



Archipel de Thau Méditerranée

Bilan intermédiaire sur la période d'enquête
juillet – novembre 2019

Juin 2020

CRP CONSULTING
CONSEIL - FORMATION
établissement de BGE Sud-Ouest

3, chemin du Pigeonnier de la Cépière – Bât.C – 31100 TOULOUSE
Téléphone : 05 61 24 61 61
SIREN : 315 963 108 – FP : 733 100 267 31





Que retenir de l'étude ?

En synthèse - Quel est le profil du visiteur de l'Archipel de Thau et comment vit-il la destination ?

Chaque année la destination Archipel de Thau accueille 6,4 millions de nuitées touristiques et 2,3 millions d'excursionnistes à la journée. L'âge moyen des visiteurs, impacté par la présence des curistes, est de 52 ans. **Les visiteurs sont avant tout des habitants d'Occitanie et de la région voisine de Auvergne-Rhône Alpes** (40% pour les deux régions). **Un touriste sur deux vient en famille** avec des enfants aussi bien de 6 à 12 ans que des adolescents de 13 à 18 ans.

Quand il séjourne, sur la période d'été, **il reste en moyenne 10 jours soit 1 ou 2 semaines** en choisissant de préférence un hébergement marchand (79%). Il se montre **satisfait de la qualité de son hébergement**.

Des vacances actives qui permettent de vivre intensément la destination est certainement la meilleure façon de caractériser le vécu et les pratiques des visiteurs. L'Archipel de Thau est avant tout **une destination que l'on vit, plus qu'une destination que l'on contemple** (la visite patrimoniale et des musées est d'ailleurs une activité secondaire).

Actif, le visiteur réalise en moyenne **trois activités par jour** organisées autour de la déambulation/promenade dans les villes et les villages, la plage/baignade, du trio restaurants/terrasses/café et des marchés. Des activités qui participent au sentiment de bien-être et à l'image de convivialité de la destination. **Avide de découverte**, il visite en moyenne 7,5 villes.

Bien évidemment, Sète reste le lieu incontournable et le point de repère de la destination : plus de 80% l'ont visité et cela est d'autant plus vrai lorsqu'on vient pour la première fois. Au-delà, Mèze, Bouzigues et Frontignan complètent la découverte du territoire.

En synthèse - Quel est le profil du visiteur de l'Archipel de Thau et comment vit-il la destination ?

Les visiteurs se montrent enchantés et en tant que formidables promoteurs de la destination, ils sont prêts à recommander et à vanter son caractère unique. Ils marquent leur satisfaction en attribuant une note de 8 sur 10 et surtout, près des 2/3 constatent une évolution positive de leur image suite à leur venue. Les primo-visiteurs sont même très agréablement surpris par rapport à l'image initiale qu'ils avaient de la destination.

Ils se montrent particulièrement satisfaits et sensibles, par ordre de priorité : à l'accueil par la population locale et dans les commerces, aux animations et manifestations proposées, à un environnement naturel/préserver et à un sentiment de quiétude qui leur permet de circuler à pied et à se sentir en sécurité. Ces éléments typent la destination et s'imposent comme les leviers d'un séjour réussi. Plus ils sont satisfaisants, plus le visiteur est enclin à recommander la destination auprès de son entourage.

En repartant, le visiteur garde de **l'Archipel de Thau, l'image d'une destination conviviale où il fait bon vivre, de ses promenades dans les villes et des animations et manifestations.**

Au bilan, **une destination vivante, animée, faite d'une vécu de l'intérieur** et peut-être la sensation de vivre ses vacances non comme un touriste mais comme un « vrai habitant ».

Les visiteurs en un coup d'œil

	Touriste	Curiste	Excursionniste
Il est ...			
Il a ...	49 ans	64 ans	48 ans
Il reste ...	10,7 jours	21 jours	À la journée
Il vient ...	En famille	En couple	En couple ou en famille
Il réside ...	Occitanie, ARA et Ile de France (1 sur 2)	Occitanie, ARA et Grand Est (1 sur 2)	Dans une station voisine du littoral où il est en vacances
Il s'informe ...	Bouche à oreille, les films et les séries	Le bouche à oreille	Les films et les série en plus du bouche à oreille
Il est motivé par ...	La douceur de vivre méditerranéenne, la plage	La cure thermale	Un site touristique, un événement, un film, la découverte à proximité de son lieu de séjour
Il va surtout ...	À la plage, au café, au restaurant	Au marché	A la découverte de la ville, au café
Il aime ...	La convivialité, la vie locale, les villes, les animations	Pas toujours satisfait de l'accueil par la population locale, il garde toutefois une image de convivialité au-delà des bienfaits de la cure	l'image de la convivialité et de ses balades urbaines dans les villes et les villages
Il dépense en moyenne ...	525 €	1 550 €	53 €

Quels sont les leviers à activer pour développer l'attractivité de la destination ?

Des booster de la destination

Les films et les séries télévisées s'inscrivent comme de formidables leviers d'attractivité et surtout de conquête de clientèle.

Leur impact est particulièrement fort auprès des excursionnistes (motif de venu pour 1 excursionniste sur 4), des visiteurs en cours séjour, des primo-visiteurs, des visiteurs hébergés à Sète. La rencontre des acteurs et la visite du lieu de tournage (ex : Demain nous appartient) constituent des souvenirs marquants, signe de ces bons moments vécus pendant les vacances.

Le rôle essentiel des plateformes de réservation en ligne de l'hébergement.

Même s'il ne s'agit pas là d'une découverte, l'étude confirme leur importance notamment auprès des nouvelles clientèles (un primo-visiteur sur deux a réservé son hébergement par ce biais), des visiteurs ayant choisi un hébergement sur Sète.

Quels sont les leviers à activer pour développer l'attractivité de la destination ?

Des axes d'amélioration

Le transport collectif au sein de la destination : un atout encore à consolider. 39% des visiteurs ont le réflexe des transports collectifs pour se déplacer en intra-destination surtout en utilisant le réseau de bus de l'Aggopôle (21%) et le bateau (10%). Si l'on peut se réjouir de la pratique, il resterait encore des améliorations concernant la fréquence des bus, en particulier les jours de marché, la création de site propre afin d'éviter la circulation automobile dense, l'accès aux transports collectifs par les excursionnistes. Ces derniers sont encore des adeptes exclusifs de la voiture pour circuler d'une ville à l'autre.

La voiture, la circulation automobile et le stationnement, de vrais points noirs et presque un « casse-tête ». Toutes les études de fréquentation touristique effectuent le même constat : trop de voiture, trop de difficultés de stationnement. Ici c'est particulièrement le cas sur Sète mais les autres villes n'échappent pas à la critique. Dans tous les cas, il s'agit d'un problème à résoudre via des modalités d'interconnexions et en reconsidérant la place de la voiture en ville.

La propreté, encore des efforts. Les remarques sont vives sur Sète mais ici aussi elles concernent toutes les villes; même si les visiteurs réguliers perçoivent des évolutions positives, il reste encore à faire sur la plage, les espaces publics urbains ou la Corniche.

Sur la plage, les demandes d'amélioration se concentrent sur trois sujets assez classiques : les douches/WC, la propreté (mégots) et la place des animaux. On ne note pas de réelle demande de services supplémentaires même si le niveau de satisfaction sur ce sujet est convenable. En revanche, les activités et surtout les paillotes pourraient être améliorées.

Méthodologie de l'étude de fréquentation de la destination Archipel de Thau

Phase 1 : 2018 enquêtes

La première phase d'enquêtes s'est déroulée via la diffusion d'un questionnaire auto-administré auprès des **visiteurs de la destination entre juillet et novembre 2019**

2 sources de recueil :

- Un questionnaire papier retourné par enveloppe T ou collecté par les professionnels : 1 561 questionnaires exploitables
- Une réponse en ligne sur le site www.vosprochainesvacances.fr : 457 questionnaires exploitables

➔ Au total, **2018 questionnaires** exploitables

➔ **Taux de retour de 5,5%** (28 225 exemplaires diffusés au début de l'été)



EN PARTICIPANT À NOTRE ENQUÊTE SUR / BY ANSWERING OUR SURVEY ON
WWW.VOSPROCHAINESVACANCES.FR

Phase 2 : 506 enquêtes

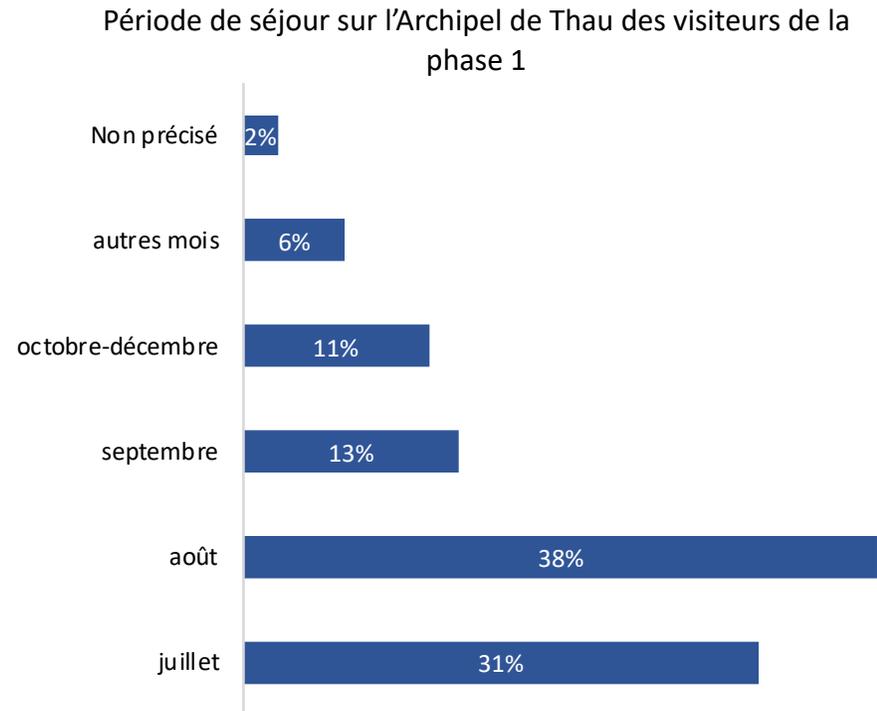
La deuxième phase d'enquêtes s'est déroulée en ligne, sur la base des visiteurs ayant rempli le questionnaire de la phase 1 et ayant accepté de recevoir un autre questionnaire.

➔ 52% des répondants à la phase 1 soit 1048 visiteurs ont accepté de recevoir un email

➔ Sur ces 1048 personnes, 506 ont répondu au deuxième questionnaire en ligne

Taux de retour de 48%

Précisions sur la méthodologie



Nota : la diffusion des questionnaires s'est déroulée de juillet à novembre 2019. les séjours hors cette période proviennent des visiteurs ayant répondu en ligne.

Les visiteurs ayant répondu à la phase 2 présentent des caractéristiques similaires à ceux ayant répondu à la première phase

- Même part de touristes (63%), excursionnistes (13%) et curistes (24%)
- Variété des profils en âge et CSP avec un âge moyen similaire de 53 ans
- Une représentation des couples (43%) et des familles (47%) très proches de la première phase respectivement 40% et 42%



Analyse des résultats de la phase 1

Enquête de clientèle sur la période d'enquête juillet – novembre 2019

a. Le profil des visiteurs



Caractérisation des profils touristiques des répondants

Pour quelle raison êtes-vous venu ?

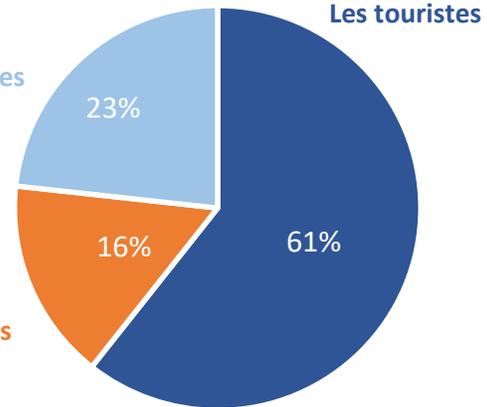
Curistes

Définition : il vient effectuer une cure

71% des répondants effectuent une cure sur une durée de 21 jours. Une part réalise une cure sur des durées moindres.

Base : 473 réponses

Les curistes



Les excursionnistes

Touristes

Définition : il occupe un hébergement de vacances marchand ou non-marchand sur une des communes de l'Archipel de Thau

Cette catégorie ne comprend pas les curistes.

Base : 1219 réponses

Les excursionnistes

Définition : il vient sur la destination depuis un hébergement touristique hors de l'Archipel de Thau, depuis sa résidence principale ou est sur un itinéraire

- 40% viennent sur la destination depuis une résidence de vacances située à proximité
- 23% viennent depuis leur résidence principale (en majorité Montpellier)
- 12% sont sur un itinéraire de vacances
- 24% n'ont pas précisé le motif d'étape sur la destination

A retenir :

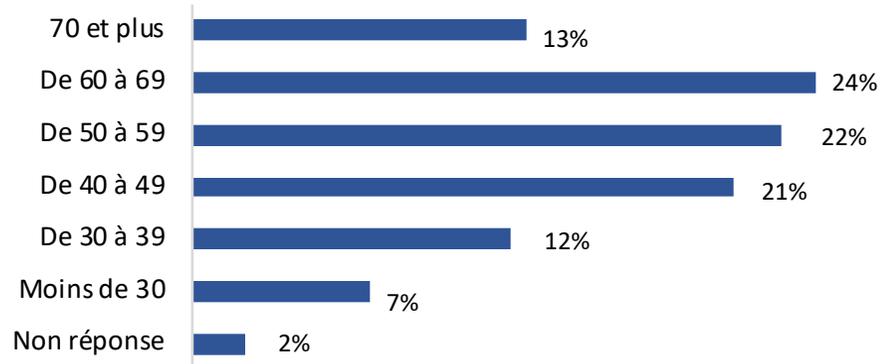
L'excursionniste de l'Archipel de Thau est au 2/3 un touriste séjournant dans une station voisine du littoral.

Base : 326 réponses

Le profil socio-démographique des répondants

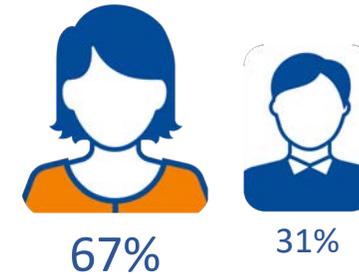
- Une moyenne d'âge de **52,5 ans**

Quel est votre âge ?



- **Les femmes** ont plus répondu que les hommes

Vous êtes ?



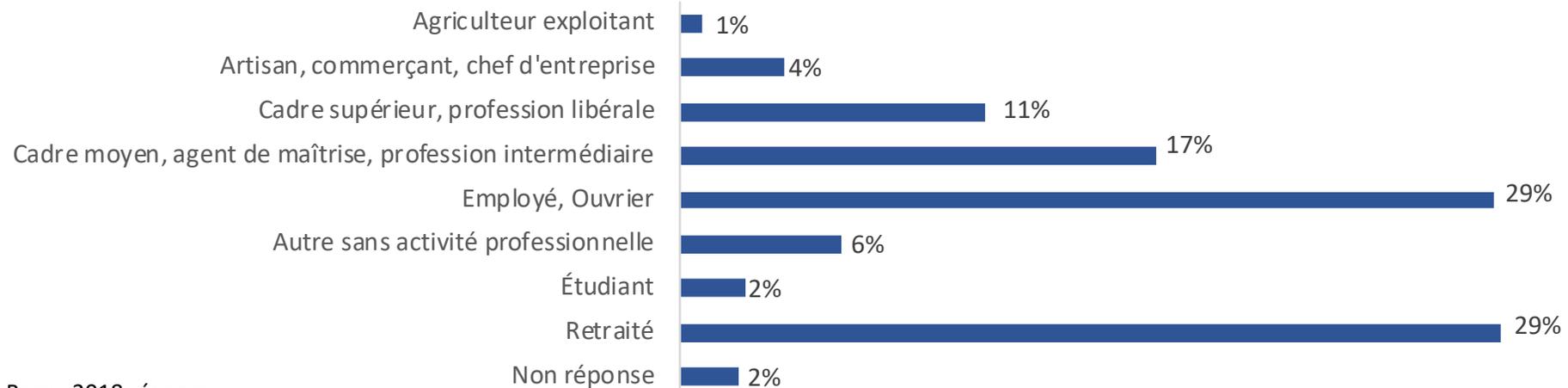
Non réponse : 2%

Base : 2018 répondants

Nota : Les femmes ont aussi répondu pour les hommes

Quelle est votre catégorie socio-professionnelle ?

- Une prédominance des **employés et ouvriers, des retraités (curistes)**



Base : 2018 réponses

Le profil socio-démographique des répondants selon leur profil touristique

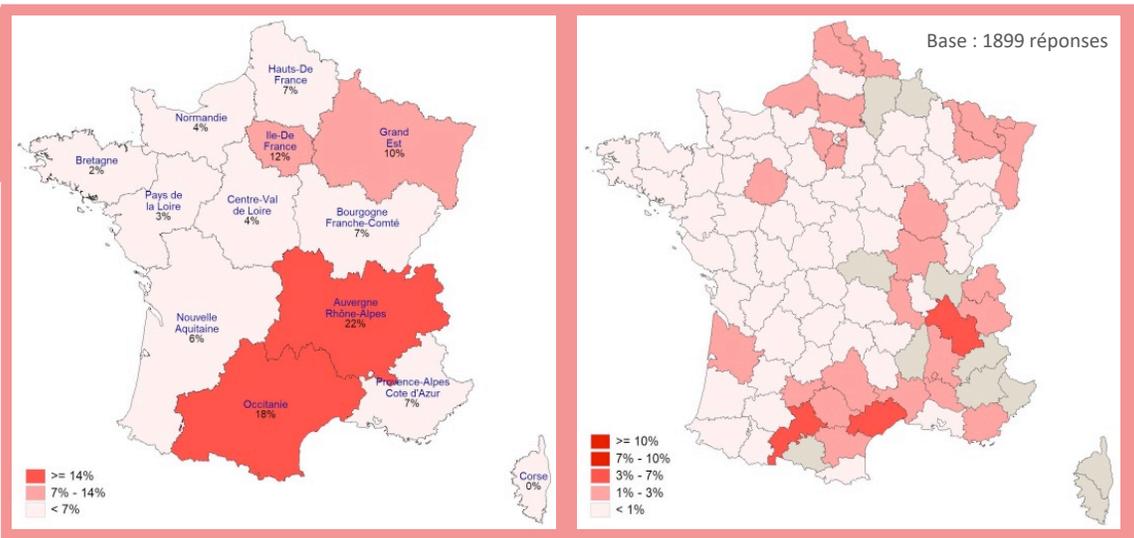
	Touristes		Curistes		Excursionnistes		Tous Visiteurs	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Non réponse	20	2%	12	3%	9	3%	41	2%
Moins de 30	94	8%	6	1%	36	11%	136	7%
De 30 à 39	188	<u>15%</u>	5	1%	51	16%	244	12%
De 40 à 49	321	<u>26%</u>	19	4%	73	22%	413	21%
De 50 à 59	284	23%	86	18%	80	25%	450	22%
De 60 à 69	234	19%	192	<u>41%</u>	51	16%	477	24%
70 et plus	78	6%	153	<u>32%</u>	26	8%	257	13%
Total	1219	100%	473	100%	326	100%	2018	100%

	Touristes		Curistes		Excursionnistes		Tous Visiteurs	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Non réponse	23	2%	9	2%	10	3%	42	2%
Agriculteur exploitant	11	1%	3	1%	2	1%	16	1%
Artisan, commerçant, chef d'entreprise	46	4%	15	3%	14	4%	75	4%
Cadre supérieur, profession libérale	149	12%	19	4%	49	<u>15%</u>	217	11%
Cadre moyen, agent de maîtrise, profession intermédiaire	234	19%	42	9%	64	20%	340	17%
Employé, Ouvrier	420	<u>35%</u>	65	14%	94	29%	579	29%
Étudiant	28	2%	4	1%	15	5%	47	2%
Retraité	240	20%	287	<u>61%</u>	59	18%	586	29%
Autre sans activité professionnelle	68	6%	29	6%	19	6%	116	6%
Total	1219	100%	473	100%	326	100%	2018	100%

