

## **2.4 Segmentation des visiteurs du Parc Naturel régional**

L'étude des comportements des visiteurs et l'analyse de leur identité (âge, sexe, CSP, CSD...) nous ont permis de définir une segmentation de la population qui fréquente le Parc régional de Camargue. Cette démarche de segmentation a été réalisée au travers de l'analyse des corrélations existantes entre les différentes questions.

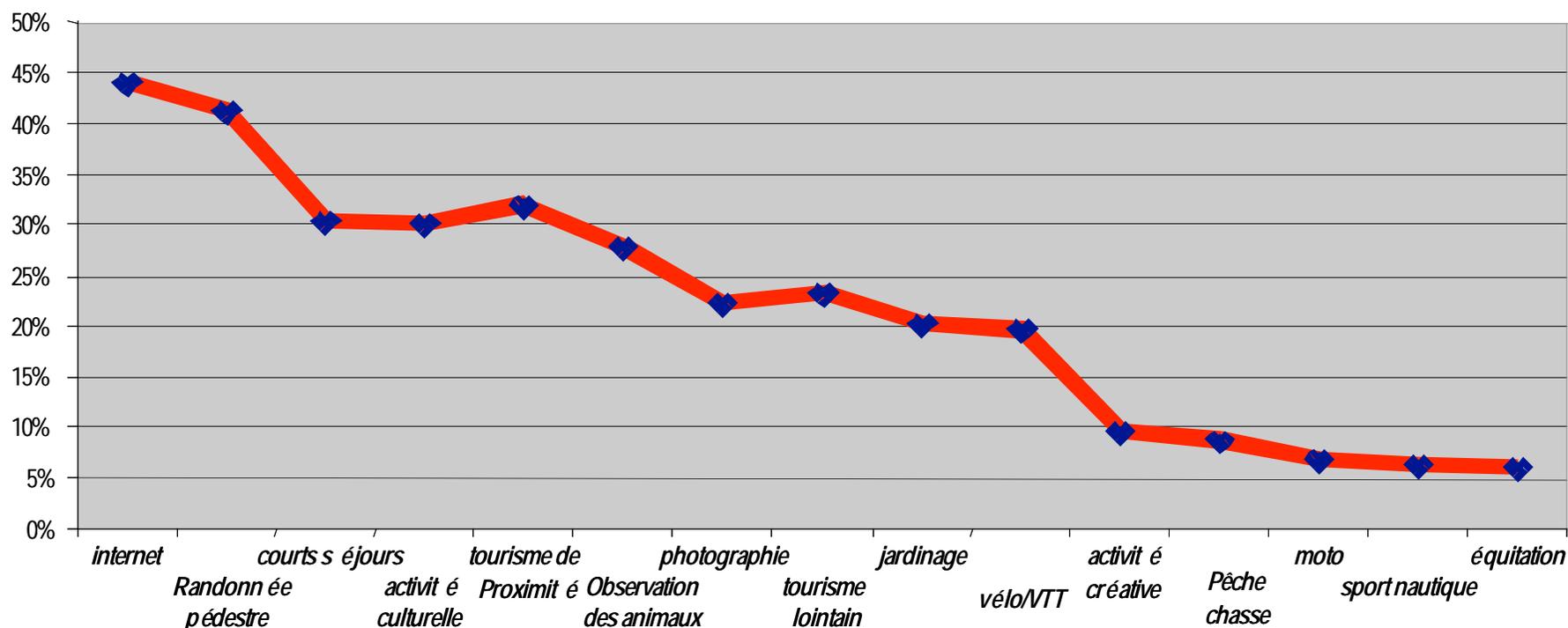
Au travers de la comparaison de l'identité des personnes répondant de la même façon, des groupes présentant des comportements proches ont été définis.

De cette analyse, deux segmentations sont possibles. Une première segmentation privilégiant l'analyse comportementale, une deuxième segmentation, s'attachant plus aux profils socio-démographiques des visiteurs.

- Dans le cadre de la première segmentation, les visiteurs sont différenciés autour de deux axes : activités pratiquées, dépenses effectuées.
- Dans le cadre de la deuxième segmentation, les différences de comportement des usagers du parc naturel régional de Camargue sont analysées au regard des caractéristiques de base des visiteurs (touristes versus excursionnistes) mais également en fonction de leurs nationalités.

Pour parvenir à ces résultats, il convient de comprendre quelles étaient les attitudes des visiteurs face à leurs loisirs. Une question à choix multiples insérée dans la fiche signalétique a ainsi permis d'enrichir la connaissance typologique des visiteurs sur des variables comportementales.

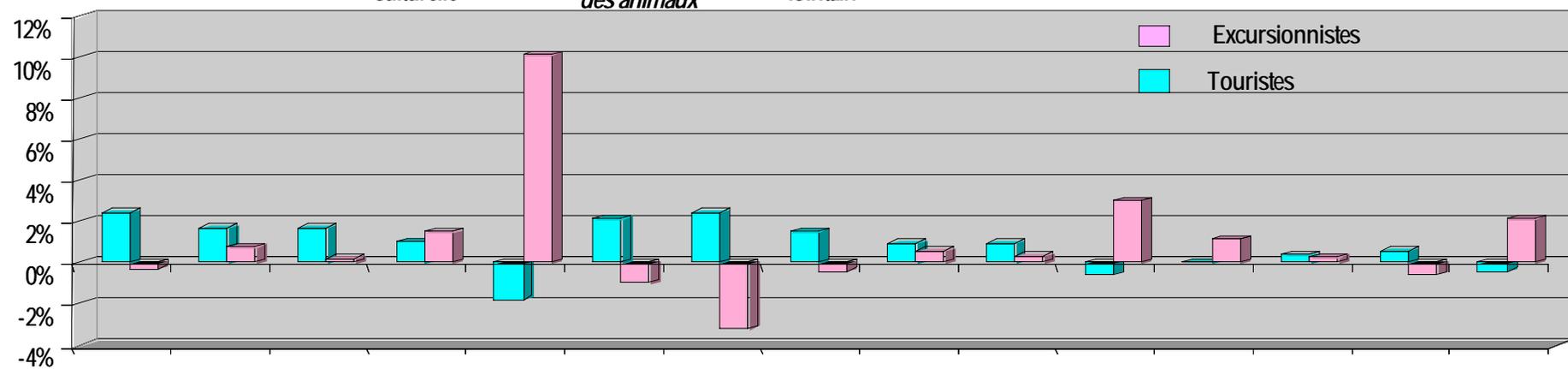
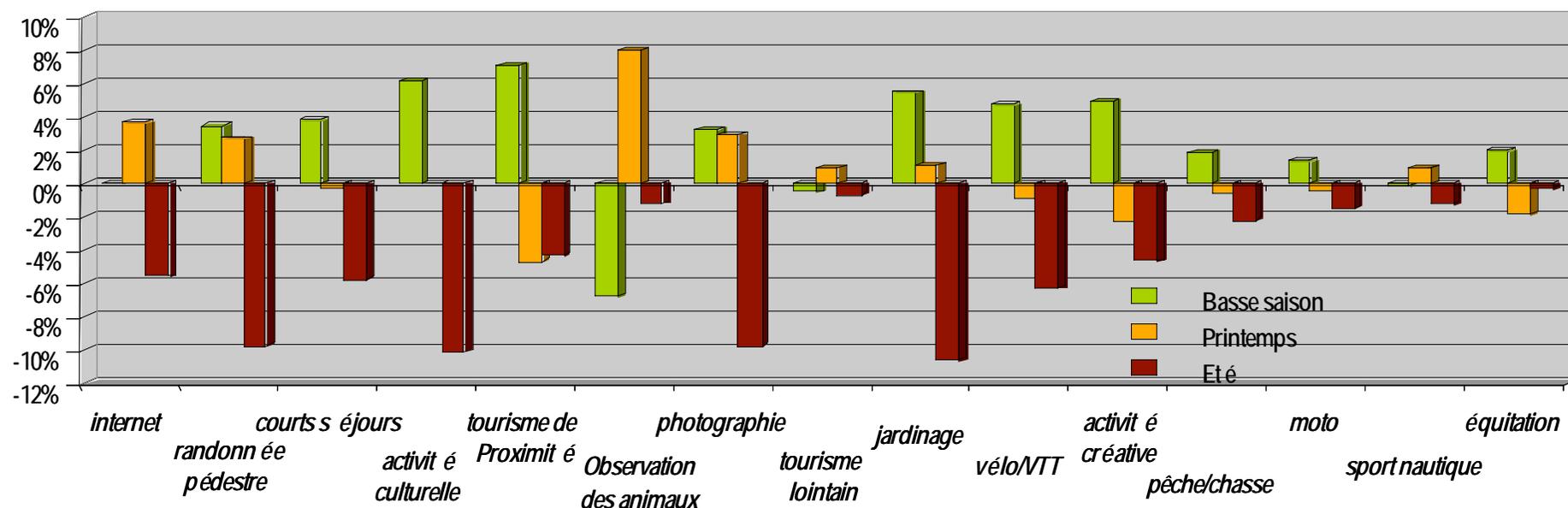
RS5 Pratiquez-vous chacune des activités suivantes régulièrement, occasionnellement ou jamais ?



