



La clientèle française

Sources : TNS Sofres – Suivi des déplacements touristiques des français, 2009
Avertissement : les données suivantes concernent uniquement les clientèles françaises

En 2009, l'Allier a accueilli **1,27 millions de voyages et 5,32 millions de nuitées**. Le département se place en milieu de peloton avec environ 0,6 % des nuitées françaises. A l'image du contexte national, la saisonnalité est marquée par un pic de fréquentation en août. Néanmoins, les parts de marché des mois de janvier, avril, mai et surtout juin et octobre demeurent importantes, vraisemblablement en raison du poids des courts séjours réalisés en avant saison et des séjours affinitaires chez la famille et les amis (2/3 des nuitées sont réalisées en hébergement non-marchand).

Une clientèle d'âge mûr et de courts séjours

Comparativement au contexte national, l'Allier accueille une clientèle sensiblement plus âgée : plus de 60 % des nuitées sont réalisées par les plus de 50 ans. Les voyages sont principalement de courte durée (66 % des voyages) avec une durée moyenne de voyage de 4 nuits contre 5 nuits au niveau national.

La région parisienne et les marchés de proximité en tête

La clientèle provient majoritairement des régions Ile de France (26,9 %), Auvergne (13,3 %) et Rhône-Alpes (10,9 %). La part de marché de la région Bourgogne progresse avec 7 % des nuitées. La majorité des voyages est réalisée pour motif personnel, mais la part des voyages professionnels est nettement supérieure aux moyennes nationales et régionales puisqu'elle représente 16,8 % des voyages.

La campagne : environnement de séjour privilégié

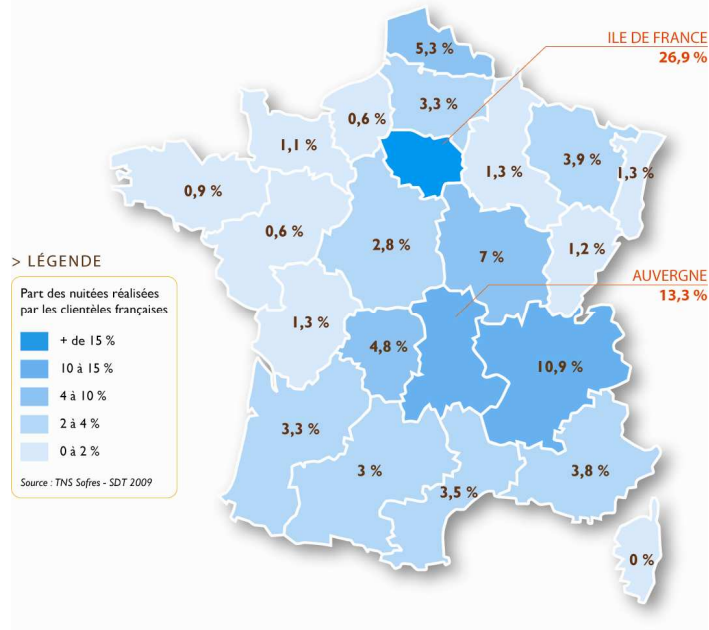
Plus de 2/3 des nuitées (71%) sont réalisées en espace rural. La ville (Vichy inclus) représente la deuxième destination en termes de fréquentation avec près d'1/4 des nuitées (23%). La zone de montagne (montagne bourbonnaise et sud val de Sioule) génère quant à elle un peu plus de 3% des nuitées. L'essentiel de la fréquentation concerne le tourisme d'agrément avec 90% des nuitées. Les voyages pour motif professionnel génèrent environ 10% des nuitées avec toutefois des différences selon les espaces. La part des nuitées affaires est ainsi plus importante en espace rural qu'en ville : 12% contre 7%.