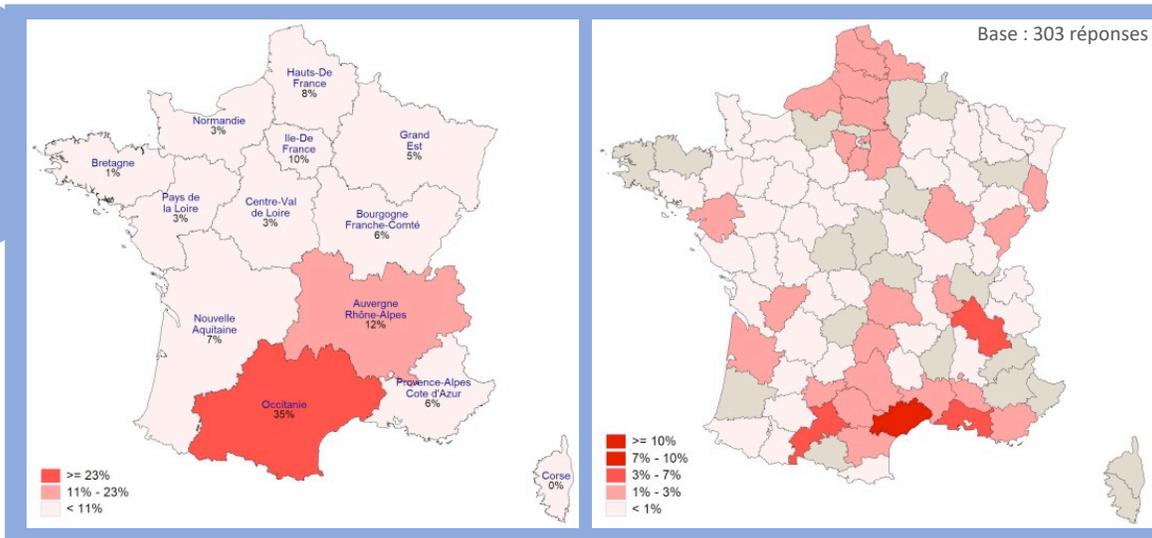
96% des visiteurs résident en France. La clientèle de proximité est très présente parmi les visiteurs

- 40% des visiteurs français viennent d'Auvergne-Rhône-Alpes ou d'Occitanie
- Une large répartition des clientèles sur le territoire national

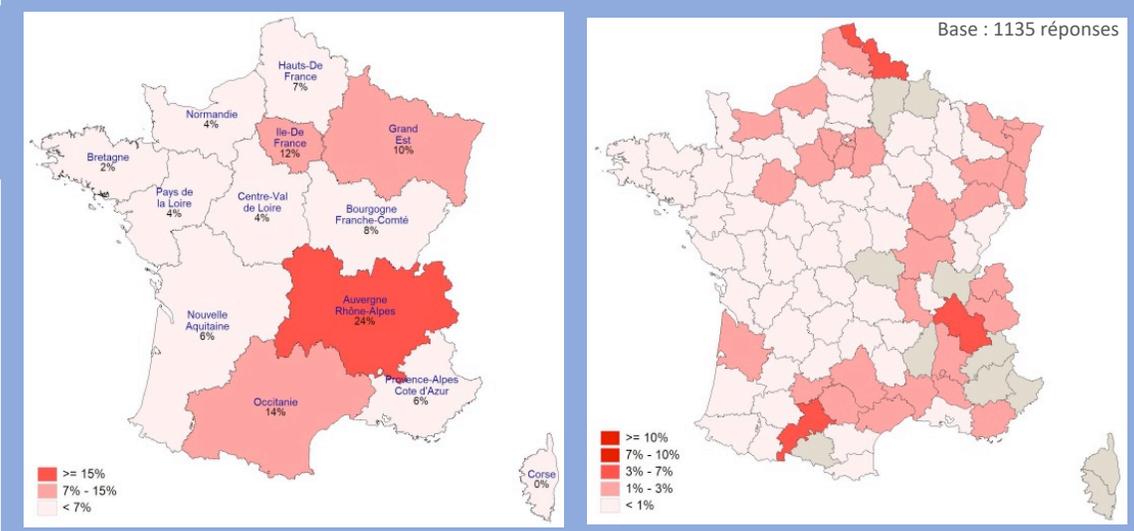
Au global



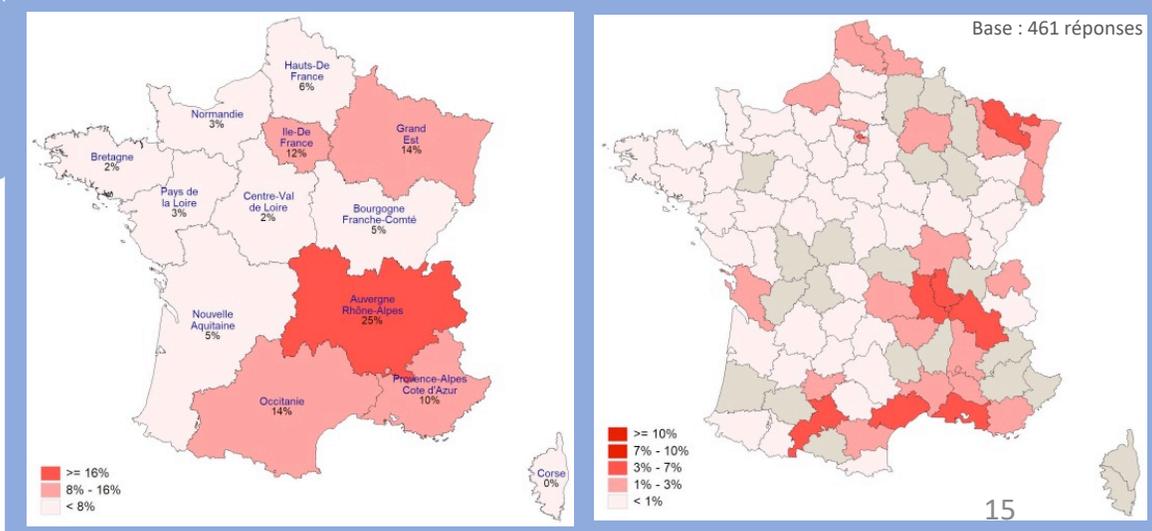
Excursionnistes



Touristes

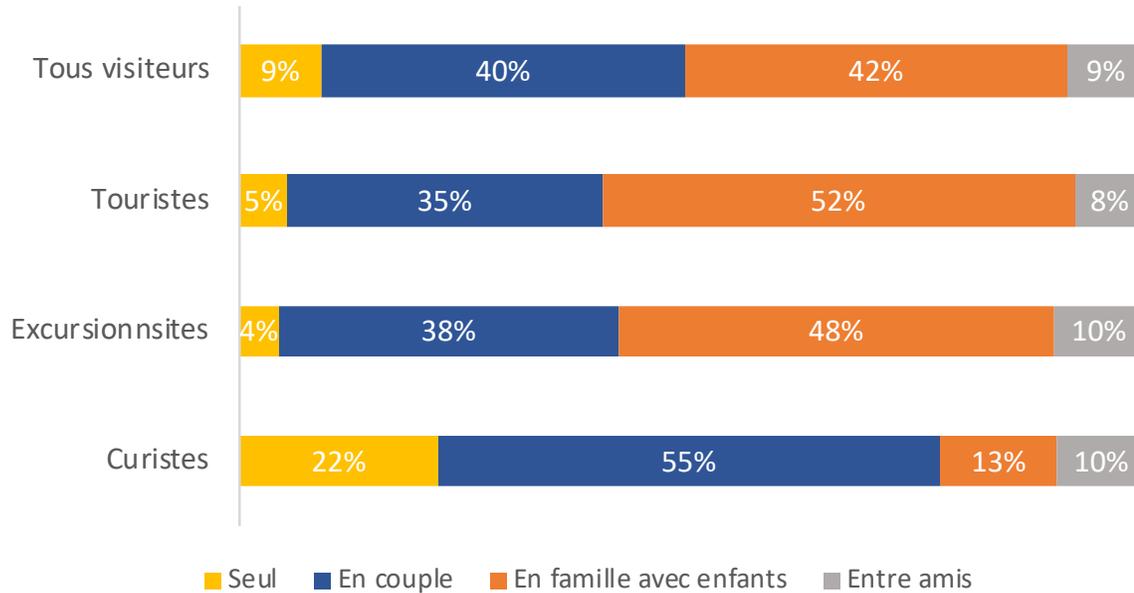


Curistes



Un touriste et un excursionniste sur 2 viennent en famille sur l'Archipel de Thau. Les curistes sont bien évidemment plus nombreux à venir en couple

Vous êtes venus ?



En moyenne, le groupe de visiteurs se compose de 3,4 personnes

Nombre moyen de personnes du groupe	Tous visiteurs	Touristes	Excursionnistes
En famille + enfants	3,91	3,98	3,89
En famille + enfants + amis	6,34	6,38	5
Entre amis	4,95	5,52	6,38

Zoom sur les familles

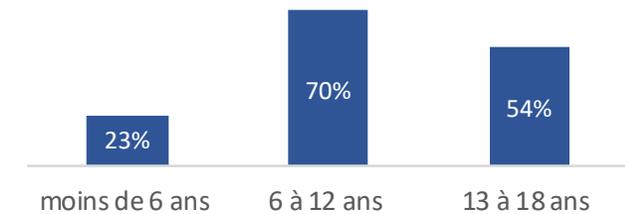


La famille est composée en moyenne de 4 personnes

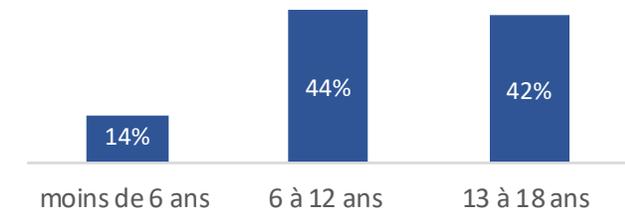


70% des familles viennent en vacances avec au moins un enfant de 6 à 12 ans

Part des familles ayant au moins un enfant de cet âge

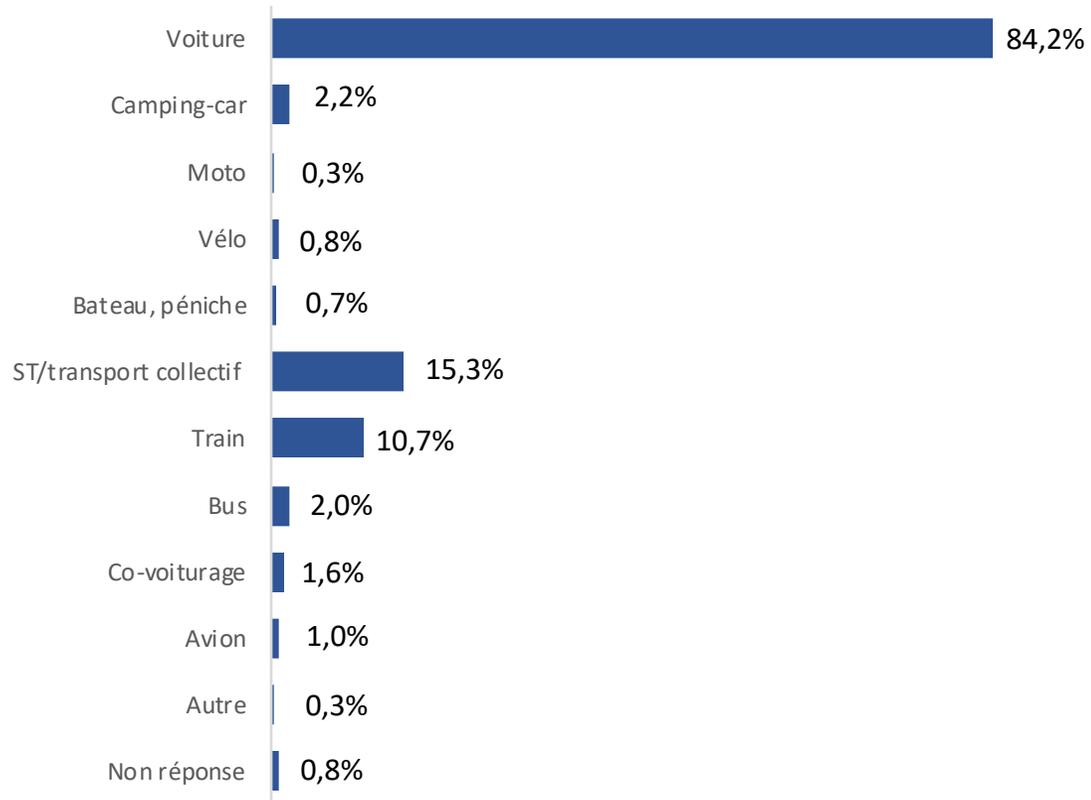


Répartition des enfants ayant visité la destination selon leur âge



Les moyens de transport utilisés pour venir dans l'Archipel de Thau

Quel moyen de transport avez-vous utilisé pour venir sur la destination ?



Base : 2018 réponses

Zoom sur les transports collectifs

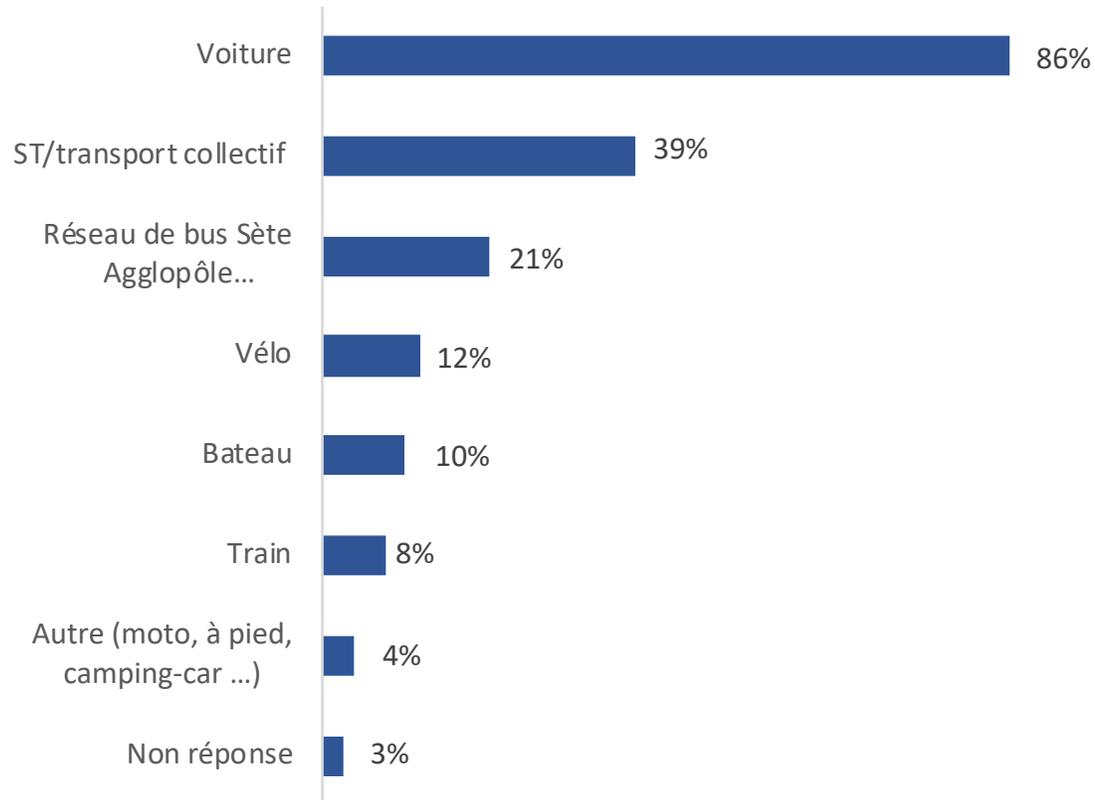
Les transports collectifs pour se rendre sur la destination concernent 15% des visiteurs. Il existe peu d'écart entre les différents profils de visiteurs touristiques même si l'usage est plus marqué auprès des curistes. 14% des curistes viennent en transports collectifs dont 70% en train.

Ils sont plus nombreux à utiliser le train pour venir sur la destination :

- Les curistes : 14%
- Les moins de 30 ans : 16%

Les moyens de transport utilisés pour se déplacer dans l'Archipel de Thau

Quel moyen de transport avez-vous utilisé pour vous déplacer au sein de l'Archipel de Thau et visiter les différentes villes ? (plusieurs réponses possibles)



Base : 2018 réponses

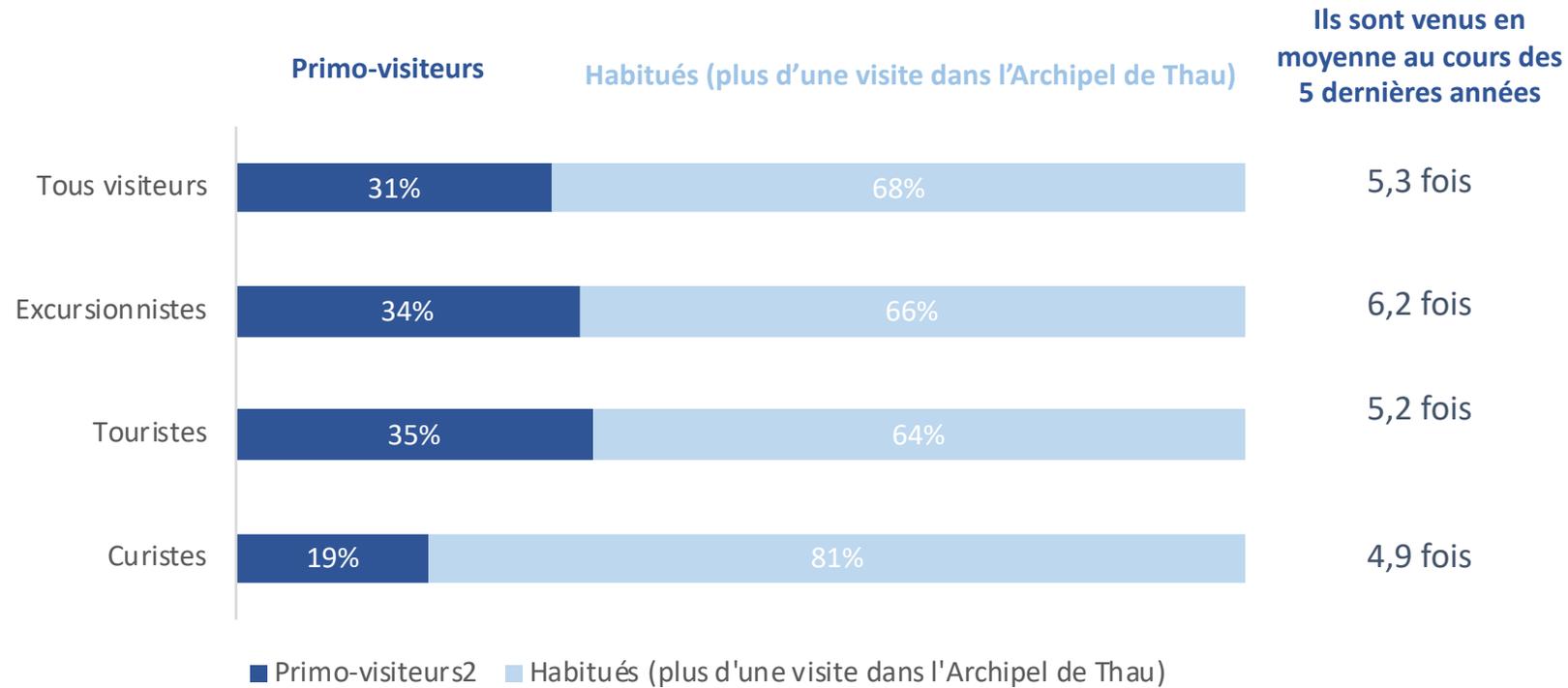
Zoom sur les transports collectifs

39% des visiteurs utilisent les transports collectifs pour circuler à l'intérieur de la destination.

Les curistes se montrent des usagers très assidus des transports collectifs. 45% ont utilisés au moins le train, le bateau ou le bus pour circuler dans l'Archipel de Thau.

