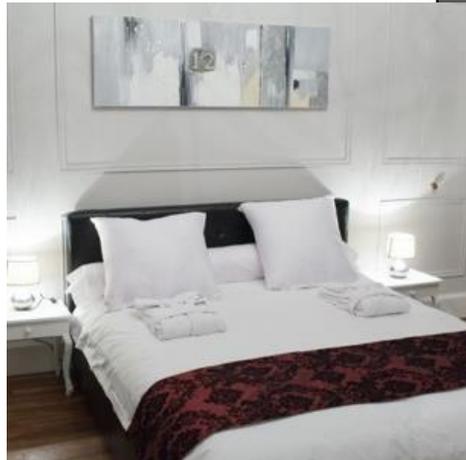




SUIVI DE LA DEMANDE TOURISTIQUE ETUDE KANTAR TNS



2019

SUIVI DE LA DEMANDE TOURISTIQUE – 2019

Département de la Vienne – Etude KANTAR TNS

- Etude de référence sur la mobilité touristique : recense et décrit l'ensemble des voyages comportant au moins une nuit passée hors du domicile des Français
- Interrogation d'un échantillon panélisté : chaque mois, les mêmes individus sont interrogés sur leur comportement du mois écoulé – **22 000 panélistes** sollicités
- Description des voyages réalisés :
 - Dates de départ et retour
 - Motif du voyage (personnel, professionnel, mixte)
 - Description des voyages : destination, mode d'hébergement principal, moyen de transport utilisé, environnement géographique, nombre d'accompagnants présents
- Age de la population sondée : 15 ans et plus

SUIVI DE LA DEMANDE TOURISTIQUE – 2019

Département de la Vienne – Etude KANTAR TNS



La part des voyages dans la Vienne représente **0,8%** des voyages en France...soit le **42e** département au niveau national

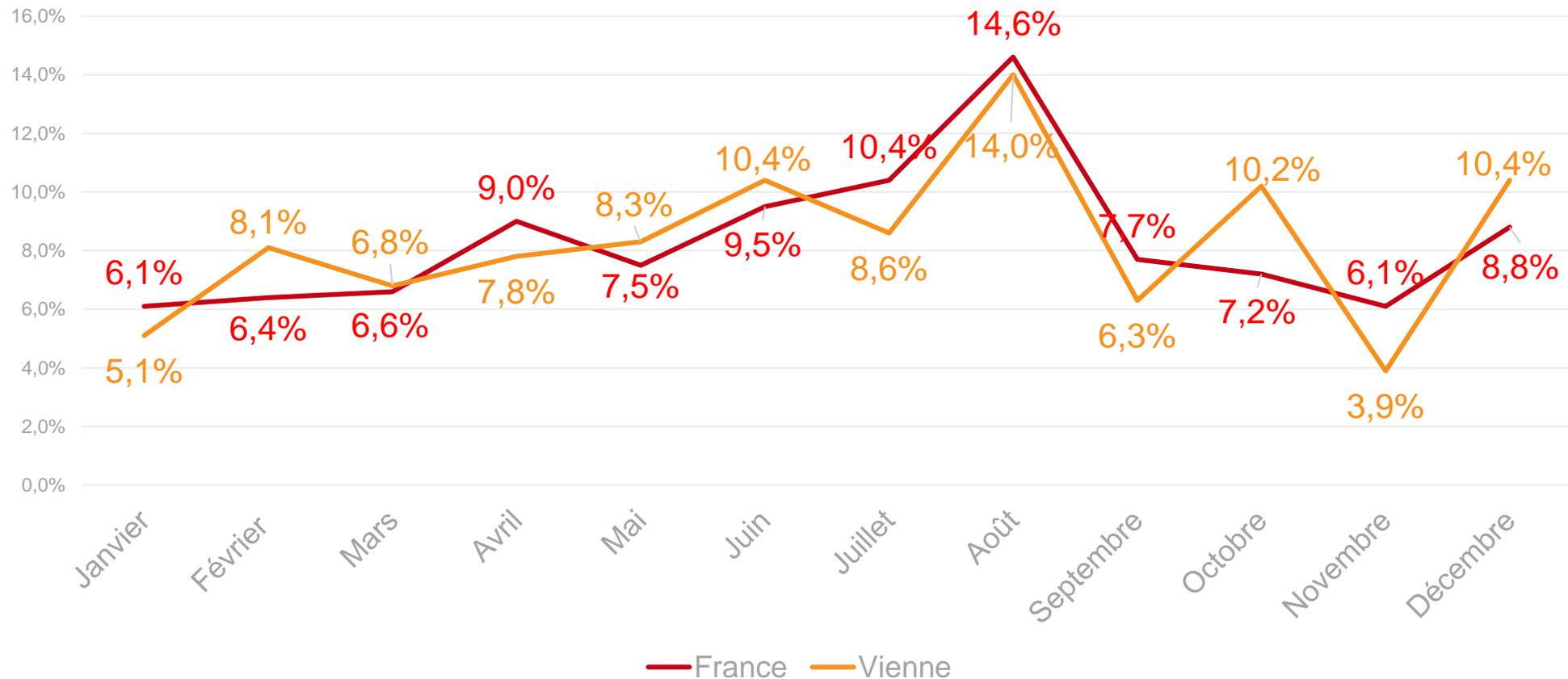
La fréquentation touristique recule en Vienne en 2019

