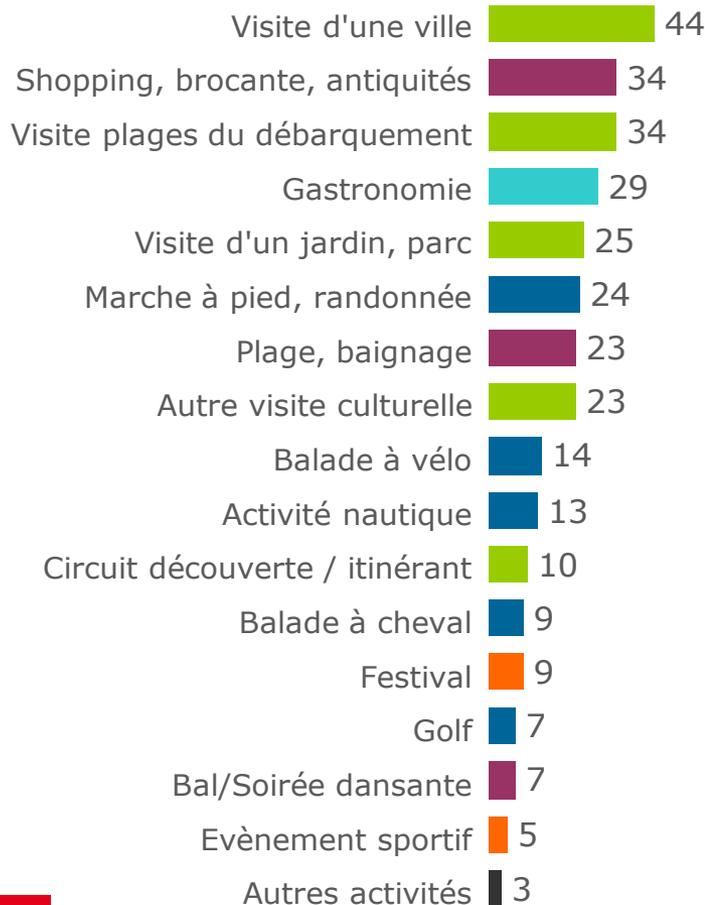
Total

Résultats en %

n=2817

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

Plusieurs réponses possibles



Par typologie de clientèle

Séjour unique

Etape avec nuit

Excursion (sans nuit)

	n=832	n=1190	n=771
45	53	21	
29	42	21	
32	40	21	
32	33	15	
25	31	9	
26	30	8	
25	28	9	
25	27	9	
14	18	5	
12	18	2	
9	14	3	
7	12	3	
7	12	4	
7	10	3	
4	11	3	
4	6	1	
4	2	4	

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

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

Résultats en %

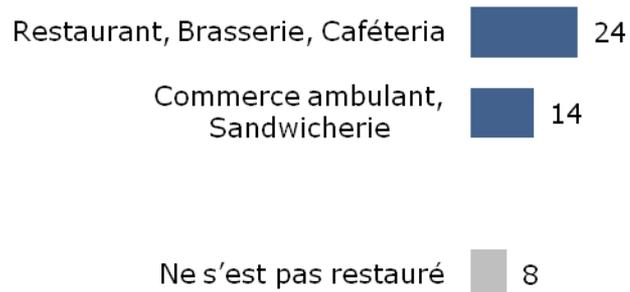
Base Lot 2 : Personnes ayant fait un séjour, une étape avec nuit ou un Excursion

Total
N=466

En ville : 81%



Sur une aire de repos : 32%



Par typologie de clientèle

	Séjour unique N=134	Etape avec nuit N=232	Excursion (sans nuit) N=100
En ville	81	83	77
Restaurant, Brasserie, Cafétéria	69	69	57
Commerce ambulant, Sandwicherie	16	26	16
Bar, Café, Salon de Thé	26	47	43
Sur une aire de repos	19	40	26
Restaurant, Brasserie, Cafétéria	12	33	19
Commerce ambulant, Sandwicherie	9	18	10
Ne s'est pas restauré	12	7	8

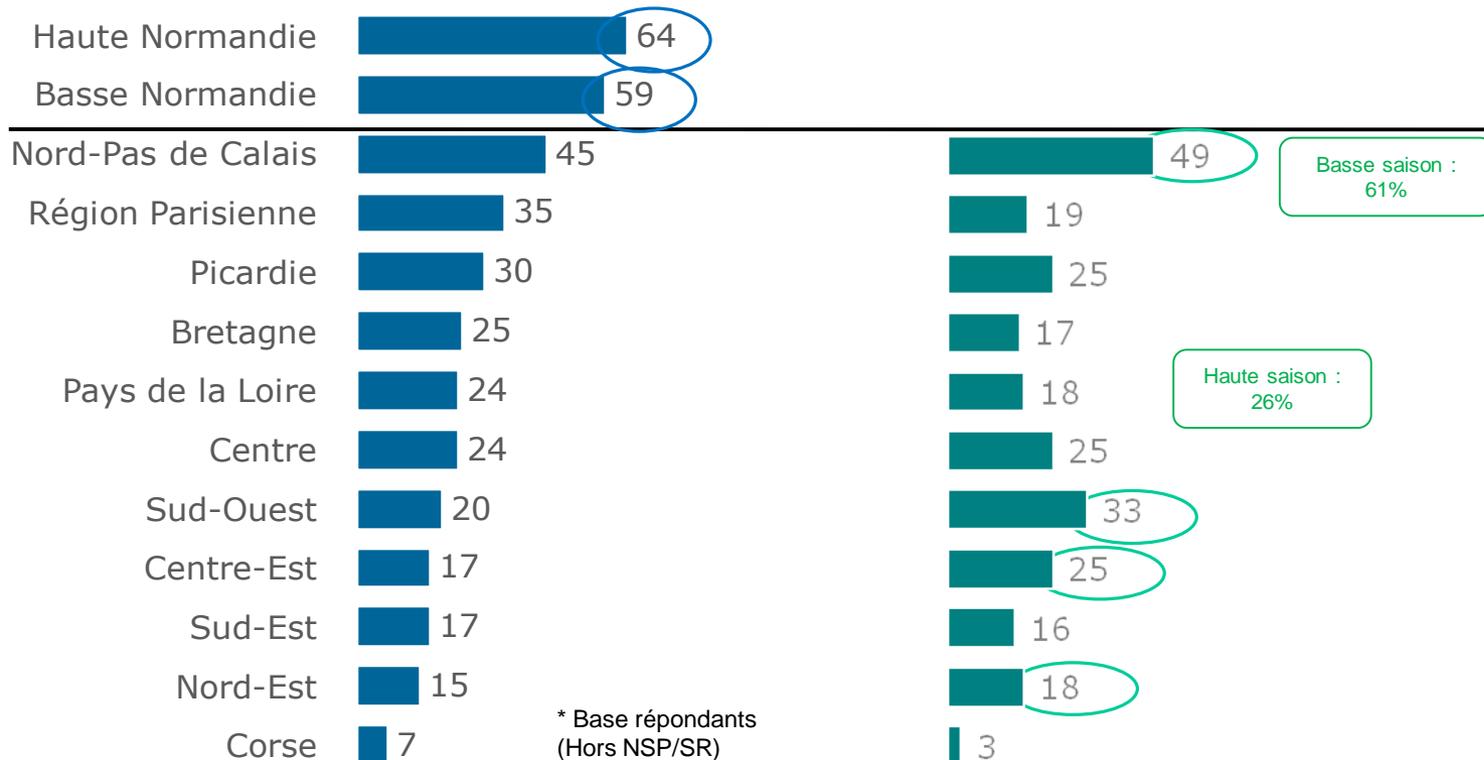
- 1 Contexte de visite**
- 2 Profil des visiteurs**
- 3 Processus de choix**
- 4 Caractéristiques de la visite / du séjour**
- 5 Circuit / Visite touristique en France**
- 6 Bilan de satisfaction de la destination**
- 7 Comportement d'utilisation des modes de transport**
- 8 Attentes et fidélisation**

