

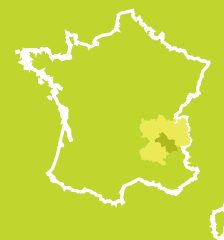
**LETTRE DE  
L'OBSERVATOIRE**

CDT  
bilan été 2006  
numéro 13  
Cap sur les courts  
séjours

# isère



**DESTINATION ISERE**





Repérez ce symbole : il vous indique que vous trouverez des informations plus détaillées et complémentaires sur notre site internet :

[www.isere-tourismepro.fr](http://www.isere-tourismepro.fr), rubrique "Observatoire"

## Fréquentation touristique estivale

<b>Quelques repères</b>	<b>03</b>
<b>Ce qu'il faut retenir de l'été 2006</b>	<b>04 et 05</b>
<b>La fréquentation en Montagne</b>	<b>06</b>
<b>La fréquentation à Grenoble et en "Plaine et Collines"</b>	<b>07</b>
<b>Le tourisme culturel et de loisirs</b>	<b>08</b>
<b>Le tourisme d'affaires Grenoblois</b>	<b>09</b>
<b>L'agritourisme en Isère</b>	<b>09</b>
<b>L'Isère et ses voisins alpins</b>	<b>10</b>

<b>Comportements des clientèles estivales</b>	<b>11</b>
---	-----------

## Profils des clientèles estivales

<b>La clientèle française en Isère</b>	<b>12</b>
<b>La clientèle étrangère en Isère</b>	<b>14</b>

<b>Lexique et méthodologies</b>	<b>15</b>
---------------------------------	-----------

## Cap sur les courts séjours

Au fil des saisons estivales, des tendances lourdes se confirment : érosion de la fréquentation en juillet et août, resserrement du « cœur de saison » sur 3 semaines (du 20 juillet au 15 août), élargissement de la période estivale de mai à octobre.

Face aux évolutions socioculturelles (35 h, besoin de ressourcement et de rupture avec le quotidien, etc.), les Français sont devenus de grands adeptes du court séjour. Ainsi tout au long de l'année, ils multiplient les départs et "déstructurent" la notion de "grandes vacances d'été".

L'Isère, qui accueille déjà une large majorité de clientèles de courts séjours, dispose d'atouts indéniables sur ce marché notamment de par sa situation géographique. Celle-ci devrait lui permettre de conforter son positionnement avec 11,5 millions de Franciliens à 2 h 55 en TGV et 6 millions de Rhônalpins à 1 h de route.

Le développement des lignes aériennes à bas prix de l'aéroport de Grenoble (leader régional low cost et plus forte croissance nationale sur l'année 2006) constitue par ailleurs un véritable atout pour s'affirmer auprès des clientèles étrangères : Londres à 1 h 30, Bruxelles à 1 h, Rome à 1 h 30, pays de l'Est à 2 h 30, etc.

Autant d'opportunités à saisir et qui doivent nous conduire à mettre en place des produits adaptés : courts séjours, produits packagés, personnalisés, dernières minutes, etc.

## Quelques repères

### Conjoncture nationale<sup>1</sup> : reprise de l'activité grâce au dynamisme du printemps

- Au cours de l'été 2006, 69 % des Français sont partis au moins une fois en voyage.
- Le nombre de séjours a augmenté de 4 % par rapport à 2005 et retrouve ainsi le niveau de l'été 2004. Les nuitées quant à elles gagnent 3 %. C'est principalement durant le printemps, à l'occasion des ponts et jours fériés, que les courts séjours ont été observés en hausse. D'autre part, le poids du mois d'août apparaît moins important qu'en 2005.
- Plus de la moitié (53 %) des séjours des Français sont de courte durée.
- 17 % des Français sont partis au moins une fois à l'étranger : l'engouement de ces dernières années pour les destinations étrangères, notamment à bas coûts, semble s'être stabilisé.
- Enfin, 13 % des Français ont choisi la Montagne comme destination, qui reste le dernier espace visité derrière la Mer (46 %), la Campagne (36 %) et la Ville (25 %).

