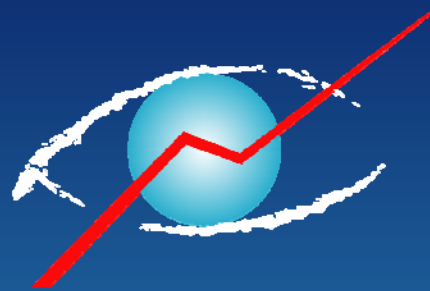




Enquête réalisée auprès des passagers anglophones de la ligne aérienne Londres-Tours / Résultats 2006-2007



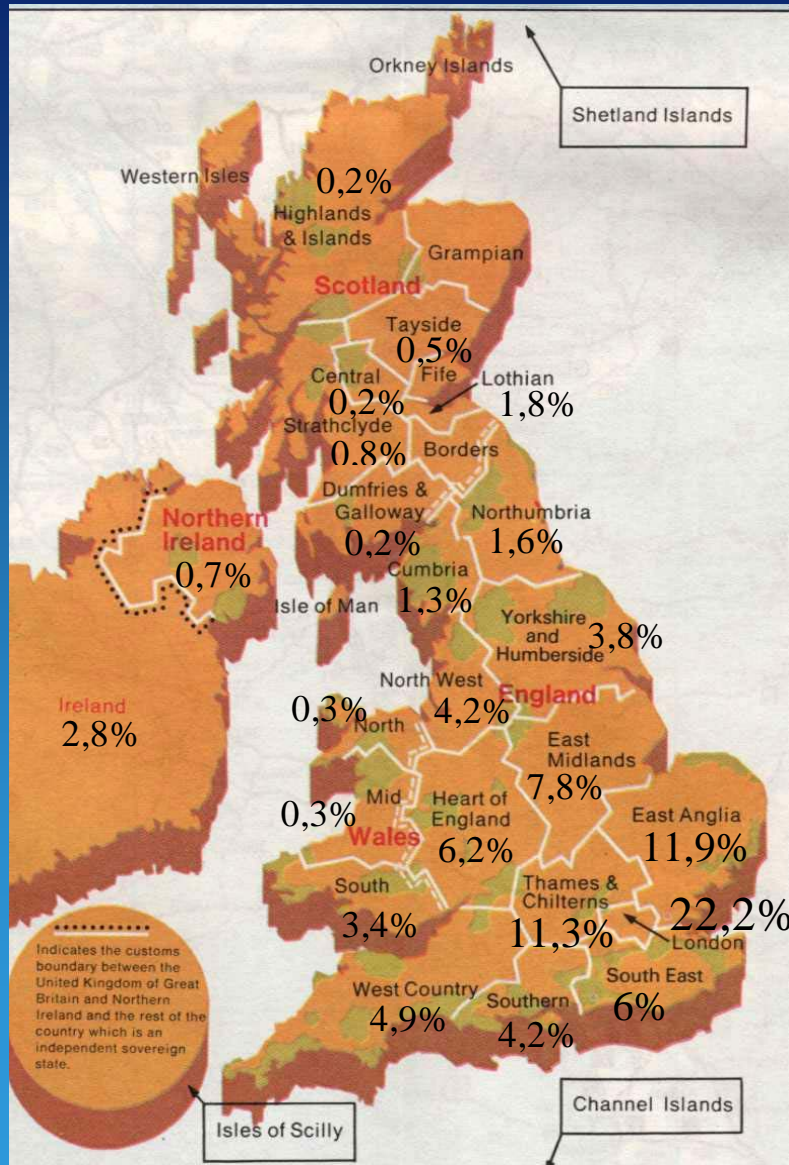
OBSERVATOIRE
DE L'ECONOMIE ET
DES TERRITOIRES
DE TOURAINE

La clientèle anglophones de la ligne Londres-Tours-Londres

Synthèse des résultats de l'enquête 2006-2007



D'où viennent-ils ?