En Vienne, le volume de voyages s'élève à 1,7 millions. Le marché touristique du département recule en 2019 (-13,9% voyages vs 2018) tandis que le niveau national est atone (-1,8%).

SUIVI DE LA DEMANDE TOURISTIQUE – 2019

Département de la Vienne – Etude KANTAR TNS

Répartition des voyages réalisés en 2019



SUIVI DE LA DEMANDE TOURISTIQUE – 2019

Département de la Vienne – Etude KANTAR TNS



La part des nuitées dans la Vienne représente **0,5%** des nuitées en France...soit le **46e** département au niveau national

La fréquentation touristique recule en Vienne en 2019

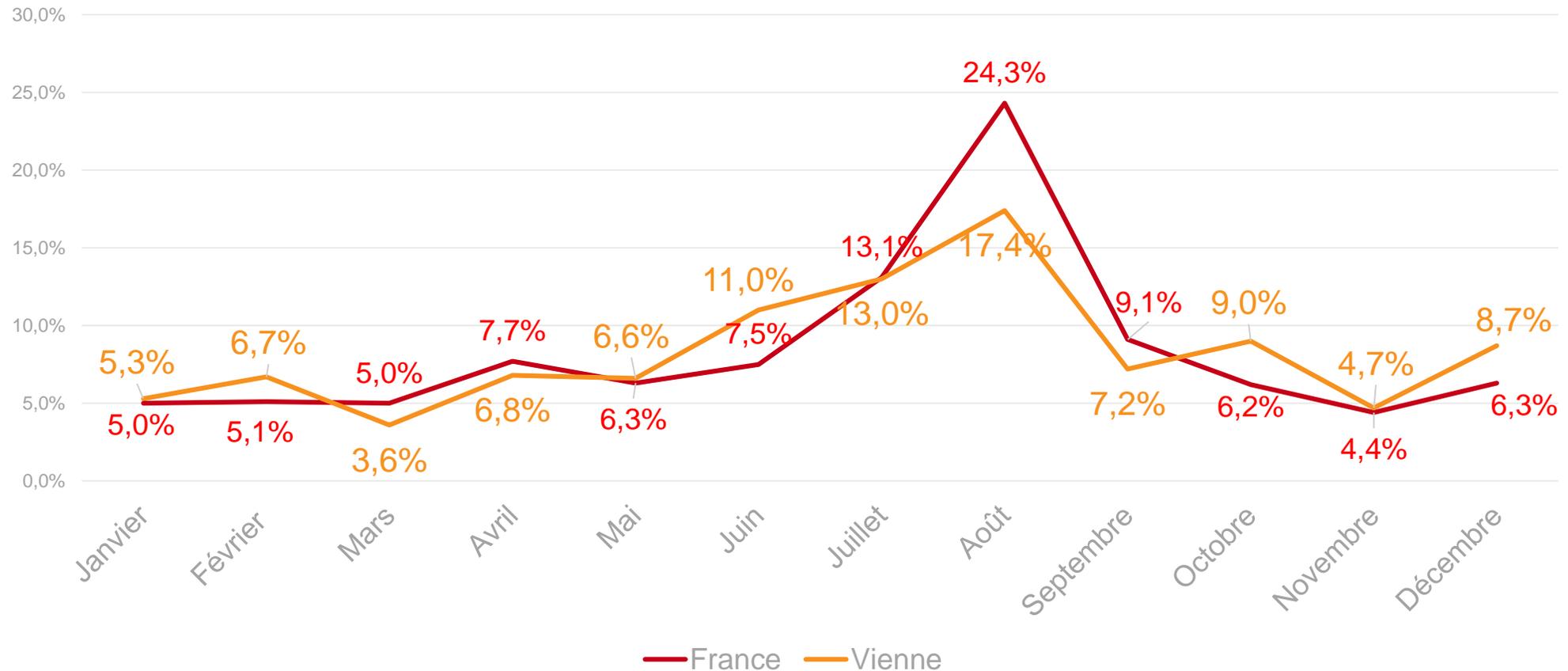
Le volume de nuitées en Vienne s'élève à 5,8 millions en 2019. Il était de 7 millions en 2018.

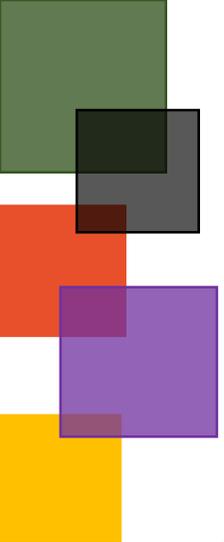
En part de marché, 0,5% du total des nuitées des français sont effectuées en Vienne en 2019.

SUIVI DE LA DEMANDE TOURISTIQUE – 2019

Département de la Vienne – Etude KANTAR TNS

Répartition des nuitées en 2019





SUIVI DE LA DEMANDE TOURISTIQUE – 2019