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
n=2757*

Base Lot 1 : Transit uniquement
n=2052*

Résultats en %



→ Soit **75% sont allés dans une autre région** sur l'ensemble. Dans le détail, ils sont :

✓ **33%** parmi les personnes en **séjour unique**, **100%** parmi les personnes en **étape avec nuit** et **81%** parmi les personnes en **excursion (sans nuit)**

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

Total

Résultats en %

n=2757*

Par typologie de clientèle

Séjour unique

Etape avec nuit

Excursion (sans nuit)

n=824*

n=1178*

n=735*

Région	Total (%)	Séjour unique (%)	Etape avec nuit (%)	Excursion (sans nuit) (%)
Haute Normandie	64	53	72	59
Basse Normandie	59	68	64	35
Nord-Pas de Calais	45	20	53	52
Région Parisienne	35	10	47	33
Picardie	30	12	39	27
Bretagne	25	9	38	16
Pays de la Loire	24	6	34	20
Centre	24	7	33	22
Sud-Ouest	20	5	28	18
Centre-Est	17	4	24	15
Sud-Est	17	4	25	13
Nord-Est	15	4	22	12
Corse	7	2	9	6

* Base répondants (Hors NSP/SR)

→ Soit **75% sont allés dans une autre région** sur l'ensemble. Dans le détail, ils sont :

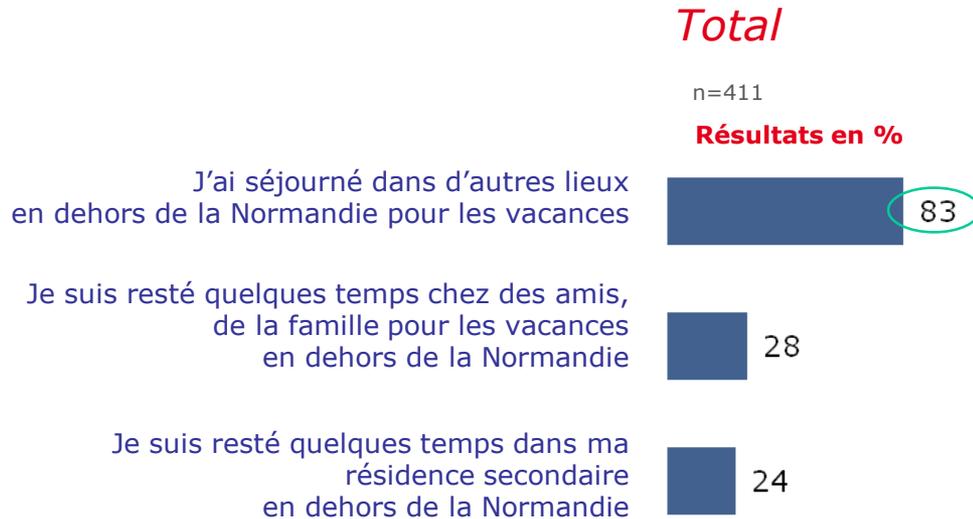
✓ **33%** parmi les personnes en **séjour unique**, **100%** parmi les personnes en **étape avec nuit** et **81%** parmi les personnes en **excursion (sans nuit)**

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

Par typologie de clientèle



	Etape avec nuit n=232	Excursion (sans nuit) n=100	De passage n=179
J'ai séjourné dans d'autres lieux en dehors de la Normandie pour les vacances	88	92	76
Je suis resté quelques temps chez des amis, de la famille pour les vacances en dehors de la Normandie	28	23	30
Je suis resté quelques temps dans ma résidence secondaire en dehors de la Normandie	18	5	36

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

	<i>Total</i>	Etape avec nuit	Excursion (sans nuit)	De passage
	Résultats en %	N=232	N=100	N=179
Paris		40	35	22
Bretagne (Sans précision)		11	13	5
Loire (Sans précision)		9	1	3
Pays de la Loire (Sans précision)		5	3	2
Bordeaux		8	7	9
Aquitaine (sans précision)		1	0	4
Nice		8	5	5
Marseille		8	1	5
Provence (sans précision)		3	6	3
La Rochelle		3	3	4
Vendée (Sans précision)		1	1	4
Lyon		3	4	4
Dordogne		2	5	8
Languedoc-Roussillon (Sans précision)		-	3	4
Calais		-	12	2
Bourgogne sur Mer		-	8	1
Etranger		1	3	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**

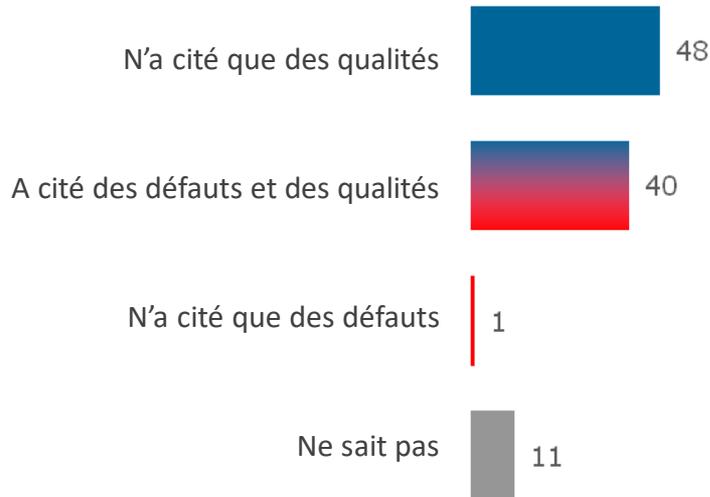
Q9. Qu'est-ce qui vous a plu et qu'est-ce qui vous a déplu ou moins plu concernant votre séjour / visite / pause / passage en Normandie dans son ensemble ?

Résultats en %

Base Lot 2 : Total

Total

N=645



Par typologie de séjour

	Séjour unique N=134	Etape avec nuit N=232	Excursion (sans nuit) N=100	De passage N=179
N'a cité que des qualités	52	37	48	61
A cité des défauts et des qualités	38	55	43	18
N'a cité que des défauts	1	2	0	1
Ne sait pas	10	5	8	20

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 ?

Par typologie de séjour

Résultats en %	TOTAL	Séjour unique	Etape avec nuit	Excursion (sans nuit)	De passage
Base Lot 2 : Total	N=645	N=134	N=232	N=100	N=179
ENVIRONNEMENT	34 / -	38 / -	21 / -	39 / -	48 / -
Beaux paysages, belle campagne	22	30	11	28	31
Belles plages (mer, côte)	5	6	5	10	3
Propreté générale	2	-	-	-	6
STYLE DE VIE	28 / 11	41 / 13	31 / 16	30 / 5	16 / 5
Personnes amicales	15	12	19	25	6
Atmosphère calme	5	12	2	2	7
Rythme de vie plus lent	4	12	3	2	3
Visite à des amis / de la famille	4	7	7	-	-
Se sentir comme chez soi (familiarité)	1	5	-	-	-
Attitude anti-Anglais	3	5	6	-	-
Plus cher en général	3	2	5	4	2
RESTAURATION	21 / -	33 / -	26 / -	13 / -	11 / -
Bonne qualité de la nourriture (aliment, vin, cidre, fromage, sauce, poisson, pommes)	20	31	24	11	11
VISITES	17 / 1	10 / -	24 / 1	25 / 4	7 / -
Héritage historique	13	7	21	18	2
Tapisseries de Bayeux	1	1	-	6	-
INFRASTRUCTURE ROUTIERE	15 / 3	7 / 1	8 / 4	13 / 2	31 / 3
Qualité des infrastructures	6	1	2	6	14
Plus facile, plus rapide de se déplacer par les routes	5	1	5	1	10
Routes plus calmes, moins encombrées	5	5	1	8	9
Qualité des autoroutes	2	-	-	-	7
ACTIVITES	9 / -	8 / -	12 / -	12 / -	3 / -
Variété des activités	4	2	7	3	0
Marchés	2	3	2	5	1
CLIMAT	7 / 12	10 / 11	9 / 17	4 / 13	2 / 6
Beau temps	7	10	9	4	2
Mauvais temps	11	10	14	13	6

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.