### Les chiffres clés – Isère ☀

Rang de l'Isère en destination touristique <sup>1</sup>	17 <sup>e</sup> département <sup>3</sup>
<b>Nuitées totales</b> – Clientèle française <sup>1</sup> par rapport à l'été 2005	7,1 millions +1 % ⇒
<b>Poids des nuitées en hébergements non marchands</b> (résidences secondaires, parents & amis) <sup>1</sup>	66 % ⇒
<b>Capacité d'accueil<sup>2</sup></b> Hébergements marchands classés et enquêtés	85 000 lits
<b>Taux d'occupation moyen des 8 modes d'hébergement marchand</b> par rapport à l'été 2005	38 % +3 % ↗
	par rapport à la moyenne des étés 2001 à 2005
	-5 % ↘
<b>Part de la clientèle étrangère*</b> par rapport à l'été 2005	28 % +2 % ⇒
<b>Dépense moyenne</b> par touriste français et par jour <sup>1</sup>	33 €
<b>Activité des 60 principaux sites et musées</b> par rapport à l'été 2005	1,2 million de visiteurs -1 % ⇒
	par rapport à la moyenne des étés 2001 à 2005
	-5 % ↘
<b>Trafic Aéroport Grenoble - Isère</b> par rapport à l'été 2005	48 000 passagers +34 % ↗

Source : Aéroport Grenoble Isère

\* Base : hôtels, campings, hébergements collectifs et meublés en agences immobilières.

### L'Isère maintient sa 17<sup>e</sup> place au classement national<sup>1</sup> avec de plus en plus de courts séjours

- L'Isère occupe le 17<sup>e</sup> rang des départements les plus visités par la clientèle touristique résidente en France et se positionne juste derrière la Haute-Savoie (16<sup>e</sup>) et devant la Savoie (24<sup>e</sup>).
- 1,8 million de séjours ont été réalisés en Isère, soit une hausse de +16 % par rapport à 2005. Cela représente 7,1 millions de nuitées, un résultat qui ne progresse que de +1 %. Ce phénomène s'explique par la baisse de la durée moyenne des séjours qui passe de 4,5 nuits en 2005 à 4,2 nuits en 2006.
- A l'occasion des ponts et jours fériés du mois de mai, les courts séjours ont été plus nombreux qu'en 2005. Le nombre de séjours des Rhônalpins croît notamment de +28 %.
- Durant le reste de la saison, le nombre de longs séjours demeure stable (-0,8 %).
- Ainsi, 68 % des séjours réalisés en Isère au cours de l'été 2006 ont duré moins de 4 nuits (cette part s'élève à 53 % en France), ce qui place le département au 25<sup>e</sup> rang en terme de nuitées, derrière les départements savoyards.
- 33 % des séjours se sont effectués en hébergement marchand. Ce secteur affiche des résultats en très légère hausse par rapport à 2005 mais l'activité reste inférieure à celle des étés précédents (cf. page suivante).

### Soleil et chaleur ont dominé sauf en août

Si le printemps n'est pas véritablement parvenu à s'installer en AVRIL-MAI, les mois de JUIN, JUILLET et SEPTEMBRE ont offert de très belles journées ensoleillées et chaudes.

Le mois d'AOÛT, à l'inverse, a connu de mauvaises conditions climatiques : net rafraîchissement accompagné de journées souvent pluvieuses, notamment durant la première quinzaine.