Dans le graphe ci dessus, sont représentés les résultats à la question RS5 en ne retenant que les réponses des pratiquants réguliers. Il ressort de cette analyse un certain nombre d'enseignements :

- 1) Près de 45% des visiteurs sont des pratiquants réguliers d'Internet et plus de 40% des pratiquants réguliers de randonnée pédestre.
- 2) Les courts séjours, le tourisme de proximité et les activités culturelles sont pratiqués de manière régulière par environ un tiers des personnes interrogées
- 3) L'observation des animaux est pratiquée de façon régulière par un peu moins d'un visiteur sur trois, de même que la photographie par un peu moins d'un visiteur sur quatre... alors que l'équitation ou les sports nautiques ne le sont que par un visiteur sur vingt.

Page suivante, nous allons chercher à détailler ces résultats en fonction des saisons et des profils : touristes versus excursionnistes.



L'analyse comparée des comportements des visiteurs en matière de loisirs permet de dire qu'en fonction des périodes, les visiteurs de la Camargue n'ont pas les mêmes profils.

- 1) La clientèle d'été pratique globalement moins d'activités que le reste de la clientèle. En matière de randonnée pédestre, par exemple, le pourcentage de clientèle estivale pratiquant cette activité régulièrement est de près de 10 points inférieure à ce qu'elle est en moyenne sur toutes les périodes (34% contre 42%).

Il en est de même pour Internet (-6 points), la photographie (-10 points), le vélo et/ou le VTT (-6 points). On remarque également la différence en matière de jardinage (-11 points) ce qui peut laisser supposer que, parmi les visiteurs d'été, on trouve une proportion plus importante de personnes dont l'habitat est un appartement.

- 2) La clientèle de printemps est celle qui pratique le plus Internet et l'observation des animaux alors que la clientèle d'hiver est celle qui réalise le plus d'activité culturelle, de tourisme de proximité et de courts séjours.

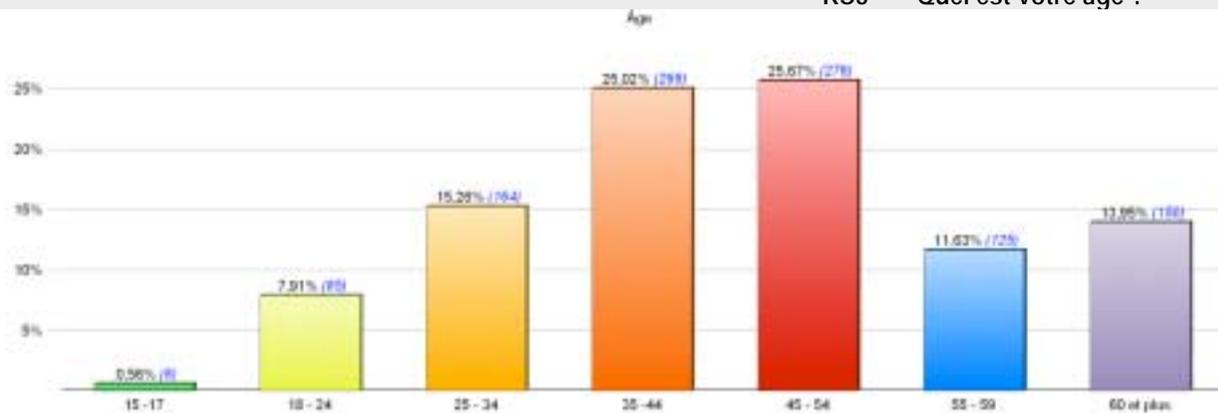
*Ce faisant, et d'une façon volontairement caricaturale, on pourrait dire :*

- *que l'été, la clientèle est structurellement moins active, cultivée et aisée,*
- *que la clientèle de printemps est une clientèle de passionnés de la nature (photo et observation des animaux),*
- *alors que la clientèle d'hiver, plus cultivée, urbaine et aisée recherche, en Camargue le dépaysement sans contenu particulier.*

Si l'on compare les touristes et les excursionnistes, plusieurs remarques peuvent être faites :

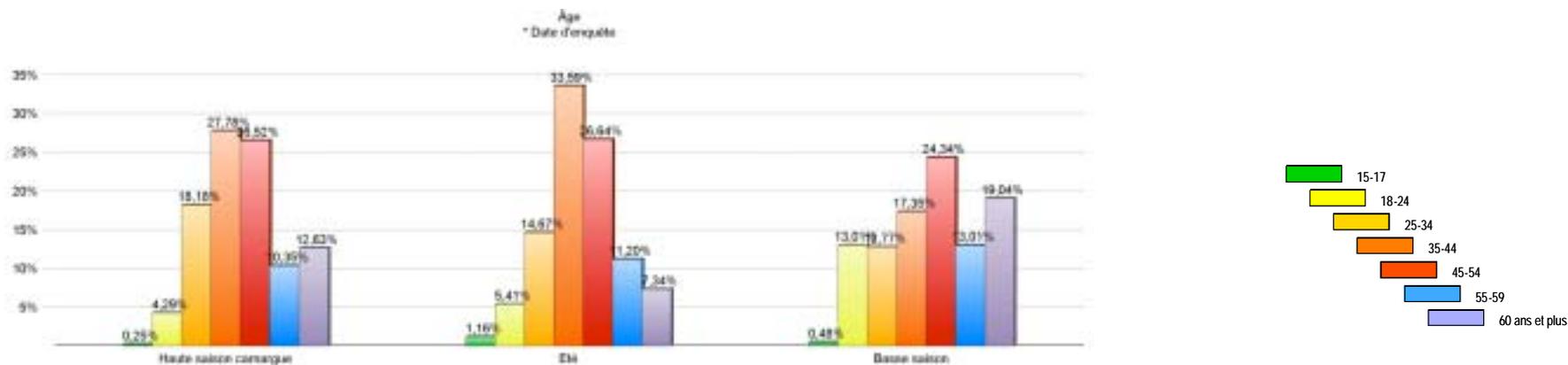
- 1) Globalement, les différences sont moins marquées que celles identifiées entre visiteurs selon les périodes
- 2) Il existe plus de pratiquants d'activités culturelles, d'activités créatives et d'équitation parmi les excursionnistes
- 3) alors qu'il y a plus de pratiquants réguliers de randonnée pédestre, de l'observation des animaux, de la photographie et d'internautes réguliers chez les touristes.