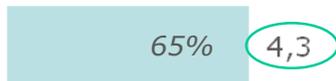
Total

Moyenne de 1 à 5

Base Lot 2 : Total N=645

% Très satisfait :

Satisfaction globale
N=645



Par typologie de séjour

	Séjour unique	Etape avec nuit	Excursion (sans nuit)	De passage
	N=134	N=232	N=100	N=179
	4,3	4,3	4,2	4,3

Equipements touristiques



4,3	4,3	4,3	4,2
-----	-----	-----	-----

Base Lot 2 : Personnes ayant fait un séjour, une étape ou une excursion en Normandie
N=453

Cadre et environnement
N=645



4,4	4,5	4,4	4,4
-----	-----	-----	-----

Transport
N=645



4,4	4,2	4,5	4,6
-----	-----	-----	-----

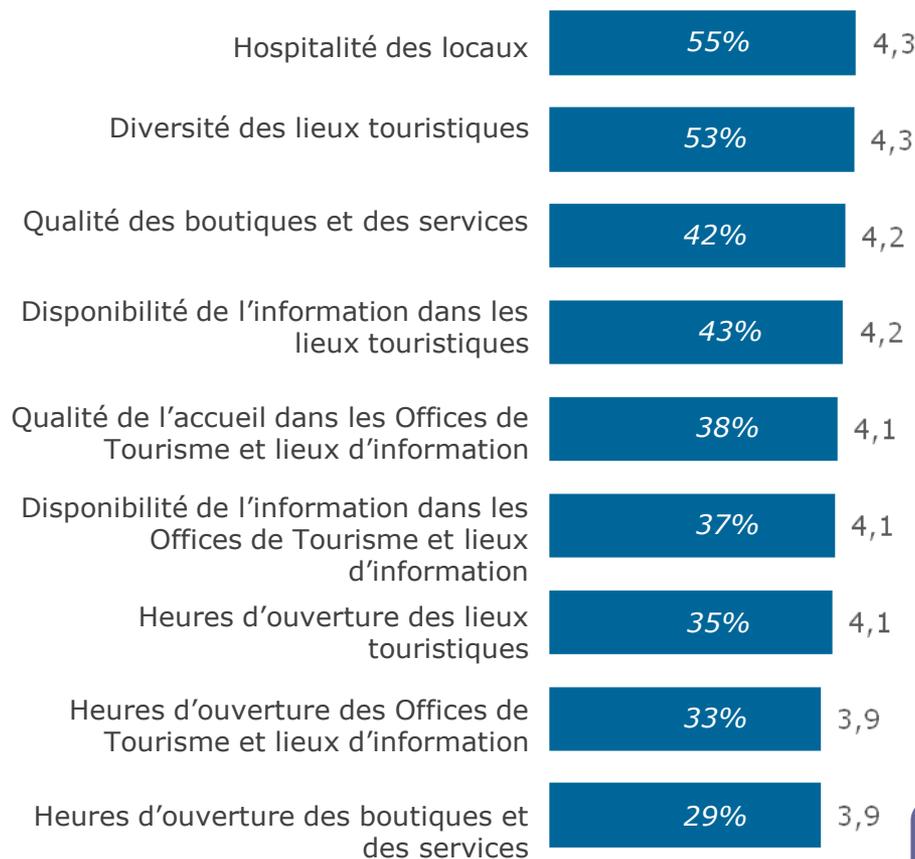
Score de référence
Mica Research
4.0 / 5