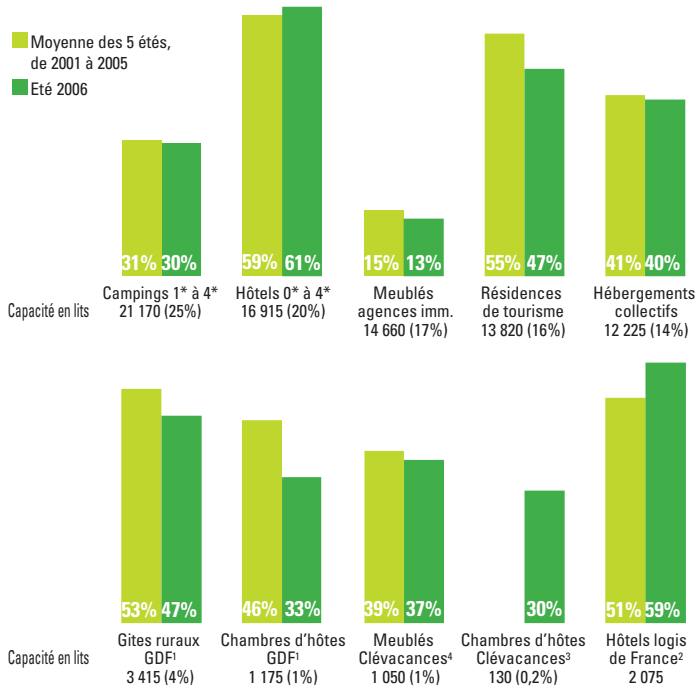
(1) source : Enquête sur le Suivi des Déplacements Touristiques des résidents Français âgés de +15 ans - Direction du Tourisme/Sofrès

(2) Capacité d'accueil totale en Isère : 110 000 lits en hébergements marchands classés et/ou labellisés, 190 000 lits en résidences secondaires

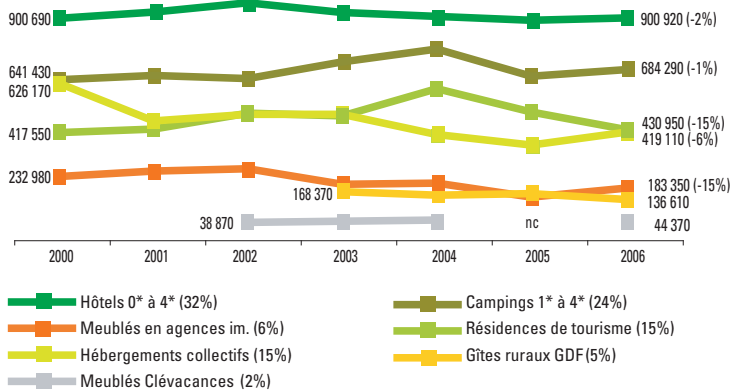
(3) Rappel : L'Isère occupe le 4<sup>ème</sup> rang en hiver, le 11<sup>ème</sup> sur l'ensemble de l'année

## Ce qu'il faut retenir de l'été 2006

### Taux d'occupation des hébergements marchands - T.O.



### Nuitées des hébergements marchands



A noter : L'enquête auprès des campings a été renouvelée en 2004. Cette rénovation n'entraîne toutefois qu'une marge d'erreur minime sur les évolutions d'une année sur l'autre.

Lecture des pourcentages entre parenthèses :

→ dans la légende, ils correspondent au poids des nuitées de chaque hébergement ;

→ à côté des nuitées, ils correspondent à l'évolution de celles-ci par rapport à la moyenne enregistrée au cours des 5 étés précédents (2001 à 2005)

(1) GDF : label Gîtes de France - résultats des étés 2005 et 2006

(2) Ces hôtels labellisés sont inclus dans l'étude globale des hôtels 0\* à 4\* ;

Résultats des étés 2005 et 2006 : 1 221 200 nuitées réalisées en été 2006

(3) Été 2006 : 1ère saison d'enquête

(4) Résultats des étés 2004 et 2006

### L'activité des hébergements marchands ☺



#### Davantage de séjours, mais de courte durée

- Le taux d'occupation des hébergements marchands au cours de l'été 2006 est en hausse de +3 % par rapport à 2005, tandis que le nombre de nuitées gagne +1 %. Ces résultats révèlent une hausse du nombre de courts séjours, tandis que les longs séjours demeurent stables.
- 38 % des hébergements marchands ont ainsi été loués et 2,8 millions de nuitées réalisées (pour 85 000 lits étudiés)
- La fréquentation touristique reste toutefois inférieure au niveau moyen enregistré au cours des étés 2001 à 2005, avec qui plus est, de grandes disparités selon les modes d'hébergements.