Moyens de transport intra-destination	Touristes	Curistes	Excursionnistes	Tous visiteurs
Voiture	88%	81%	87%	86%
Bateau	9%	15%	9%	10%
Réseau Bus Sète Agglopôle Méditerranée	19%	36%	7%	21%
Train	7%	9%	9%	8%

Sur la période d'été, 1 visiteur sur 3 découvre la destination pour la première fois

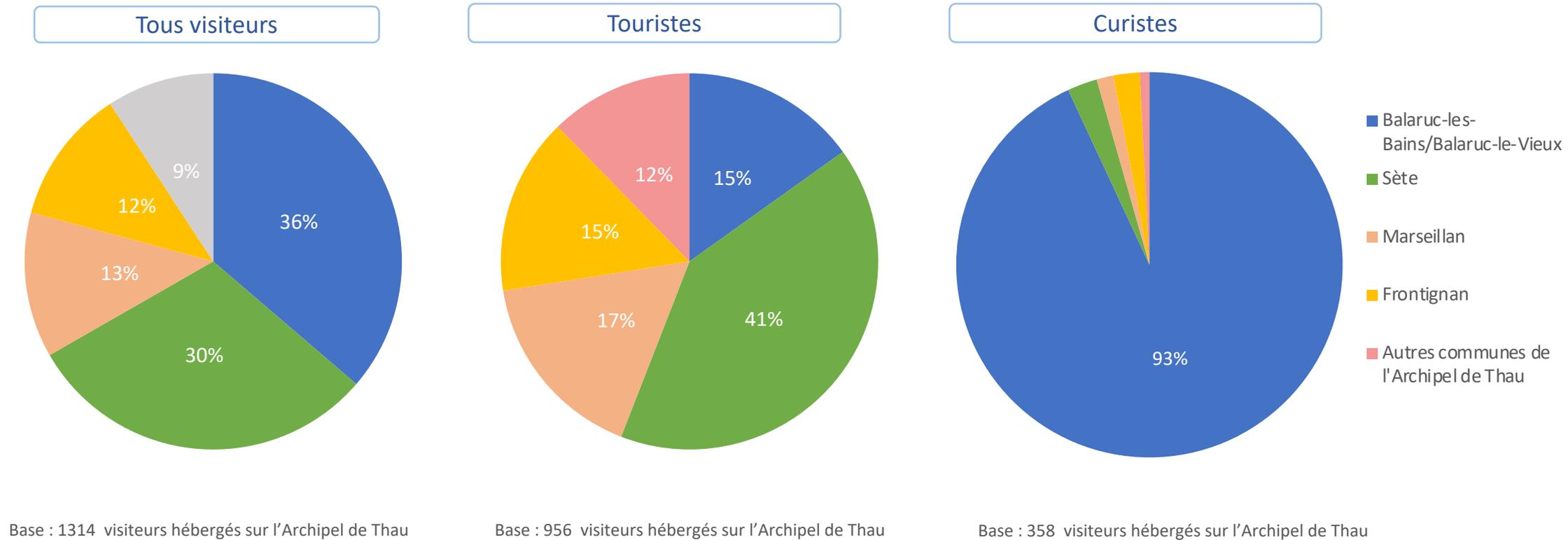


b. Les modes d'hébergement



Le lieu d'hébergement des visiteurs : Sète représente 41% des lieux d'hébergement des touristes, les curistes se concentrent sur Balaruc-les-Bains.

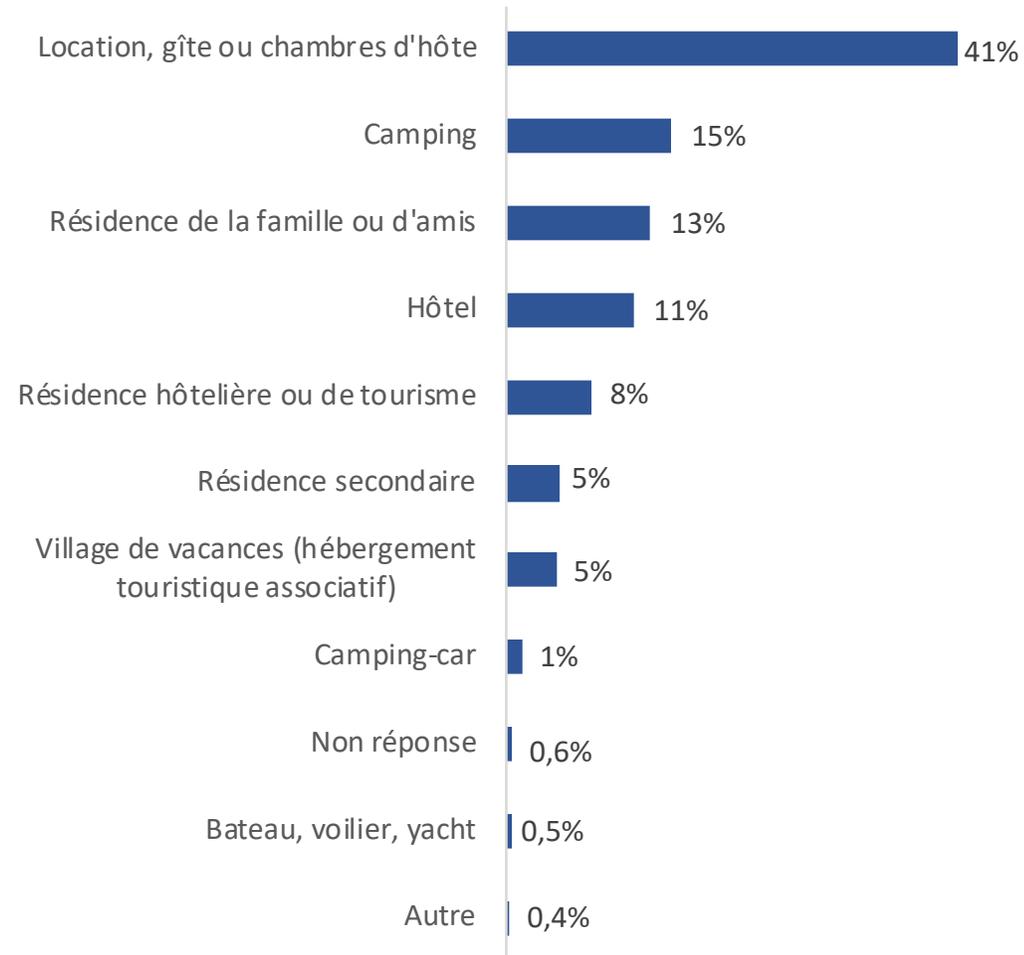
Dans quelle commune êtes-vous / étiez-vous hébergés ?



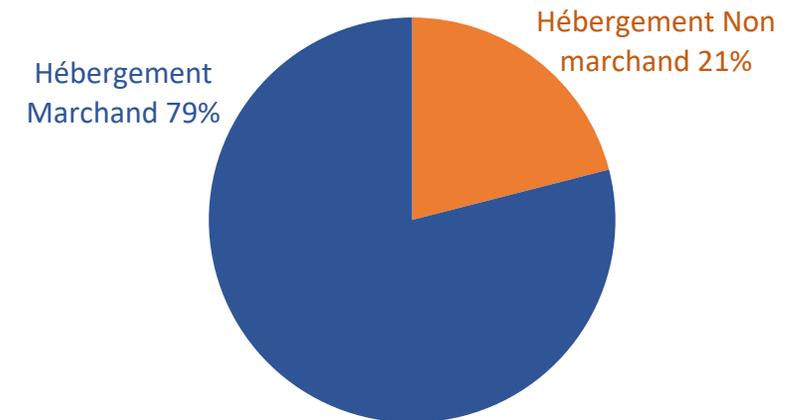
Nota : la base d'analyse correspond à des visiteurs hébergés en hébergement marchand et non-marchand ayant cité leur lieu de résidence de vacances. Par catégorie de visiteurs, on note une moyenne 20% de lieux non-renseignés. Les curistes n'ayant pas précisé leur lieu de résidence de vacances sont sans aucun doute à attribuer à Balaruc-les-Bains ou à Balaruc le Vieux

Sur cette période estivale, tous visiteurs confondus, la location en meublés, gîtes ou chambre d'hôte et le camping représentent 56% des modes d'hébergement

Quel est votre mode d'hébergement ?



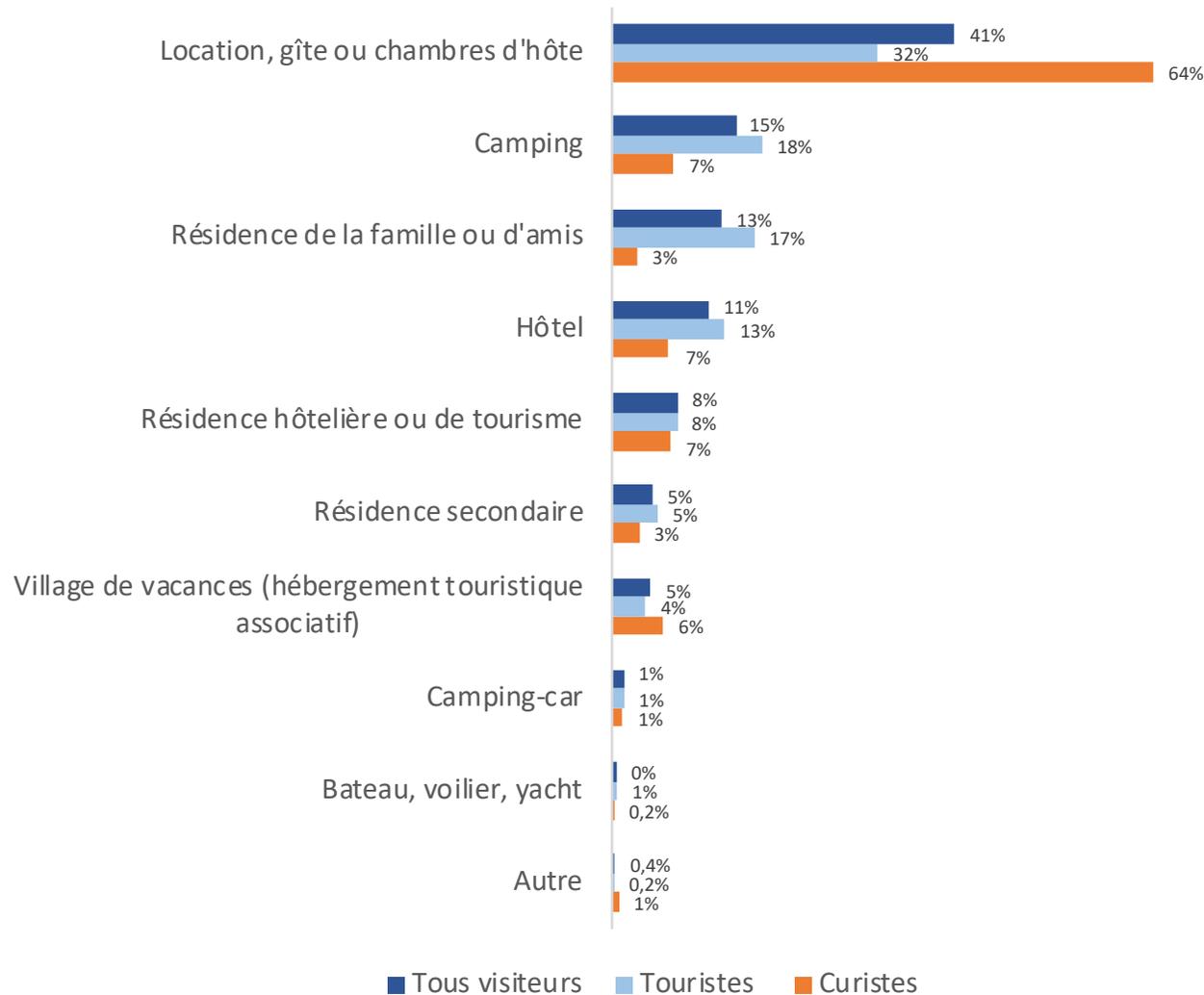
Part de l'hébergement marchand et non-marchand (tous visiteurs)



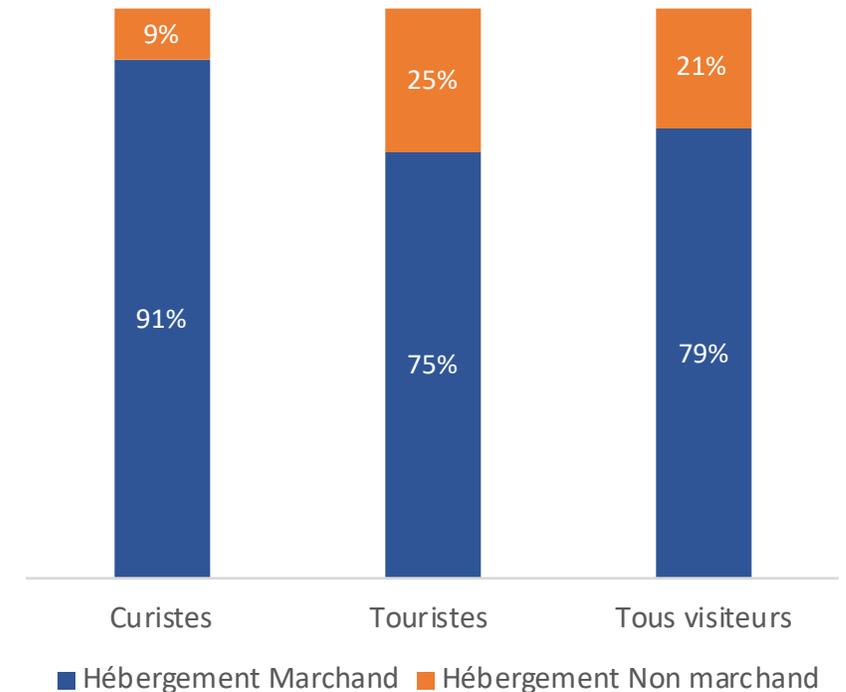
Attention : le mode d'enquête tend à surreprésenter les visiteurs en hébergement marchand

Détail des modes d'hébergement des touristes et des curistes hébergés sur l'Archipel de Thau

Quel est votre mode d'hébergement ?

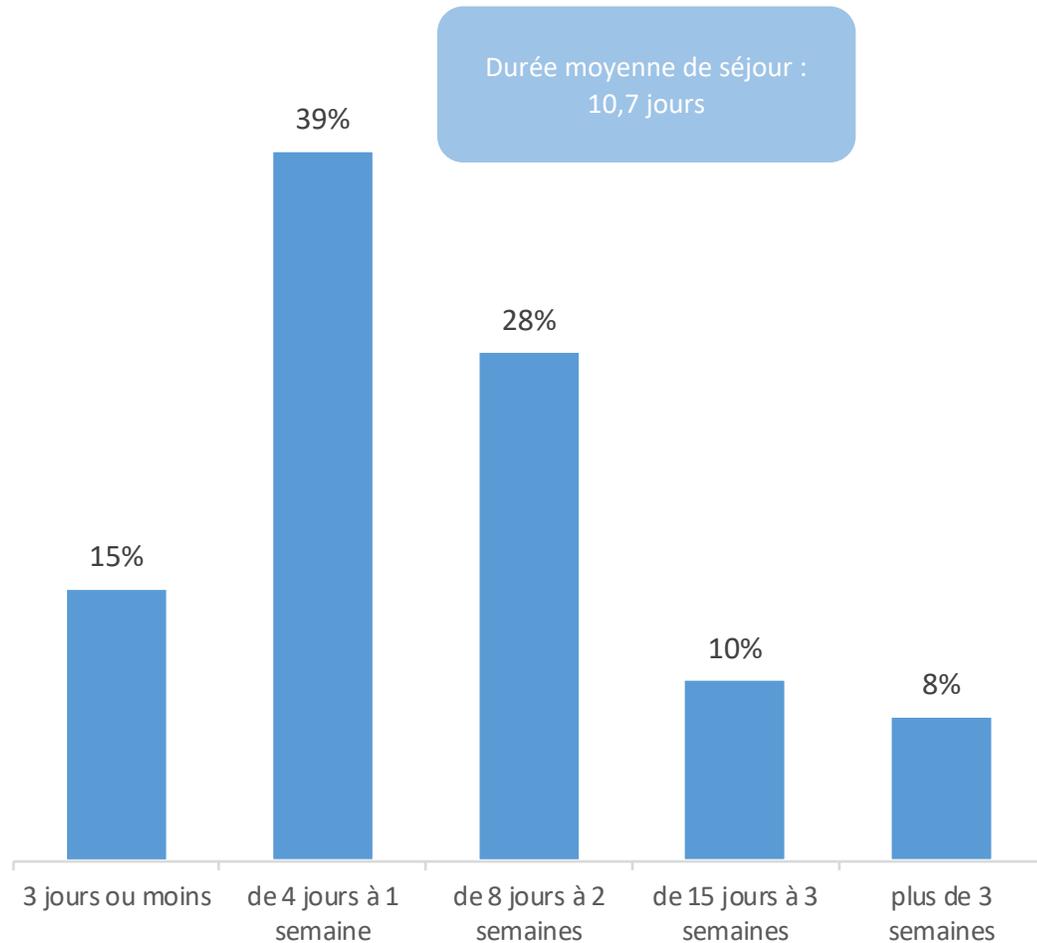


Part de l'hébergement marchand et non-marchand



Base tous visiteurs : 1692 visiteurs hébergés sur l'Archipel de Thau
 Base touristes : 1219 touristes hébergés sur l'Archipel de Thau
 Base curistes : 473 curistes hébergés sur l'Archipel de Thau

67% des séjours estivaux (juillet / août) des touristes (hors curistes) entre 1 et 2 semaines. Sur la période d'étude, les courts séjours représentent 15% des visiteurs



Pour mémoire

- **69% des visiteurs** répondant au questionnaire sont venus sur la destination en **juillet ou août 2019**
- Et **82% entre juillet et septembre 2019**

Cours séjour

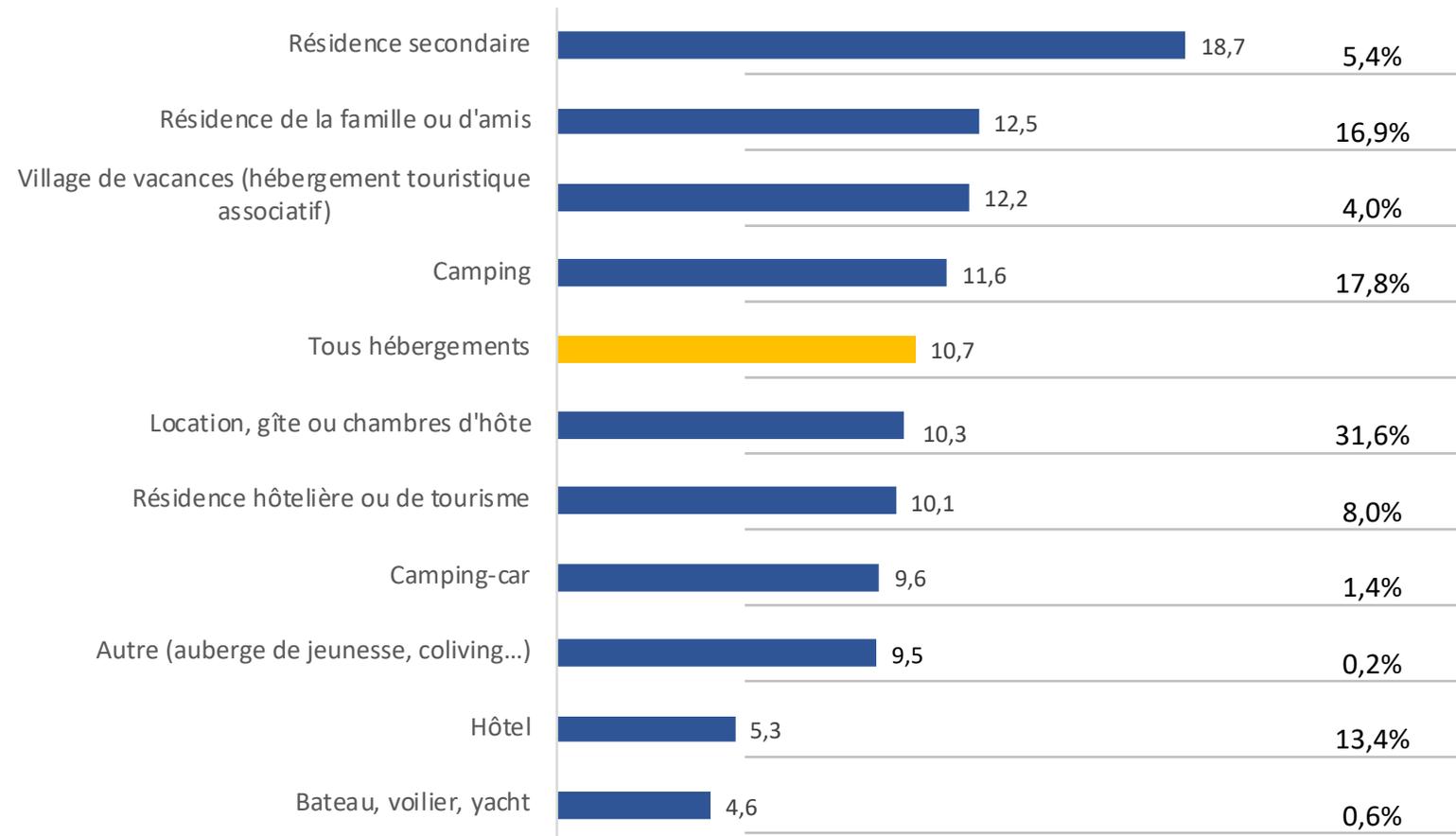
Zoom sur les courts séjours de 3 jours ou moins : 15% des séjours

- 49% choisissent l'hôtel et 20% une chambre d'hôte qu'ils réservent dans plus de 40% des cas via une plateforme
- 43% découvrent la destination pour la première fois
- 55% viennent entre adultes soit en couple (44%) soit entre amis
- Ils centrent leurs visites sur Sète tout en visitant Montpellier et Nîmes
- 22% décident de venir motivés par un film ou une série télévisée.
- Ils ont recours, plus que les autres visiteurs, aux sites exprimant l'avis des voyageurs et aux supports numériques en général

Les durées de séjour des touristes (hors curistes) selon le type d'hébergement

Durée moyenne de séjour des touristes hébergés sur l'Archipel de Thau selon le type d'hébergement

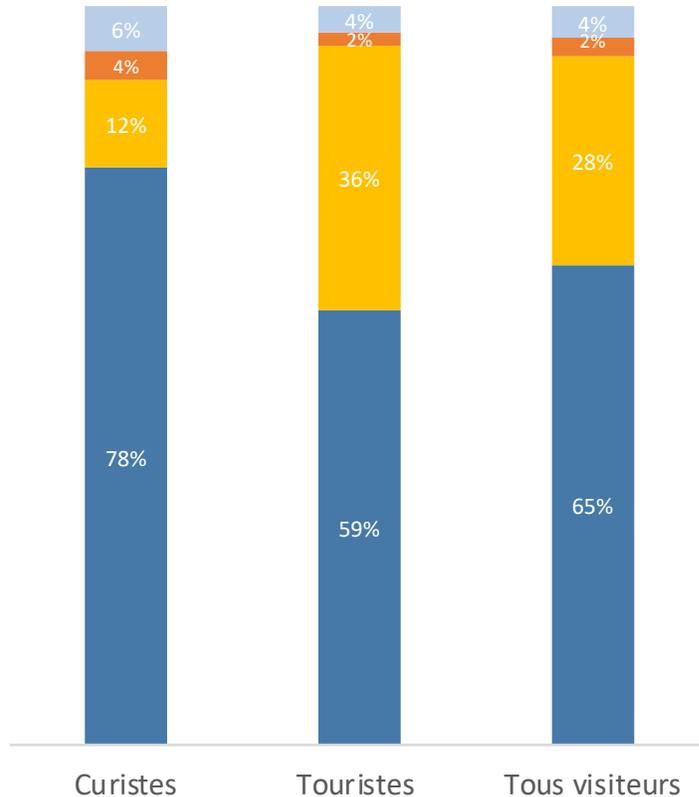
Part de l'hébergement



Base touristes : 1211 touristes hébergés sur l'Archipel de Thau ayant renseigné la durée de leur séjour (les curistes sont exclus)

Un tiers des visiteurs hébergés sur l'Archipel de Thau réserve leur hébergement via une plateforme

Avez-vous réservé votre hébergement via une plateforme type Booking, Airbnb, Hotel.com....?