Département de la Vienne – Etude KANTAR TNS

Un tourisme assez réparti, avec néanmoins trois mois un peu plus touristiques : juin, août et octobre.

La répartition de la fréquentation touristique dans l'année en Vienne est en phase avec le niveau national. En octobre, le département est davantage visité que dans le reste de la France (+3 pts, en voyages).

SUIVI DE LA DEMANDE TOURISTIQUE – 2019

Département de la Vienne – Etude KANTAR TNS



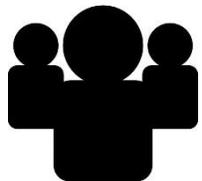
73 % des séjours dans la Vienne sont des courts voyages (de 1 à 3 jours) *(+6,4% par rapport à 2018)*

Moyenne nationale : 59 %



Durée moyenne du voyage : **3,5 nuits** *(3,6 en 2018)*

Moyenne nationale : 5 nuits



77 % des voyageurs sont accompagnés... dont **39%** avec des enfants *(75% dont 42% en 2018)*

Moyenne nationale : 72 % voyageurs accompagnés dont 26 % avec des enfants

SUIVI DE LA DEMANDE TOURISTIQUE – 2019

Département de la Vienne – Etude KANTAR TNS

Une région privilégiée pour les voyages de courte durée et les voyages en famille.