L'ESSENTIEL :

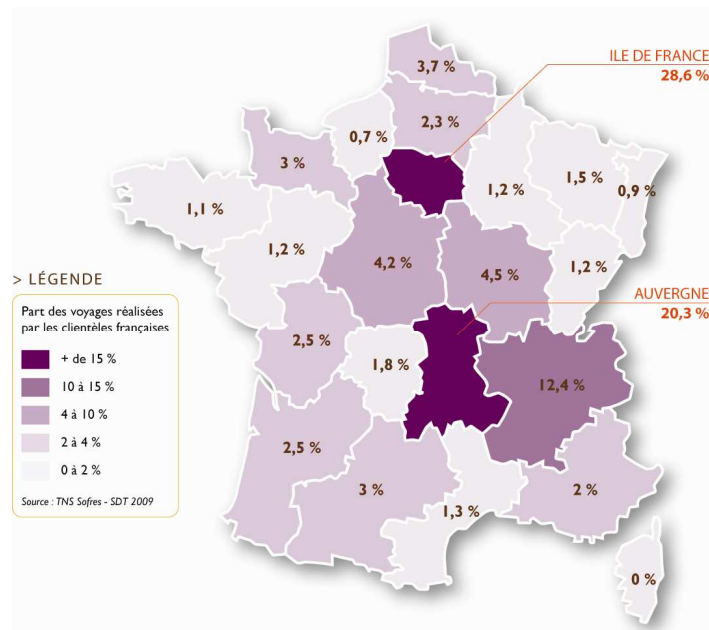
- 2/3 des nuitées réalisées en hébergement non marchand, 1/3 en hébergement marchand
- 2/3 (66%) de courts voyages (moins de 4 nuits), 1/3 de longs voyages
- Une clientèle de seniors et de jeunes seniors : plus de 60% des nuitées effectuées par les 50-64 ans et 65 ans et plus
- Juin, juillet et août concentrent plus de 40% des nuitées
- Les clients résidant en Île-de-France (28,6%) et en Auvergne (20,3%) réalisent près de la moitié des nuitées
- Peu de voyages réservés : 27 % contre 39% au niveau national
- Un faible recours à Internet : seuls 9% des clients ont réservé en ligne au moins une prestation.

■ PROFIL DE LA CLIENTÈLE

Répartition de la clientèle française selon la région de résidence (% nuitées)



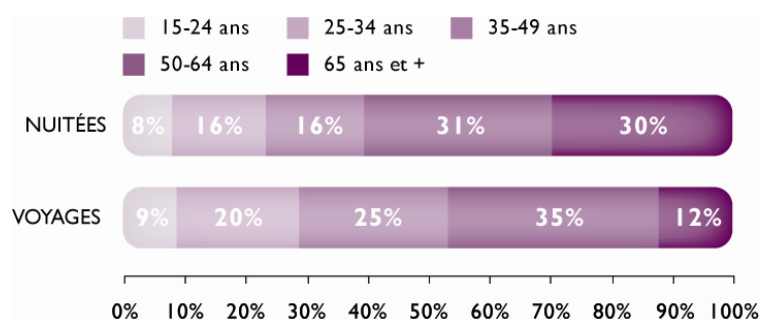
Répartition de la clientèle française selon la région de résidence (% voyages)



- > **La clientèle de l'Allier est principalement urbaine** (3/4 des voyages et des nuitées). Les grandes villes (+ de 100 000 habitants) et l'agglomération parisienne sont surreprésentées avec 44% des voyages et 48% des nuitées.
- > **Près de la moitié des voyages (49%) et 40% des nuitées sont réalisés par la clientèle francilienne et auvergnate.** Avec 12,4% des voyages et 10,9% des nuitées, les clientèles en provenance de la région Rhône-Alpes constituent le troisième marché émetteur de l'Allier.
- > Si les clientèles auvergnates représentent 20,3% de voyages, elles ne pèsent en revanche que 13,3% des nuitées. Cet écart s'explique probablement par le poids du tourisme d'affaires régional et des voyages affinitaires (parents et amis) qui génèrent des déplacements fréquents mais courts.