- Non réponse
- Vous souhaitez le faire mais vous n'avez pas trouvé ce que vous cherchiez
- Oui
- Non

A retenir

Différences et ressemblances

Les curistes restent sur des méthodes de réservation plus traditionnelles du fait des services qui leur sont proposés et de la récurrence de leur venue.

Plus d'un tiers **des touristes** utilisent les plateformes pour réserver leur hébergement. On note que le recours augmente :

- Quand on vient **pour la première fois sur la destination** : 47% des touristes primo-visiteurs utilisent une plateforme de réservation contre seulement 29% pour ceux qui sont déjà venus
- Quand on décide **de séjourner à Sète** : 47% des touristes hébergés à Sète disent avoir eu recours à une plateforme
- Quand on opte pour **un court séjour** (3 jours ou moins) : 43% des touristes l'utilise

A noter :

- L'étude confirme le rôle essentiel des plateformes pour capter une nouvelle clientèle.
- L'offre en ligne ne présente pas d'insuffisance tout au moins pour ces touristes qui sont réellement venus sur la destination.

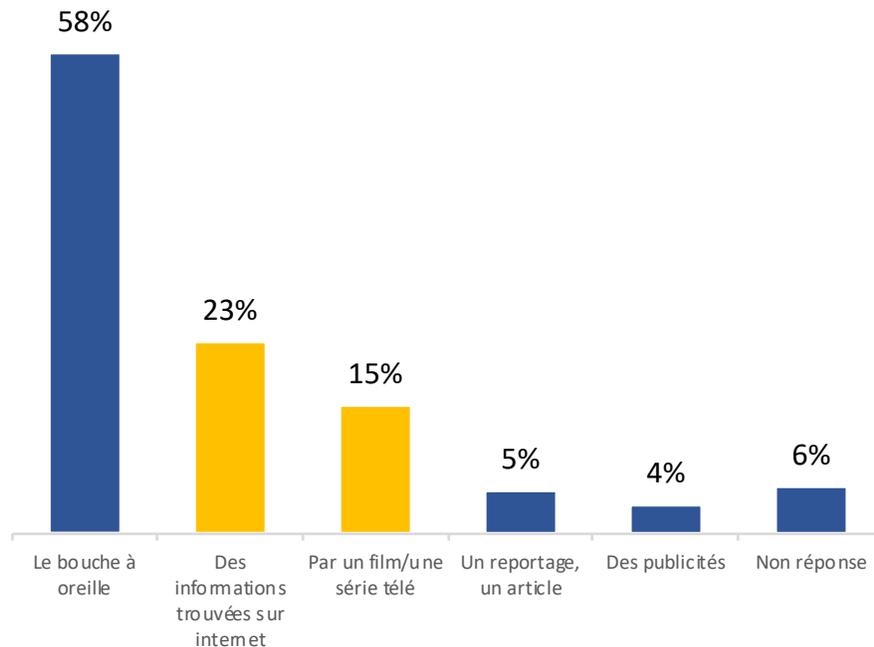
Base tous visiteurs : 1352 visiteurs en hébergement marchand sur l'Archipel de Thau
Base touristes : 919 touristes en hébergement marchand sur l'Archipel de Thau
Base curistes : 433 curistes en hébergement marchand sur l'Archipel de Thau

c. La préparation de la visite



Les moyens de connaissance de la destination Archipel de Thau

Comment avez-vous connu la destination Sète, Archipel de Thau ou l'une de ses 14 communes ? (deux réponses possibles)

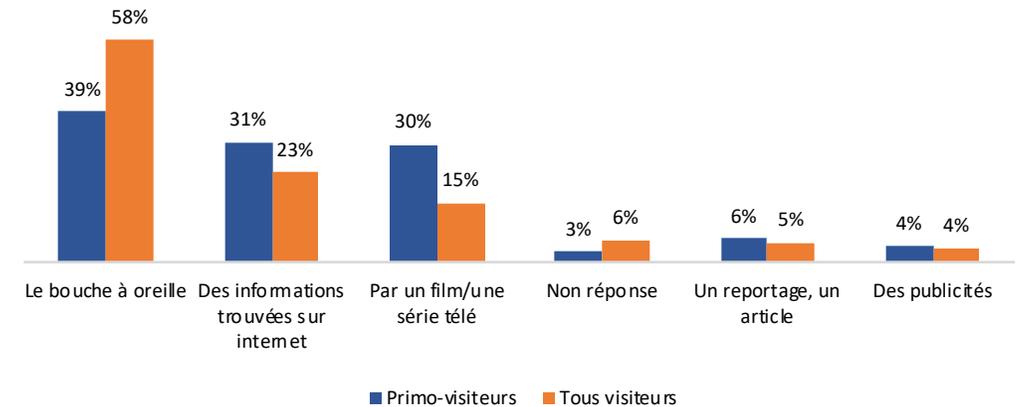


Base : 2018 réponses

Primo-visiteurs : un recours incontournable à Internet et un fort impact des films et des séries télévisées.

Comment avez-vous connu la destination ?

Les primo-visiteurs



L'impact des films et des séries télévisées

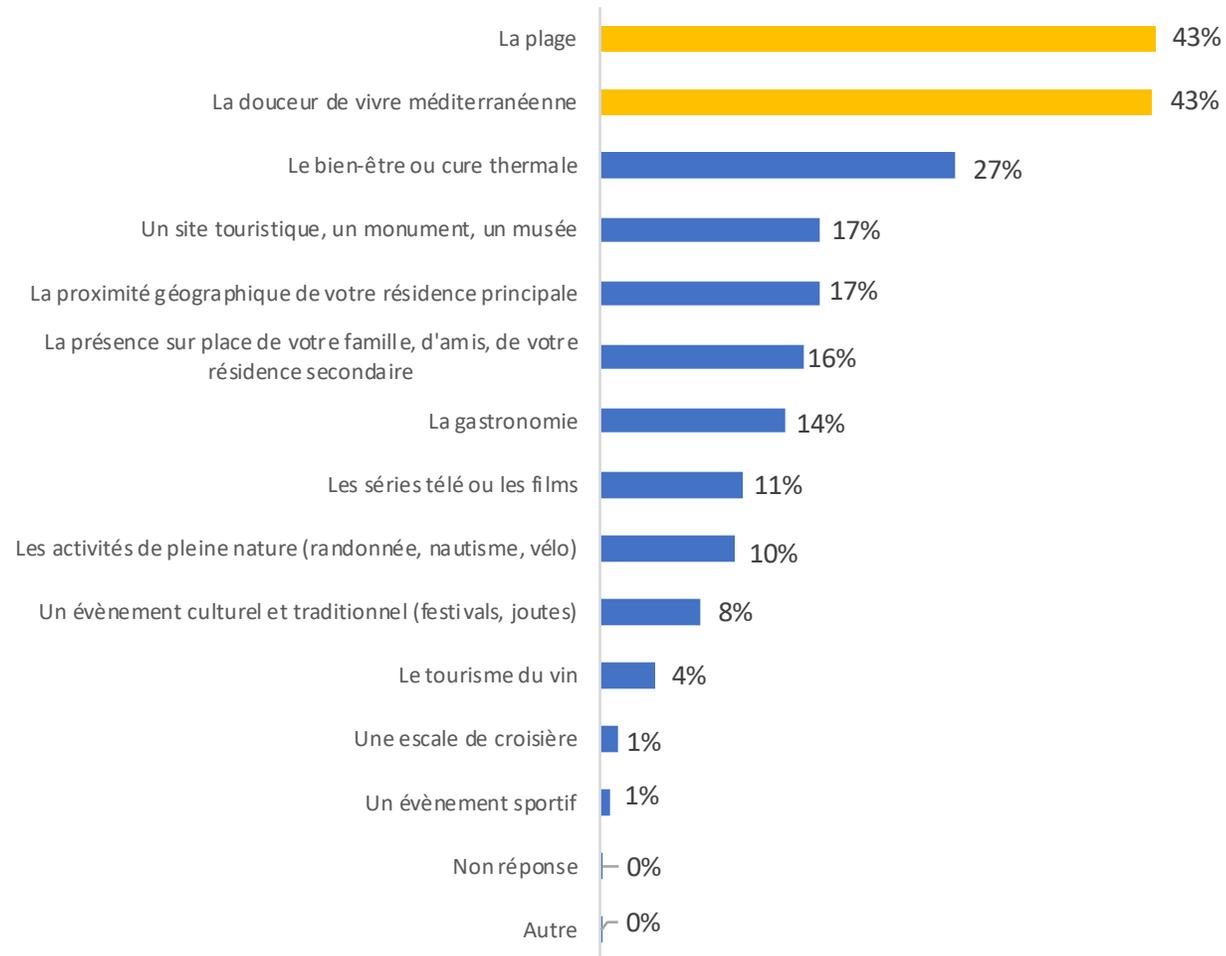
Les séries TV

- Très fort sur **les visiteurs hébergés à Sète** : 28% citent les films et séries comme moyen de connaissance
- Majeur auprès **des excursionnistes** : 1 excursionniste sur 4 affirme connaître la destination par ce biais.
- Auprès des visiteurs en **cours séjours** (3 jours ou moins)

Au bilan : l'étude confirme que les films et les séries se révèlent des moyens efficaces de conquête de clientèle et de développement de l'attractivité de la destination

Les motivations de venue dans l'Archipel de Thau

Quelles sont les 2 raisons qui ont le plus motivé votre venue sur le territoire ? (deux réponses possibles)



Base : 2018 réponses

Différences/ressemblances

Différences et ressemblances

- Le couple plage + douceur de vivre méditerranéenne influence tous les profils de visiteurs
- **Les excursionnistes**, outre la proximité de la résidence de la famille ou des amis, trois autres leviers jouent fortement : les films et séries (22%), la visite d'un site ou d'un monument (28%) et l'occasion de participer à un événement culturel ou festif (13%)
- **Les activités de pleine nature** correspondent peu à des motivations de venues, pourtant sur place, les visiteurs les pratiquent intensément (39% des visiteurs ont réalisé une activité de pleine nature).

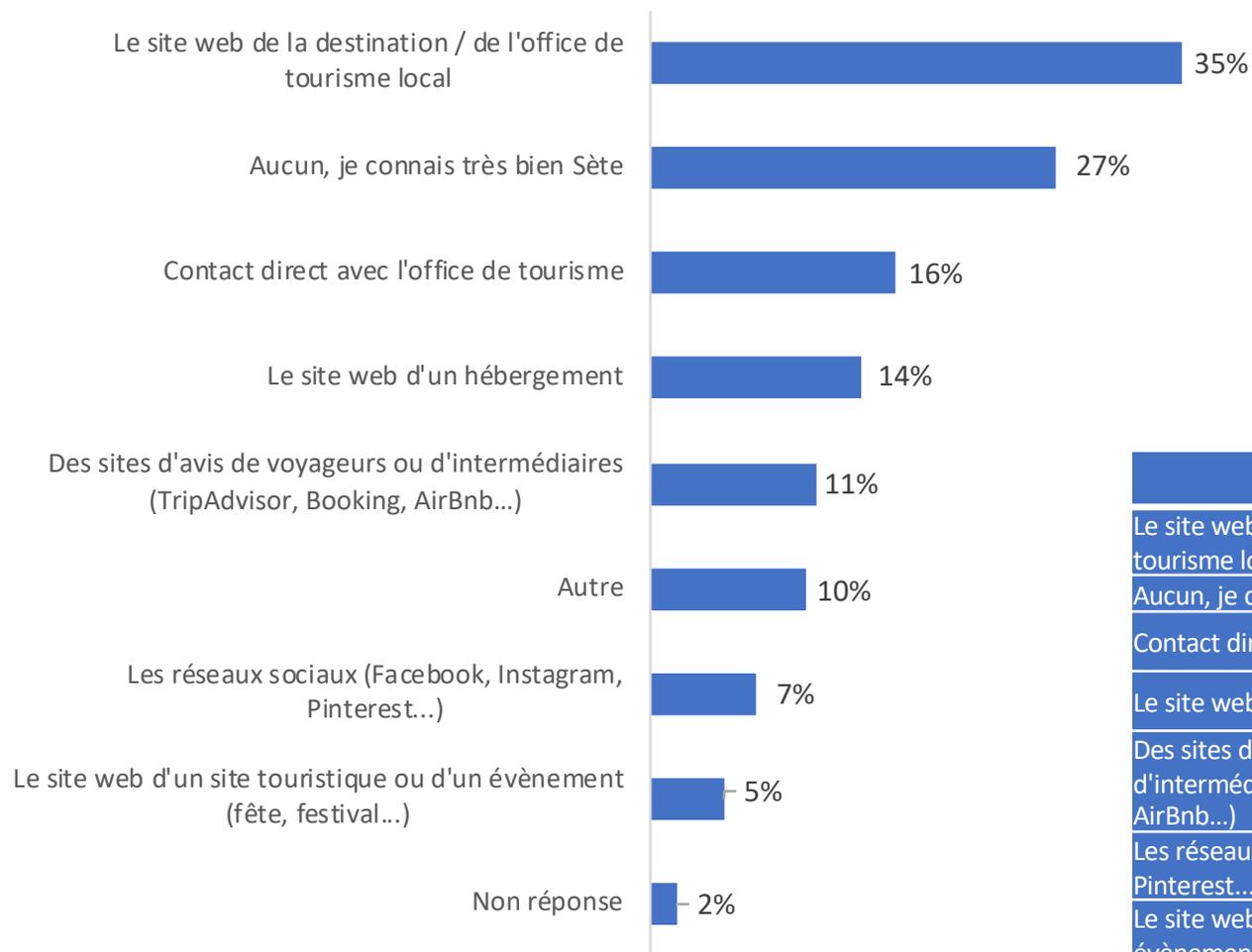
Les motivations de venue dans l'Archipel de Thau

Quelles sont les 2 raisons qui ont le plus motivé votre venue sur le territoire ? (deux réponses possibles)

	Touristes	Curistes	Excursionnistes	Tous visiteurs
La plage	55%	24%	28%	43%
La douceur de vivre méditerranéenne	48%	31%	38%	43%
Le bien-être ou cure thermale	8%	91%	5%	27%
La proximité géographique de votre résidence principale	16%	13%	<u>26%</u>	17%
Un site touristique, un monument, un musée	18%	9%	<u>28%</u>	17%
La présence sur place de votre famille, d'amis, de votre résidence secondaire	19%	7%	15%	16%
La gastronomie	15%	10%	17%	14%
Les séries télé ou les films	12%	3%	<u>22%</u>	11%
Les activités de pleine nature (randonnée, nautisme, vélo)	13%	5%	10%	10%
Un évènement culturel et traditionnel (festivals, joutes)	8%	3%	<u>13%</u>	8%
Le tourisme du vin	4%	3%	7%	4%
Une escale de croisière	1%	0%	5%	1%
Un évènement sportif	1%	0%	1%	1%
Base d'échantillon	1 219	473	326	2 018

Les moyens de préparation de la visite

Quels moyens avez-vous utilisé pour préparer votre venue ? (plusieurs réponses possibles)



A retenir

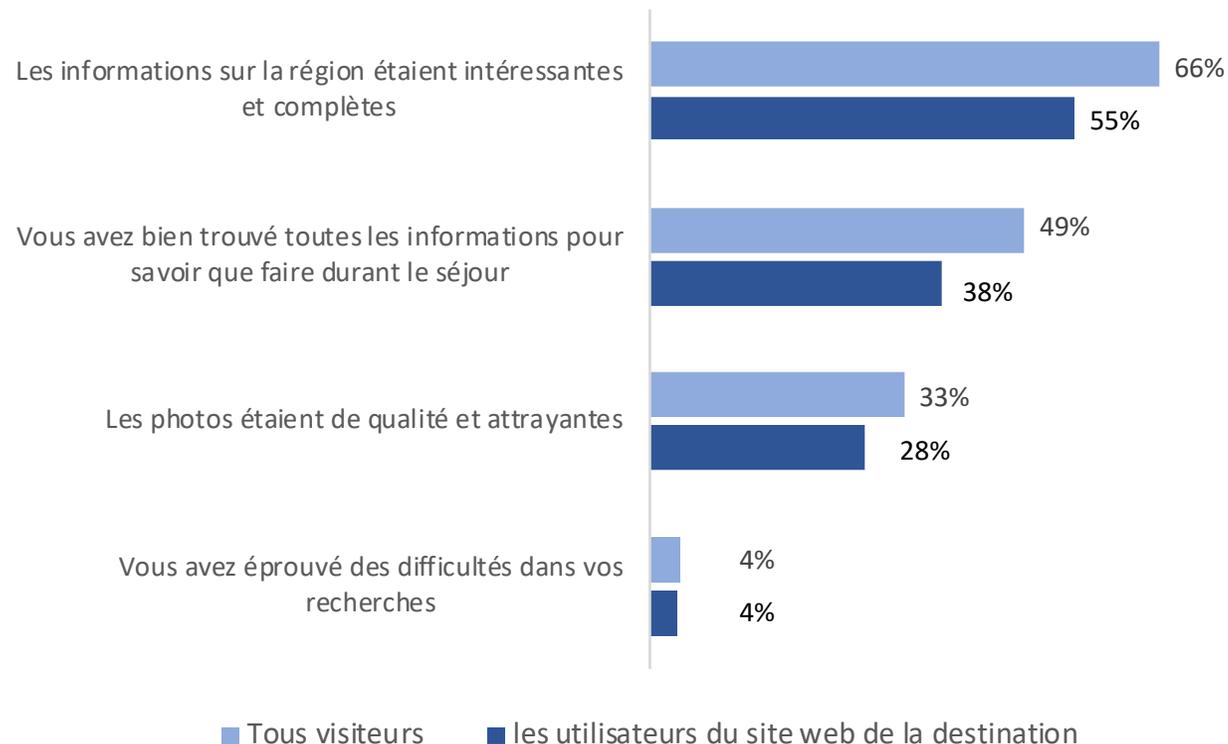
- Les moyens de préparation de la venue sont similaires d'un public à l'autre. Ils confirment encore l'usage d'internet par tous les publics touristiques
- Sur Sète, compte-tenu des profils de clientèle accueillis, le site web et les avis des voyages jouent un rôle prépondérant
- Auprès des curistes, le contact direct avec l'office de tourisme reste une source d'information et un appui à la préparation du séjour.