RS3 Quel est votre âge ?



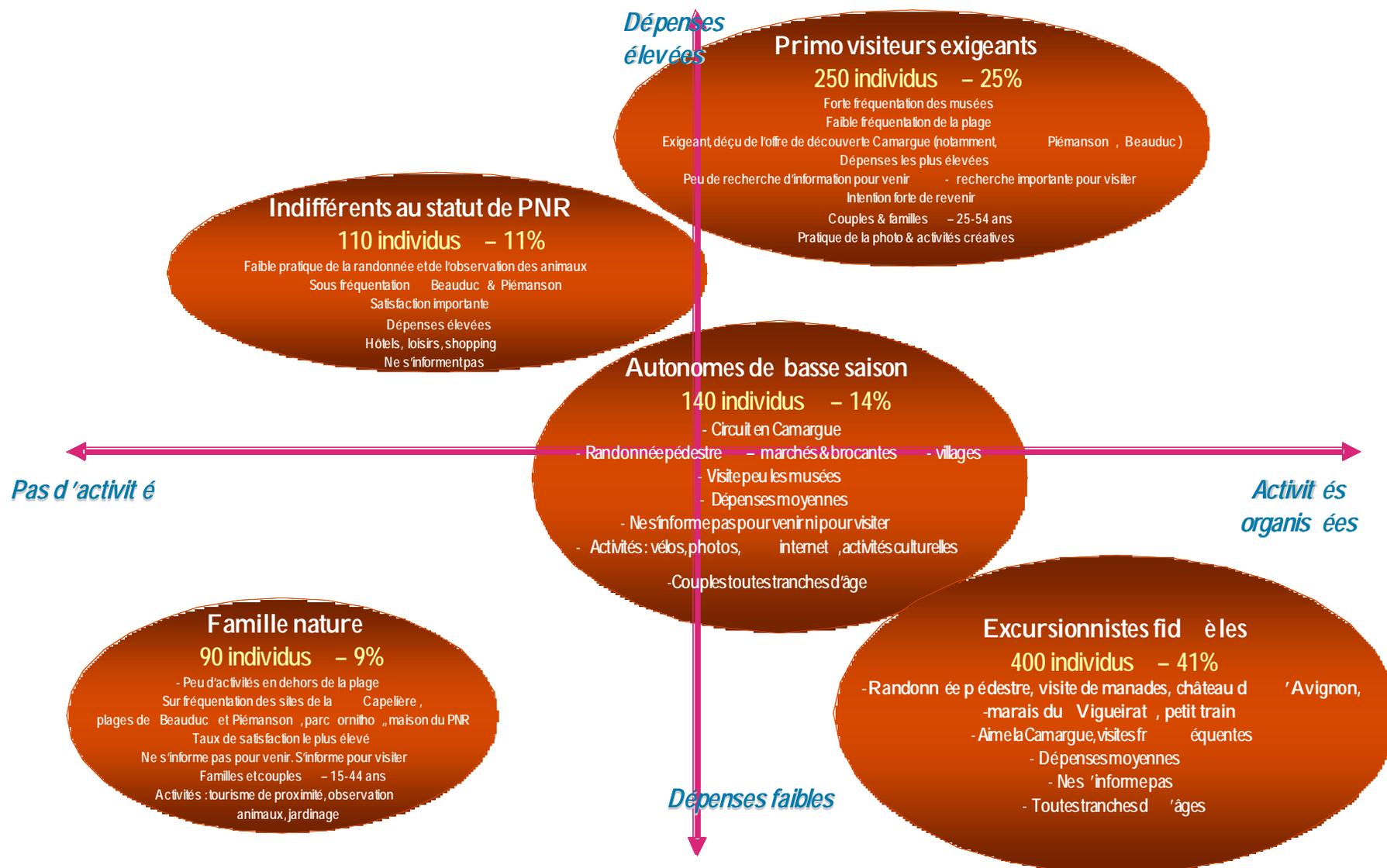
La moyenne d'âge est estimée à plus de 50 ans. Néanmoins, toutes les catégories sont plus ou moins représentées sans une dominance particulière. Les jeunes (< 34 ans) restent malgré tout sous-représentés. La population la plus présente est celle de 35 à 54 ans.

En croisant l'information sur l'âge avec le fait d'être déjà venu, on remarque logiquement que, plus les personnes sont âgées, plus elles sont déjà venues.



Deux phénomènes intéressants sont également à noter. La présence des jeunes est surtout importante en basse saison et non pas en été comme on aurait pu le penser. Par ailleurs, on note une faible fréquentation des personnes de plus de 55 ans en été, et une surreprésentation en basse saison. A l'inverse, les 25-34 ans sont uniformément représentés sur l'ensemble de la période.

## SEGMENTATION COMPORTEMENTALE



Sur le graphique précédant, est représentée la population des visiteurs de la Camargue autour de deux axes fortement « discriminants ».

- Sur l'axe horizontal, s'opposent des individus pratiquant peu d'activités durant leur séjour notamment des activités non marchandes (vers la gauche) et des individus pratiquant de nombreuses activités, notamment des activités marchandes (vers la droite)
- Sur l'axe vertical, les individus se différencient en fonction de leurs dépenses : faibles en bas et fortes en haut.

A partir de cette différenciation, cinq groupes ont été identifiés :

- 1) les « excursionnistes fidèles » (41% de la population) : nombreuses activités pratiquées, faibles dépenses,
- 2) les « primo visiteurs exigeants » (25% de la population) : nombreuses activités, dépenses élevées,
- 3) les « autonomes de basse saison » (14% de la population) : activités moyennes, dépenses moyennes,
- 4) les « indifférents au statut de PNR » (11% de la population) : peu d'activités, dépenses élevées,
- 5) les « familles nature » : (9% de la population) : activités orientées nature, dont plage, dépenses faibles.

