

**Pôle d'Equilibre Territorial et Rural du Grand Libournais**  
**Observatoire touristique du Grand Libournais**  
**Résultats d'enquête clientèle Mai 2021**



Contact :

Estelle PROFIT

Chargée de mission Tourisme

05.57.55.00.78

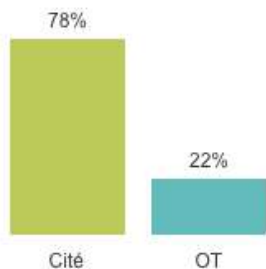
[tourisme@grandlibournais.eu](mailto:tourisme@grandlibournais.eu)



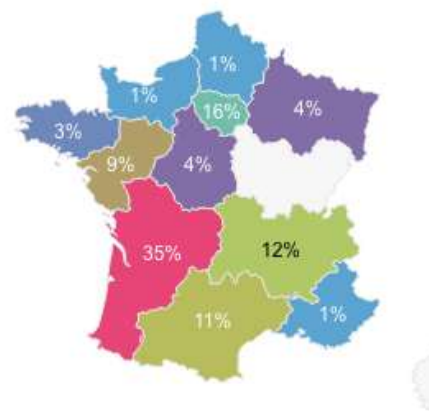
# Cadrage

Echantillon : 80 personnes interviewées  
Periode : 13, 14(matin), 15, 16, 24 Mai  
Lieu : Cité et office de tourisme de Saint Emilion