	Touristes	Curistes	Excursionnistes	Tous visiteurs
Le site web de la destination / de l'office de tourisme local	36%	33%	37%	35%
Aucun, je connais très bien Sète	27%	29%	25%	27%
Contact direct avec l'office de tourisme	14%	22%	14%	16%
Le site web d'un hébergement	15%	14%	10%	14%
Des sites d'avis de voyageurs ou d'intermédiaires (TripAdvisor, Booking, AirBnb...)	14%	3%	12%	11%
Les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Pinterest...)	8%	3%	8%	7%
Le site web d'un site touristique ou d'un évènement (fête, festival...)	6%	2%	5%	5%

Base : 2018 réponses

La perception des sites internet et réseaux sociaux des offices de tourisme de la destination

Si vous avez préparé votre venue grâce aux sites Internet et réseaux sociaux des offices de tourisme de l'Archipel de Thau, vous diriez ? (2 réponses possibles)



Base : 1177 réponses tous visiteurs
Base : 924 visiteurs utilisant des sites web et des réseaux sociaux

A retenir

Une satisfaction sur les contenus et les informations mises à disposition sur les sites web et les réseaux sociaux

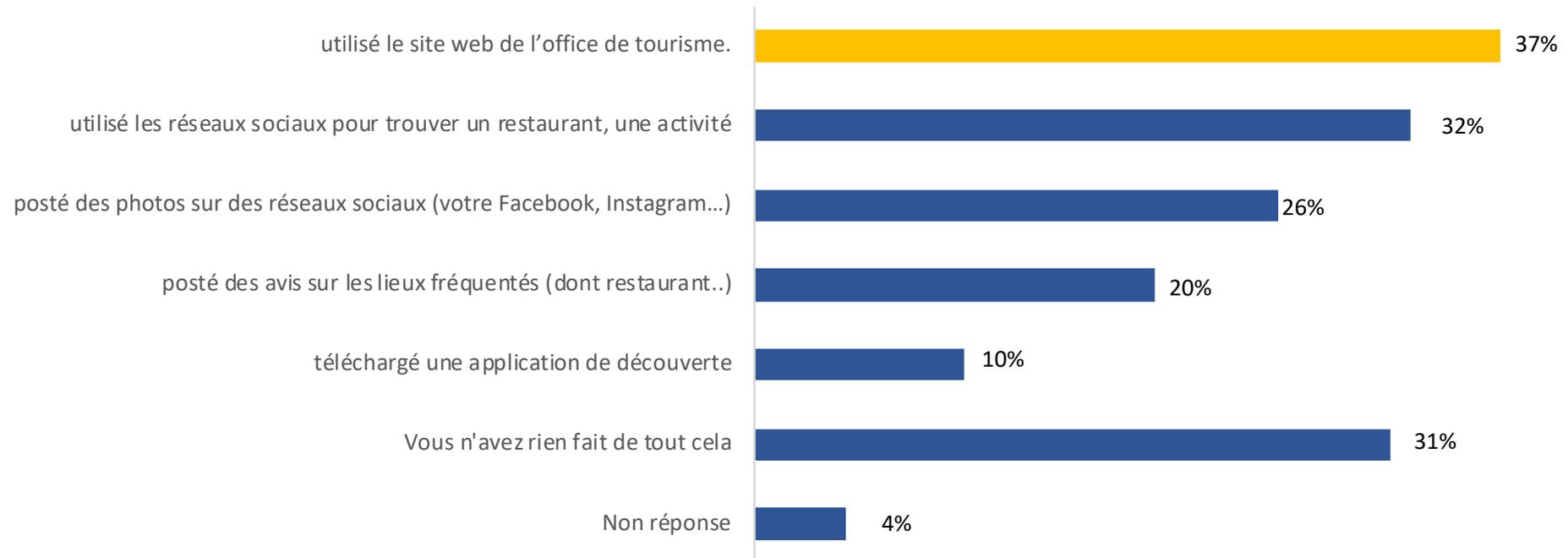
Du fait des deux réponses possibles, les photos enregistrent un score de satisfaction moindre qui n'est pas le reflet réel de la réalité. Des commentaires mentionnent aussi leur qualité

Les difficultés identifiées :

- Des informations affichées trop tardivement : sur des horaires, sur les horaires et lieux des manifestations
- Surtout sur les informations concernant les déplacements :
 - Principalement les déplacements en bus pour se rendre d'une ville à l'autre : horaires, arrêts. Une situation souvent mentionnée par les curistes
 - Les sentiers pédestres et de randonnées.
- Parfois sur les indications de stationnements gratuits

Durant le séjour sur l'Archipel de Thau, 70% des visiteurs ont utilisé internet et des réseaux sociaux pour vivre la destination

Sur place, au cours de votre séjour, vous avez ? (plusieurs réponses possibles)



Base : 506 visiteurs post-séjour

d. Les pratiques touristique des visiteurs

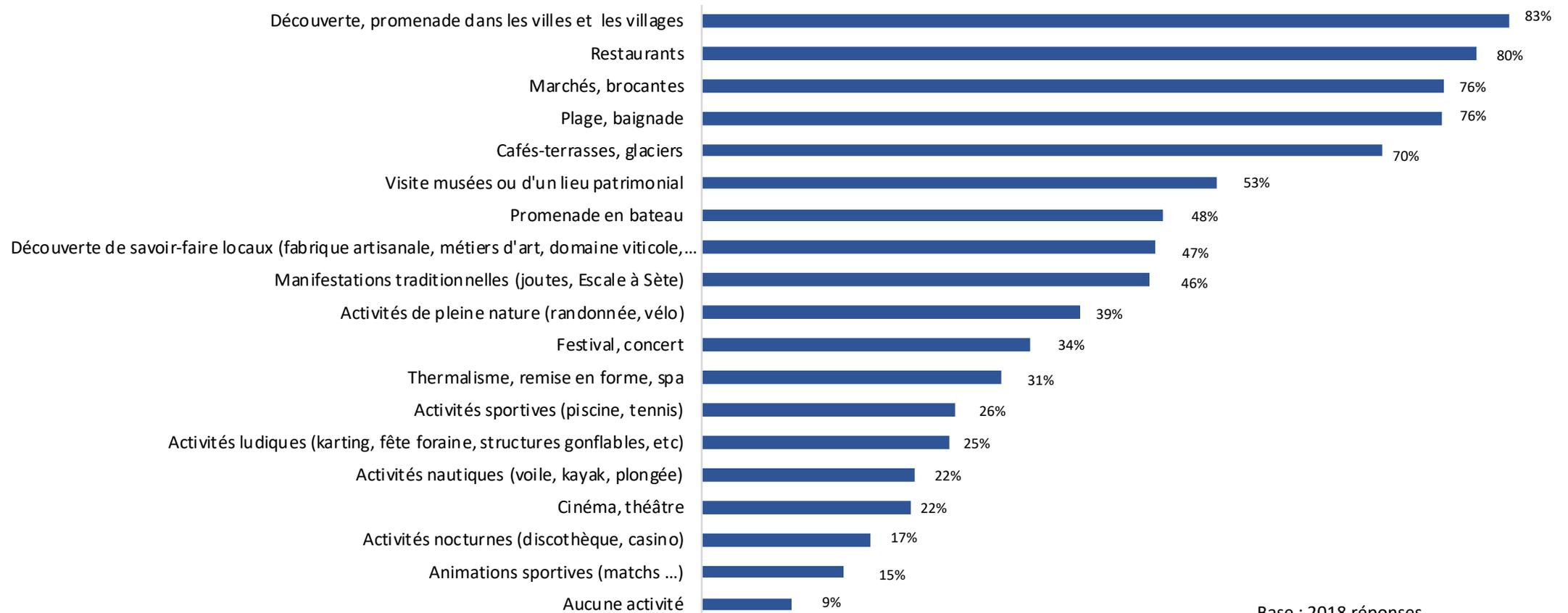


La pratique du territoire des visiteurs de l'Archipel de Thau



- On retrouve sur la destination les pratiques touristiques habituelles des visiteurs avec un couplage : promenade + plage + restauration + marchés
- On notera ici une part majeure des marchés et de la restauration qui se posent comme les deux piliers de l'activité touristique, et ce quel que soit le lieu de séjour sur la destination.

Avez-vous ou allez-vous pratiquer ces activités dans l'une des 14 communes de l'Archipel de Thau ? – nombre de visiteurs ayant pratiqué cette activité



Base : 2018 réponses

La pratique du territoire par type de visiteurs de l'Archipel de Thau



Avez-vous ou allez-vous pratiquer ces activités dans l'une des 14 communes de l'Archipel de Thau ? – nombre de visiteurs ayant pratiqué cette activité

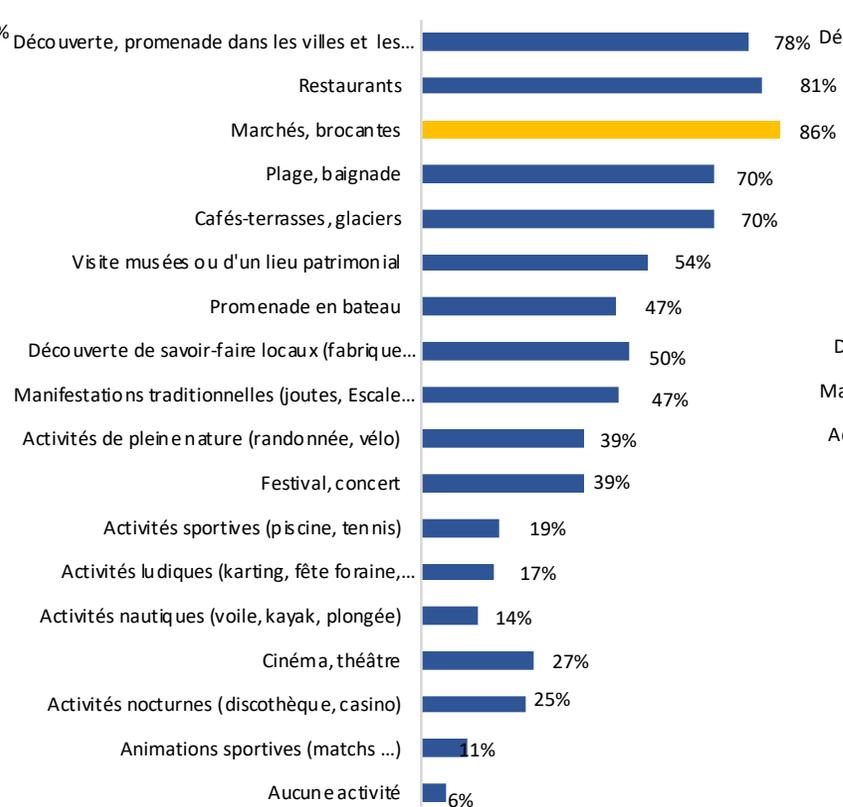
En jaune les activités significatives par profil

Touristes



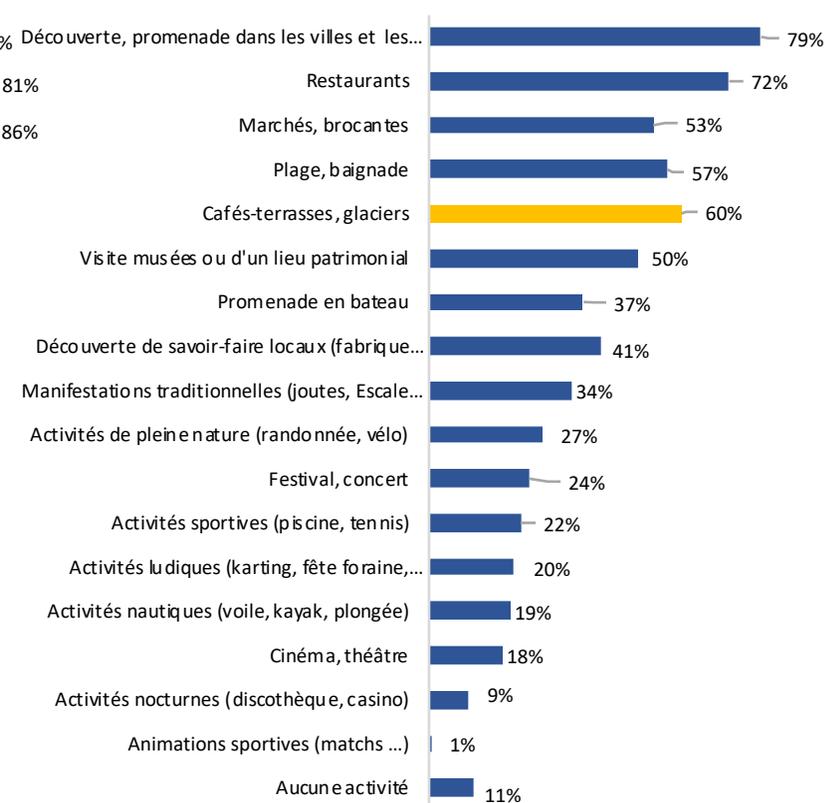
Base : 1219 réponses

Curistes



Base : 473 réponses

Excursionnistes



Base : 326 réponses

Les visiteurs pratiquent en moyenne 3 activités par jour au cours de leur séjour sur l'Archipel de Thau



Activités	Nombre moyen de fois où l'activité est pratiquée sur la durée du séjour	Part des visiteurs ayant pratiqué cette activité
Plage, baignade	7,9	76%
Cafés-terrasses, glaciers	5,5	70%
Découverte, promenade dans les villes et les villages	4,7	83%
Restaurants	4,6	80%
Activités de pleine nature (randonnée, vélo)	4,2	39%
Marchés, brocantes	4,1	76%
Activités sportives (piscine, tennis)	3,6	26%
Visite musées ou d'un lieu patrimonial	2,3	53%
Manifestations traditionnelles (joutes, Escale à Sète)	2,1	46%
Activités nocturnes (discothèque, casino)	2,1	17%
Découverte de savoir-faire locaux (fabrique artisanale, métiers d'art, domaine viticole, activités conchylicoles)	2	47%
Festival, concert	2	34%
Activités ludiques (karting, fête foraine, structures gonflables, etc)	1,8	25%
Activités nautiques (voile, kayak, plongée)	1,8	22%
Promenade en bateau	1,4	48%
Cinéma, théâtre	1,4	22%
Animations sportives (matches ...)	0,7	15%

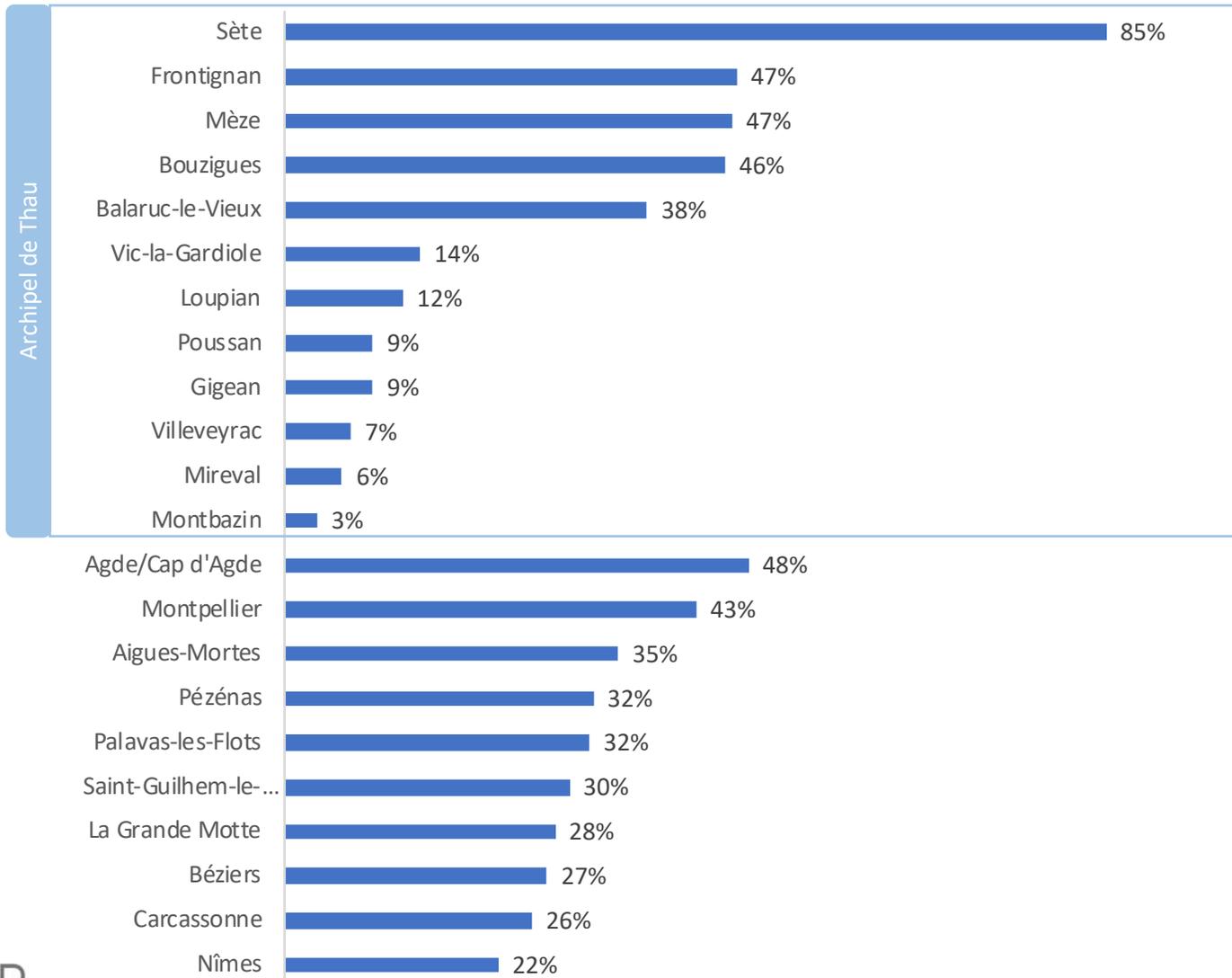
A retenir

Sur une durée moyenne de séjour de 13 jours, tous visiteurs confondus :

- **La plage** c'est presque tous les jours
- **Le café, les terrasses, les restaurants** c'est presque un jour sur deux
- **La découvertes des villages et de villes** c'est presque un jour sur deux
- **La visite d'un site ou d'un musée** c'est deux fois dans le séjour

Le parcours des visiteurs de l'Archipel de Thau : les villes visitées

Avez-vous visité / avez-vous pour projet de visiter ces villes ?



A retenir

En moyenne 7,5 villes visitées, tous visiteurs confondus

- **Sète** est toujours la première ville visitée et la porte d'entrée sur la destination
- **La hiérarchie des villes visitées est globalement la même** que l'on soit touriste, excursionniste, curiste, primo-visiteur, en cours séjour :
 - Sète est toujours la première ville visitée
 - Les curistes profitent plus de Bouzigues ou de Mèze
 - Les excursionnistes ont un rayon de visite plus large : 1/3 ont aussi visité Béziers, Carcassonne ou Nîmes. Bien évidemment, cette situation est aussi liée à leur lieu de séjour sur les stations voisines
- A noter, les repeaters ont eu parfois tendance à citer toutes les villes visitées quelle que soit l'année de leur séjour.

e. Les budgets dépensés par les visiteurs



La dépense des visiteurs sur l'Archipel de Thau



516 € dépensé par un touriste en séjour hors personnes en résidence secondaire

Budget moyen par personne et par jour passé sur l'Archipel de Thau					 Souvenirs	 Spécialités locales	 Courses alimentaires	Budget dépensé ¹	Durée moyenne de séjour (en jours)	Budget par personne sur la durée du séjour ² 
Touristes en séjour ³	19,20 €	5,80 €	1,60 €	1,40 €	1,60 €	1,60 €	6,50 €	38 €	13,9 jours	529 €
Touristes hébergement marchand (hors curiste)	28,60 €	7,90 €	2,10 €	1,70 €	2,20 €	1,80 €	7,70 €	52 €	9,9 jours	515 €
Curistes	25,50 €	5,50 €	1,50 €	1,30 €	1,60 €	1,90 €	7,90 €	45 €	21 jours	945 €
Touristes en séjour hors habituellement présents	20,50 €	6,00 €	1,60 €	1,50 €	1,70 €	1,60 €	6,60 €	40 €	10,5 jours	420 €
Excursionnistes	-	20,50 €	2,70 €	8,10 €	6,30 €	5,70 €	9,5 €	53 €	-	53 €
Résidences ⁵ secondaires	-	11,60 €	0,80 €	1,00 €	0,80 €	1,00 €	5,00 €	20 €	18,7 jours	374 €

1 - Les budgets calculés s'entendent par personne sur la totalité du séjour si le visiteur a séjourné ou sur la journée pour les excursionnistes. Le budget est arrondi à la dizaine

2 - Le budget est arrondi à la dizaine supérieure

3 - Le touriste en séjour correspond aux visiteurs touristes et curistes ayant séjourné sur l'Archipel de Thau quelle que soit la durée du séjour dont les personnes en résidence secondaire

4 - Le touriste en séjour hors habituellement présent correspond aux touristes et curistes ayant séjourné au moins une nuit sur l'Archipel de Thau hors personnes hébergés dans leur résidence secondaire

5 - la durée de séjour est calculé sur le séjour de période d'étude soit de juillet à novembre