☑ **22%** des passagers interrogés viennent de Londres et un peu plus de 50% de Londres et ses régions limitrophes

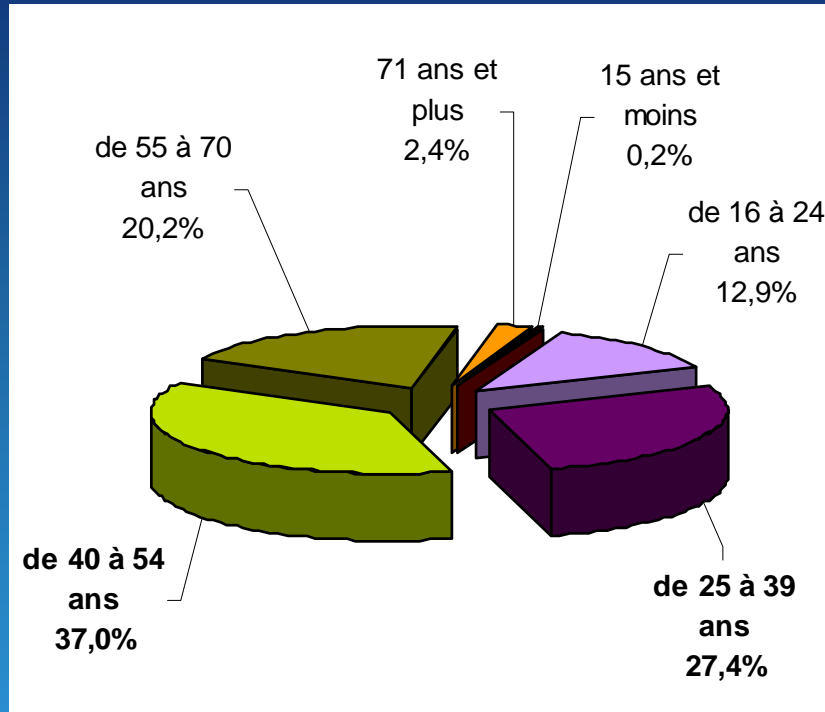
↪ **Comparatif par rapport à l'enquête précédente (2002/2004) :**

L'ensemble de la région Londonienne reste prépondérante

Une concentration des anglophones originaires d'Angleterre



Quel âge ont-ils ?

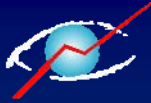


Les chiffres pour les 15 ans et moins et pour les 71 ans et plus doivent être considérés comme indicatifs (moins de 30 répondants chacun)

✓ **37% des usagers de la ligne ont entre 40 et 54 ans**

↪ **Comparatif :**

La clientèle est un peu plus âgée (les 40-54 ans s'affirment au détriment des 25-39 ans)



Quelle est leur catégorie socioprofessionnelle ?

La catégorie socioprofessionnelle	2006/2007	
	Rep	%
Employé	140	22,4%
Cadre moyen	116	18,6%
Chef d'entreprise	114	18,2%
Cadre supérieur	79	12,6%
Retraité	90	14,4%
Etudiant	60	9,6%
Sans emploi	14	2,2%
Ouvrier	7	1,1%
Agriculteur	5	0,8%
Sous Total	625	100%
Sans réponse	8	1,3%
TOTAL	633	

En dessous de 30 répondants, les chiffres doivent être considérés comme indicatifs

- ☑ Les CSP à hauts revenus sont les plus représentées (49,4%)
- ☑ Près d'1 passager sur 4 est un employé

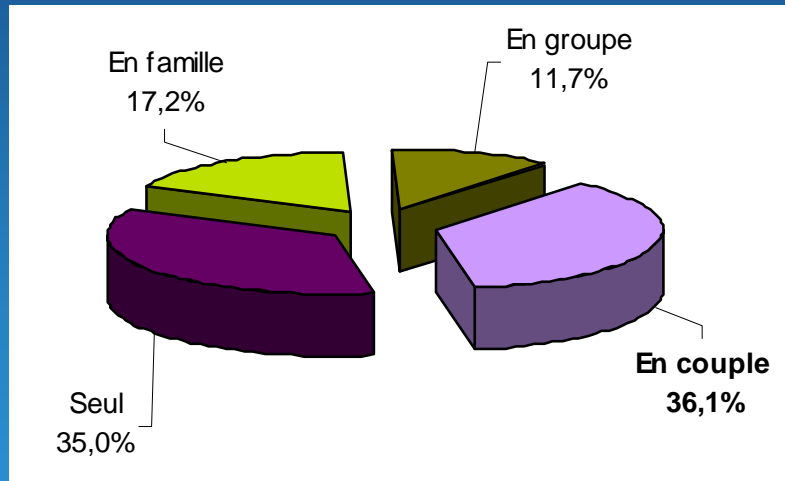
↳ Comparatif :

La répartition par CSP ne se modifie pas significativement depuis l'ouverture de la ligne



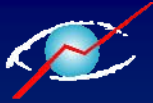
Sont-ils accompagnés pour ce séjour ?