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=501

% Très satisfait : **Moyenne de 1 à 5**

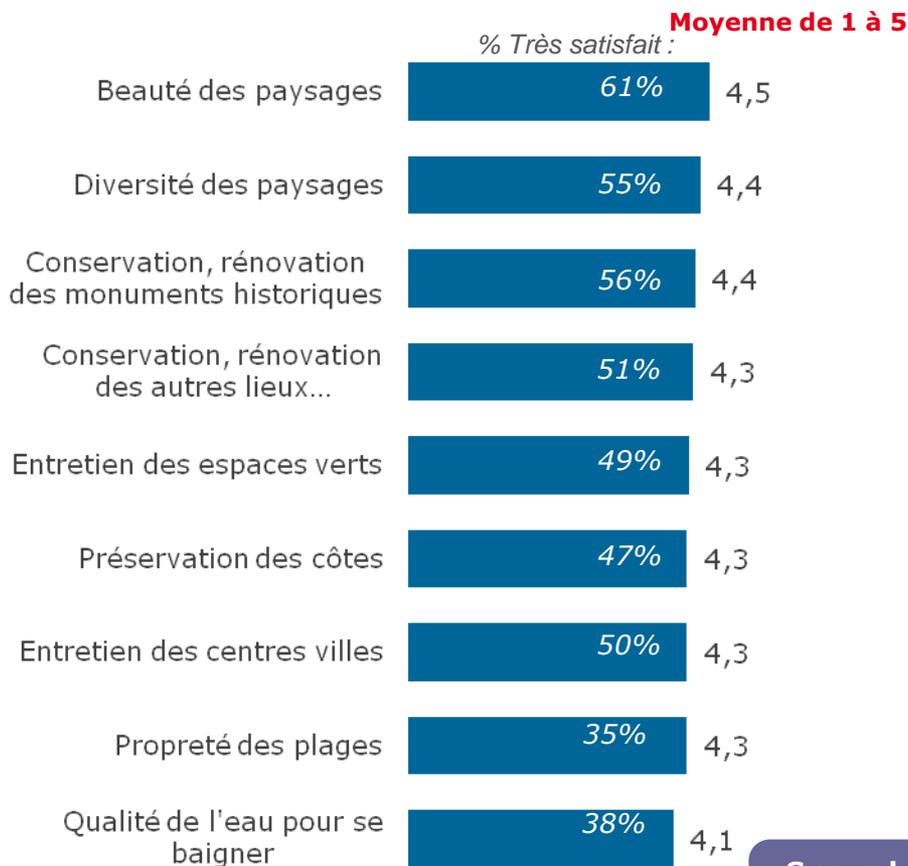


**Score de référence
Mica Research
4.0 / 5**

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=501

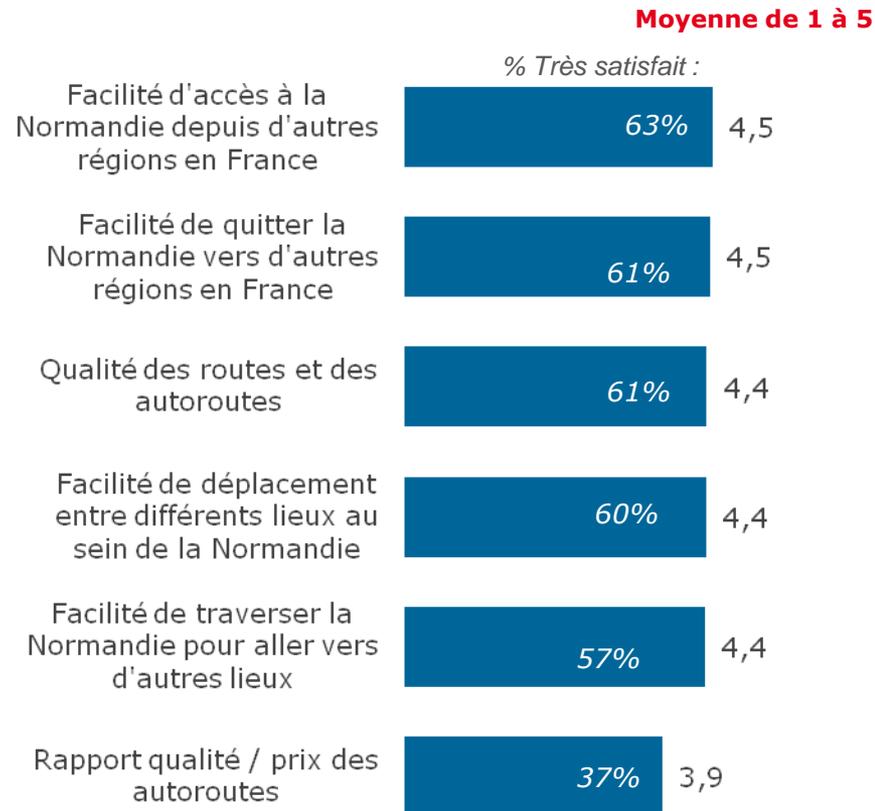


**Score de référence
Mica Research
4.0 / 5**



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

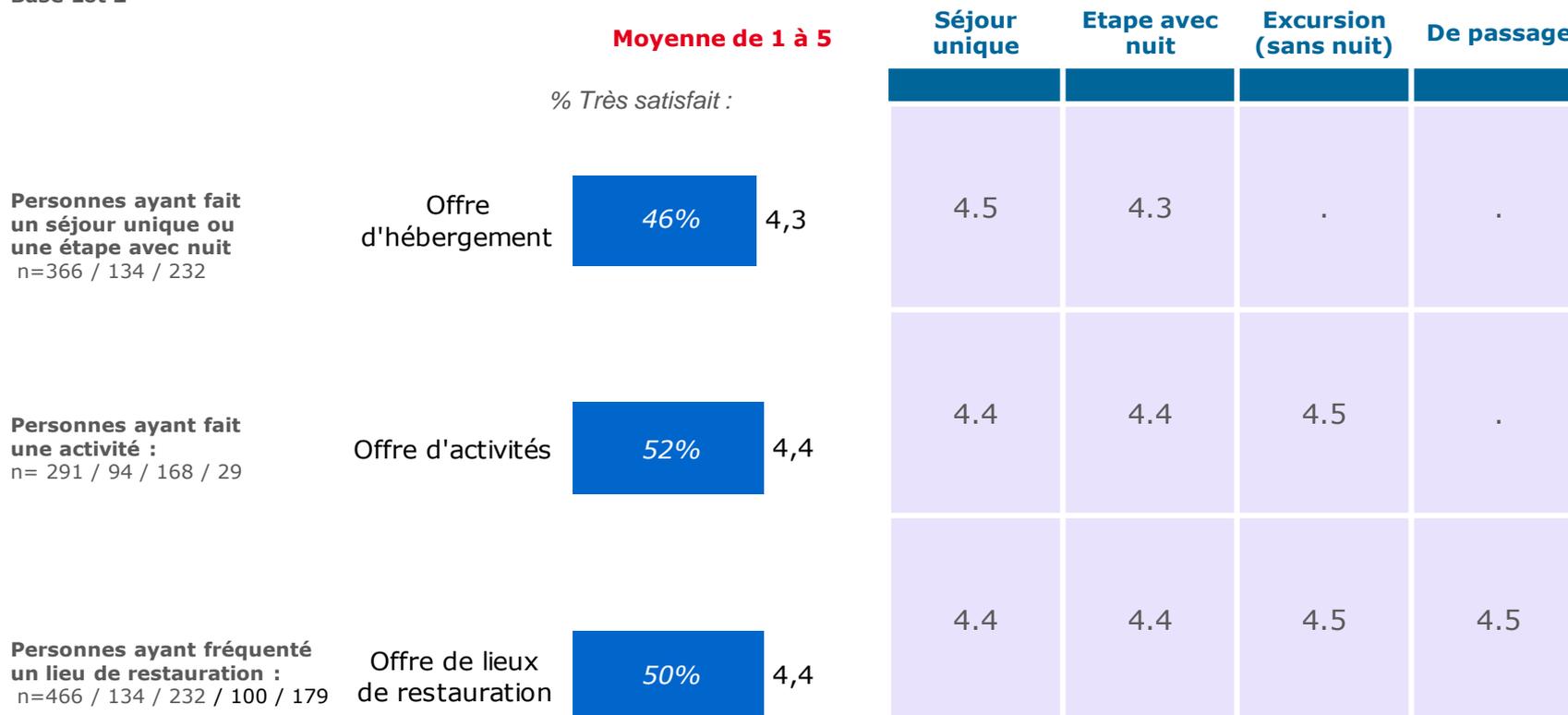
Base Lot 2 : Total
N=645



**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



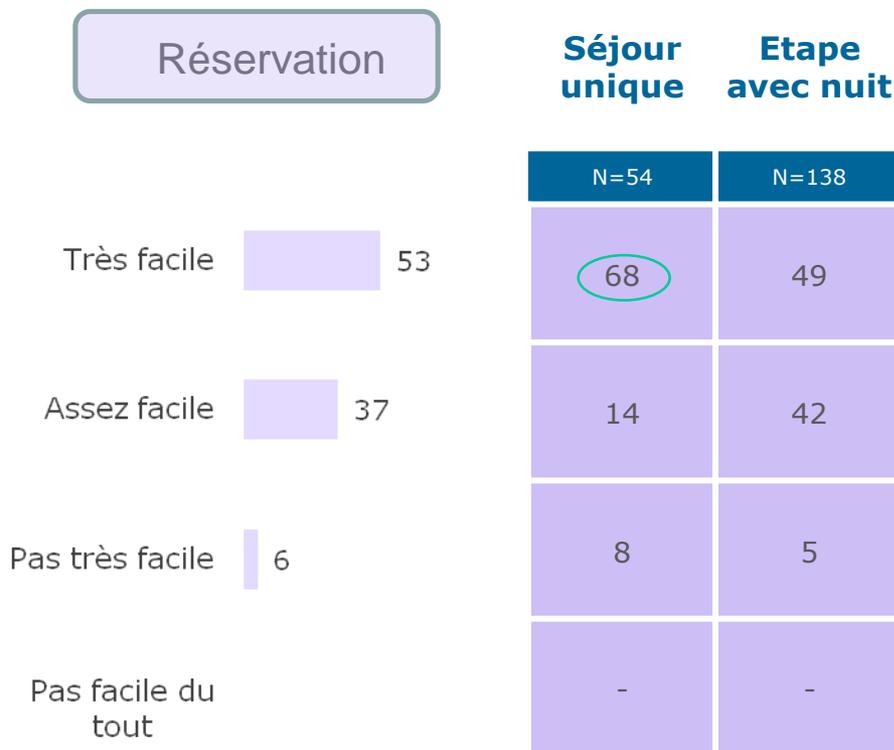
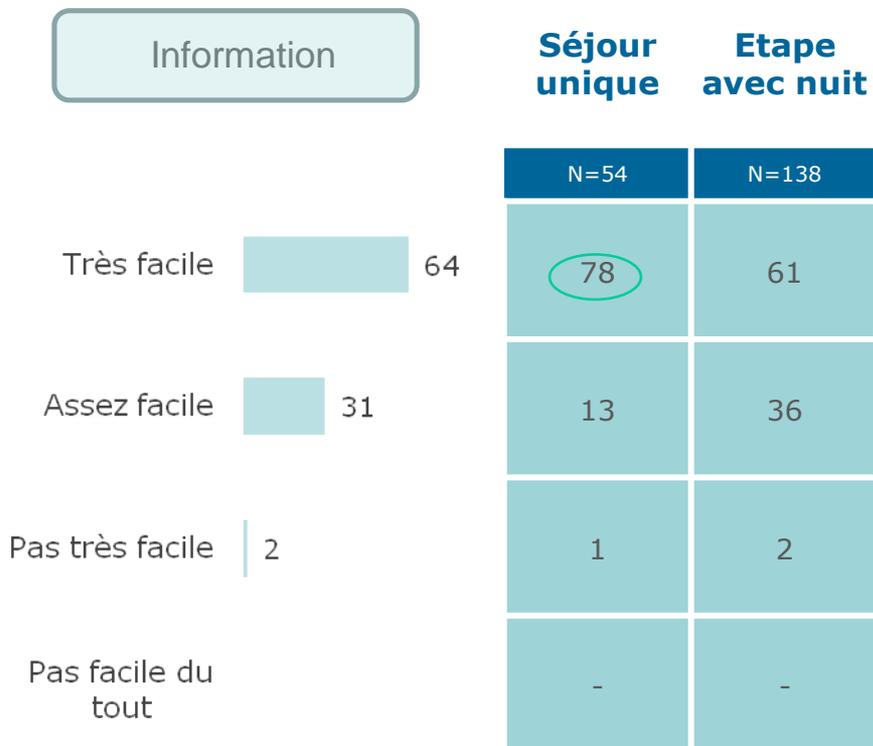
Score de référence
Mica Research
4.0 / 5

- 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**

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 ?