Analyse des résultats de la phase 2

Enquête de clientèle sur la période d'enquête juillet – novembre 2019

a. La satisfaction à l'égard de la destination



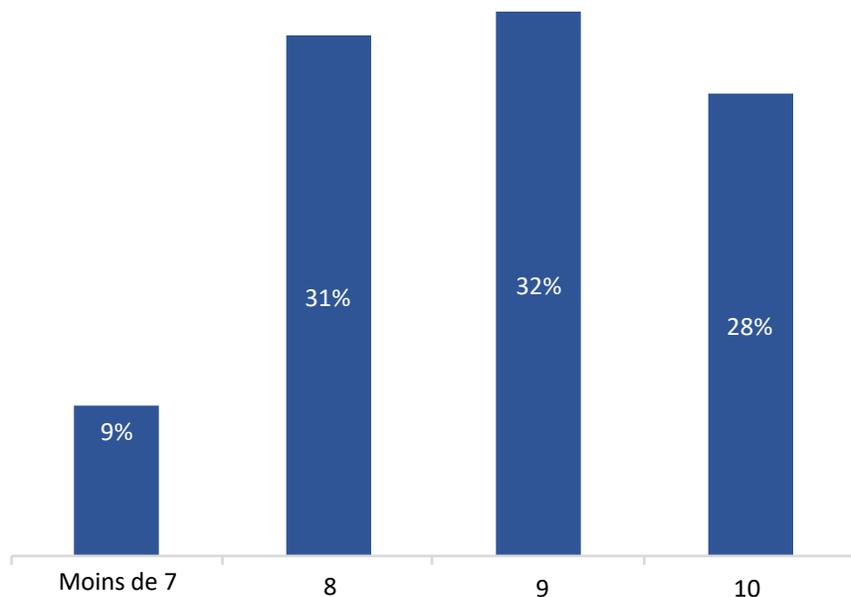
Un niveau de satisfaction élevé induit une forte capacité des visiteurs à être des promoteurs de la destination Archipel de Thau

Au bilan, quel est votre satisfaction générale sur votre séjour ? (Merci d'attribuer une note comprise entre 1 et 10, 10 correspondant à une satisfaction maximale)

Sur une échelle de 1 à 10 comment recommanderiez-vous la région ? (Merci d'attribuer une note comprise entre 1 et 10, 10 correspondant à une satisfaction maximale)

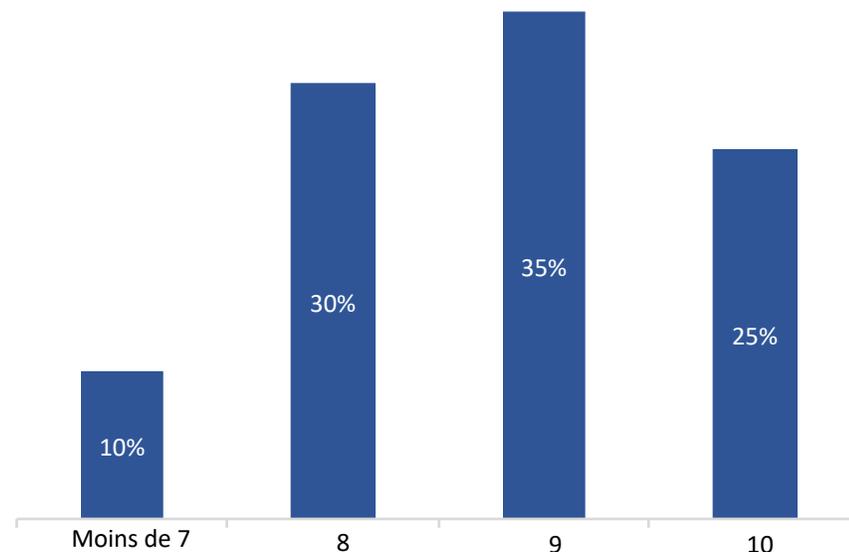
SATISFACTION SUR LE SEJOUR

Note moyenne : 8,7/10



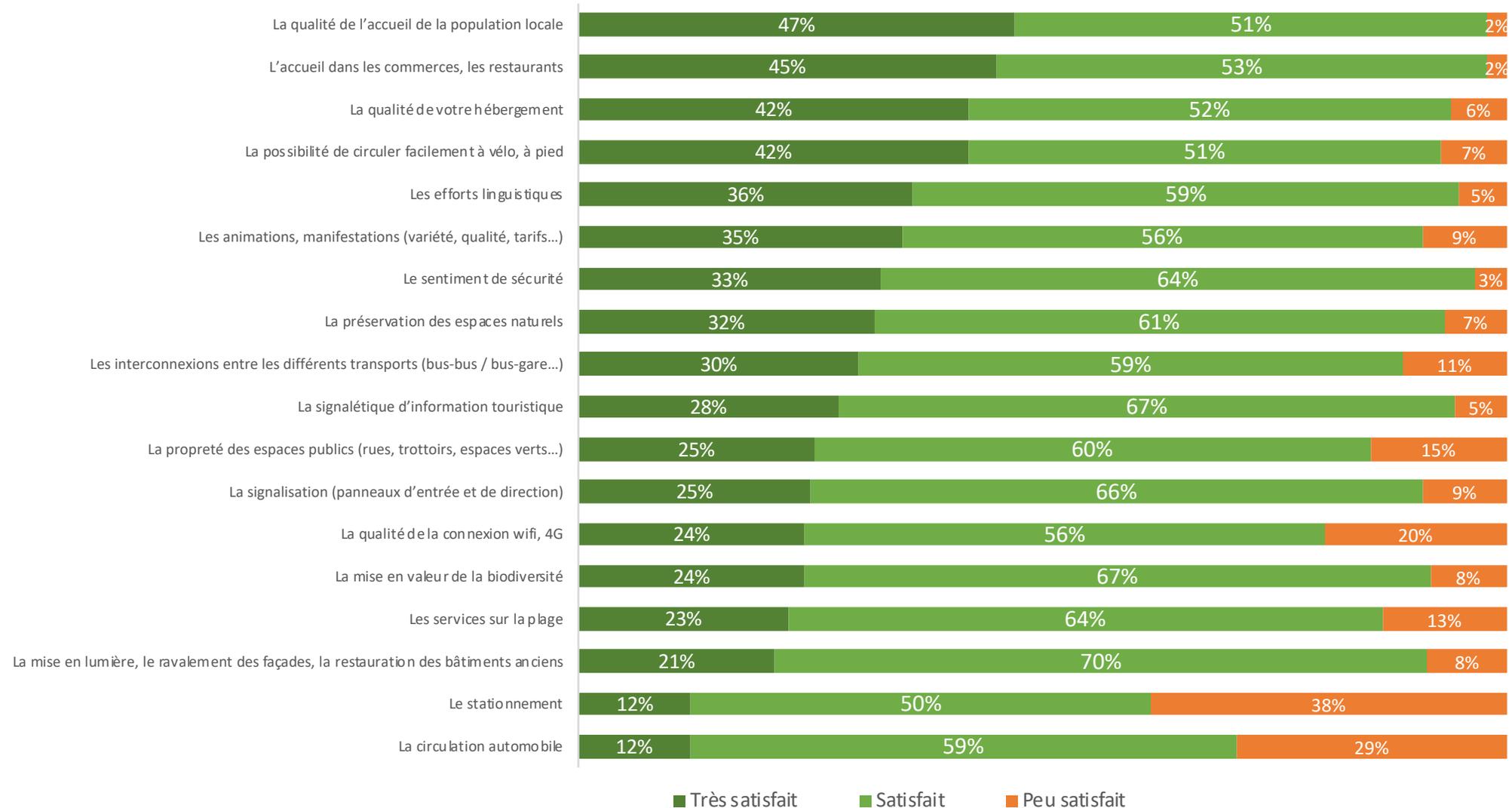
RECOMMANDATION DE LA DESTINATION

Note moyenne : 8,7/10



Le niveau de satisfaction à l'égard du séjour sur l'Archipel de Thau

Pouvez-vous indiquer votre degré de satisfaction concernant les sujets suivants ?



Contribution de l'offre à la satisfaction globale du visiteurs

Tous les éléments de l'offre ont un impact sur l'expérience de visite, l'enjeu ici est de sélectionner et caractériser ceux qui ont un effet déterminant. La matrice ci-contre qualifie la contribution de chacun des éléments de l'offre à la satisfaction globale du visiteur et à sa capacité de recommandation. Elle est construite sur deux axes :

- **L'axe des abscisses définit « la performance »** c'est-à-dire la satisfaction des visiteurs sur cet élément de l'offre. Il est calculé à partir d'une note moyenne de satisfaction.
- **L'axe des ordonnées définit « l'importance »** c'est-à-dire l'impact de cet élément de l'offre sur la satisfaction globale du visiteur et sa capacité à recommander la ville suite à sa visite.

Éléments peu satisfaisants impactant fortement l'expérience globale de visite

Éléments peu satisfaisants n'endommageant pas l'expérience globale

Éléments satisfaisants impactant fortement l'expérience globale de visite

Éléments d'un bon niveau de satisfaction impactant peu l'expérience globale



Contribution de l'offre à la satisfaction des visiteurs : que retenir ?

Éléments peu satisfaisants impactant fortement l'expérience globale de visite

Groupe 3 : il comporte **des axes d'amélioration**. Ici, la mise en lumière, le ravalement des façades, la restauration des bâtiments anciens pourraient être interprétés de la façon suivante : une bonne qualité homogène sur l'ensemble de la destination donne un appréciation globalement favorable sans que rien ne se détache en positif ou en négatif.

Éléments peu satisfaisants n'endommagent pas l'expérience globale

Groupe 4 : ces critères bénéficient d'un faible niveau de satisfaction qui n'endommagent pas pour autant l'expérience globale. Toutefois, **ici ces critères se poseraient plutôt comme des axes de progrès**.

Si le stationnement et la circulation automobile enregistrent une évaluation très conforme à celle d'autres destinations, les autres critères semblent plus problématiques : connexion wifi-4G, propreté des espaces publics, interconnexions entre les villes.

Groupe 2 : ces critères représentent **des éléments distinctifs** de la destination. Ils jouissent d'un bon taux de satisfaction et impactent fortement l'expérience globale de visite. Ils concernent en priorité l'accueil et la convivialité (accueil de la population et des commerçants), les animations, le sentiment de sécurité, la possibilité de circuler aisément à pied ou en vélo et la qualité de préservation des espaces naturels. A noter une vraie satisfaction sur la signalisation touristique.

Ces éléments contribuent **au sentiment de bien-vivre dans la destination et rejoignent l'image globale perçue** par les visiteurs.

Éléments satisfaisants impactant fortement l'expérience globale de visite

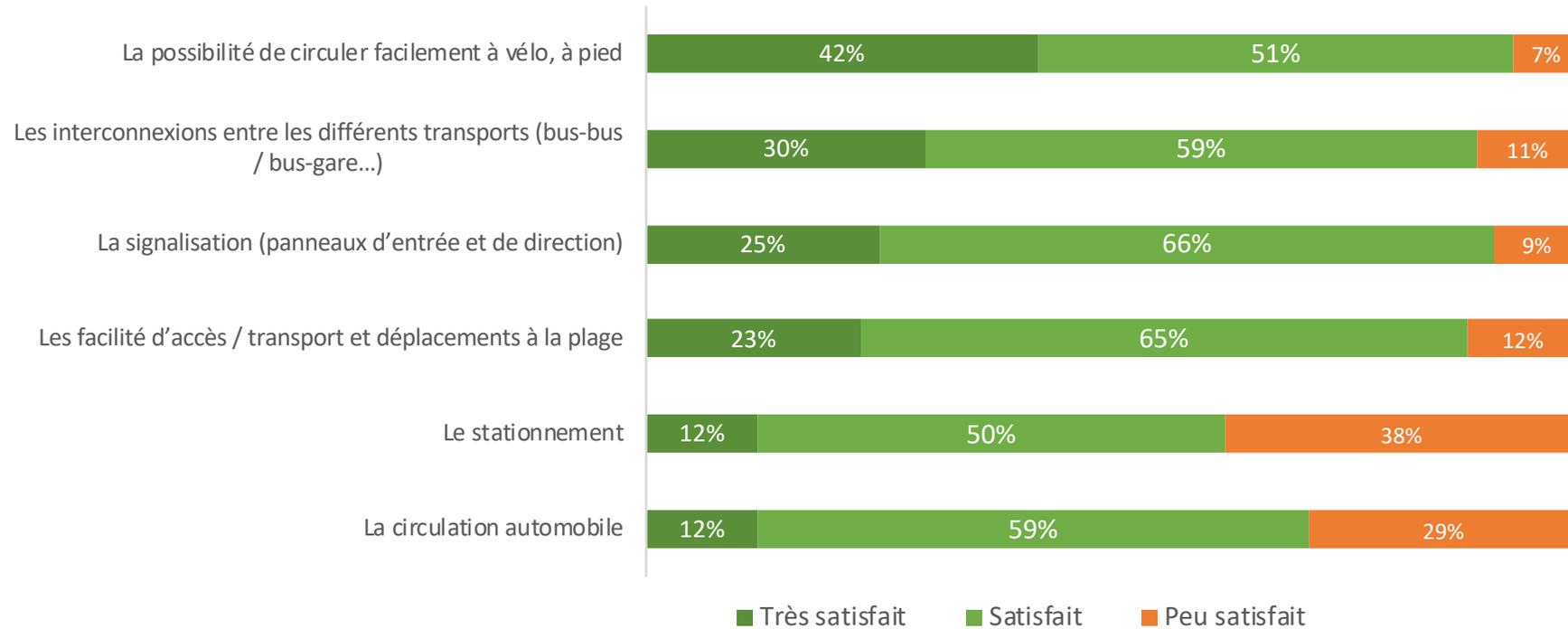
Groupe 1 : ces critères recueillent un bon niveau de satisfaction mais ne sont pas des leviers impactant la satisfaction globale. Ils se posent comme des **caractéristiques intrinsèques** de la destination. Ici, ils constituent même des évidence de l'offre touristique : signalisation routière, maîtrise des langues, qualité des hébergements.

Ces éléments sont des minimas de qualité.

Éléments d'un bon niveau de satisfaction impactant peu l'expérience globale

Zoom sur la perception des modalités de déplacement : bon niveau de satisfaction sur la circulation douce mais encore des efforts à accomplir concernant les interconnexions, la signalisation, la circulation automobile

Pouvez-vous indiquer votre degré de satisfaction concernant les sujets suivants ?



Trois axes essentiels d'amélioration

Selon vous, quels seraient les points d'amélioration ?



La circulation, le stationnement, le parking : un vrai problème, « une épine dans le pied » voire un vrai casse-tête. Dans tous les cas, un problème à résoudre via des modalités d'interconnexions et en reconsidérant la place de la voiture

- **La circulation** : « dans Sète, très difficile », « améliorer la circulation », « circulation importante et dangereuse pour les piétons », « circulation à pied et en voiture très compliquée », « trop de voiture à Sète, faire un contournement », « revoir fondamentalement le plan de circulation »
- **Le stationnement** « trop cher », « pas de stationnement longue durée », « un vrai point à améliorer », « développer le stationnement ou développer les interconnexions entre parkings et sites à visiter et les plages », « le stationnement un vrai casse-tête », « pas assez de parking », « plus de stationnement gratuit », « enlever les voitures de devant les restaurants à Bouzigues », « peut-être une prise en charge des frais de stationnement par les hébergeurs car le parking est onéreux, style carte de stationnement prépayée fournie », « parking sous le canal à Sète peu accueillant »



La propreté, deuxième point d'amélioration. Les remarques sont vives sur Sète mais concernent toutes les villes.

- « on ressent des améliorations mais il reste à progresser », « il faut toujours regarder où on met les pieds, quand on se promène sur la Corniche c'est immonde », « nous avons trouvé Sète très sale », « la propreté des trottoirs à Sète ! »
- « la propreté de la plage à Balaruc et des espaces verts, laisse à désirer »
- « pas de sac poubelle ni de sac à crottes dans la ville de Mèze »
- « que la ville de Marseillan soit propre ! »
- « attention à la propreté des rues », « toujours un manque de propreté au niveau des poubelles », « plus aucune poubelle autour de l'étang »

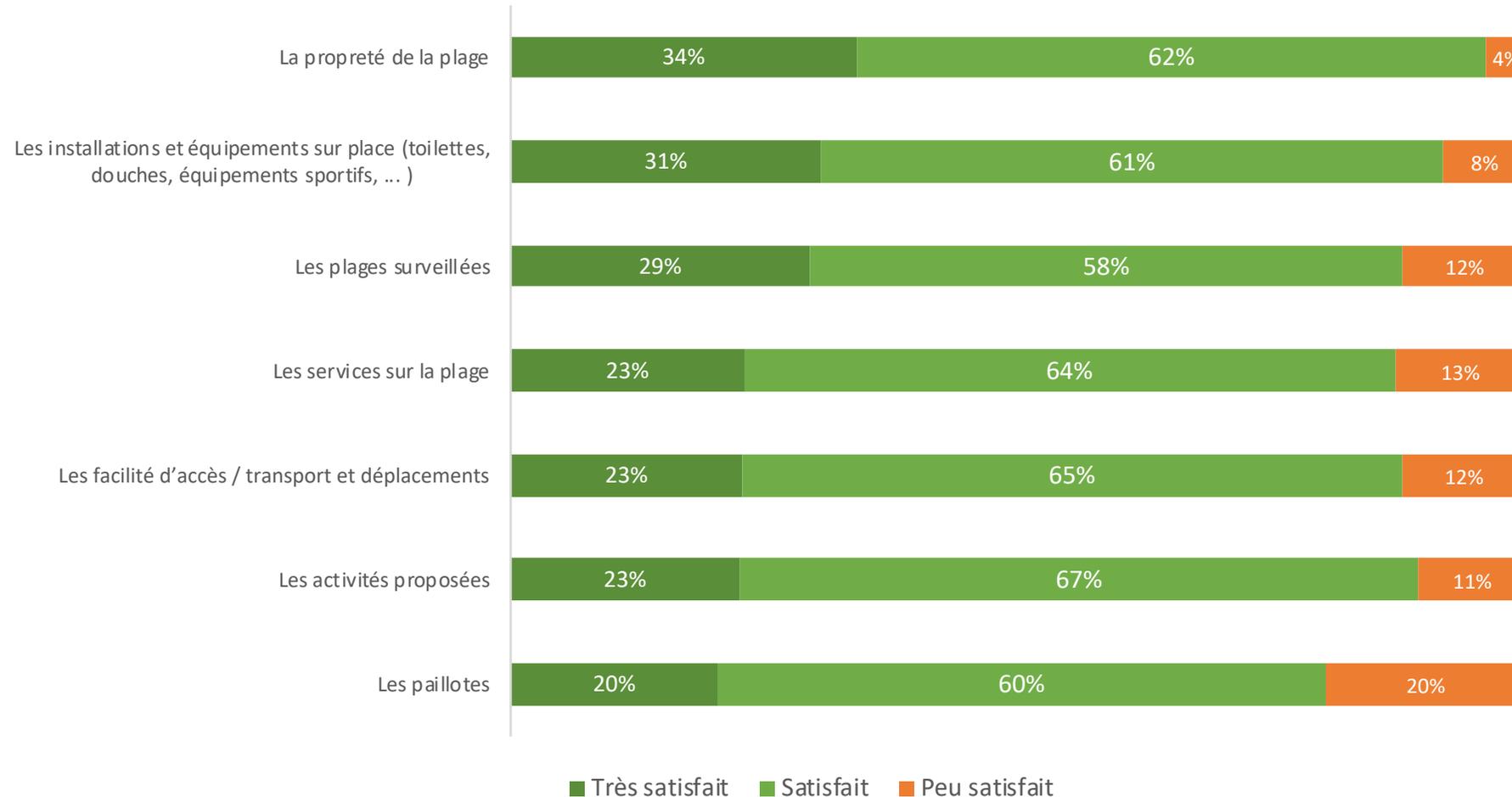


La circulation douce et le transport collectif

- **Le bus, une vraie attente** : « la circulation automobile étant dense, le bus ont du mal à respecter les horaires », « un meilleur aménagement pour faciliter la circulation en bus », « plus de bus ... et à l'heure », « il arrive que les conducteurs ne s'arrêtent pas car les bus sont déjà pleins, c'est surtout le cas les jours de marché », « pas de bus à l'arrivée des trains le soir », « mettre plus de bus régionaux les week-ends », « les bus pas du tout à l'heure et les chauffeurs pas aimables »
- **Des idées** : « un tram inter-villes respectueux de l'environnement, écologique et touristique »
- « plus de pistes cyclables et de zones piétonnes en centre ville »

Le niveau de satisfaction à l'égard de la plage : satisfaisant sur la propreté et les installations, encore des efforts sur les activités et les pailotes

Quelle est votre satisfaction concernant la plage ?



Les axes d'amélioration sur les plages

Selon vous, quels seraient les points d'amélioration ?