#### Hôtels et campings - de qualité - maintiennent le cap

- Ces deux modes d'hébergements parviennent à stabiliser leur niveau d'activité depuis 5 saisons.
- Les hôtels affichent les meilleures performances de tous les hébergements : un taux d'occupation de 61 %, près d'un million de nuitées, soit 32 % de l'activité alors qu'ils détiennent 20 % de la capacité d'accueil marchande.
- Les campings sont loués à hauteur de 30 % et enregistrent 685 000 nuitées. Avec 25 % de l'offre en lits, ils accueillent 24 % des nuitées.
- Dans ces derniers, 30 000 nuitées supplémentaires ont été réalisées par rapport à 2005 grâce à une fréquentation plus soutenue des clientèles étrangères. La météorologie très agréable des mois de juillet et septembre leur a permis de compenser la baisse d'activité du mois d'août. Ce constat est semblable sur le plan national.
- Toutefois, qualité, services et accueil priment dans le choix de l'hébergement : les hôtels et campings classés 2, 3 et 4 étoiles affichent des résultats en hausse à l'inverse des autres catégories.



#### Une reprise pour les meublés en agences immobilières

- 13 % des meublés en agences immobilières seulement sont loués sur l'ensemble de la saison estivale. Ce mode d'hébergement qui détient 17 % de la capacité d'accueil marchande, n'enregistre que 5 % des nuitées.
- L'été 2006 marque une petite reprise de l'activité par rapport à 2005. Un résultat encourageant même si elle reste en deçà de celle enregistrée au cours des étés précédents.

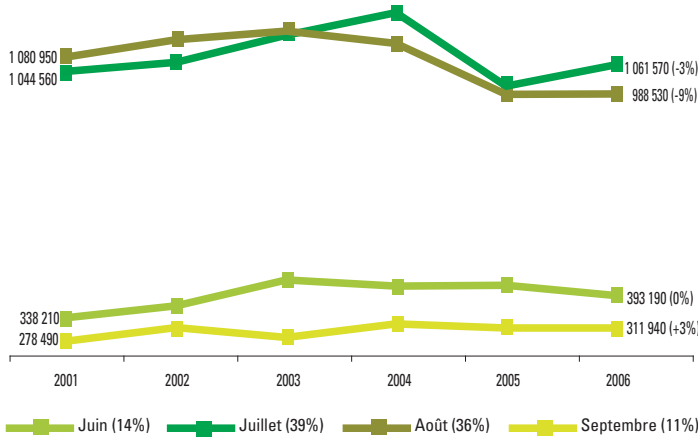


#### Déception pour les résidences de tourisme

- Entre 2000 et 2004, le parc des résidences de tourisme s'est progressivement étoffé et l'activité de ce mode d'hébergement a bien progressé. Mais 2005 a inversé cette tendance : depuis la saison dernière l'activité apparaît en baisse.
- Au cours de l'été 2006, 42 % des appartements ont été loués et plus de 430 000 nuitées enregistrées. Ces indicateurs sont au plus bas depuis 6 saisons. Toutefois, cet hébergement reste un des secteurs les plus performants.

# Fréquentation touristique estivale

## Nuitées par période (hébergements marchands)



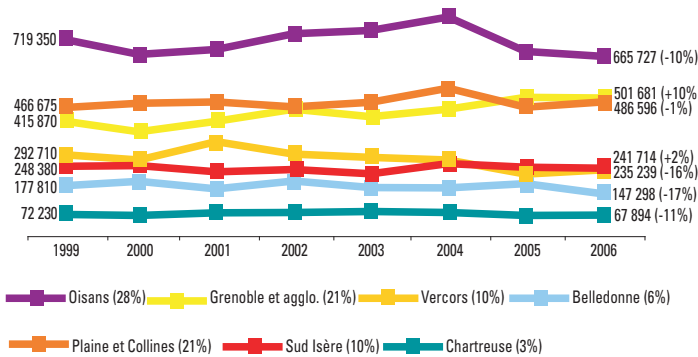
**Base :** hôtels, campings, meublés en agences imm., résidences de tourisme, hébergements collectifs, gîtes ruraux à partir de 2003

Lecture des pourcentages entre parenthèses :