Résultats en %

Base Lot 2 : Personnes ayant réservé un hébergement payant
N=192



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.

Moyenne de 1 à 5

Base Lot 2 : Personnes ayant réservé un hébergement payant
Nombre d'hébergements par ville
n=201

	% Très satisfait :		Location de maison, d'appart.	Chambre d'hôte, meublé	Résidence de tourisme	Hôtel	Camping
			n=37	n=52	n=9	n=70	n=33
Globale	42%	4,3	4,3	4,2		4,4	4,2
Réception / Service	49%	4,3	4,2	4,2		4,5	4,5
Cadre	43%	4,2	4,2	4,0		4,4	4,2
Propreté	47%	4,2	4,1	4,0		4,4	4,2
Équipement / Confort	43%	4,2	4,1	4,0		4,4	4,2
Rapport qualité / prix	42%	4,2	4,1	4,0		4,3	4,3

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=876

Moyenne de 1 à 5

% Très satisfait

Satisfaction des activités

52%

4,4

	Plages du débarquement	Visite Parc, jardin	Visite ville	Gastronomie	Shopping, brocante, Antiquités	Plage, baignade	Activité aquatique	Balade à vélo	Marche à pied, randonnée
	N=98	N=68	N=130	N=78	N=93	N=73	N=32	N=42	N=80
Satisfaction des activités	4.5	4.2	4.3	4.4	4.4	4.3	4.3	4.2	4.5
Satisfaction du rapport qualité prix	4.4	4.1	3.9	4.0	3.9	4.4	4.2	4.3	4.4

40%

4,1

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=575

Moyenne de 1 à 5



	Restaurant, brasserie, cafeteria N=314	Commerce ambulant, sandwicherie N=88	Bar, Café, Salon de thé N=73
Satisfaction globale	4,4	4,3	4,3
Cadre	4,6	4,4	4,4
Équipement / Confort	4,5	4,4	4,3
Réception / Service	4,5	4,3	4,3
Propreté	4,4	4,3	4,3
Rapport qualité / prix	4,1	4,2	4,0

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 avec ce mode de transport ?

Plusieurs réponses possibles

Base Lot 1 : Total



Par mode de transport

	Ferry 1h15 → 8h45 N=4668	Avion N=213	Eurostar 2h20 N=231	Eurotunnel 35 min N=205
	51	47	39	36
	48	37	41	47
	29	31	45	26
	16	33	32	49
	20	24	29	43
	27	20	29	22
	22	15	19	8
	20	17	18	8
	5	35	27	24
	12	15	13	17
	6	16	24	14
	12	17	14	4
	8	11	19	14
	7	11	9	6
	4	5	2	3
	6	3	6	16

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

Plusieurs réponses possibles – **Extrait des principaux %**

Base Lot 1 : Total

Selon le port utilisé pour le retour

Résultats en %	FERRY	NOR-MANDIE	Caen Portsmouth 5h45	Cherbourg Poole 4h30	Dieppe Newhaven 4h00	Le Havre Portsmouth 5h30	HORS NOR- MANDIE	Boulogne Douvres 1h45	Calais Douvres 0h30
	N=4668	N=2162	N=732	N=534	N=390	N=506	N=2506	N=798	N=1576
Bon marché	51	25	10	15	46	55	63	74	63
Jours, horaires qui conviennent	48	56	59	58	39	55	44	42	45
Confortable à bord	29	29	42	19	28	24	28	22	29
Fait gagner du temps sur mon temps de trajet global	16	21	15	30	20	18	14	30	9
Moyen fiable	20	23	29	18	21	21	19	13	21
Port d'embarquement facile d'accès	27	37	36	33	45	40	23	25	21
Lieu d'arrivée proche de la destination	22	37	38	39	38	34	15	23	11
Possibilité de se restaurer à bord	20	20	26	14	17	18	19	11	21

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

Total

N=645

Moyenne de 1 à 5

Par mode de transport

Ferry

Avion

Eurostar

Eurotunnel

N=407

N=79

N=83

N=70

Satisfaction globale

% Très satisfait : 58%

4,5

4,6

4,3

4,2

4,4

EMBARQUEMENT

Ponctualité au départ

62% 4,4

4,5

4,1

4,4

4,5

Accueil en arrivant à bord

53% 4,4

4,5

4,2

4,3

4,2

Temps d'attente avant d'embarquer

51% 4,3

4,3

4,2

4,2

4,3

A BORD

Capacité des employés à renseigner

51% 4,3

4,5

4,2

4,1

4,0

Confort

50% 4,3

4,4

4,2

4,2

4,2

Propreté

52% 4,3

4,5

4,3

4,2

4,1

Boutiques

45% 4,0

4,0

.

4,1

.

Lieux de restauration

44% 4,0

4,0

.

4,0

.

ARRIVEE

Ponctualité à l'arrivée

58% 4,4

4,5

4,3

4,1

4,4

Temps d'attente au débarquement

53% 4,3

4,3

4,2

4,1

4,4

Rapport qualité / prix

51% 4,3

4,4

4,1

4,0

4,3

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

	FERRY	NOR-MANDIE	Caen	Cherbourg	Dieppe	Le Havre	HORS NOR-MANDIE	Boulogne	Calais
	N=407	N=207	N=60	N=56	N=32	N=59	N=206	N=47	N=146
Satisfaction globale	4,6	4,7	4,8	4,7	4,3	4,6	4,7	4,3	4,7
Embarquement									
Ponctualité au départ	4,5	4,6	4,6	4,6	4,5	4,6	4,4	4,0	4,5
Accueil en arrivant à bord	4,5	4,6	4,7	4,7	4,3	4,4	4,4	4,3	4,4
Temps d'attente avant d'embarquer	4,3	4,4	4,5	4,5	4,2	4,3	4,3	4,0	4,4
A Bord									
Capacité des employés à renseigner	4,5	4,5	4,6	4,6	4,4	4,3	4,4	4,1	4,5
Confort	4,4	4,6	4,8	4,5	4,5	4,3	4,4	4,3	4,4
Propreté	4,5	4,5	4,6	4,6	4,4	4,2	4,4	4,2	4,4
Boutiques	4,0	4,0	4,3	4,1	3,7	3,3	4,0	3,7	4,0
Lieux de restauration	4,0	4,2	4,6	4,2	3,7	3,9	4,0	3,4	4,1
Arrivée									
Ponctualité à l'arrivée	4,5	4,6	4,6	4,6	4,6	4,6	4,4	3,7	4,6
Temps d'attente au débarquement	4,3	4,4	4,6	4,5	4,3	4,3	4,4	3,6	4,6
Rapport qualité / prix	4,4	4,2	4,2	4,1	4,1	4,2	4,5	4,3	4,6