Les demandes d'amélioration se concentrent sur trois sujets assez classiques. On ne note pas de réelle demande d'animations ou de services supplémentaire même si le niveau de satisfaction sur ce sujet est convenable

La plage : les douches et WC

- Les sanitaires « *les wc publics doivent être ouverts en journée* », « *pas assez de wc* », « *plus de points toilette* », « *toilettes fermées mi-septembre !* », « *des sanitaires ouverts* »
« *plus de douches sur la plage* », « *des douches pour le corps et pas que pour les pieds à Marseillan* », « *des douches sont parfois sans eau* »



La plage : la place des chiens

- Les chiens, un sujet compliqué « *les chiens sont interdits, c'est inadmissible de voir encore des chiens sur la plage Plus de sanctions pour les chiens sur les plages ... interdire les chiens ... une surveillance pour interdire l'accès aux personnes avec des animaux* » et des visiteurs qui souhaiteraient des espaces réservés pour les chiens

La propreté

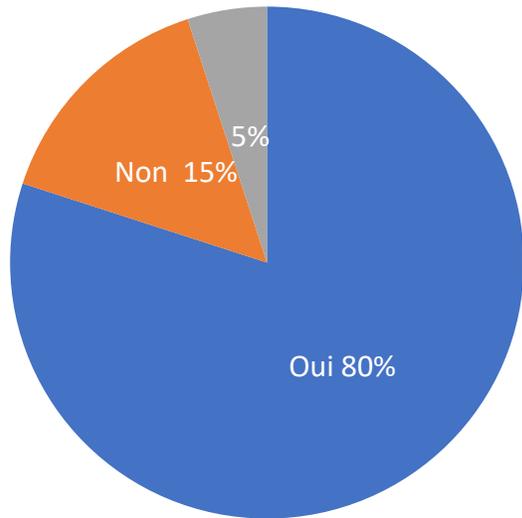
- « *plage sale avec des mégots, du plastique* », « *distribution de cendrier de poche* »
- « *plus de poubelles* » « *nettoyer les plages* »

Accès PMR

- *Les visiteurs soulignent les aménagements existants et encouragent à les poursuivre*

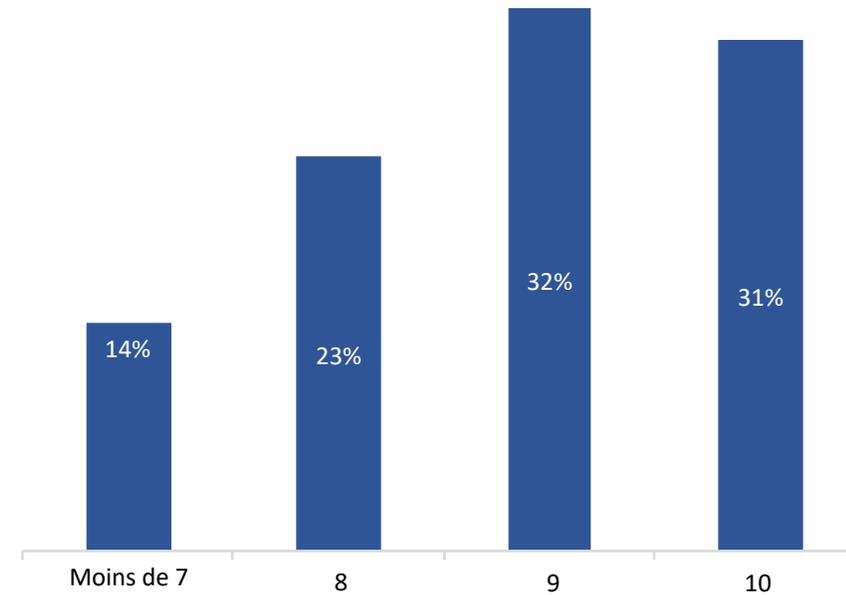
Très bon niveau de satisfaction à l'égard de la relation avec l'office de tourisme

Êtes-vous allé dans un office de tourisme ?



SATISFACTION À L'EGARD DE LA RELATION AVEC L'OFFICE DE TOURISME

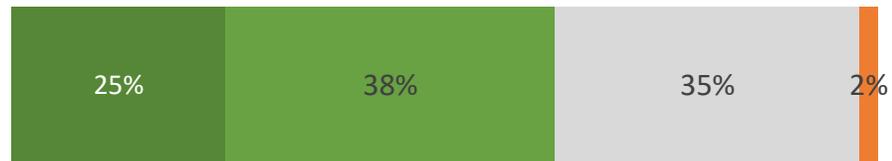
Note moyenne : 8,7/10



Sur une échelle de 1 à 10 quelle est votre satisfaction ?

Image avant/après : 63% des visiteurs voient une évolution positive de leur image de la destination Archipel de Thau suite à leur séjour

Entre votre image avant de venir et aujourd'hui, vous diriez ?



- Votre image de la destination est nettement meilleure aujourd'hui, vous avez même été surpris.
- Votre image de la destination est meilleure aujourd'hui.
- Votre image de la destination est identique.
- Votre image est moins bonne aujourd'hui.

A retenir

- La perception est similaire que l'on soit curiste, touriste ou excursionnistes
- En revanche, **les primo-visiteurs se montrent encore plus enchantés**. Avec 70% d'évolution positive de leur image suite au séjour, ils confirment la forte impression favorable à l'égard de la destination

36%



Image de la destination Archipel de Thau

28%



23%



19%



16%



12%



13%



Le meilleur souvenir de la destination Archipel de Thau : à quoi est-il dû ?

Quel est votre meilleur souvenir ?

La plage

- *Le déjeuner en bord de plage*
- *La beauté de la plage, le soleil et la chaleur*
- *La journée à la plage, pique nique et resto le soir*
- *Des plages à taille humaine*
- *Les promenades sur la plage les pieds nus dans la mer*
- *Le pique-nique le soir sur la plage*
- *L'eau à 24°, juste magnifique*
- *L'eau bleue turquoise*
- *Les couchers de soleil*

Des petits moments de vie

- *La plage, le cinéma en plein air, les huîtres, la rencontre avec les acteurs de Demain nous appartient*
- *Balade sur la corniche, marché, resto au bord du canal*
- *Dégustation d'huîtres sur l'étang de Thau, flâner sur les marchés sous un soleil magnifique, le must*
- *Dégustation d'huître au soleil couchant à Bouzigues et vue sur la colline de Sète !*
- *Déjeuner à Balaruc ou à Mèze les pieds dans l'eau des huîtres, des moules et du vin frais*
- *Retrouver des amis, promenade sur la plage et restaurant*
- *Balade la nuit le long de l'étang en famille en dégustant des glaces et des gaufres*
- *Une projection en plein air dans un domaine viticole*
- *La sympathie de Thierry et Corinne*

La gastronomie

- *Manger des huîtres directement chez le producteur, un pur régal*
- *Soleil, farniente et bonne gastronomie*
- *Une planche de tapas au restaurant*
- *Manger au restaurant à la pointe courte*
- *Les restaurants partout le soir, sur les quais, les paillotes*
- *Les tielles*
- *Les vins blancs de Loupian et de Frontignan*
- *Une brasucade sur l'étang de Thau*

Les animations

- *Découvrir les joutes à Sète*
- *Les joutes et leur esprit de convivialité*
- *La fête de la Saint louis*
- *Les animations dans la ville le soir sont toujours géniales*
- *Une représentation dans votre magnifique théâtre Molière*
- *Les orchestres de la semaine du 15 août*
- *La soirée chevaux féériques illuminés*

Les balades

- *Balade en mer en kayak*
- *Balade à pieds dans Sète*
- *Balade aux bords de l'étang de Thau*
- *Balade en bateau*
- *Le paysage depuis la balade au Mont Saint Clair*
- *Une marche dans le massif de la Gardiole*

Les visites

- La visite de ...*
- *Demain nous appartient +++*
 - *Du Mont Saint Clair et la vue magnifique à 360°*
 - *Pézenas*
 - *Villages en bordures de l'étang de Thau*
 - *Monter au phare de Sète et avoir une vue sur la ville*



Zoom par catégorie de profils touristiques

La destination en un coup d'œil

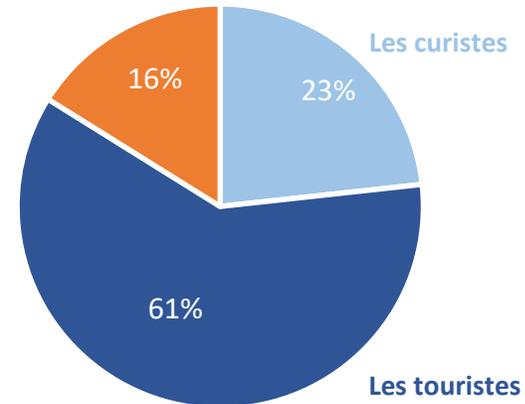
Les excursionnistes

Définition : il vient sur la destination depuis un hébergement touristique hors de l'Archipel de Thau, depuis sa résidence principale ou est sur un itinéraire

- Moyenne d'âge : 48 ans
- 48 % viennent en famille et 38% en couple
- 47% résident dans les 2 régions : Occitanie, ARA
- 34 % de primo-visiteurs
- Ils sont en vacances en priorité à Agde et sur les stations de la Grande Motte, Sérignan, Vias, Le Grau du Roi. On compte une part d'habitants de Montpellier.

Base : 326 réponses

Les excursionnistes



Curistes

Définition : il vient effectuer une cure

- Moyenne d'âge : 64 ans
- 55 % viennent en couple
- 53% résident dans les 3 régions : Occitanie, ARA et Grand Est
- 93 % sont hébergés à Balaruc les Bains
- Des habitués : 80 % sont déjà venus sur la destination et/ou en cure
- Durée moyenne de séjour 21 jours

Base : 473 réponses

Touristes

Définition : il occupe un hébergement de vacances marchand ou non-marchand sur l'Archipel de Thau. Cette catégorie ne comprend pas les curistes

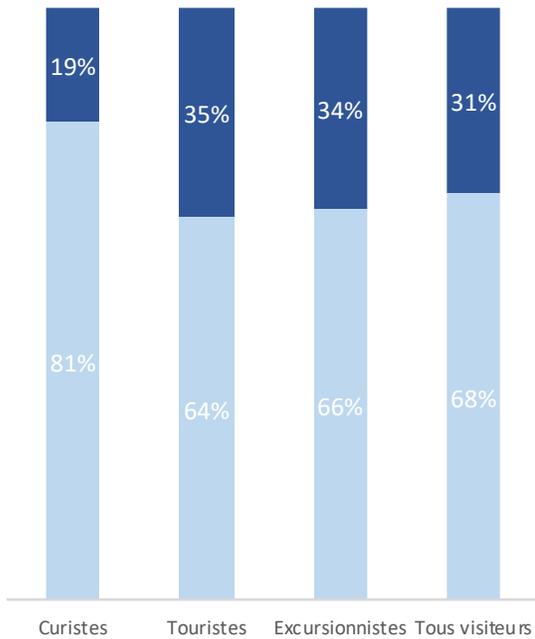
- Moyenne d'âge : 49 ans
- 52 % viennent en famille
- 50 % résident dans les 3 régions : Occitanie, ARA et Ile de France
- Durée moyenne de séjour : 10,7 jours
- 35 % de primo-visiteurs

Base : 1219 réponses



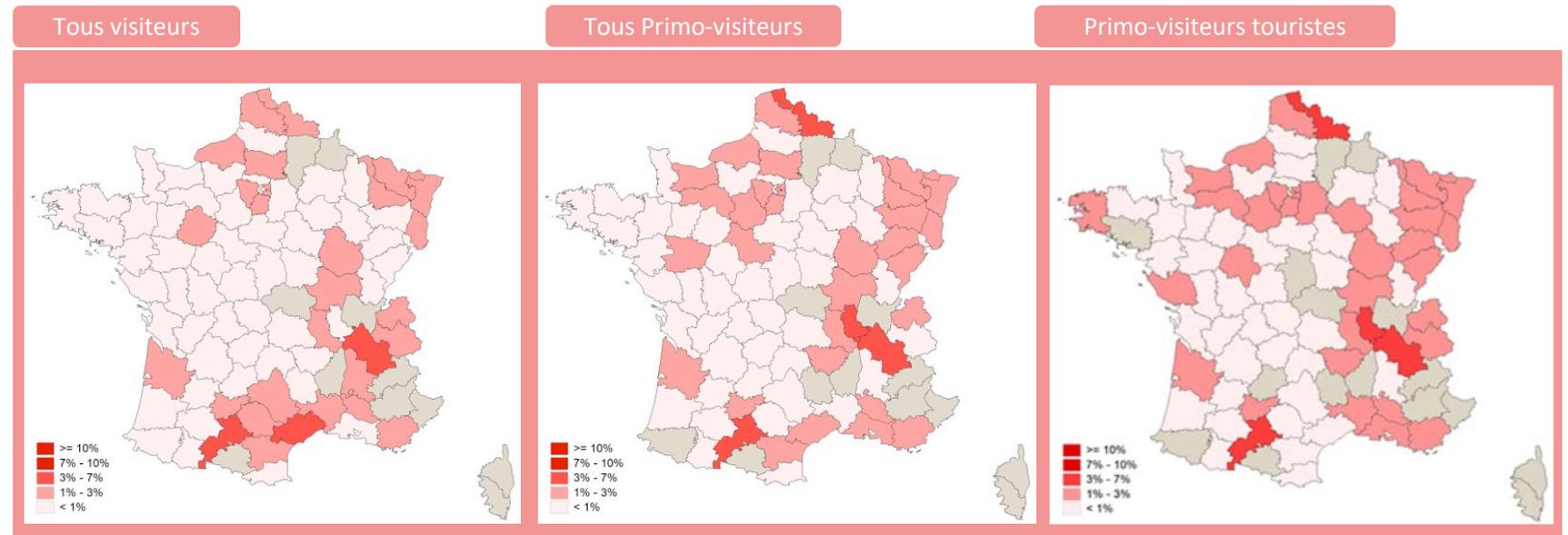
Zoom sur les primo-visiteurs
31% des visiteurs de la destination

1/3 de primo-visiteurs sur la destination. Des zones de conquête de clientèle plus marquées à l'est et au nord-ouest pour les touristes (hors curistes)



■ Primo-visiteurs

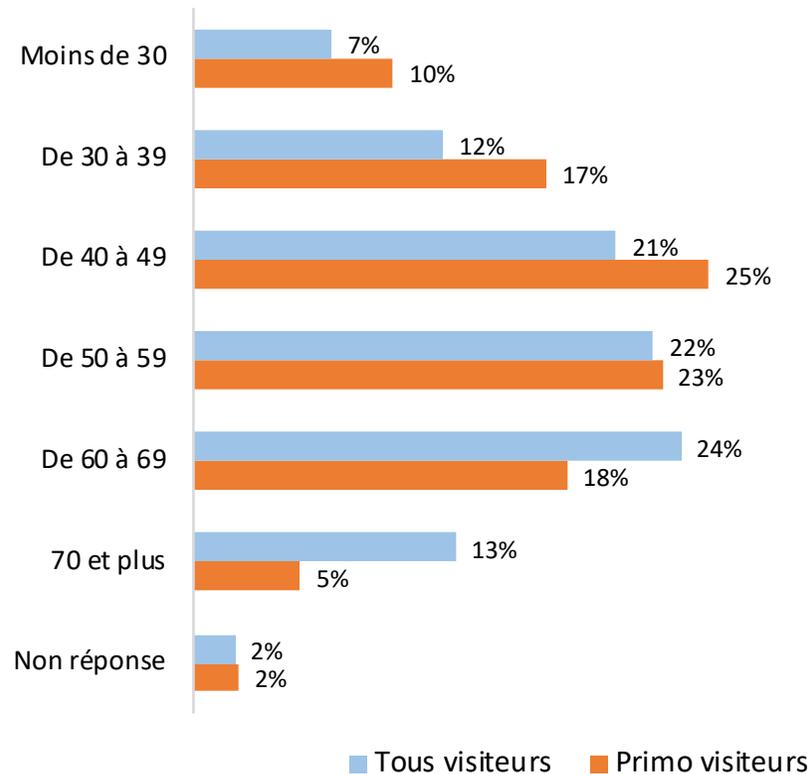
■ Habités (plus d'une visite dans l'Archipel de Thau)



Le profil des primo-visiteurs

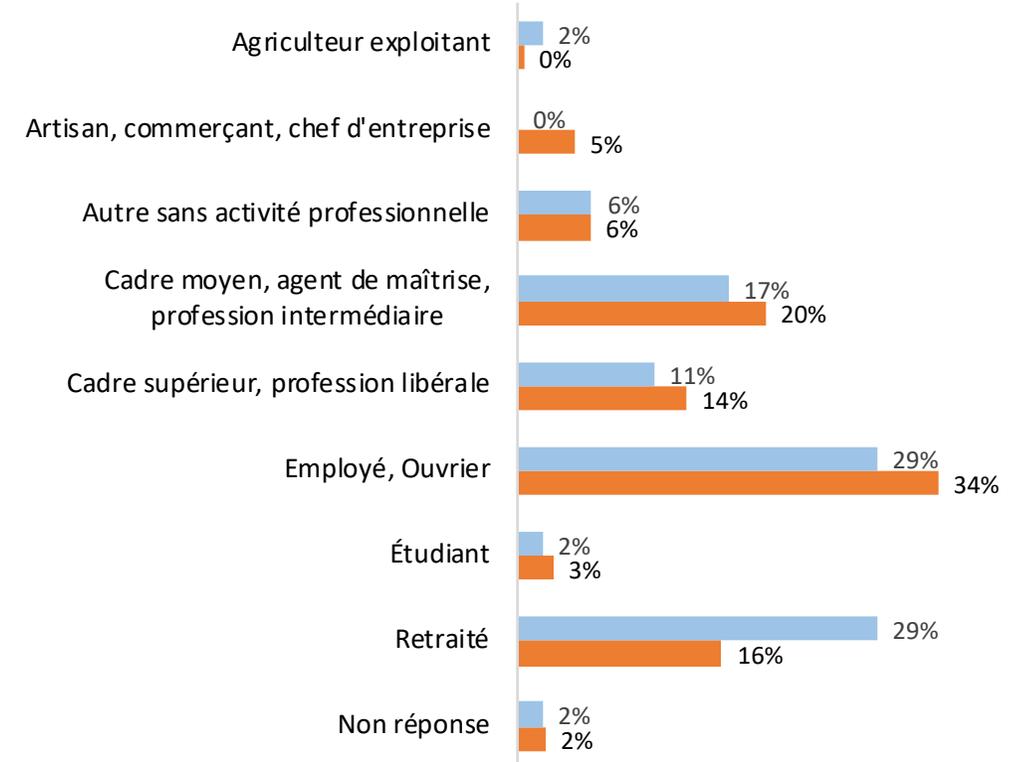
- Des primo-visiteurs un peu plus jeunes que la moyenne des visiteurs de la destination. Une moyenne d'âge de **48 ans**, **52% ont moins de 50 ans**

Quel est votre âge ?



- Les CSP des visiteurs sont influencées par la part des curistes qui augmente les profils retraités.
- Hors curistes, la CSP des primo-visiteurs est similaires aux CSP des touristes

Quelle est votre catégorie socio-professionnelle ?



Base : 631 primo-visiteurs
Base : 2018 visiteurs

Zoom sur les primo-visiteurs (tous visiteurs)



Ils viennent le plus souvent **en famille** (51% d'entre eux contre 39% pour les anciens).



Les nouveaux visiteurs séjournent le plus souvent dans **un hébergement marchand** (84% contre 76% pour les anciens).

Booking.com

Les plateformes de réservation en ligne, un levier essentiel de la réservation : 47% des primo-visiteurs ont utilisé une plateforme



Les nouveaux visiteurs optent plus souvent pour **un cours séjour ou des séjour d'une semaine** (59% contre 40 % pour les anciens).



Ils ont connu la destination par **un film, une série** (31% contre 9% pour les anciens), par **des informations trouvées sur Internet** (31% contre 19% pour les repeaters)

Ce qui les attire avant tout : **un site touristique, un monument, un musée** (23% contre 14% pour les anciens) mais aussi **les séries télé ou les films** (20% contre 7% pour les anciens).



Les films et les séries télévisées ont motivés 20% des primo-visiteurs à venir sur la destination



Ils visitent avant tout **Sète**, phare de la destination (83%).



Ils sont enchantés de leur visite, un tiers d'entre eux déclarent même que leur image est nettement meilleure après leur visite et ils en sont même surpris.