→ dans la légende, ils correspondent au poids des nuitées de chaque période ;

→ à côté des nuitées, ils correspondent à l'évolution de celles-ci par rapport à la moyenne enregistrée au cours des 5 étés précédents (2001 à 2005)

## Nuitées par zone géographique (hébergements marchands)



Lecture des pourcentages entre parenthèses :

→ dans la légende, ils correspondent au poids des nuitées de chaque massif ;

→ à côté des nuitées, ils correspondent à l'évolution de celles-ci par rapport à la moyenne enregistrée au cours des 5 étés précédents (2001 à 2005)

## L'activité des périodes de la saison

### Reprise de l'activité en juillet, grâce aux courts séjours

- Au cours de l'été 2006, le secteur des hébergements marchands a connu une reprise marquée de la fréquentation en juillet. Ce mois affiche le taux d'occupation le plus élevé (47 %), enregistre plus d'un million de nuitées et représente ainsi près de 40 % de l'activité estivale. Il affiche une hausse de +5 % de nuitées par rapport à 2005 et +6 % de taux d'occupation (les résidences de tourisme et les gîtes ruraux ne sont pas concernés par ces hausses). Durant ce mois, les locations de une ou plusieurs semaines sont en constante diminution depuis quelques années mais les manifestations sportives et culturelles attirent de plus en plus de clientèles en court séjour.
  - Le mois d'août a connu de mauvaises conditions climatiques, notamment durant la première quinzaine. Les résultats des hébergements au cours de ce mois, sont stables par rapport à 2005 et confirment le ralentissement de l'activité de ces dernières années (-9 % de nuitées en 5 ans).
  - En juin, les hébergements accusent une baisse d'activité avec -6 % de nuitées (ouverture de plus en plus tardive des résidences de tourisme et des agences immobilières). En septembre, le bilan est stable.
- La hausse des courts séjours observée en mai et juin dans le département profite assez peu au secteur marchand, la plupart sont réalisés chez famille, amis ou en résidence secondaire.

## L'activité par zone géographique

### Des difficultés pour la montagne, une embellie pour Grenoble et Plaine et collines

- Les hébergements situés en montagne subissent de plein fouet l'érosion de la fréquentation estivale observée ces dernières années. Durant l'été 2006, ce sont les massifs de l'Oisans et de Belledonne qui en ont le plus souffert (baisse respective des nuitées de -3 % et -20 %) et notamment les résidences de tourisme.
- Dans le Vercors, l'activité est en progression par rapport à 2005 (+7 %) qui fait suite à une baisse régulière depuis 4 étés.
- A contrario, les hébergements de Grenoble et de Plaine et collines connaissent une embellie depuis 5 ans (respectivement +10 % et +2 % de nuitées).

## La fréquentation en Montagne

### Belledonne



V. MONZAT

	offre	fréquentation
	695 lits soit 4 % de l'Isère	57 % de T.O. 39 830 nuitées -16 %
	1 610 lits soit 8 % de l'Isère	27 % de T.O. 42 260 nuitées -13 %
	265 lits soit 8 % de l'Isère	59 % de T.O. 10 570 nuitées -5 %
	2 775 lits soit 19 % de l'Isère	3 % de T.O. 6 910 nuitées -34 %
	2 345 lits soit 17 % de l'Isère	41 % de T.O. 47 730 nuitées -24 %

hôtels 0\* à 4\*

campings 1\* à 4\*

gîtes ruraux (GDF)

meublés en agences imm.

résidences de tourisme.