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=645

Satisfaction des moyens de transport pour la Normandie

Moyenne de 1 à 5

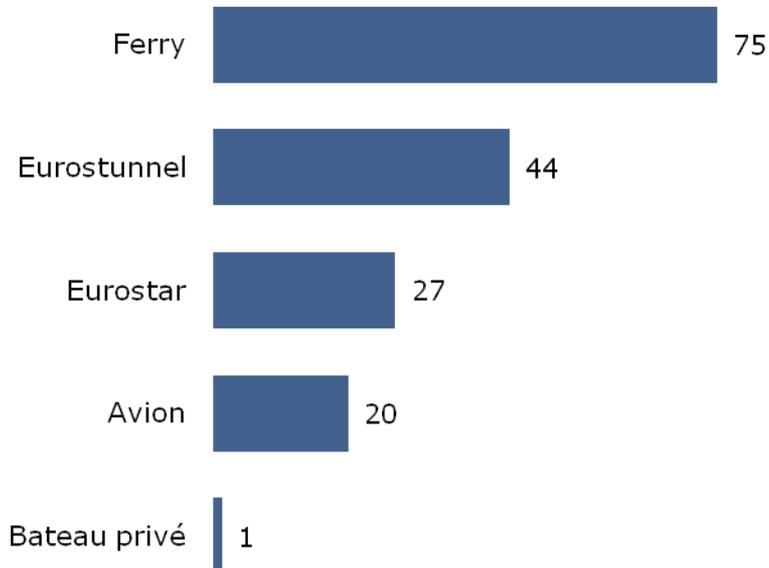
Satisfaction Globale

% Très satisfait : 55%

4,4

Moyens de transport utilisés pour aller en Normandie

Résultats en %



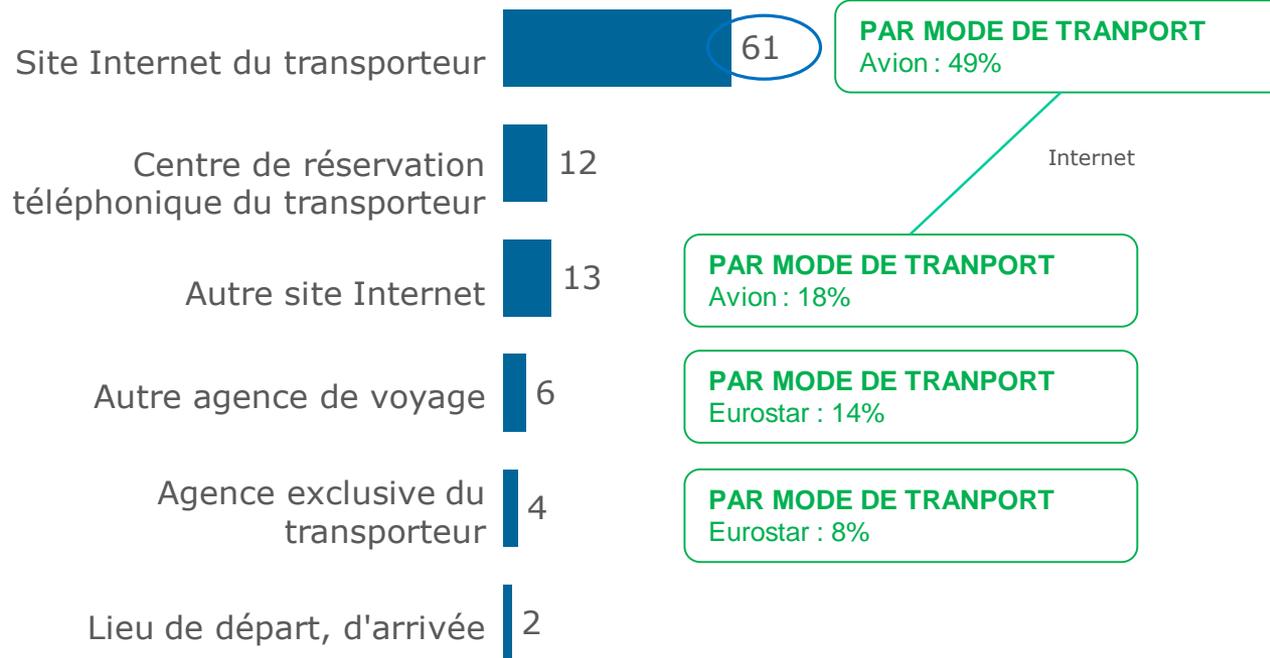
Par mode de transport

	Ferry	Avion	Eurostar	Eurotunnel
N	N=134	N=232	N=100	N=179
Score moyen	4.6	4.3	4.2	4.2
100%	100	48	31	53
34%	34	40	26	100
10%	10	22	100	23
9%	9	100	15	-
-	-	3	1	3

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

Base Lot 1 : Total
N=5317

Résultats en %



NSP/SR : 2

Q6. Plus précisément, quel type de billet avez-vous choisi ?; Q7. Par quel mode de transport êtes-vous venu en France pour ce voyage ?

Base Lot 1 : Total

Résultats en %

Total

N=5317

Type de billet acheté

Par mode de transport

Ferry

Avion

Eurostar

Eurotunnel

N=4668

N=213

N=231

N=205

Aller-Retour sur la même traversée



Séjour unique : 97%

91

90

94

98

Aller différent du Retour



9

10

6

2

Par mode de transport utilisé à l'aller

Ferry



6

1

-

1

Eurotunnel



1

4

2

-

Avion



1

5

1

1

Eurostar



-

-

3

-

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

Total

N=5317 Résultats en %

21% ont acheté un « package »

TYPO DE CLIENTELE

Séjour unique : 29%
 Etape avec nuit : 31%
 Excursion (sans nuit) : 13%
 En transit : 8%

FREQUENCE SEJOURS/VISITES

1^{ère} fois : 34%
 Au moins 1 fois : 25%
 Plusieurs fois/an : 23%
 En transit : 8%

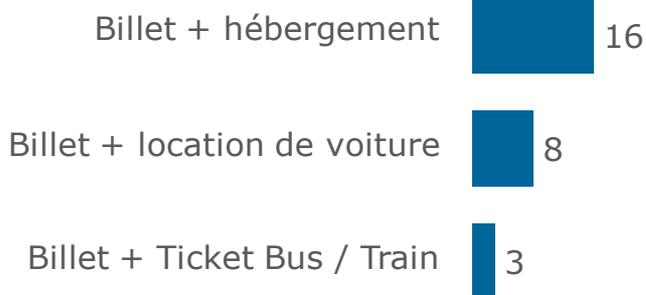
Par mode de transport

Ferry	Avion	Eurostar	Eurotunnel
N=4668	N=213	N=231	N=205
8	60	38	11

SELON LE PORT UTILISE POUR LE RETOUR

Caen : 17%
 Cherbourg : 17%

Contenu du package



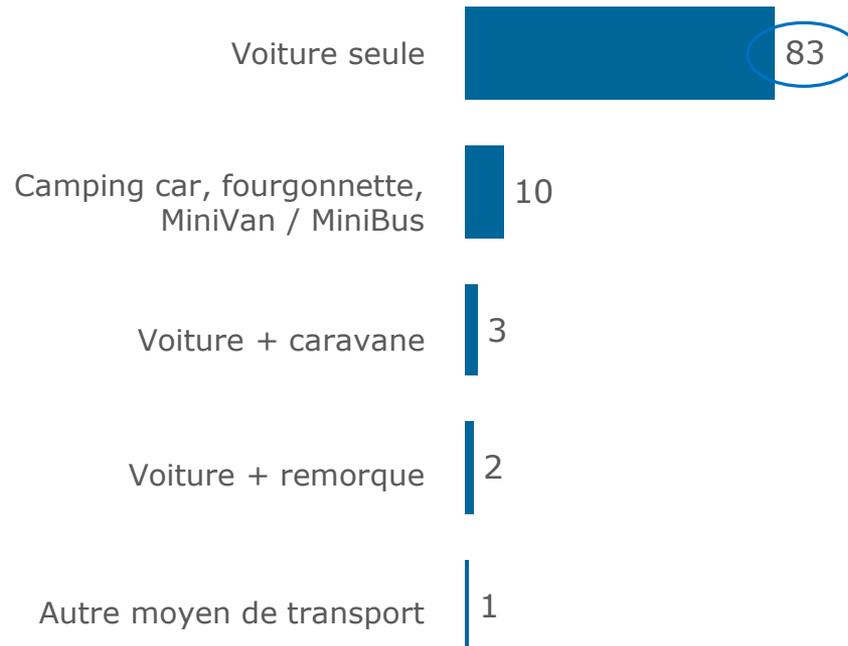
6	46	30	9
-	32	17	3
-	12	5	1

Q12. Comment voyagez-vous ?