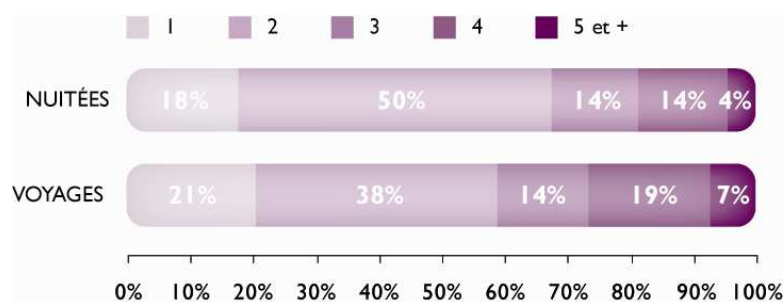
- > La part de marché des régions de proximité semble progresser en 2009 ; les régions Bourgogne, Centre et Limousin cumulent ainsi 10,5% des voyages et 14,6% des nuitées. La Bourgogne en particulier, s'affirme comme le quatrième bassin de clientèle pour l'Allier avec 7 % des nuitées. Les effets de la conjoncture économique et la dégradation du pouvoir d'achat des français ont vraisemblablement favorisé les courts séjours de proximité, tendance observée par de nombreux professionnels (au premier rang desquels Le PAL avec une fréquentation record en 2009) durant le cœur d'été.

Répartition de la clientèle française selon l'âge



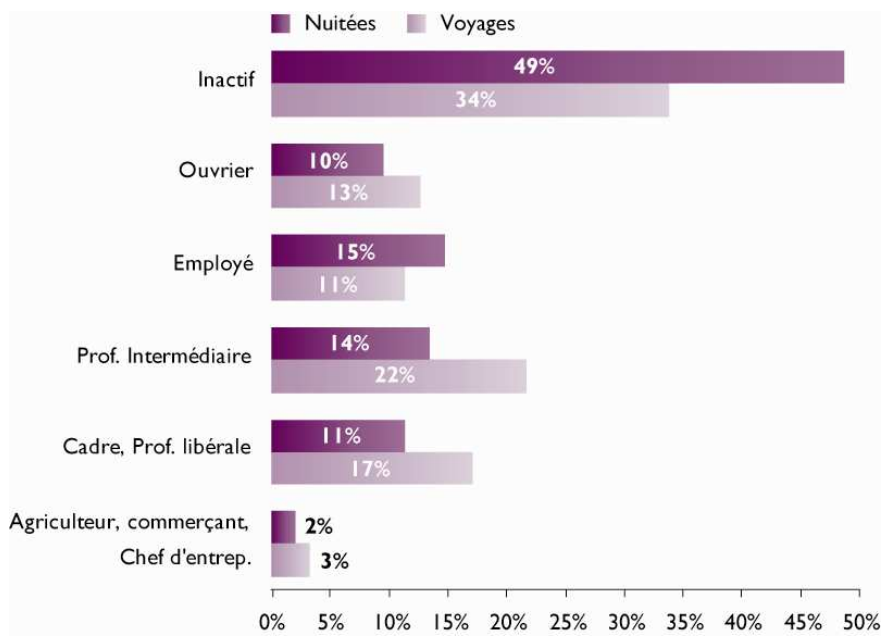
- > **La moyenne d'âge des clientèles de l'Allier est plutôt élevée** : près de la moitié (47 %) des voyages et surtout 61% des nuitées sont réalisés par les plus de 50 ans.
- > Le poids de l'activité thermique, et des cures médicalisées en particulier, est nettement perceptible chez les plus de 65 ans : ils réalisent 12 % des voyages mais 30% des nuitées. L'Allier se démarque du contexte national par une proportion des 50-64 ans sensiblement supérieure : 35% contre 26%.