## 1) les « excursionnistes fidèles » (40% de la population) : nombreuses activités pratiquées, faibles dépenses

- Ce groupe est constitué majoritairement d'une population de proximité qui vient régulièrement, et depuis longtemps, en Camargue passer une journée dans la nature. Habités de l'offre du Parc Naturel Régional, les « excursionnistes fidèles » ne s'informent pas, ni pour décider de venir (92%) ni pour décider de ce qu'ils vont faire ou visiter (85%). Ils manifestent par contre d'une façon pratiquement unanime le désir de revenir (95%). Les « excursionnistes fidèles » se répartissent de manière homogène entre des couples (31%), des amis (25%) et des familles (28%), avec une légère différenciation par le sexe : 54% d'homme pour 46% de femme. Concernant les catégories d'âges, aucune tranche ne ressort distinctement.
- Avec des scores concernant les activités ou les visites effectuées supérieures de 1 à 2 points par rapport à la moyenne pour la catégorie des notes supérieures à 8/10, ce segment rentre dans les groupes de visiteurs les plus satisfaits de l'offre d'activités réalisables dans le périmètre du Parc Naturel Régional. La randonnée pédestre et le train touristique sont plus pratiqués et appréciés par les personnes constituant ce groupe que par les autres (6 points de plus la moyenne concernant les notes attribuées supérieures à 8). La visite des manades de taureaux constitue également une activité qu'apprécie ce groupe (6 points de moins avec la moyenne concernant les personnes indiquant n'avoir pas visité de manades).
- Concernant les sites, on remarque dans ce groupe que les visites les plus pratiquées le sont dans le musée de la Camargue et le Château d'Avignon (+ 8 points au dessus de la moyenne) le marais du Vigueirat arrive juste après (+ 7 points au dessus de la moyenne). A l'inverse, ce groupe se situe dans la moyenne basse (3 points de moins que la moyenne) concernant la visite du domaine de Méjanes et la fréquentation des plages de Piémanson et de Beauduc (9 points de moins que la moyenne) .
- Manifestant un désir élevé de revenir, comme on l'a vu ci-dessus, on trouve également dans ce groupe une population de personnes très satisfaites de leur séjour en Camargue en nombre plus important que dans les autres groupes (5 point de plus que la moyenne pour les personnes ayant données des notes de satisfaction supérieures à 8).
- Le groupe des « excursionnistes fidèles » s'arrange pour peu dépenser en Camargue. Les réponses exprimées dans la question sur les dépenses totales sont, dans la tranche des moins de 30 , supérieures de 24 points à la moyenne. A l'opposé, les dépenses totales de plus de 100 sont inférieures de 10 points à la moyenne. Ces différences se retrouvent notamment fortement dans le faible niveau de dépenses effectuées dans les loisirs.
- Concernant enfin leurs habitudes de loisirs au quotidien, exceptée une légère pratique plus régulière du tourisme de proximité (+8 points), rien ne les distingue fondamentalement de la moyenne des pratiques des autres visiteurs.

*En synthèse, ce groupe qui dépense peu, est le plus fidèle. Il pratique le plus d'activités de tous genre qu'il note relativement bien au regard des autres segments bien qu'au final la note concernant la Camargue soit sensiblement identique à celle de la moyenne des groupes.*



## 2) les « primo visiteurs exigeants » (25% de la population) : nombreuses activités, dépenses élevées

- Ce groupe, bien que proche de la moyenne en terme de typologie de comportement de consommation, se distingue des autres groupes par le niveau élevé d'exigence qu'il manifeste dans l'évaluation des prestations et activités consommées. S'il est globalement plus satisfait des contenus des musées et autres « vitrines » du patrimoine de la Camargue qu'il visite plus que la moyenne des autres visiteurs, il est fondamentalement moins satisfait de leur environnement (les plages, par exemple). Ce groupe est également remarquable par son haut niveau de dépenses.
- La plage est ainsi notée au-delà de 8/10 par seulement 26% des répondants contre 34% en moyenne. Les plages de Piémanson et Beauduc, malgré leurs spécificités, ne sont pas épargnées : les notes supérieures à 8 ne représentent que 17% des réponses contre 23% en moyenne. A l'inverse, ce groupe qui, a plus fortement visité que les autres, les musées ou monuments (seulement 75% n'ont rien visité contre 84% pour la population totale) attribue des notes supérieures à 8/10 pour 20% d'entre eux, contre 12% pour la moyenne des répondants. Cette exigence se retrouve également dans l'évaluation globale du séjour en Camargue où la moyenne des notes supérieures à 8/10 est inférieure de 2 points à la moyenne générale.
- D'une façon corrélative, ce groupe des « primo visiteurs exigeants » est également celui qui dépense le plus au global (16% des dépenses totales supérieures à 100 contre 13% de moyenne). Ces dépenses élevées s'explique notamment par les dépenses effectuées en matière d'hébergement.
- Si, comme la grande majorité des groupes, ce visiteur ne s'informe pas pour venir en Camargue (65%) il s'informe par contre beaucoup pour décider ce qu'il va faire (68% s'informent pour visiter pour 51% en moyenne).
- On retrouve dans ce groupe majoritairement des couples (48%) et des familles (31%), âgés de 35 à 54 ans (54%).
- Malgré un taux de satisfaction global parmi les plus faibles des groupes (les notes supérieures à 8 ne représentant que 77%), le pourcentage d'intentions de retour de ce groupe est un point près identique à la moyenne globale des répondants.
- Concernant les activités qu'ils pratiquent au quotidien, ce groupe se distingue par une forte pratique de la photographie (28% seulement ne ma pratique jamais contre 35% en moyenne) ainsi que par une évocation élevé des activités créatives (+ 5 points par rapport à la moyenne). A l'opposé, tant le tourisme de proximité que les courts séjours sont moins pratiqués par les personnes de ce groupe (la moyenne de ceux qui ne pratiquent jamais est supérieure de 5 points à la moyenne globale).

*En synthèse, ce groupe « tampon » est extrêmement exigeant, mais ne pratique que peu d'activités en dehors des visites de musées ou monuments qu'il effectue en famille ou en couple. Ses dépenses sont élevées.*

### 3) les « autonomes de basse saison » (14% de la population) : activités moyennes, dépenses moyennes

- Ce groupe, plutôt tonique, est constitué majoritairement de couples qui viennent régulièrement en Camargue en basse saison pour se détendre. En faire le tour en voiture, se promener sur les digues et chemins à pied ou en VTT, flâner dans les villages et chiner dans les marchés et les brocantes constituent l'essentiel de leurs activités durant leurs séjours. S'ils pratiquent plus que la moyenne les activités non marchandes ainsi que le shopping dans les villages, ils sont par contre beaucoup moins présents dans les musées et autres « vitrines » de la Camargue.
- Parmi les activités qu'il affectionne, ce groupe pratique notamment plus que la moyenne les circuits en voiture (12 points de moins que la moyenne en ce qui concerne les non pratiquants et évaluation supérieure de 8 points à la moyenne au niveau des « très satisfaits<sup>1</sup> »). Il en est de même pour les randonnées pédestres (respectivement -14 points et +8 points) ou encore pour la visite de marché et de brocante (-6 points de non fait par rapport à la moyenne) et pour la découverte des villes (- 5 points de non fait et + 5 points pour les évaluations supérieures à 8). Ce segment est par contre critique sur les restaurants, une des rares activités marchandes qu'il consomme.
- Concernant les visites, le visiteur de ce groupe est notamment beaucoup moins présent que le visiteur des autres groupes dans le parc ornithologique (- 6 points), le domaine des Méjanes (- 6 points) et la Capelière (-5 points).
- Pour ce qui est des dépenses, elles se situent globalement dans une moyenne haute. Cette moyenne s'explique notamment par une dépense plus importante en matière de loisirs et shopping : 10 points de plus que la moyenne pour les dépenses effectuées dans les loisirs dans la tranche des plus de 30 .
- Ce segment s'avère satisfait de son séjour puisque 78% des notes attribuées sont supérieures à 8 concernant la Camargue.
- Ils ne s'informent pas pour venir (65%) ni pour visiter (68%) mais souhaitent revenir à hauteur de 84%. Ce segment est composé majoritairement de couples (51%) répartis d'une façon homogène entre toutes les tranches d'âges.
- Concernant les activités pratiquées, on constate une pratique régulière supérieure à la moyenne pour les éléments suivant : le vélo (+8 points), la photographie (+7 points) , les courts séjours (+ 7 points), le jardinage (+ 6 points), Internet (+ 5 points) et l'activité culturelle (+ 6 points) .