En 2019, la Vienne est davantage prisée pour les voyages de moins de 4 nuits par rapport à l'an dernier (+6,4 pts) et le niveau national (+4,1 pts). Plus de la moitié des voyages ont un but familial ou amical.

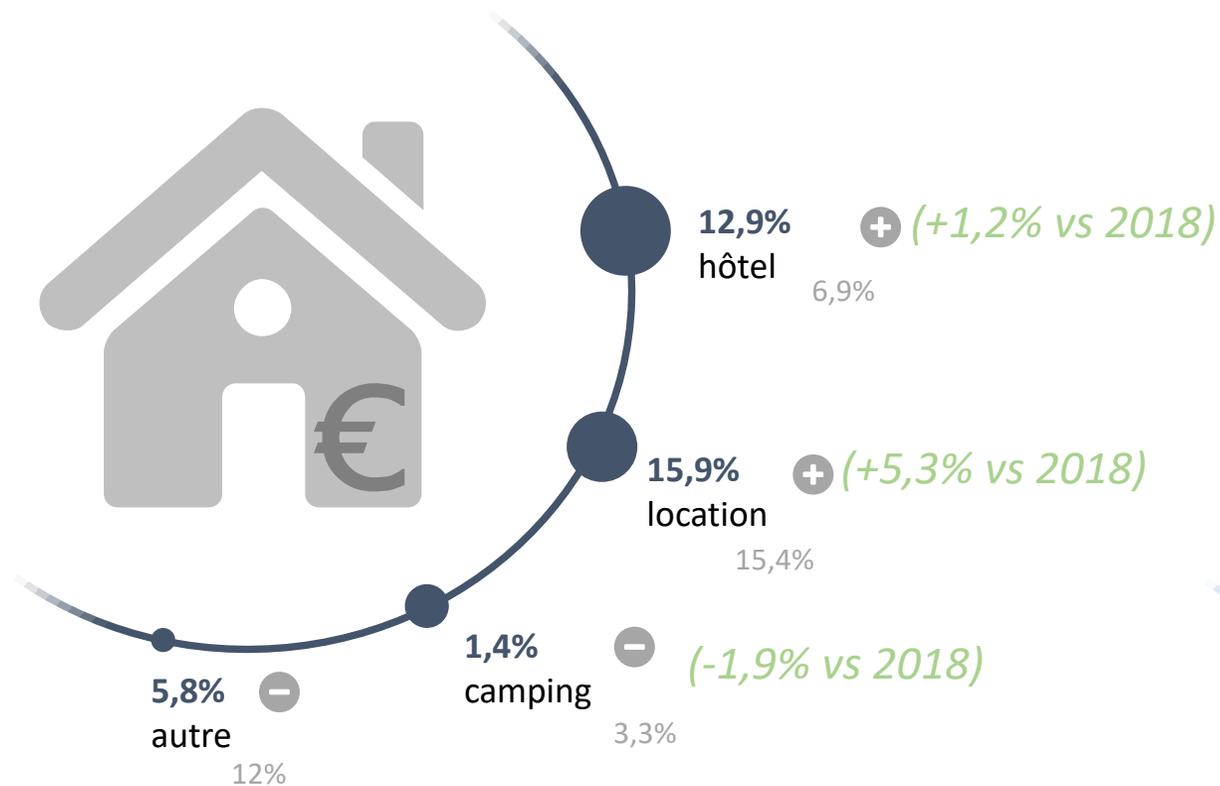
Par ailleurs, la région attire davantage les voyageurs accompagnés avec des enfants (+12,5 pts).