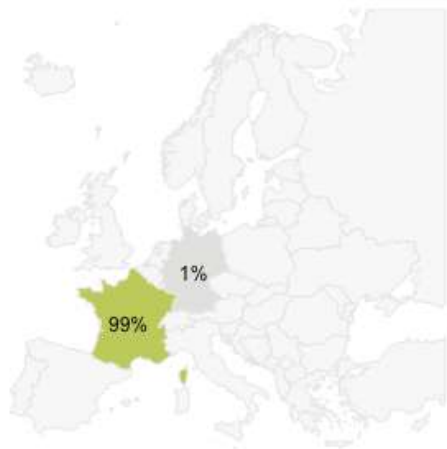
Lieu de collecte



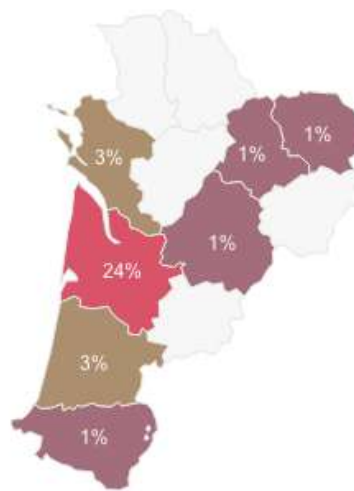
D'où viennent les visiteurs



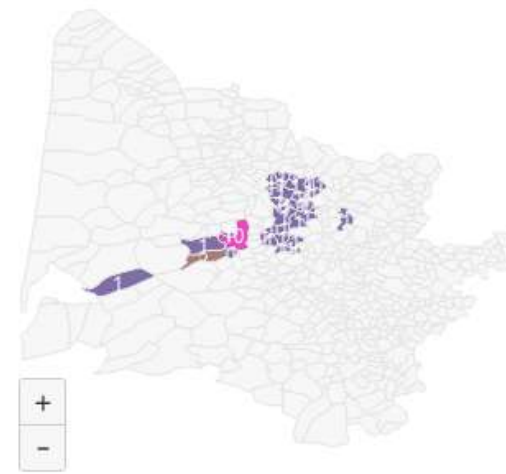
# Origine de la clientèle



D'où viennent les Néo-Aquitains

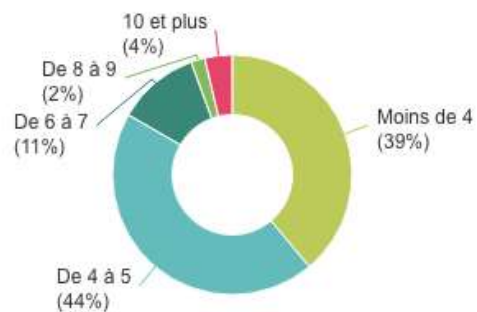


D'où viennent les girondins

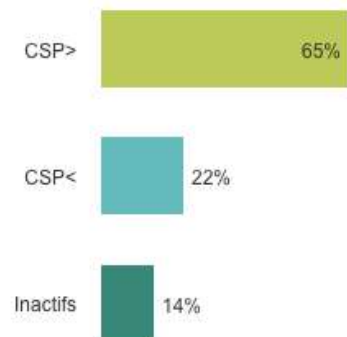


# Caractéristiques de la clientèle

La taille du groupe



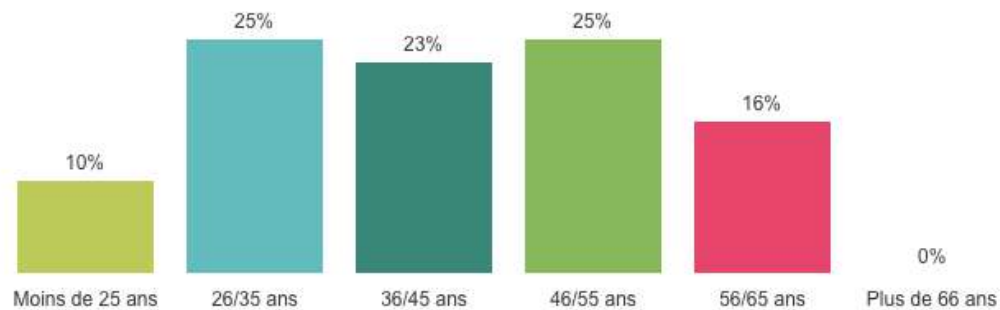
Catégorie socio professionnelle



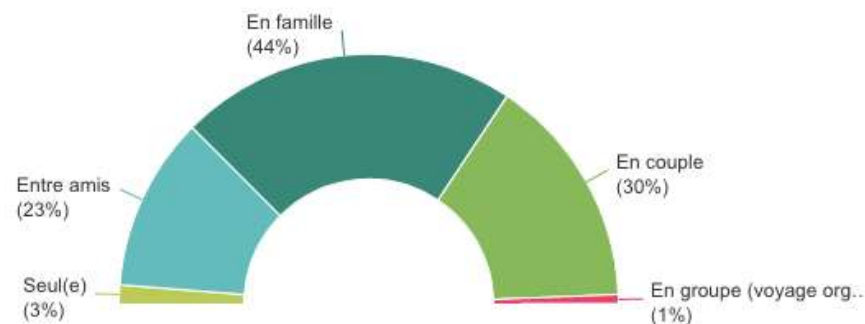
Les visiteurs sont



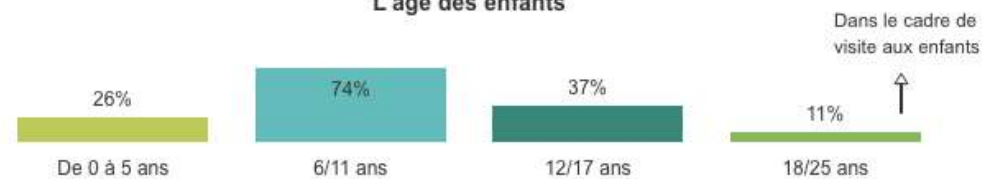
La tranche d'âge de visiteurs



Un territoire partagé entre les familles et les couples



L'âge des enfants



# Caractéristiques du séjour : Touristes

## Mode d'hébergement



Population étudiée : **Etes-vous\_venu\_pour\_parmi "Deux jours ou plus (Touriste)"**