*En synthèse, ce groupe est constitué de couples actifs et contemplatifs qui apprécient de venir, en basse saison, cheminer librement en Camargue en utilisant tous les modes de transport qu'il affectionne : la voiture, le vélo et la marche.*

---

<sup>1</sup> Très satisfaits : notes comprises entre 8 et 10

#### **4) les « indifférents au statut de Parc Naturel Régional » (11% de la population) : peu d'activités, dépenses élevées**

- Ce groupe est constitué d'une population pour laquelle le statut de Parc Naturel Régional est peu important face à la notoriété structurelle de la Camargue. Les personnes qui composent ce groupe viennent en Camargue, non parce que son écosystème est remarquable, mais parce que la destination est connue et réputée. Ils visitent la Camargue comme ils visitent d'autres destinations de renom, sans chercher à y découvrir ce qui en fait ses spécificités. Ils sont avant tout consommateurs, en quelques sorte « collectionneurs » de destinations touristiques réputées.
- En terme de visites effectuées, ce groupe se distingue ainsi de la moyenne des visiteurs de la Camargue par :
  - son faible intérêt pour la pratique de la randonnée en Camargue (pourcentage de non pratiquants supérieur de 5 points à la moyenne ; et taux de satisfaction inférieur de 6 points concernant les notes supérieures à 8 points en moins de et en même temps et moyenne des notes supérieures à 8 inférieure de 1 point par rapport à la moyenne).
  - un faible pourcentage de visites des plages de Piémanson et de Beauduc (7 points de « non pratiquants » en plus)
  - ainsi qu'un pourcentage également moindre de visites du château d'Avignon (+ 8 points de « non participants » pour 5 points en moins dans les notes supérieures à 8).
- Peu impliqué dans le contenu de ce qu'offre la Camargue, ce groupe ne s'informent pas, ni pour décider de venir (72%) ni pour décider quoi visiter (69%).
- Ce groupe est surtout remarquable par les dépenses effectuées, en moyenne supérieures à celles des autres groupes. Ses dépenses de plus de 100 sont supérieures de 2% par rapport à la moyenne tandis que les dépenses de moins de 30 sont inférieures de 8%. Ces écarts sont notamment expliqués par des dépenses plus importantes en matière d'hébergement (+6%) ainsi que des dépenses de loisirs (+3%) également plus importantes.
- Au terme de leurs séjours, les personnes composant ce groupe s'avèrent très majoritairement satisfaits de leur visite de la Camargue (81% donne une note supérieure à 8 à la Camargue). Cependant, la proportion d'entres eux formulant l'intention de revenir est de 6 points inférieure à la moyenne des répondants.
- Ce segment, plutôt jeune, est composé majoritairement de couples de plus de 30 ans (55%) et de plus de 45 ans (78%).
- Concernant enfin leurs pratiques quotidiennes de loisirs, ce segment est caractéristique par le fait qu'il a tendance à moins pratiquer que la moyenne la pêche et le vélo (-5 points) et encore moins les randonnées pédestres (- 6 points), le tourisme de proximité (-6 points) et l'observation des animaux (-8 points).

*En synthèse, des couples de quadra, aisés, consommant la Camargue pour le dépaysement qu'elle procure sans s'intéresser aux spécificités de sa biodiversité.*

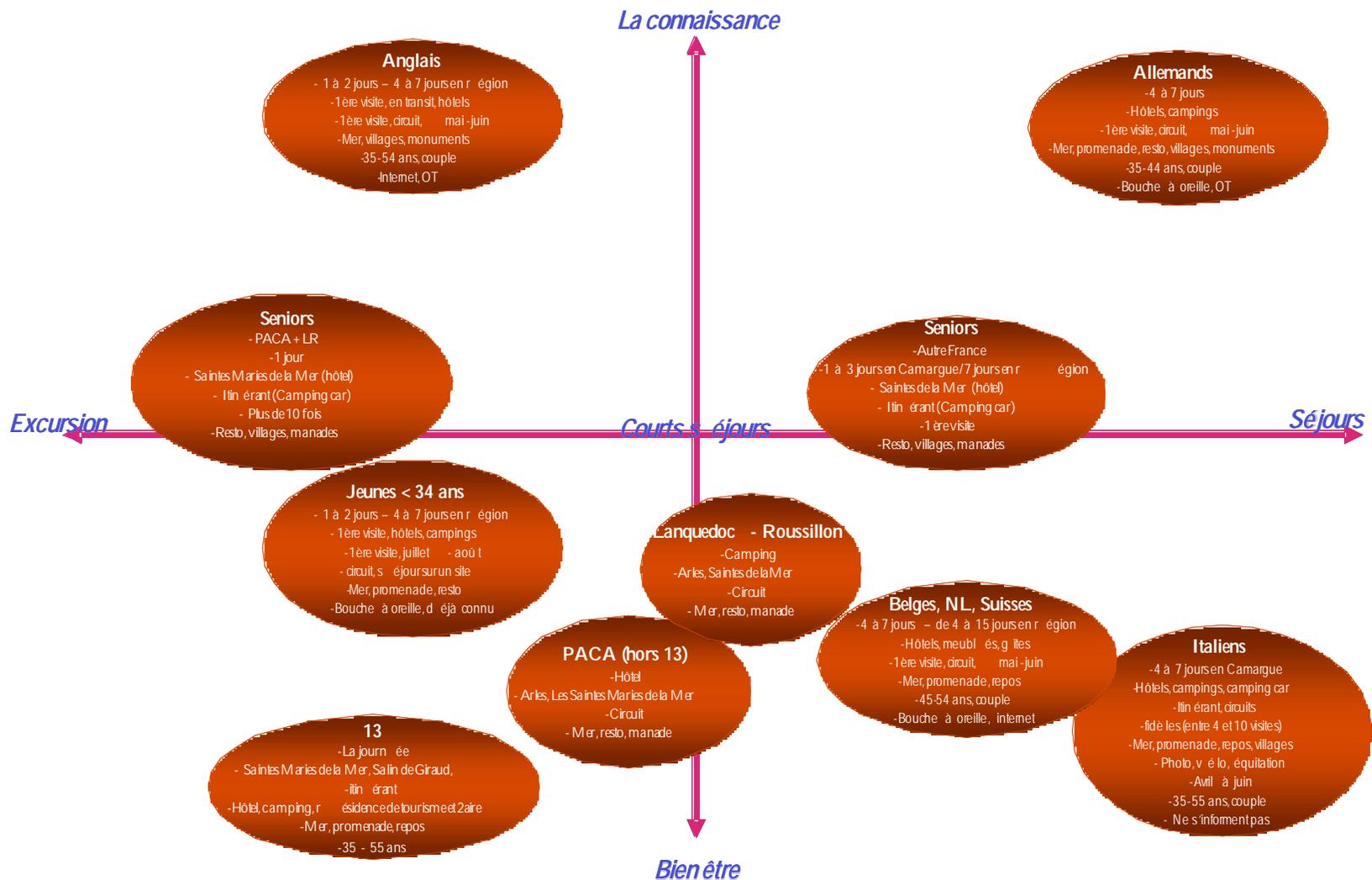
### **5) les « familles nature » : (9% de la population) : activités orientées nature, dont plage, dépenses faibles**