SUIVI DE LA DEMANDE TOURISTIQUE – 2019

Département de la Vienne – Etude KANTAR TNS

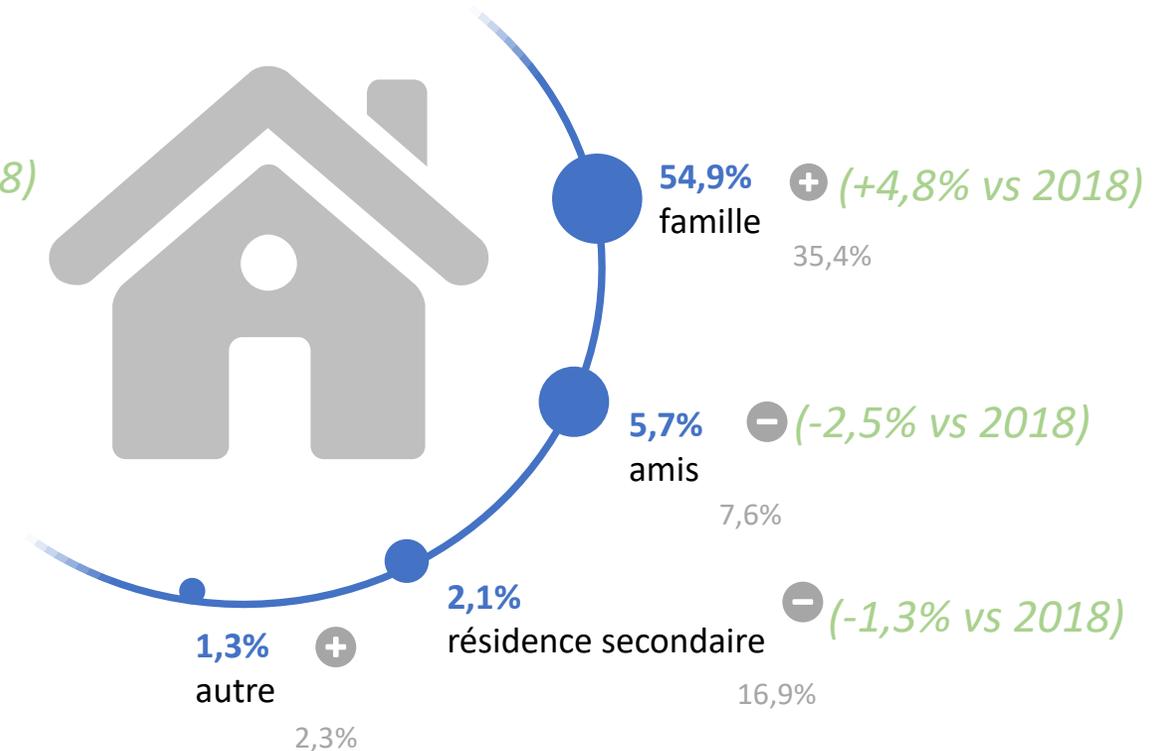
36 % hébergement marchand

Moyenne nationale : 38 %



64 % hébergement non marchand

Moyenne nationale : 62 %



Base : nuitées personnelles dans La Vienne

SUIVI DE LA DEMANDE TOURISTIQUE – 2019

Département de la Vienne – Etude KANTAR TNS

L'hébergement en famille est majoritaire.