- ☑ 36% des utilisateurs de la ligne viennent en couple et ils sont presque aussi nombreux à venir seul (35%)



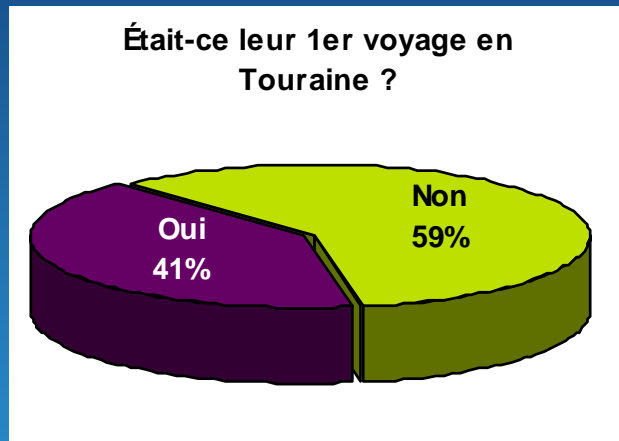
↳ Comparatif :

- évolutions à la hausse :
 - seul : +7,5 points
 - famille : +2,4 points
- évolutions à la baisse :
 - groupe : -7,2 points
 - couple : -2,6 points



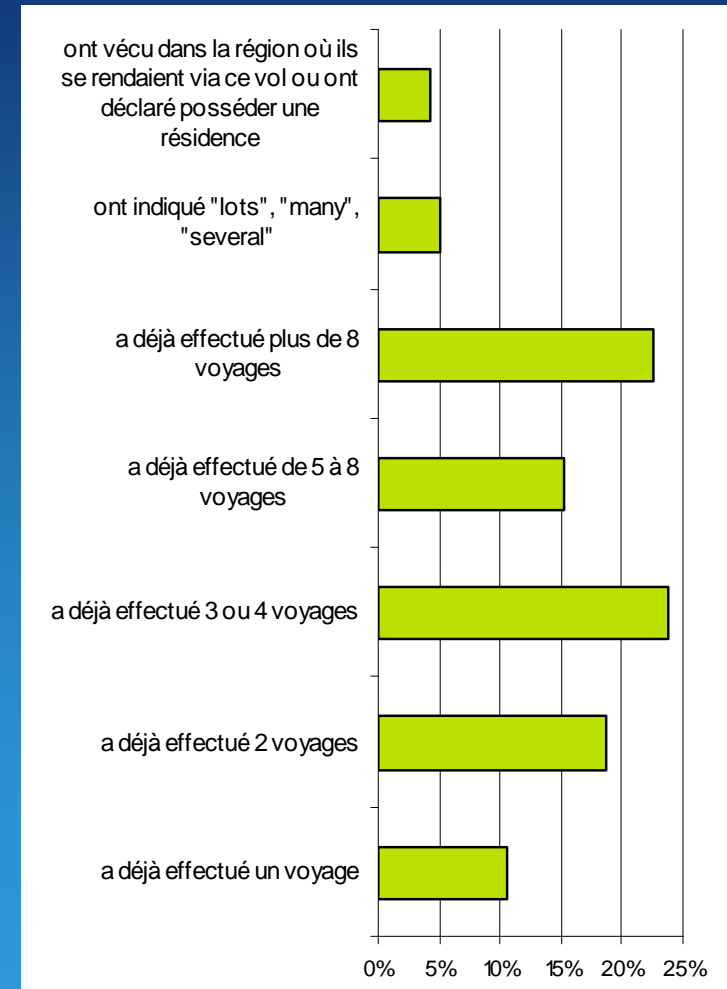
S'agit-il de leur premier voyage ?

☑ **59%** des visiteurs sont déjà venus



↪ **Comparatif : la part des « primo clients » diminue (-8,9 points)**

☑ **Les fidèles sont venus en moyenne 7 fois**
(7,1 fois entre 2002 et 2004)





Quels sont les motifs de leur voyage ?