- Ce groupe est celui qui effectue le plus de visites. Si le taux de pratique est le plus élevé, les sites sont également mieux notés, notamment de manière significative la Capelière (80% de non fait contre 87% en moyenne et 17% de notes supérieures à 8/10 contre 10% en moyenne concernant cette visite), le parc ornithologique (60% de non fait contre 68% de moyenne et 38% de notes supérieures à 8 contre 27% de moyenne), la maison du PNR (16% de notes supérieures à 8/10 contre 10% de moyenne) et les plages de Piémanson et de Beauduc (28% de notes supérieures à 8 contre 22% de moyenne). Ces derniers sont mieux notés et plus visités comparativement aux autres segments : sur l'ensemble des visites, 14% de notes sont supérieures à 8 pour ce segment contre une moyenne de 11%.
- Ce groupe se rend également fortement sur les plages et leur donne des notes meilleures que les autres segments (42% de notes supérieures à 8 contre une moyenne de 34%).
- Ce segment est d'ailleurs celui exprimant le plus fort taux de satisfaction avec les notes globales de la Camargue les plus élevées : 91% de ce groupe donnent à la Camargue une note supérieure à 8 contre 81% de moyenne.
- A l'inverse, sans considérer les excursionnistes, ce segment est celui qui dépense le moins : 36% dépensent moins de 30 au total et de manière plus significative dans l'hébergement (54% dépensent moins de 15 pour l'hébergement contre 47% de moyenne) et les loisirs (seulement 3% dépensent plus de 30 en loisirs contre 10% de moyenne).
- Il est également celui qui pratique le moins la randonnée pédestre (72% n'en ont pas fait contre 57% en moyenne). C'est également lui qui la note le plus faiblement, 24% de notes supérieures à 8 contre 32% de moyenne aux vues des autres segments.
- On note également pour ce groupe l'absence de pratique de visites des villages, 96% contre une moyenne de non fait de 84%. Au global, ce groupe pratique moins d'activités : 87% d'activité non faites contre une moyenne sur l'ensemble des groupe de 83%.
- Ce groupe ne s'informe pas (74%) pour venir mais s'informe pour visiter (46%).
- Paradoxalement, ce segment détient le plus faible pourcentage d'intention de retour exprimé (73%) comparé aux autres groupes (moyenne globale : 83%) avec une probabilité de non-retour plus élevée.
- On constate une proportion significative de couples (20%) et de familles (40%), les 25-54 ans (77% du segment) sont très centrés autour le la catégorie 35-44 ans qui représente 37% du segment. Ce segment est composé de manière significative d'hommes (58%).

- En terme d'activités pratiquées, on peut signaler une forte surreprésentation de l'observation des animaux (36% de pratique régulière contre 27% de moyenne) et du tourisme de proximité (seulement 16% ne pratiquent jamais contre 22% de moyenne) ainsi qu'une faible pratique d'activités créatives (84% n'en pratiquent jamais contre 73% en moyenne) et du jardinage (11% de pratique régulière contre 19% de moyenne).

*En synthèse : ce segment est dans l'ensemble plutôt homogène, attiré par la faune, pratiquant peu d'activités et étant particulièrement exigeant. Il aspire globalement aux activités de plage ainsi qu'à la visite des « vitrines » naturalistes. Il peut s'interpréter comme un segment plutôt familial intéressé par la nature, avec un intérêt certain suscité par le parc naturel régional. Il connaît déjà la Camargue mais, curieux de découvrir toujours de nouveaux espaces, il est peu fidélisé bien que très satisfait.*

## SEGMENTATION SOCIO DEMOGRAPHIQUE



Au travers de cette segmentation, sept portraits se distinguent ainsi plus nettement que d'autres.

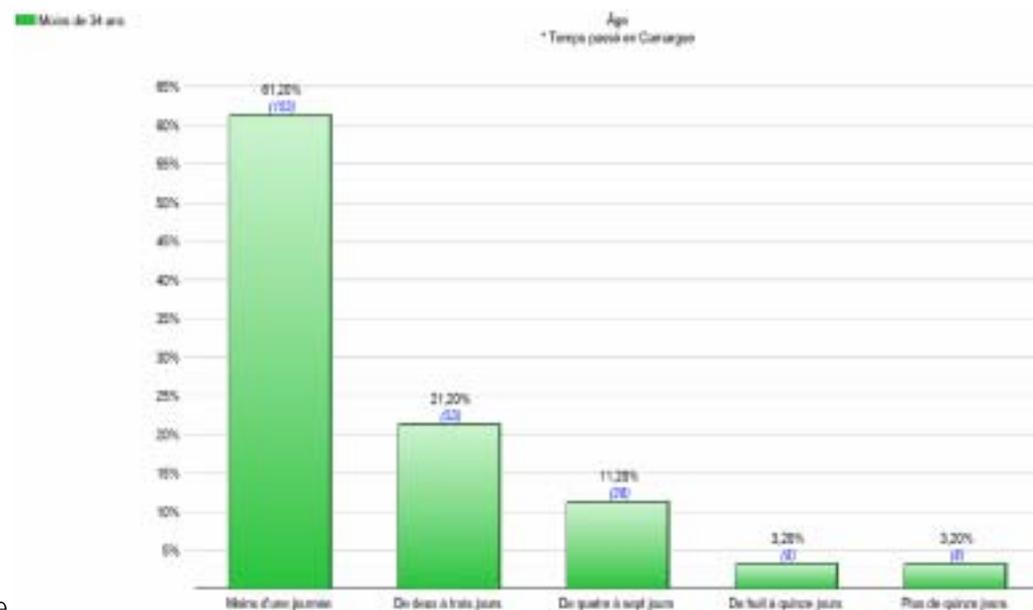
## Portrait Italiens

- Les italiens viennent majoritairement de 4 à 7 jours ou pour des courts séjours : 2 à 3 jours. Seulement 20% viennent pour plus de 8 jours. Essentiellement présents au printemps.
- Pour beaucoup, ils passent de lieu en lieu sans se sédentariser. Ils apprécient plus particulièrement deux espaces : Les Saintes Maries de la Mer (22%) et Piémanson (11%).
- Concernant l'hébergement, ils privilégient le camping. 64% de la population italienne interrogée déclarent privilégier ce mode d'hébergement. Ils sont également la première clientèle camping car.
- Le potentiel de clientèle s'accroît chaque année : 26% de première visite, mais bonne fidélisation avec 50% qui sont déjà venus plus de 4 fois.
- Les activités des Italiens : mer, repos, randonnée, découverte des villes, visites monuments (pour plus d'un quart des personnes).
- Pour la satisfaction globale : 8,6 de moyenne. Note minimale de 6.
- Concernant les activités, ils sont satisfaits de l'offre proposée : beaucoup de 8, peu de mauvais jugement, toutes les activités sont satisfaisantes.
- Dépenses raisonnables, dans la moyenne haute. Ils ont conscience d'être sur un parc naturel régional à 80%, et c'est pour eux important à 94%.
- Les sites connus sont : le château d'Avignon, le parc ornithologique, les plages de Piémanson, le musée du sel, le musée du riz.
- Ils apprécient les sites qu'ils visitent : notes autour de 8-9, très peu en dessous de 8.
- L'information circule essentiellement par le bouche-à-oreille, puis par Internet. Sur place, ils recherchent également de l'information auprès de l'office de tourisme.
- Pas de différence notable entre ce PNR et les autres, il est équivalent ou quelque peu meilleur, seulement 6% le considèrent moins bien. Cela confirme que leur satisfaction et leur motivation pour venir sont liées au fait d'être dans un site naturel protégé.
- 90% expriment le désir de revenir. La grande majorité choisirait comme période le printemps : avril-mai-juin ou ensuite l'automne. L'été n'est pas prioritaire.
- En matière de loisirs, les habitudes de pratiqués concernent occasionnellement le vélo, la photo, le tourisme, les activités culturelles et l'équitation, et quotidiennement la randonnée, Internet et l'observation des animaux.