*N.B. : ne sont présentés ici que les secteurs observés et les résultats statistiquement exploitables.*

*T.O. : Cf. lexique p. 15*

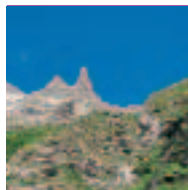
### Chartreuse



S. CHAPPAZ

	offre	fréquentation
	335 lits soit 2 % de l'Isère	57 % de T.O. 19 140 nuitées +38 %
	865 lits soit 4 % de l'Isère	33 % de T.O. 28 900 nuitées +6 %
	470 lits soit 14 % de l'Isère	48 % de T.O. 18 810 nuitées -20 %

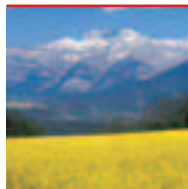
### Oisans



M. BUSCAIL

	offre	fréquentation
	2 330 lits soit 14 % de l'Isère	52 % de T.O. 89 300 nuitées +31 %
	4 450 lits soit 21 % de l'Isère	44 % de T.O. 213 490 nuitées -1 %
	655 lits soit 19 % de l'Isère	39 % de T.O. 26 175 nuitées -4 %
	7 770 lits soit 53 % de l'Isère	20 % de T.O. 115 100 nuitées +16 %
	7 585 lits soit 55 % de l'Isère	43 % de T.O. 211 660 nuitées -17 %

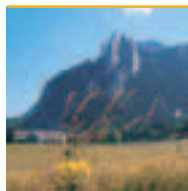
### Sud Isère



M. BUSCAIL

	offre	fréquentation
	705 lits soit 4 % de l'Isère	57 % de T.O. 40 350 nuitées +7 %
	4 930 lits soit 23 % de l'Isère	27 % de T.O. 142 990 nuitées +9 %
	655 lits soit 19 % de l'Isère	41 % de T.O. 26 140 nuitées -15 %

### Vercors



S. CHAPPAZ

	offre	fréquentation
	1 190 lits soit 7 % de l'Isère	47 % de T.O. 57 250 nuitées +4 %
	1 285 lits soit 6 % de l'Isère	35 % de T.O. 50 490 nuitées +6 %
	710 lits soit 21 % de l'Isère	49 % de T.O. 28 500 nuitées -7 %
	3 565 lits soit 24 % de l'Isère	16 % de T.O. 58 620 nuitées +69 %
	1 180 lits soit 9 % de l'Isère	35 % de T.O. 40 380 nuitées -19 %








# La fréquentation à Grenoble et en « Plaine et Collines »

## Plaine et Collines



M. BUSCAL

	offre	fréquentation		
	4 660 lits soit 28 % de l'Isère	64 % de T.O.	267 890 nuitées	0 % ⇒
	7 435 lits soit 35 % de l'Isère	24 % de T.O.	193 810 nuitées	+12 % ↗
	620 lits soit 18 % de l'Isère	52 % de T.O.	24 895 nuitées	-9 % ↘
	30 musées et sites (sur 60 enquêtés)		358 010 visiteurs	+2 % ⇒




-  hôtels 0\* à 4\*
-  campings 1\* à 4\*
-  gîtes ruraux (GDF)
-  résidences de tourisme
-  principaux sites et musées

T.O. : Cf. lexique p. 15

## Grenoble et Agglomération



P. BLANC

	offre	fréquentation		
	7 005 lits soit 41 % de l'Isère	65 % de T.O.	387 170 nuitées	-4 % ↘
	1 900 lits soit 14 % de l'Isère	81 % de T.O.	100 620 nuitées	+15 % ↗
	8 musées et sites (sur 60 enquêtés)		215 460 visiteurs	+9 % ↗

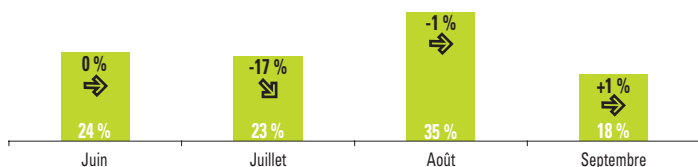
## Le tourisme culturel et de loisirs

### Les principaux musées et sites touristiques de l'Isère

#### Baisse de la fréquentation en juillet

1,2 million de visiteurs ont été accueillis dans les 60 principaux sites et musées interrogés. Ce résultat est stable par rapport à 2005 (-1 %) mais traduit une baisse par rapport à la moyenne des 5 saisons précédentes (-5 %). L'activité du mois de juillet est directement en cause : en 5 ans, le nombre de visiteurs a diminué de -17 % tandis que la stabilité est de mise pour les autres mois. Ainsi, le mois d'août connaît désormais la plus grosse affluence avec 35 % des visites et le mois de juin représente une part dans l'activité aussi importante que le mois de juillet (24 % et 23 %), devant le mois de septembre (18 %).