Motif du séjour :	2006/2007	
	Rep	%
Visite aux parents et amis	258	40,8%
Loisirs/Tourisme	216	34,2%
Activités professionnelles	70	11,1%
Résidence secondaire	50	7,9%
Autre	13	2,1%
Les études	11	1,7%
Achat d'une maison	6	0,9%
Le classement UNESCO	5	0,8%
Mariage	3	0,5%
Sous Total	632	100%
Sans réponse	1	0,2%
TOTAL	633	

En dessous de 30 répondants, les chiffres doivent être considérés comme indicatifs

☑ **3 voyageurs sur 4 rendent visite à leurs parents et amis ou viennent pour du tourisme et des loisirs**

☑ **11% évoquent des raisons professionnelles.**

↪ **Comparatif :**

➤ Progression des attaches affectives (+4 points),

➤ Le motif tourisme/loisirs gagne des points (+2) sur le motif professionnel (-4,6)



Quelles activités ont-ils pratiquées ?	2006/2007		Evol. 04/03
	Cit.	%	
Châteaux	260	15,1%	-1,0
Autres sites culturels	165	9,6%	-0,3
Shopping	248	14,4%	0,2
Repos	220	12,8%	0,7
Découverte des vins et de la gastronomie	201	11,7%	-0,5
Promenade	176	10,2%	1,1
Jardins	91	5,3%	-0,8
Sports	75	4,4%	-1,3
Activités professionnelles	73	4,2%	0,9
Vélo	56	3,3%	0,6
Achat d'une maison	30	1,7%	-1,1
Profiter de la famille, des amis	26	1,5%	-
Assister à un mariage ou le préparer	14	0,8%	-
Entretien/résidence secondaire - résidence d'amis	6	0,3%	-
Etudier/apprendre le Français	3	0,2%	-
Autre	76	4,4%	1,5
Sous Total	1 720	100%	
Sans réponse	10	0,6%	-
TOTAL (plusieurs choix possibles)	1 730		

En dessous de 30 répondants, les chiffres doivent être considérés comme indicatifs

Que font-ils durant leur séjour ?

- ☑ 1 passager sur 4 plébiscite les châteaux et autres sites culturels
- ☑ Le shopping, le repos, la découverte des vins et de la gastronomie et la promenade pèsent chacun pour plus de 10% des activités pratiquées

↪ Comparatif :

Il n'y a pas d'évolution significative entre les périodes

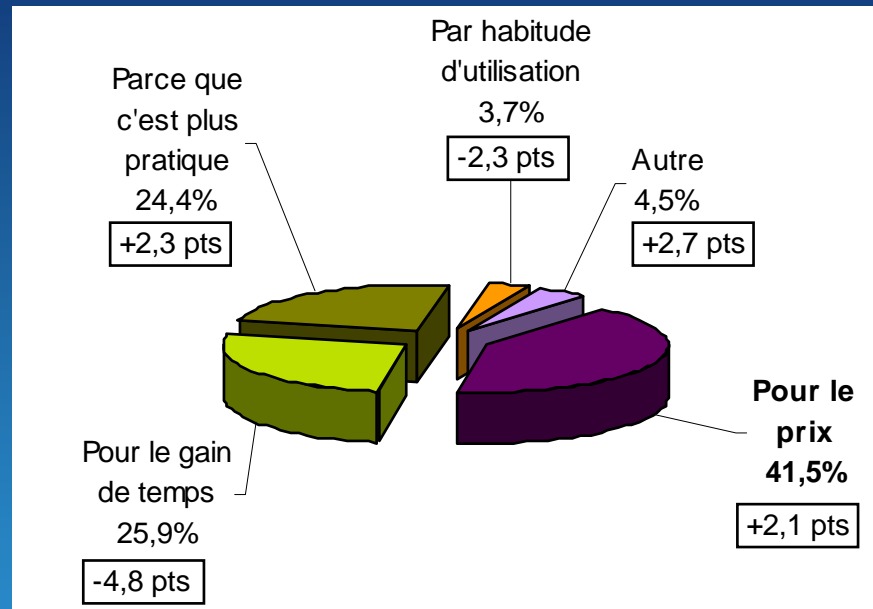


Seraient-ils venus sans l'existence de ce vol ?

- ☑ **44%** des utilisateurs du vol **ne seraient pas venus** si cette ligne n'avait pas existé
- ☑ **5% hésitent** sur cette question
- ➔ L'existence même de la ligne a probablement suffi à déclencher l'acte d'achat de la destination dans **près de 50% des cas**
- ↪ **Comparatif :**
 - Le « oui » et le « non » gagnent chacun 2 points au détriment de la part des clients qui hésitent sur cette question (-4,1 points)**



Pourquoi ce mode de transport ?



- ✓ Le prix est le leitmotiv dans le choix du vol
- ✓ Le gain de temps et le « côté pratique » sont au coude à coude

↳ Comparatif :

Le prix et la praticité prennent de l'importance contrairement au gain de temps et aux habitudes d'utilisation

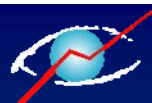


Quel hébergement choisissent-ils ?