Base Lot 1 : Personnes ayant pris le Ferry ou l'Eurotunnel

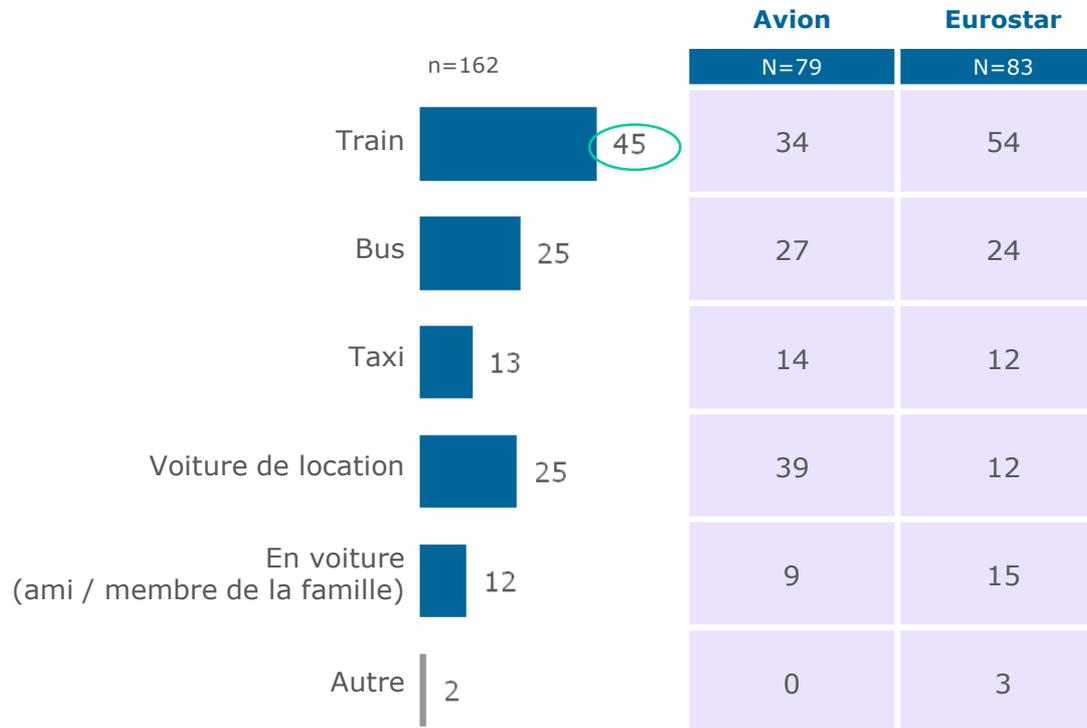
n=4702

Résultats en %



Q32. Une fois arrivé en France, quel(s) moyen(s) de transport avez-vous utilisé pour arriver en Normandie ?

Base Lot 2 : Personnes ayant pris l'Avion ou l'Eurostar



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

Base Lot 2 : Total

Total

Par mode de transport

Résultats en %

N=5317

1 fois par an 25

2 à 3 fois par an 41

Plus de 3 fois par an 26

FREQUENCE SEJOURS/VISITES
Plusieurs fois/an : 54%

C'est la 1ère fois 8

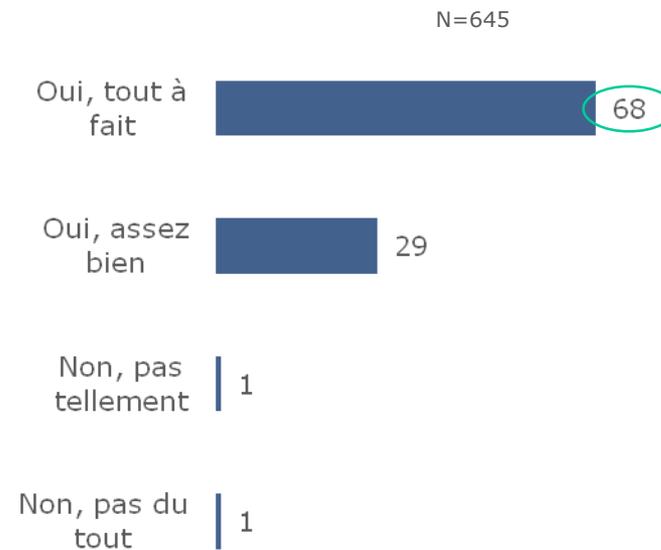
	Ferry N=4668	Avion N=213	Eurostar N=231	Eurotunnel N=205
1 fois par an	30	14	16	26
2 à 3 fois par an	32	50	55	45
Plus de 3 fois par an	28	36	20	17
C'est la 1ère fois	8	1	10	12

- 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
	N=645	N=134	N=232	N=100	N=179
Résultats en %					
TAUX DE CITATIONS SPONTANÉES	43	41	46	40	42
FERRY	8	8	2	6	19
Embarquement / Débarquement	3	2	-	2	8
Traversée	3	6	2	3	4
Services à bord	2	1	-	1	7
STYLE DE VIE	6	3	10	5	1
Le coût de la vie	4	1	6	5	1
L'hospitalité	2	3	3	-	-
TRANSPORT	6	2	5	6	8
Services routiers	3	2	3	1	5
Qualité des routes	2	1	1	4	4
Transport public	1	-	1	1	1
INFORMATION	5	4	5	4	6
HEBERGEMENT	4	4	5	2	3
RESTAURATION	4	5	6	3	2
Gastronomie en général	4	5	6	3	2
Etablissements en particulier	1	1	-	-	1
ENVIRONNEMENT	3	1	4	6	2
L'entretien, la propreté	2	1	3	5	1
Les paysages	1	-	-	1	2
CLIMAT	2	-	3	1	1
ACTIVITES	2	4	1	2	3

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

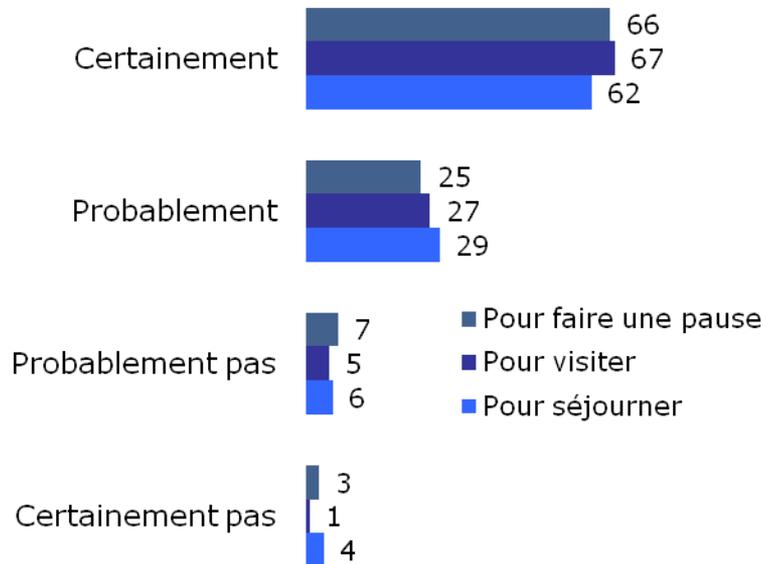
Q37. Dans quelle mesure recommanderiez-vous à un ami, une connaissance de faire une pause de, visiter, de séjourner en Normandie ?
Q38. Et retourneriez-vous en Normandie pour faire une pause, visiter, séjourner ?