Poids en 2006 et évolution du nombre de visiteurs  
(par rapport à la moyenne des étés 2001 à 05)



	Nombre d'équipem. enquêtés	Visiteurs été 2006	Par rapport à la moyenne des 5 étés précédents
Ecomusées et musées d'art et tradition populaire	16	63 860	+5 %
Edifices et patrimoine religieux	5	70 740	-24 %
Châteaux et architectures civiles remarquables	4	13 755	-
Grottes, gouffres, avens et grottes préhistoriques	3	121 875	-2 %
Musées thématiques	11	113 685	+3 %
Muséums et musées d'histoire naturelle	2	25 635	+4 %
Sites et musées archéologiques	6	45 675	-8 %
Transports touristiques	6	245 085	-4 %
<b>Ensemble</b>	<b>60</b>	<b>1 200 000</b>	<b>-5 %</b>

A noter :

- Certaines typologies de sites ne sont pas présentées dans ce tableau, le total du nombre de visiteurs inclut ces typologies masquées.
- Gratuité des 9 musées départementaux à compter du 2/01/04.

### Les festivals et manifestations de l'Isère

#### Les festivals, un atout pour l'Isère

L'été est la période de l'année la plus « riche » en festivals et événements culturels ou autres. Certains ont acquis une dimension nationale voire internationale. Ils contribuent, comme les festivals de Jazz à Vienne ou Berlioz à La Côte-Saint-André, à l'attractivité de l'Isère mais également à véhiculer une image dynamique et vivante. A côté de grandes manifestations rayonnent des événements plus modestes qui jouent, sans conteste, un rôle d'animation auprès de la clientèle touristique, entre autres. Rôle qui n'est pas sans conséquence sur l'activité économique locale en terme d'emplois.

Les manifestations sportives comme le passage du Tour de France, les épreuves cyclotouristes (la Marmotte en Oisans avec 6300 participants) ou de VTT (la Mégavalanche à l'Alpe-d'Huez avec 1400 participants, la traversée du Vercors, le Mondial du VTT aux Deux Alpes) contribuent également fortement à l'attractivité de l'Isère.

	Entrées totales
Jazz à Vienne	140 000
Coupe Icare - St-Hilaire-du-Touvet	60 000
Cabaret Frappé - Grenoble	35 715
Festival l'Avenir au naturel - l'Albenc	30 000
Les Arts du Récit - Grenoble et agglomération	12 400
Festival Berlioz - La Côte-Saint-André	15 000
Les Rencontres Brel - St-Pierre-de-Chartreuse	10 165
Festival du jeune théâtre européen - Grenoble	10 000
Sur la Route de Tullins	8 000
Festival du Court Métrage de plein air - Grenoble	8 000
Mens Alors !	6 095
Festival Uriage en Voix	6 000
Foire aux Produits Bio - Mens	5 500
Grésivaudan Blues Festival - Goncelin	4 150
Festival Rigodonaires - Notre Dame de Vaux	4 000
Les Historiales de Pressins	3 650
Festival de l'Arpenteur - les Adrets	3 000
Festival Brassens - Chirens	2 900
Festival International de Magie - vallée de l'Eau d'Olle	2 480

Sont présentés quelques événements de plus de 2 000 entrées qui se sont déroulés entre mai et septembre 2006. 25 événements ont généré 340 000 entrées durant l'été 2006.



## Le tourisme d'affaires Grenoblois

### L'activité d'affaires 2006 succède à un été 2005 exceptionnel 🇫🇷

- Au cours de l'été 2006 (mai à octobre), plus de 1 640 manifestations d'affaires\* se sont déroulées dans les centres de congrès, les principaux hôtels, les auditoriums et grandes salles équipées de la région grenobloise. Au total, près de 55 900 professionnels se sont réunis, générant ainsi plus de 81 830 journées-congrésistes\*.