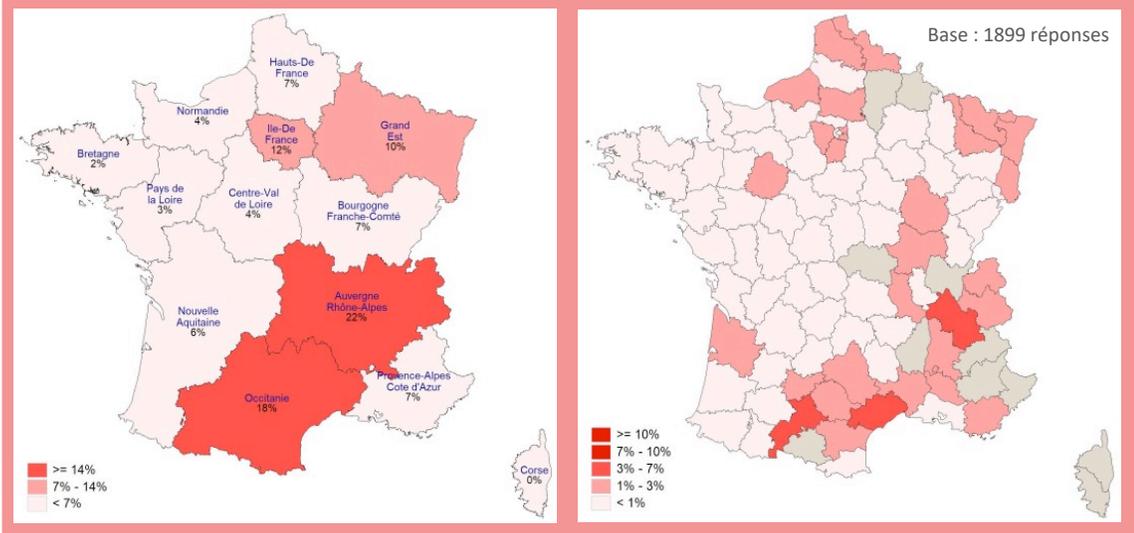
Ils se montrent très satisfaits de l'accueil par la population locale. **Ils gardent de la destination l'image des villes qu'ils ont visitées** qui correspond aussi à leur activité principale.



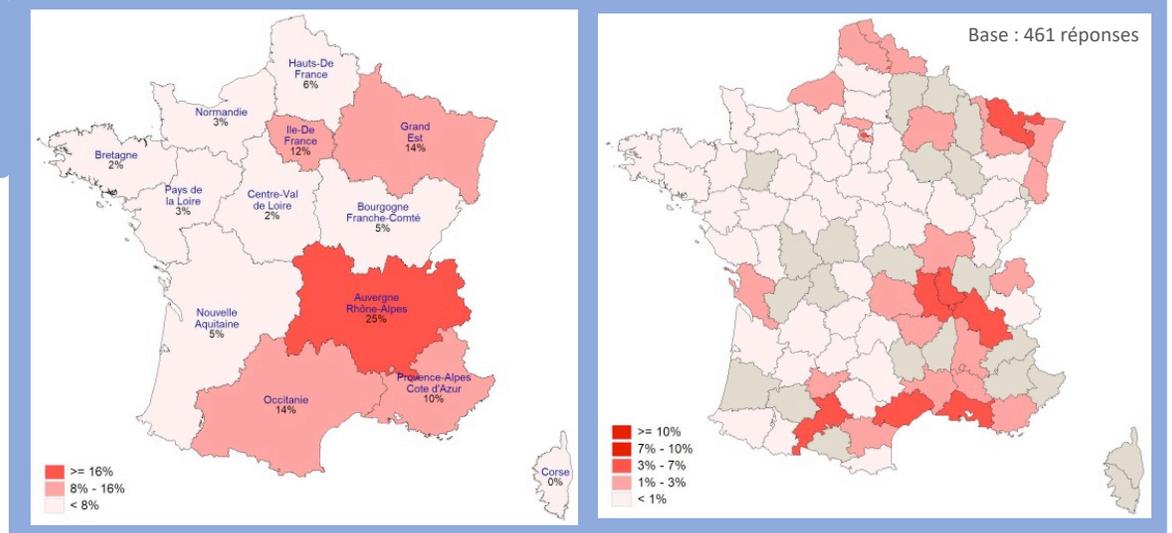
Zoom sur les curistes
23% des visiteurs de la destination

23% des visiteurs de la destination Archipel de Thau viennent en cure. Les curistes proviennent en majorité de la région Auvergne Rhône-Alpes et des départements voisins

Au global tous visiteurs

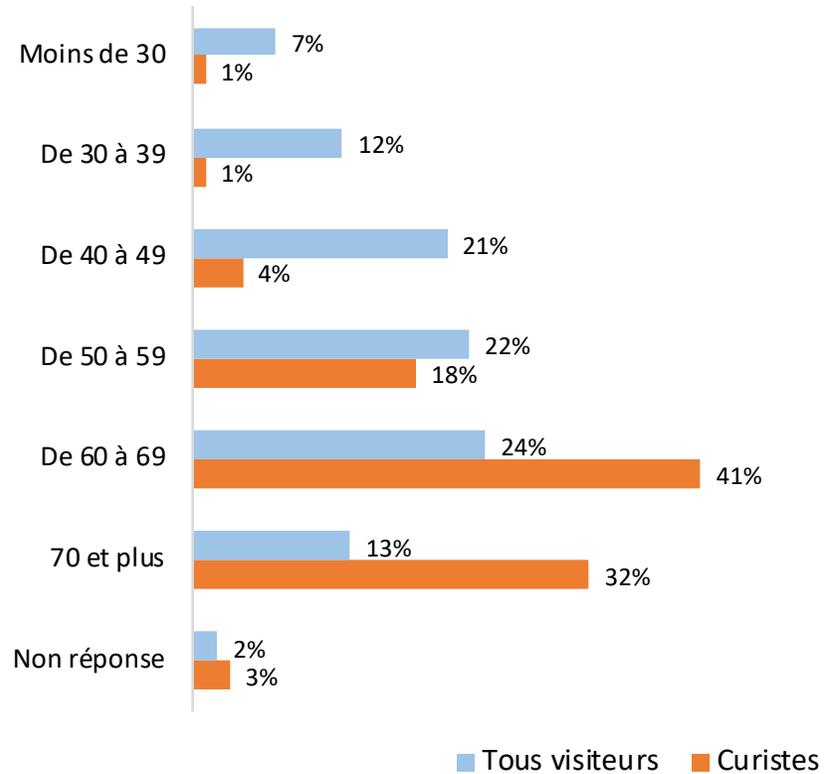


Curistes

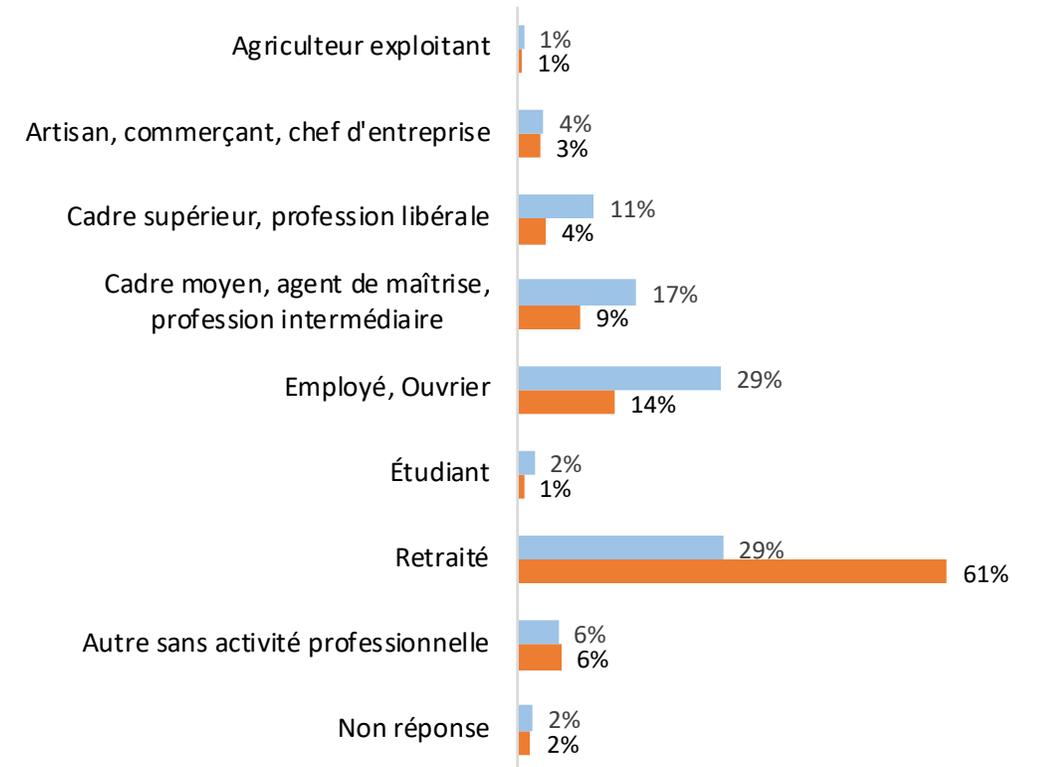


Le profil des curistes

Quel est votre âge ?



Quelle est votre catégorie socio-professionnelle ?



Base : 473 curistes
Base : 2018 visiteurs

Les caractéristiques des curistes



Ils viennent le plus souvent **en couple** (55%) ou seuls (22%) soit 77% des curistes dans ces situations



Ils ont connu la destination par **bouche à oreille** 68% et par prescription.



Plus de temps sur place et un séjour en location les poussent tout naturellement à fréquenter plus souvent **les marchés**



La durée de leur séjour les conduit à visiter intensément la destination. Ils ont visité en moyenne 9 villes (contre 7 pour les touristes) : Bouzigues, Mèze mais aussi Saint Guilhem le Désert, Pézenas, Frontignan



Si leur niveau de satisfaction à l'égard de la destination est similaire aux autres publics, ils se montrent moins satisfaits de l'accueil par la population locale et de la connexion wifi /4G à leur disposition. Plus que tous les publics, **ils gardent de la destination l'image de la convivialité** au-delà des bienfaits de la cure.



Ils séjournent exclusivement dans **un hébergement marchand** et optent bien évidemment pour la location de meublés (64%). Les autres solutions d'hébergements représentent environ 7% chacune.

Du fait de la récurrence de leur venue, ils effectuent **une réservation en direct**. Leur taux de réservation via les plateformes est marginal et concerne 11% des curistes



19% des curistes viennent pour la première fois en cure à Balaruc les Bains



Ils restent 21 jours



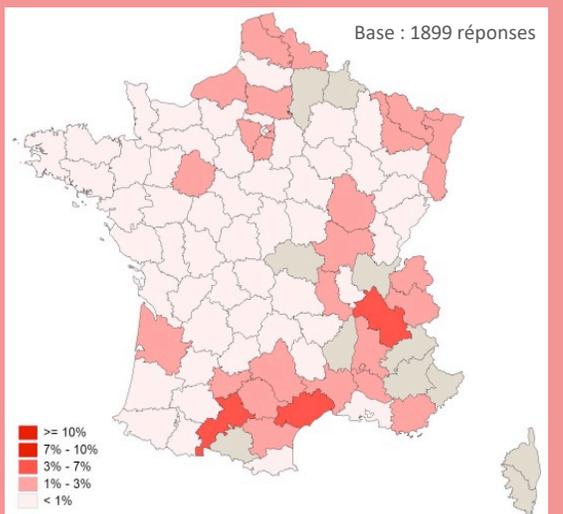
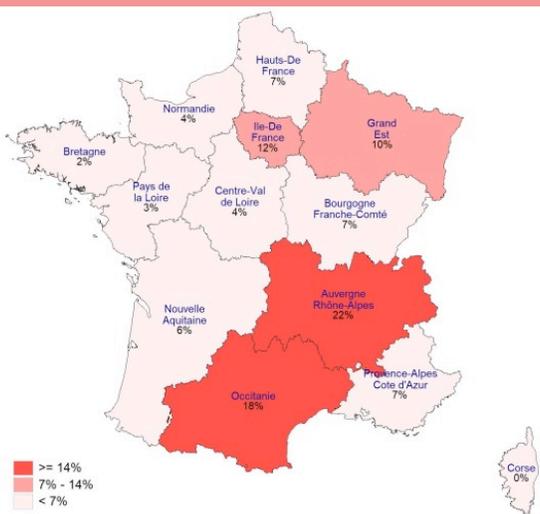
20%, soit 1 curiste sur 5, utilise les transports collectifs pour venir en cure, soit bien plus que tous les autres visiteurs.
45% utilisent un transport collectif pour se déplacer au sein de la destination



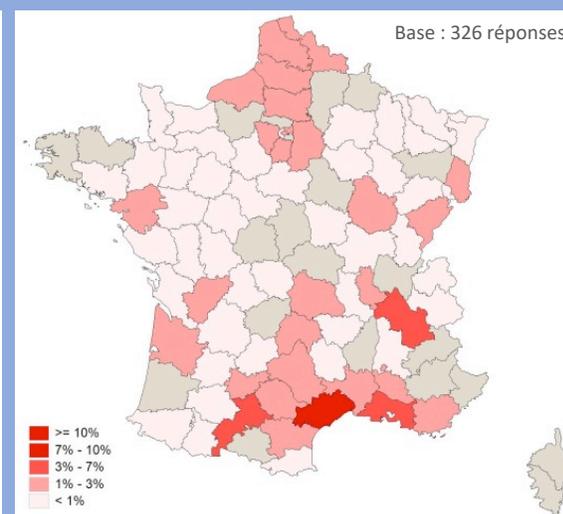
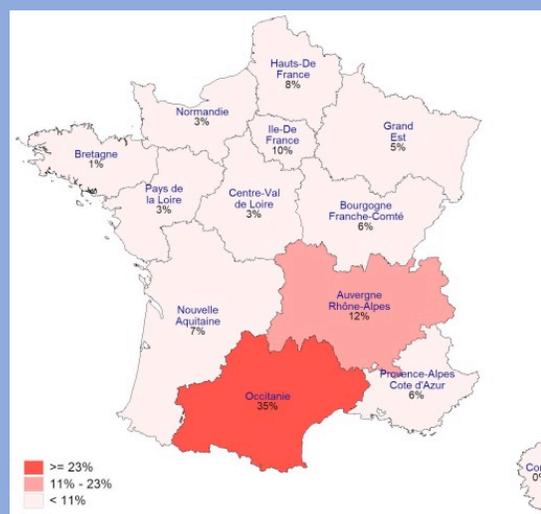
Zoom sur les excursionnistes 16% des visiteurs de la destination

16% des visiteurs viennent en excursion sur la destination Archipel de Thau. Ils proviennent surtout d'Occitanie et de Auvergne Rhône Alpes

Au global tous visiteurs

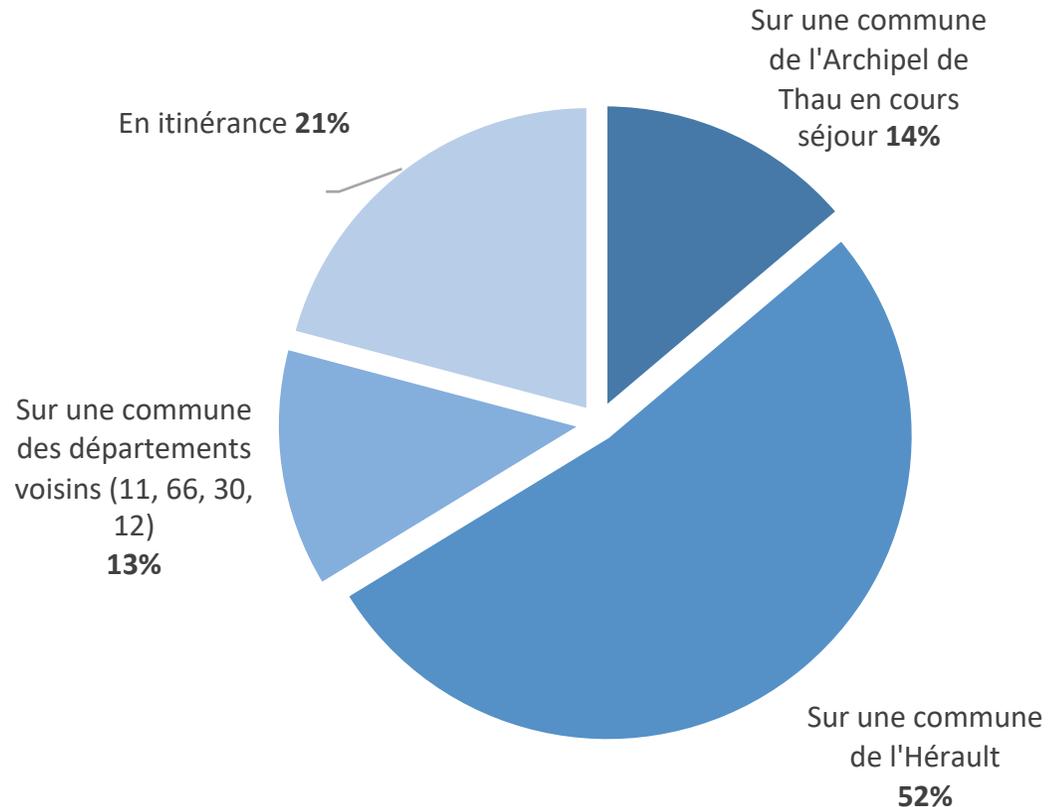


Excursionnistes

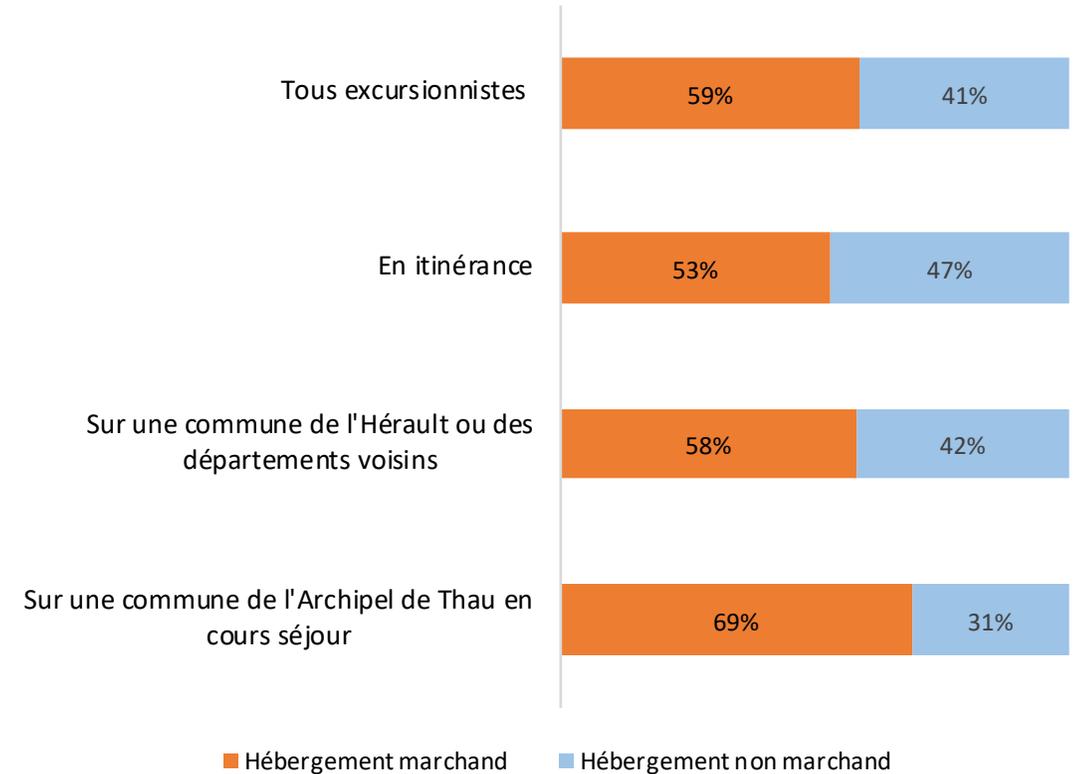


En réalité, les excursionnistes sont pour 65 % d'entre eux des touristes en séjour dans les stations voisines de l'Hérault (Grande Motte, Grau du Roi, Agde, Palavas...) ou des départements voisins

Dans quelle commune êtes-vous hébergés ?



Type d'hébergement par catégorie



Les caractéristiques des excursionnistes



Ils viennent le plus souvent **en famille** (48%) ou en couple (38%). En moyenne, ils ont 48 ans



En vacances à proximité, ils séjournent à 60% dans **un hébergement marchand**.



34% viennent pour la première fois sur leur destination de séjour et/ou l'Archipel de Thau



14% sont en cours séjours (de 1 à 2 nuits) sur l'Archipel de Thau



La voiture avant tout pour se déplacer au sein de la destination. Le recours au transport collectif est marginal.



Les films et les séries télévisées : un vrai levier d'attractivité. ils décident un excursionniste sur 4 à venir. Ils se montrent extrêmement sensibles aux films et séries télévisées et en cela plus que tous les autres publics. Ils ont permis à 25% des excursionnistes de connaître la destination et à y venir sur la destination.



Surtout de la découverte des villes et des villages associé à **des instants de convivialité au restaurant et dans les cafés**



De même que tous les visiteurs de la destination, ils visitent Sète. Toutefois leur lieu de séjour sur les autres stations du littoral et l'itinérance les poussent à visiter les grands pôles voisins : Montpellier, Nîmes, Béziers, Carcassonne au-delà de la Grande Motte et d'Agde où ils sont souvent hébergés.



Aussi satisfait de leur visite que les autres publics, ils apprécient en particulier l'accueil dans les commerces. **Ils gardent de la destination l'image de la convivialité** et de leur balade urbaine dans les villes et les villages