## Portrait Jeunes < 34 ans

- Les Jeunes viennent à 77% de France dont 31% des Bouches du Rhône.
- 61% d'entre eux viennent pour moins d'une journée. Seulement, 6% viennent plus de huit jours. Mais, ils restent plus longtemps dans la région, les séjours de 2 à 7 jours représentent 67%.
- Une personne sur trois dort à l'hôtel et 20% d'entre eux sont en camping.
- Pour 42% il s'agit de leur première visite, et 17% des personnes reviennent chaque année.
- Il y a très peu de visites de monuments et des musées : les plus fréquentes sont celles du parc ornithologique, du musée de la Camargue et du domaine de Méjanes.
- Le taux de satisfaction est de 8,05.
- 70% des jeunes savent qu'ils sont dans un parc naturel et y attachent de l'importance.
- Seulement 20% vont chercher de l'information.
- 84% souhaitent revenir et surtout en été.
- Les personnes de ce groupe viennent en couple, elles pratiquent le vélo, la photo, la randonnée, le tourisme, Internet et l'observation des animaux.
- Elles viennent essentiellement en basse saison et aux Saintes Maries de la Mer.



## Portrait Anglais

- 75% des anglais viennent moins de 3 jours en Camargue, alors que 47% viennent de 4 à 7 jours en région. 31% sont « en transit » en Camargue. Les Anglais qui séjournent, le font majoritairement en hôtel.

- Pour 56% d'entre eux, il s'agit d'une première visite. Seulement 10% sont venus plus de trois fois.

- Pour ce qui concerne les activités pratiquées, on relève une prépondérance des circuits. Ils pratiquent également la plage, la randonnée et quelques visites de villes et musée (surtout, le musée de la Camargue).

- 50% s'informent pour visiter et quasiment autant pour venir. La communication est importante pour ce segment.

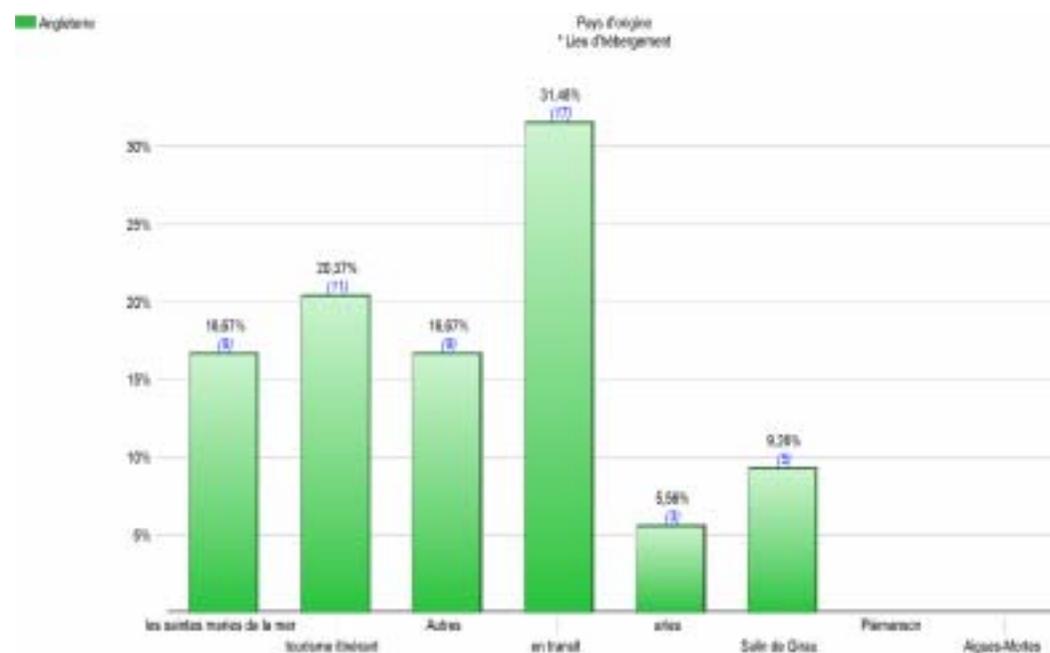
- 76% des anglais ont conscience d'être sur un Parc naturel, et 80% d'entre eux considèrent cela important.

- Ils sont globalement peu satisfaits : 7,76/10... comparativement à la moyenne des autres visiteurs.

- 75% des anglais souhaitent revenir notamment pendant la basse saison et au printemps. L'été reste une période évitée.

- Les anglais viennent en couple pour 50% d'entre eux. Ils ont entre 35 et 54 ans (60%).

- Leurs principaux centres d'intérêt sont la photo, la randonnée, Internet et les activités culturelles.

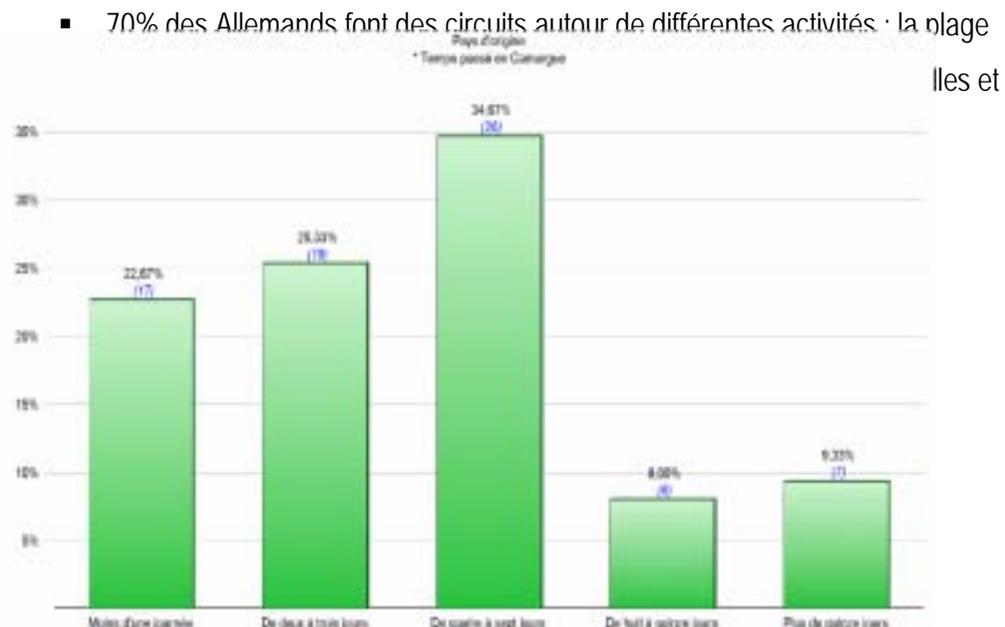


## Portrait Allemand

- Ce sont des séjours plutôt longs, une personne sur trois reste de 4 à 7 jours que ce soit en Camargue ou en région. Contrairement aux Anglais, les Allemands viennent spécifiquement pour la Camargue. Aucun n'est en transit.
- Les hébergements utilisés sont l'hôtel à 30% et le camping à 27%.
- Pour 54% d'entre eux, il s'agit d'une première visite. 30% sont venus 1 à 3 fois. Très peu d'habités.

- Ils visitent également beaucoup les monuments et musées de Camargue.
- Le parc ornithologique et le musée de la Camargue recueillent d'ailleurs d'excellents scores de satisfaction.

- La satisfaction globale des Allemands concernant leur séjour en Camargue est de 8,43. Ce qui représente un excellent score comparativement à la moyenne des répondants... ce qui préfigure également une très bonne promotion par bouche à oreille qui est leur mode d'information majeur.
- 75% des allemands savent qu'ils sont sur un Parc naturel et 90% d'entre eux considèrent que cela est important.
- Seulement 30% s'informent pour venir. 70% expriment l'intention de revenir. Les périodes les plus appréciées sont en premier le printemps et l'été.
- Il s'agit d'une clientèle jeune qui vient soit en couple (50%), soit en famille (40%). 80% des Allemand visitant la Camargue sont âgés entre 25 et 54 ans dont une majeure partie située entre 35 et 44 ans.