## Duré de séjour

**4,1**  
Moyenne

## Dépenses du séjour

Moins de 100€ **54%**  
Pourcentage

Population étudiée : **Etes-vous\_venu\_pour\_parm...**

## Moyen de locomotion

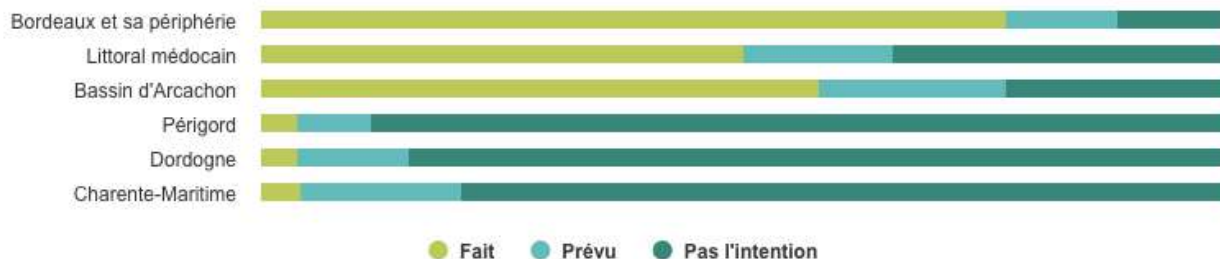
Voiture **92%**

Population étudiée : **Etes-vous...**

TGV / Train **2**  
Effectif

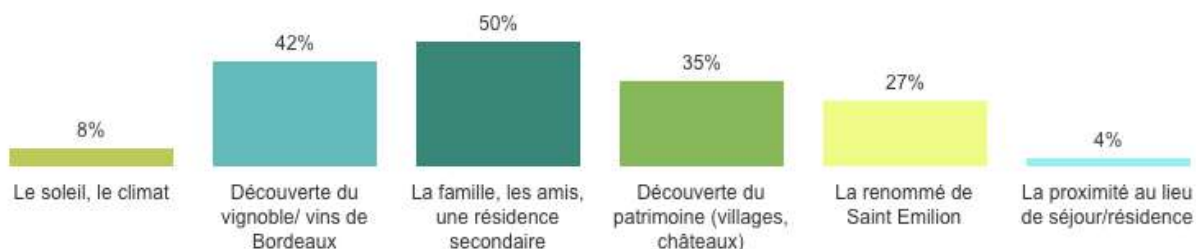
Population étudiée : **Etes-vous...**

## Le parcours de touristes



Population étudiée : **Etes-vous\_venu\_pour\_parmi "Deux jours ou plus (Touriste)"**

## Les éléments qui influencent la venue des touristes sur le territoire



Population étudiée : **Etes-vous\_venu\_pour\_parmi "Deux jours ou plus (Touriste)"**

## Activités des touristes



Population étudiée : **Etes-vous\_venu\_pour\_parmi "Deux jours ou plus (Touriste)"**

# Caractéristiques du séjour : Excursionnistes

## Activités des excursionnistes

	Fait	Prévu	Pas l'intention
Découvrir des villes, des villages, et des lieux pittoresqu...	●	●	●
Visiter des vignobles / Dégustation du vin	●	●	●
Activités de loisir: sport et/ou nature (randonnée pédestr...	●	●	●
Visiter des monuments, des musées, des expositions	●	●	●
Découvrir des sites naturels, des paysages, forêts	●	●	●
Aller au restaurant, découvrir la gastronomie locale, con...	●	●	●
Shopping, souvenirs, achat de produits du terroir	●	●	●
Evènement, Spectacle, Animation	●	●	●

Population étudiée : **Etes-vous\_venu\_pour\_parmi "La journée (Excursionniste)"**