Résultats en %

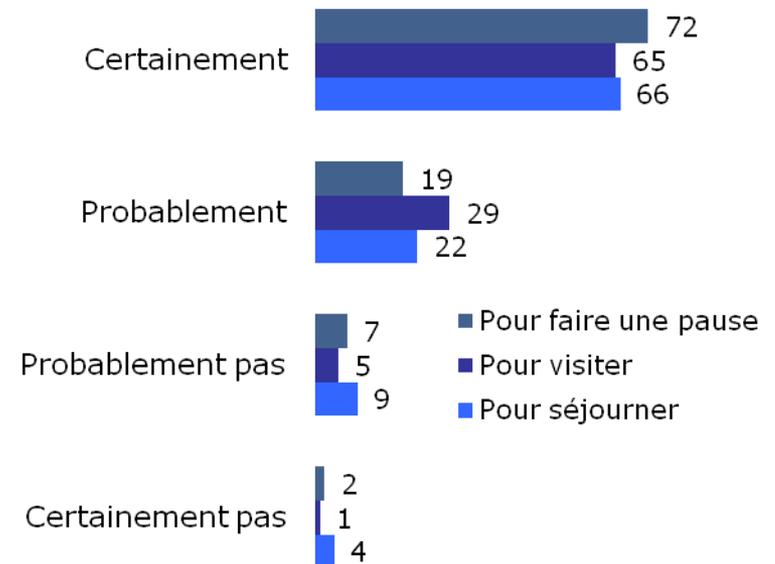
Base Lot 2 : Total

N=645

Recommandation



Intention de revenir



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 pourraient être disponibles à bord, vous allez m'indiquer votre niveau d'intérêt en donnant une note de 0 à 10.

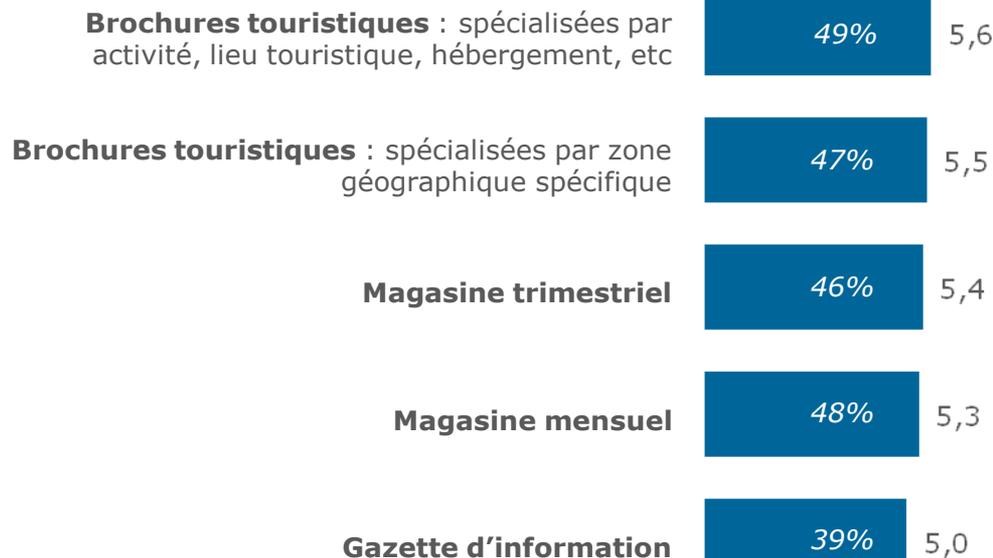
Base Lot 2 : Passagers en Ferry au départ des ports normands

Total

Moyenne de 0 à 10

n=207

Notes de 7 à 10:



Selon le port de départ

Caen Cherbourg Dieppe Le Havre

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

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 : Passagers en Ferry au départ des ports normands

Total

Par typologie de séjour

	Moyenne de 0 à 10	Séjour unique	Etape avec nuit	Excursion (sans nuit)	De passage
		n=54	n=33	n=36	n=84
N=207					
Notes de 7 à 10:					
Brochures touristiques : spécialisées par activité, lieu touristique, hébergement, etc	49% 5,6	6,4	6,8	5,0	4,8
Brochures touristiques : spécialisées par zone géographique spécifique	47% 5,5	6,1	6,7	5,0	4,8
Magazine trimestriel	46% 5,4	6,3	6,2	4,6	4,8
Magazine mensuel	48% 5,3	6,4	5,9	5,2	4,6
Gazette d'information	39% 5,0	6,0	5,0	5,6	4,3

Conclusions et Recommandations

- Un profil de visiteurs « unique / uniforme » (couples et familles, CSP + et +/-) et une structure similaire (taux de primo-visiteurs) quelle que soit la saison (sans effet de saisonnalité)
- Une fidélité qui croît avec l'âge et la CSP (du chef de famille)
- Un cycle de vie du visiteur en Normandie lié à l'âge :
 - Primo-visiteurs : davantage de familles et plus jeunes (34 ans en moyenne)
 - Fidèles : davantage de couples et plus âgés (45 ans en moyenne)
 - Abandonnistes : couples les plus âgés (49 ans en moyenne)
- Une consommation touristique en accord avec l'image de la région, et donc plutôt « ciblée » :
 - la clientèle vient d'abord pour la visite des villes et pour le patrimoine historique (générateur de séjour d'étape)
 - et se fidélise notamment avec la possession d'une résidence secondaire, la présence d'amis et la connaissance de la diversité de la région (paysages, gastronomie, shopping)
- Un déficit de notoriété et de communication des activités « loisirs » (divertissement, sport, événements) qui ne permettent pas de recruter davantage en moyenne et haute saison
- Une très bonne satisfaction générale et de ses prestations touristiques auprès des utilisateurs (hébergement, restauration, activités)
- Une destination qui gagne à être davantage connue pour ces divers aspects (hors patrimoine historique)

Au vu des résultats de l'étude, la destination Normandie doit pouvoir s'équilibrer sur les 2 aspects suivants :

■ **Fidélisation du cœur de cible actuel** (couples et familles) :

→ **Créer une offre « Loisirs » et apporter de la nouveauté dans l'offre existante** pour :

- continuer à susciter de l'intérêt pour la destination
- inciter les fidèles (en séjour) à continuer à consommer le tourisme de la région et en faire les prescripteurs de la destination
- répondre au mieux aux attentes des familles avec jeunes enfants (filiale équestre)

→ **Encourager, développer l'esprit de « communauté »** (associations d'amis, rencontres locales, associations professionnelles pour développer les échanges entre petits producteurs, entrepreneurs des 2 pays, etc)

■ **Développement, recrutement de cibles** (sous réserve de compatibilité avec le cœur de cible actuel) :

- Cible sénior (abandonniste)
- Cible professionnelle (offre corporate)

→ **Créer une offre « cocooning » et différenciante par rapport aux autres régions**, tout en valorisant le cadre, l'environnement de la région (paysages, style de vie, etc)

- De façon générale, au regard des activités réalisées et de la notoriété des lieux touristiques, **la région Normandie doit pouvoir se construire une offre diversifiée et faire valoir ses atouts** :
 - Capitalisation de l'offre culturelle (villes – site – gastronomie -...) de la région
 - Sélection des éléments distinctifs de l'offre « Loisirs » existante (plage – baignade - activité nautique - balade à vélo/à cheval/randonnée – golf -...) et la développer
 - Développement / création d'une offre « évènementielle »

- Afin d'inciter la clientèle britannique à venir ou revenir dans la région, **il est nécessaire de promouvoir la région telle qu'elle souhaite être aujourd'hui** et non pas principalement à travers « le passé » :
 - Faire connaître la destination en soi et construire l'image de la Normandie
 - Faire parler de l'offre et mettre en avant les éléments distinctifs : activités / évènements, lieux / paysages touristiques, hébergement, restauration
 - Faire valoir la praticité / facilité d'accès : proximité géographique et liaison par les modes de transport

- Pour ce faire, 2 moyens principaux :
 - **Campagne de promotion « Grand Public »** pour faire connaître, faire parler, faire valoir la Normandie : donner envie d'y venir
 - **Optimiser la visibilité de l'offre, notamment à travers Internet** (sites des transporteurs, location de voiture, d'hébergement et sites dédiés) pour communiquer sur la région, avoir accès aux informations principales (pratiques et touristiques (actualités, évènements))

- Pour répondre à ces objectifs, les transporteurs ont aussi un rôle à jouer dans le cadre d'un renouvellement de la clientèle, élargissement de la clientèle :
 - promouvoir un transporteur avec une offre Midlands – Normandie
 - encourager les Ferries à développer l'offre « package » (billet + hébergement)