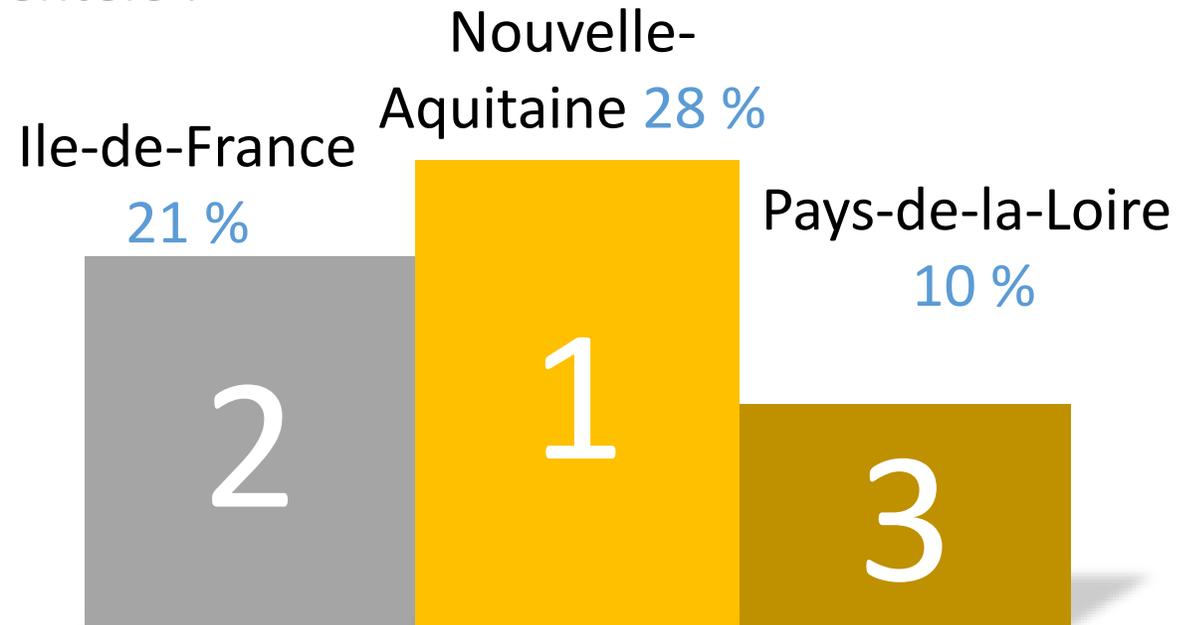
La part de l'hébergement non marchand en Vienne est stable et représente près des 2/3 des nuitées personnelles en 2019. La famille en est le principal lieu de résidence (55%).

La part de l'hébergement marchand représente 36% des nuitées personnelles. Il est porté par une dynamique croissante de l'hébergement en locations (16%, +5,3 pts vs 2018) puis de l'hébergement hôtelier (13%).

SUIVI DE LA DEMANDE TOURISTIQUE – 2019

Département de la Vienne – Etude KANTAR TNS

Origine de la clientèle :



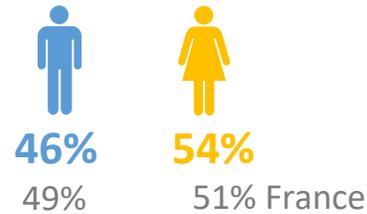
Un bassin de clientèle issu essentiellement de l'Ouest.

En Vienne, près d'1 touriste sur 3 vient de la Nouvelle Aquitaine, puis 1 sur 10 des Pays de la Loire ou de la Normandie. Le deuxième bassin de clientèle important, bien qu'équivalent à la moyenne nationale est l'Ile de France (21%).