## Moyen de locomotion

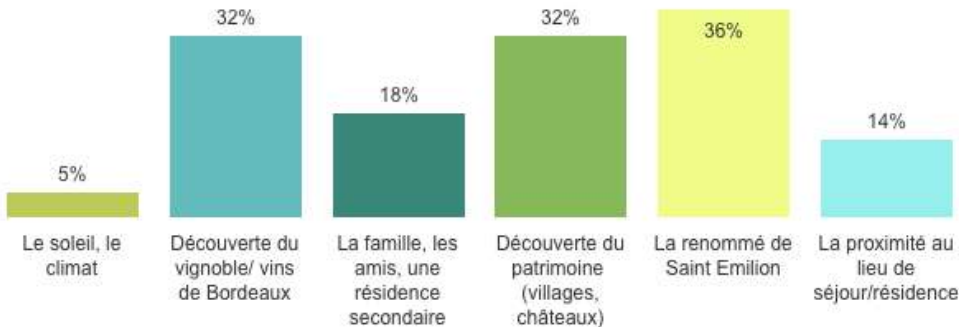
Voiture / Moto  **96%**  
Pourcentage

Population étudiée : **Etes-vous\_venu\_pour\_parmi "La journée (Excursionniste)"**

TGV / Train  **8%**  
Pourcentage

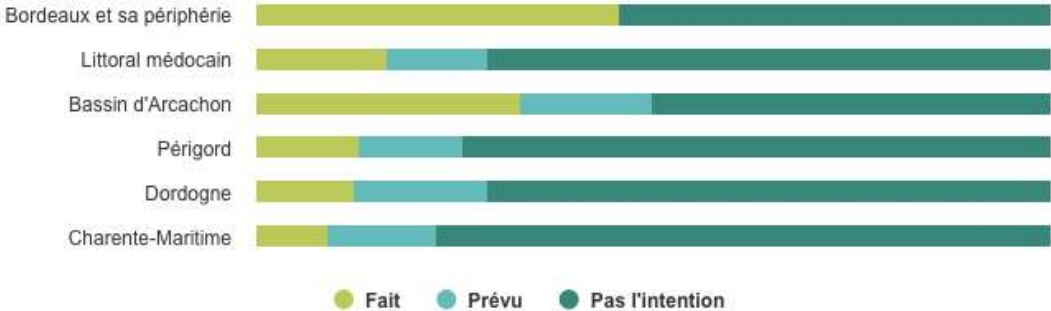
Population étudiée : **Etes-vous\_venu\_pour\_parmi "La journée (Excursionniste)"**

## Les éléments qui influencent la venue des excursionnistes sur le territoire



Population étudiée : **Etes-vous\_venu\_pour\_parmi "La journée (Excursionniste)"**

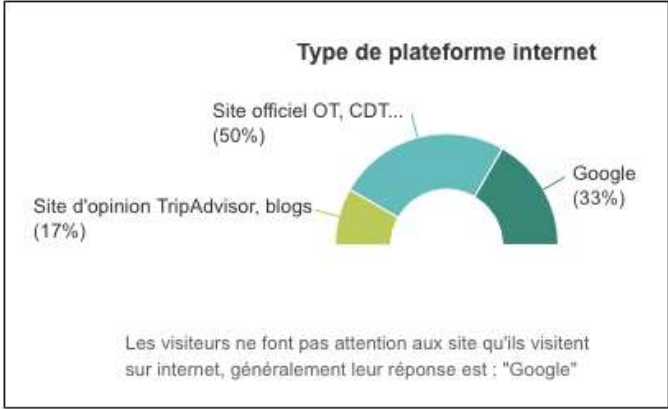
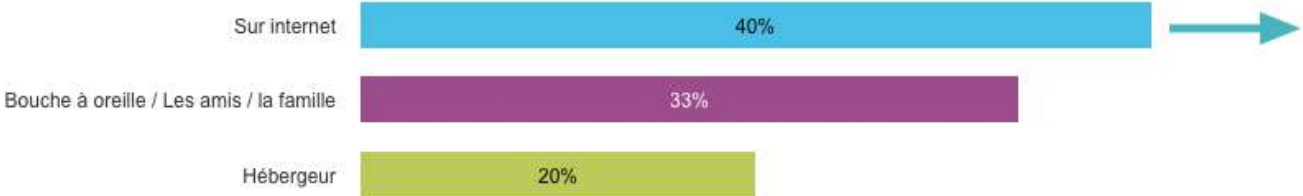
## Le parcours d'excursionnistes