En dessous de 30 répondants, les chiffres doivent être considérés comme indicatifs

L'hébergement choisi et la durée de séjour :	2006/2007				Evolution en points	Evolution en jour
	Nb de nuitées	%	Nb de rep.	DMS		
Hôtel	1 558	29,9%	404	3,9	3,2	0,4
Gîte	322	6,2%	47	6,9	-7,3	-0,4
Camping	261	5,0%	31	8,4	-1,9	4,2
Chambre d'hôtes	107	2,1%	34	3,1	-3,9	-5,6
Rés de T ou VVF	67	1,3%	12	5,6	-	-
Autre	52	1,0%	16	3,3	-	-
Total Hébergement commercial	2 367	45,4%	535	4,4	-13,3	-0,7
Famille/amis	2 308	44,3%	407	5,7	10,6	-0,3
Résidence secondaire	537	10,3%	60	9,0	2,7	2,3
Total Hébergement non commercial	2 845	54,6%	475	6,0	13,3	-0,1
TOTAL	5 212	100%	968	5,4	-	-0,4

- ✓ 54,6% de nuitées non marchandes, en très nette progression (+13,3 points)
- ✓ L'hôtel constitue l'hébergement marchand le plus souvent choisi par la clientèle (30% des nuitées, +3,2 points)



Combien dépensent-ils ?

DEPENSES PAR POSTE, par personne et par jour	2006/2007		Evolution en euros
	Rep	€	
Hébergement	72	47,5 €	-1,1 €
Alimentaire	113	19,2 €	-7,1 €
Shopping	91	25,6 €	6,3 €
Transports	65	14,8 €	-4,4 €
Autres	18	17,4 €	-3,4 €
Visites	66	10,4 €	0,4 €
Dépense moyenne, tous postes confondus	502	67,0 €	-18,4 €
Dépense moyenne en hébergement commercial, tous postes confondus	278	89,3 €	-15,1 €
Dépense moyenne en hébergement non commercial, tous postes confondus	241	41,4 €	-13,7 €

En dessous de 30 répondants, les chiffres doivent être considérés comme indicatifs

Attention :

- les lignes ne peuvent être additionnées les unes aux autres,
- les répondants qui ont fait l'aller-retour dans la journée ont été conservés dans l'analyse,
- tous les séjours de plus de 30 jours dans un même hébergement ont été retirés de l'enquête pour cette analyse,
- toutes les dépenses moyennes par personne et par jour dites "atypiques" ont été retirées de l'analyse globale (<5 et >500).
Pour l'analyse par poste, seules celles >500 ont été retirées.

- ☑ Toutes les dépenses moyennes par personne et par jour diminuent sauf celles attribuées au shopping (+6,3€) et celles liées aux visites (+0,4€)
- ☑ La dépense moyenne par personne et par jour diminue de près de 20€, à 67€



Combien dépensent-ils ?

- ✓ Les voyageurs dépensent moins et restent un peu moins longtemps ce qui ampute le budget moyen du séjour de 130 euros par personne
- ✓ Les baisses les plus fortes sont constatées lorsqu'un hébergement commercial est choisi

	Dépense moyenne par personne et par jour		Durée moyenne de séjour		Budget du séjour par personne	
	Période 2006/2007	Rappel 2002/2004	Période 2006/2007	Rappel 2002/2004	Période 2006/2007	Rappel 2002/2004
TOTAL	67,0 €	85,4 €	5,4	5,7	361 €	490 €
Si l'hébergement est commercial	89,3 €	104,4 €	4,4	5,1	395 €	533 €
Si l'hébergement est non commercial	41,4 €	55,1 €	6,0	6,0	247 €	333 €

Apport de la ligne en 2006/2007

- Plus de 60 000 passagers anglais au départ de Tours

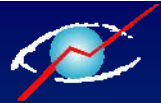


- Apport de la ligne :

près de **19 millions d'euros** (18 893 713 €)

- Apport de la ligne par les utilisateurs déclarants qu'ils ne seraient pas venus si la ligne n'avait pas existé :

un peu plus de **9 millions d'euros** (9 295 707 €)



Apport de la ligne depuis son ouverture (mars 2002 à décembre 2007)

- Plus de 153 000 passagers anglais au départ de Tours
- Apport de la ligne :
 - près de **58 millions d'euros (57 864 206 euros)**
- Apport de la ligne par les utilisateurs déclarants qu'ils ne seraient pas venus si la ligne n'avait pas existé :
 - près de **30 millions d'euros (29 550 069 euros)**