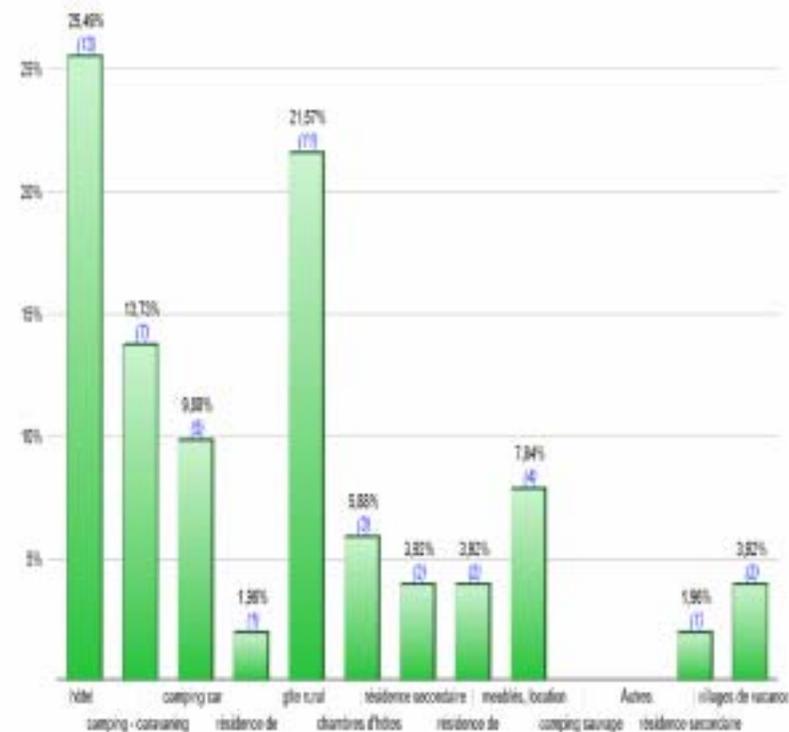


## Portrait Belge, Néerlandais, Suisse

■ Belgique-Hollande-Suisse

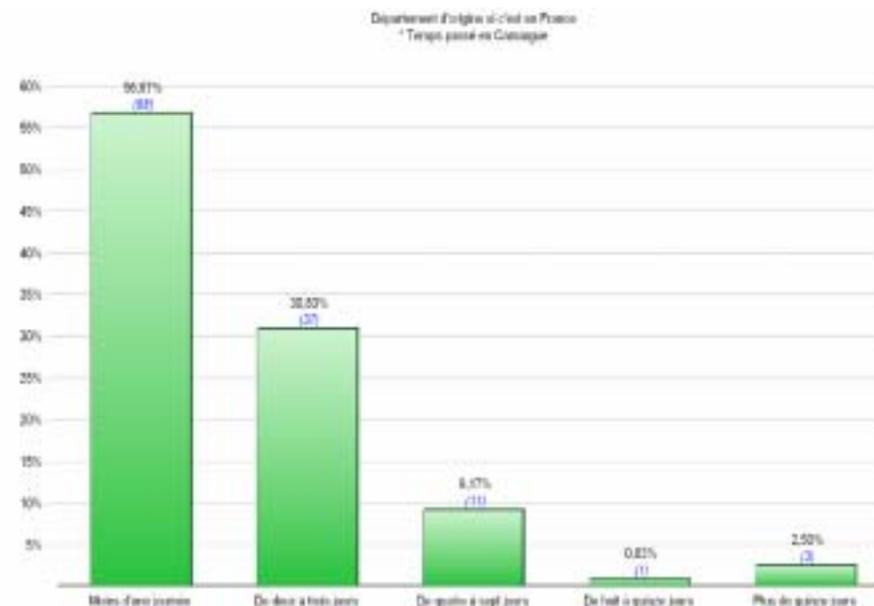
Pays d'origine  
\* Type d'hébergement

- Court séjour en Camargue : moins d'une journée pour 40%, même si 30% restent une petite semaine. En revanche ils restent longtemps dans la région, de une à deux semaines pour 80% d'entre eux. Cela explique que 45% des touristes soient des passagers soit en transit soit en tourisme itinérant.
- Les modes d'hébergement sont l'hôtel ou les gîtes ruraux.
- C'est la première visite pour 61%. 25% ne sont venus qu'une à trois fois.
- 68% d'entre eux réalisent des circuits. Ce sont toujours les mêmes activités : randonnée en premier, mer, repos, visite de monuments et villes. Les musées sont aussi très bien notés, tout particulièrement le parc ornithologique.
- Leur taux de satisfaction globale sur le séjour est bonne : 8,39.
- Concernant l'information, 72% savent qu'ils sont sur un Parc naturel Régional. Cela est important.
- Avant de venir, 35% des personnes de ce groupe se sont informées. Comparativement à la moyenne des autres segments, ils sont très nombreux à s'être informés.
- 75% des touristes souhaitent revenir, soit au printemps soit en été.
- Ces personnes viennent en couple pour la moitié d'entre eux. La population des moins de 55 ans est largement dominante.



## Portrait PACA (hors 13)

- La durée des séjours est à 57% de moins d'une journée. Cependant, on note que 50% restent 2 à 3 jours en région ; 31% restent 2 à 3 jours en Camargue et près de 13% plus de 8 jours.
- 50% de ces touristes dorment à l'hôtel. Seulement 17% découvrent la Camargue les autres sont déjà venus et souvent plus d'une fois.
- Ils font beaucoup de circuits en voiture et on comme principales activités : la plage, les restaurants et la visites de villes. Les touristes restent sur le même site, et il s'agit fréquemment des Saintes Maries de la Mer.
- Le groupe pratique beaucoup d'activités, sans dominance particulière de telle ou telle activité. On constate toutefois peu d'activité sportive, les activités « soft » semblent privilégiées.
- On note également peu de visites de monuments et musée. Les plus visités restent les monuments classiques.
- La satisfaction globale est de 8,52, ce qui est le meilleur score avec la population « 13 ».
- 78% des personnes interrogées sont des habituées. 85% considèrent que le fait d'être dans un parc naturel régional est un critère important. 94% des visiteurs de ce groupe souhaitent surtout revenir en basse saison.
- Le groupe est majoritairement constitué de couples. L'âge n'est pas un critère discriminant.



## Portrait « 13 »

- 85% viennent pour moins d'une journée. Plus d'un tiers des personnes de ce groupe vient au moins une fois par an (36%)
- Lorsqu'il y a hébergement, l'hôtel est privilégié suivi de la résidence de parents - amis. Les hébergements sont de standing.
- Il n'y a que 12% de première visite, ce sont donc des habitués, la majorité d'entre eux connaît déjà la Camargue et choisit de rester sur un site unique, il s'agit généralement de la plage. Les activités pratiquées découlent donc naturellement : mer, randonnée, repos et restauration.
- Trois sites sont particulièrement visités : le parc ornithologique, le domaine de Méjanes et le plage de Piémanson. Hormis le domaine de Méjanes qui reçoit des notes moyennes, les deux autres sites font l'objet de bonnes évaluations.
- La moyenne générale attribuée à la Camargue est de 8,56, meilleur score de tous les groupes.
- 96% des personnes interrogées souhaitent revenir. La période de l'année est indifférente. La proximité de la Camargue est telle que toute occasion est bonne à prendre pour s'y rendre.
- 75% des touristes de ce groupe sont conscients d'être sur un parc naturel et jugent cela important à hauteur de 70% (moins bon score de tous les groupes).
- 90% ne cherchent pas à l'information.