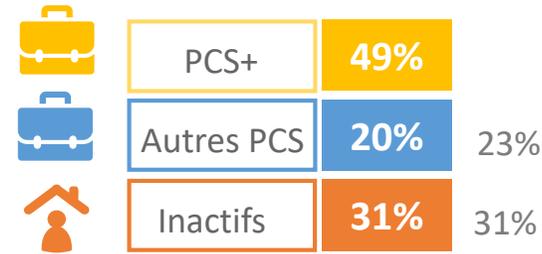
SUIVI DE LA DEMANDE TOURISTIQUE – 2019

Département de la Vienne – Etude KANTAR TNS

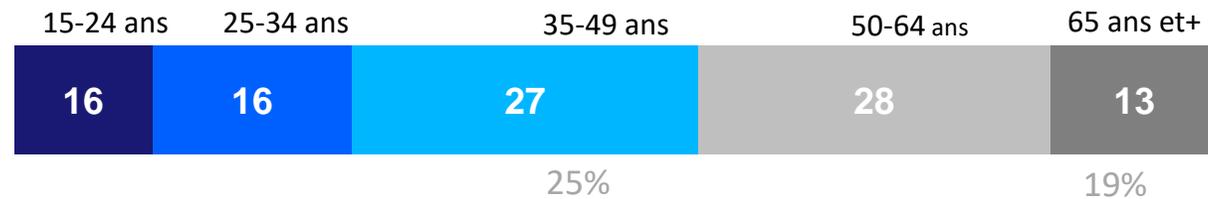
Sexe



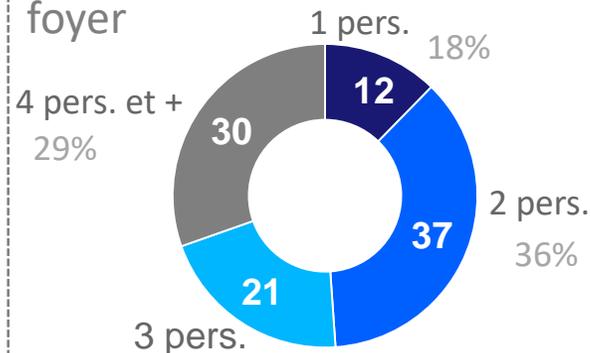
Catégorie Socio-professionnelle



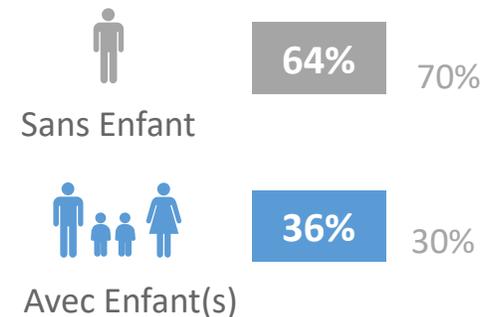
Age



Nombre de personnes au foyer



Présence d'enfants au foyer



SUIVI DE LA DEMANDE TOURISTIQUE – 2019

Département de la Vienne – Etude KANTAR TNS

Une clientèle un peu plus PCS+, venant en couple. Elle demeure néanmoins très familiale.

Par rapport au profil des touristes français, la Vienne attire davantage les PCS+ (+3,2 pts), les 35-49 ans (+3,7pts) et les foyers avec enfants (+5,6 pts).

Par rapport à l'an dernier, la part des 50-64 ans et des couples progressent.

SUIVI DE LA DEMANDE TOURISTIQUE – 2019

Département de la Vienne – Etude KANTAR TNS

En conclusion : les enseignements et les pistes de réflexions

- **Un volume d'activité à la baisse** : -13,9% de voyages et -17% de nuitées,
- Des voyages majoritairement de courte durée, assez répartis dans l'année.

- La Vienne attire avant tout une **clientèle régionale et de proximité**. Les franciliens fréquentent autant la région par rapport aux autres destinations en France.

- Un très fort recours à l'hébergement non marchand notamment chez la famille. L'hébergement marchand s'appuie principalement sur la location.
- Un public qui se recompose autour des PCS+, 50-64 ans, venant en couple.



- **Communiquer sur les charmes de la Vienne** notamment le grand air, les plans d'eaux, lacs, rivières, pour **inciter les familles** à venir pour de **longs séjours en été**, favorisé par un besoin de distanciation social en ces temps d'épidémie.

- **Maintenir l'intérêt et l'attractivité** pour les bassins de clientèle Normands et Pays de la Loire avec des campagnes d'affichage spécifiques pour informer sur l'actualité touristique en Vienne.
- **Renforcer l'attractivité du département auprès de la clientèle parisienne** : campagnes de communication ciblée en Ile de France, offres sur les transports (TGV Paris-Poitiers)...

- **Soutenir l'hébergement marchand** : pousser davantage des offres promotionnelles, développer les offres hôtelières de prestige pour les voyageurs aisés.