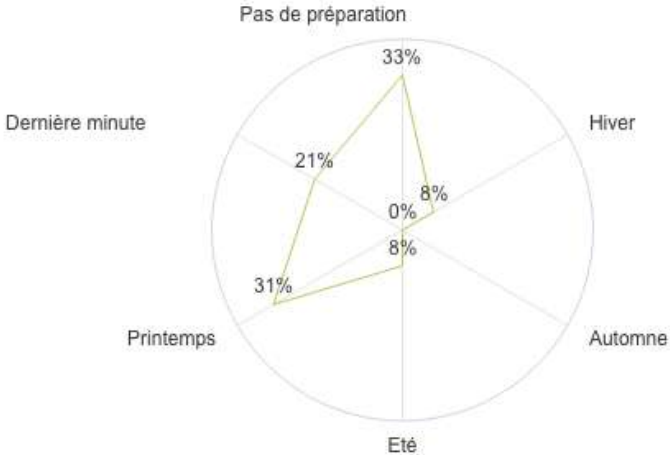
Population étudiée : **Etes-vous\_venu\_pour\_parmi "La journée (Excursionniste)"**

# Préparation du séjour / de la visite

Les visiteurs s'informent

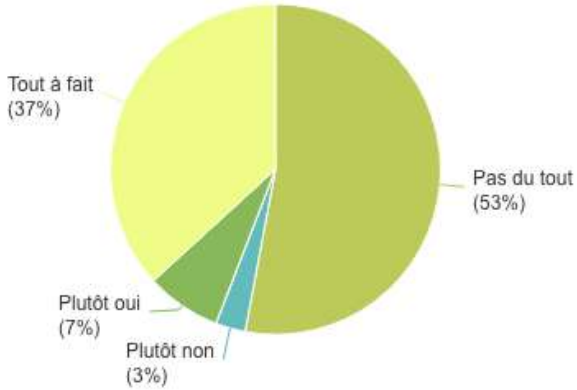


La période de préparation / réservation du séjour / visite



31% des visiteurs préparent ou réservent leur séjour/visite au Printemps.  
21% ont préparé/réservé à la dernière minute, ce chiffre est du au confinement

37% des visiteurs pensent aller à l'office de tourisme

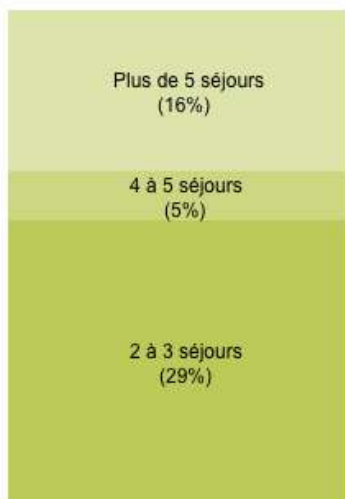


# Fidélité et satisfaction

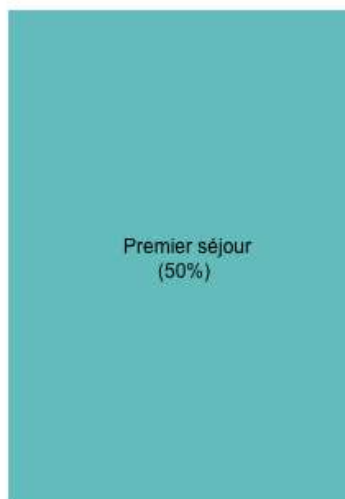
Les visiteurs recommandent la destination



Une clientèle fidèle à la destination



Repeaters



Primo-visiteurs

## La satisfaction des visiteurs



# Résultats d'enquête clientèle

## Mai 2021

Pôle d'Equilibre Territorial et Rural du Grand Libournais

Observatoire touristique du Grand Libournais