Répartition de la clientèle française selon le nombre de personnes au foyer



- > **Les personnes accompagnées sans enfants** réalisent la majeure partie des nuitées (43%), suivies à proportion égale (29%) des groupes avec enfants et des personnes seules. La part des personnes seules est supérieure de près de 2 points à la moyenne nationale.
- > Les personnes vivant en couple au domicile habituel dominent le marché puisqu'elles réalisent la moitié des nuitées départementales. Leur poids dans la fréquentation est important comparativement au contexte national.

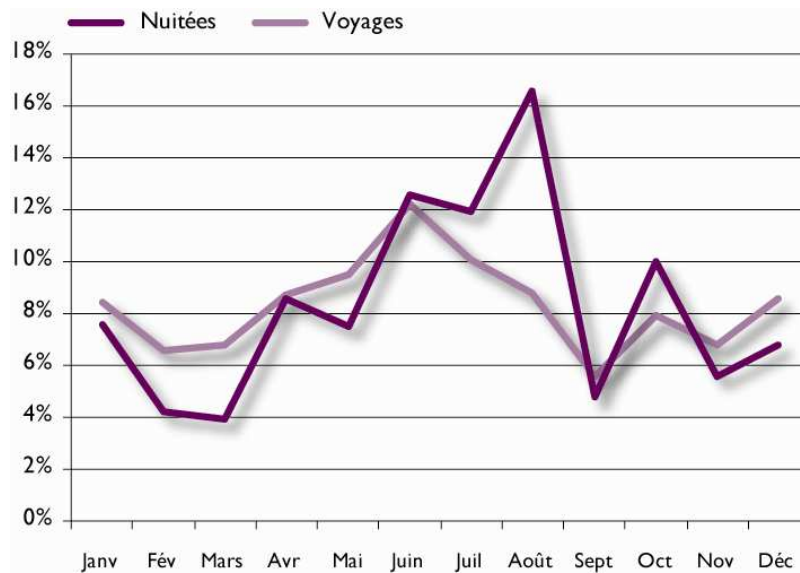
Répartition de la clientèle française selon la CSP



- > **Les inactifs** (dont retraités) pèsent un poids considérable dans l'activité touristique départementale : ils réalisent à eux seuls 49 % des nuitées et 34 % des séjours. Là encore, on constate que l'activité thermale exerce une influence très nette sur la structure des clientèles de l'Allier, avec une surreprésentation des retraités.

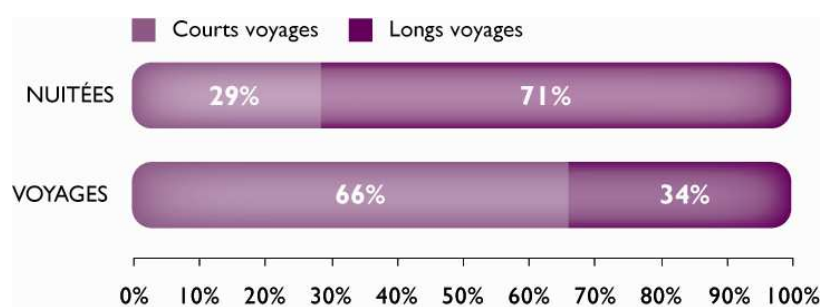
MOTIF ET CARACTÉRISTIQUES DU VOYAGE

Saisonnalité de la fréquentation selon le mois de retour du voyage



- > Sur l'ensemble de l'année, août est le mois le plus fréquenté avec 17% des nuitées. Juin, juillet et août concentrent plus de 40% des nuitées.
- > L'incidence du calendrier scolaire et des ponts sur la saisonnalité est nettement perceptible : plus d'1/4 des nuitées sont réalisées durant les mois d'avril, mai et octobre.

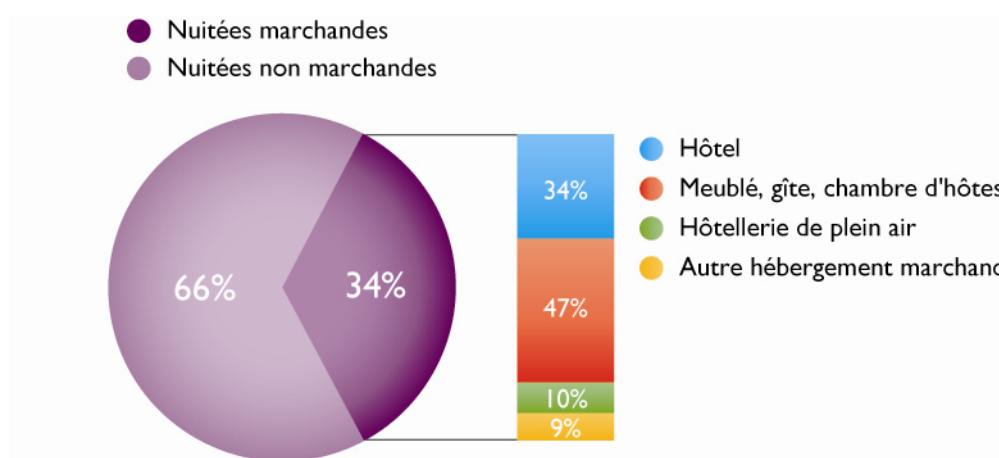
Répartition de la clientèle française selon la durée de voyage



- > Dans l'Allier, **2/3 des voyages sont des courts voyages** (moins de 4 nuits). Outre la tendance nationale au raccourcissement des séjours, le poids du tourisme d'affaires et de passage contribue à réduire la durée globale des voyages (4,2 nuits en moyenne).
- > La durée moyenne des séjours est inférieure à celles enregistrées au niveau auvergnat (4,4 nuits) et national (5,2 nuits).
- > Si les courts voyages représentent l'essentiel des voyages dans l'Allier, on note cependant leur poids limité, (mais toutefois largement supérieur aux niveaux national et régional) en terme de nuitées.

■ MODE D'HÉBERGEMENT

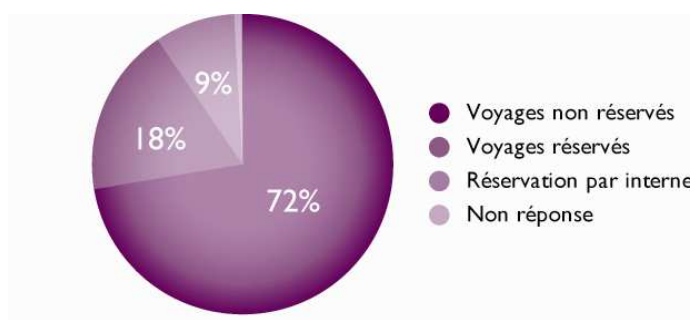
Répartition de la fréquentation selon la nature de l'hébergement (unité : nuitée)



- > Près de $\frac{3}{4}$ des voyages (74%) et $\frac{2}{3}$ des nuitées (66%) sont **réalisés en hébergement non marchand**. Ainsi, la famille (47% des voyages et 38% des nuitées) et la résidence secondaire personnelle (12% des voyages et 18% des nuitées) restent les 2 modes d'hébergement privilégiés.
- > L'hôtellerie, les meublés et chambres d'hôtes se répartissent ensuite près de 20% des voyages et 28% des nuitées.

■ PRÉPARATION DU VOYAGE

Répartition des modes de réservation (unité : % voyages)



L'Allier enregistre une part particulièrement faible de voyages réservés : 27%, soit une proportion inférieure aux niveaux régional (33%) et national (39%). Ce chiffre est toutefois à relativiser compte tenu du poids considérable de l'hébergement non marchand et de la clientèle de passage dans le département. 77% des clients réservent l'hébergement seul, 1/4 le transport.

Répartition des modes de réservation selon les prestations (unité : % voyages)