- Ce niveau d'activité est en baisse de -24 % par rapport à l'été 2005, recul essentiellement marqué sur le 3<sup>e</sup> trimestre (-70 %). Cette évolution est directement liée à l'exceptionnelle activité du mois de juillet 2005 qui a accueilli des manifestations de grandes envergures non reconduites en 2006. Le niveau d'activité se rapproche de celui de 2004.

### Un marché en pleine mutation

- Tous prestataires confondus, les journées d'études et les séminaires résidentiels renforcent leur poids dans la répartition des journées-congrésistes, respectivement de 49% (30% lors de l'été 2005) et 15% (8% en 2005), au détriment des congrès et salons professionnels.

- En effet, les nouvelles relations au travail, les restrictions budgétaires, les 35h,...sont autant de facteurs qui contraignent les organisateurs à préférer les manifestations de courte durée.

- Ainsi, la durée moyenne des manifestations diminue, passant de 2 jours lors de l'été 2005 à 1,8 jour en 2006. Ceci associé à une réduction de la taille des manifestations, ainsi qu'à l'évolution du marché expliquent, en partie, la baisse des journées-congrésistes.

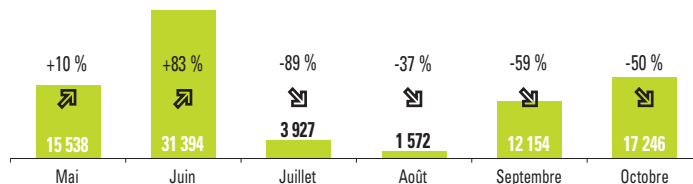
## L'agritourisme en Isère

### L'agritourisme porté par les visites pédagogiques

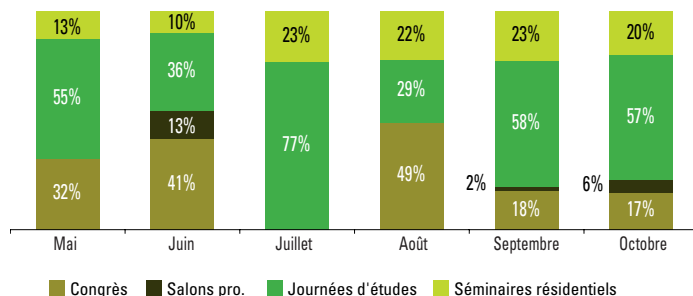
- Entre mai et octobre, les 58 exploitants agricoles interrogés proposant de l'accueil à la ferme, ont reçu plus de 24 540 visiteurs (73 % de l'activité annuelle) répartis dans différents types de visites : goûters et casse-croûte à la ferme, fermes pédagogiques et fermes découvertes.

- La majorité des visites sont le fruit des fermes pédagogiques qui représentent 63 % de l'activité estivale contre 19 % pour les fermes découvertes, 17 % pour les goûters à la ferme et 1 % pour les casse-croûtes. Les visites pédagogiques sont très importantes sur les mois de mai et juin (77 % de l'activité mensuelle et 48 % de l'activité estivale), période propice aux sorties scolaires de fin d'année.

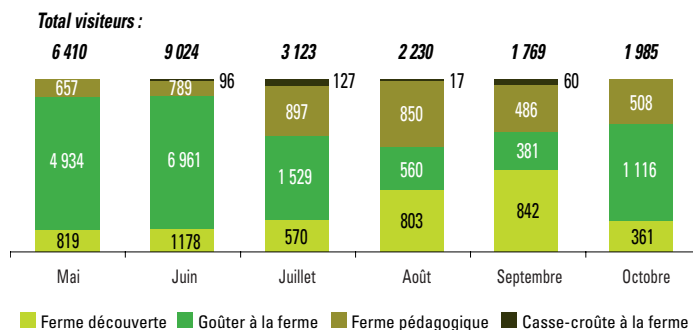
Journées-congrésistes\* : volume et évolutions (par rapport à 2005)



Journées-congrésistes\* par type de manifestations



Visiteurs selon le type d'activités agritouristiques\* et répartition



Source : Observatoire des pratiques agritouristiques  
Chambre d'agriculture de l'Isère - ADAYG - CDT 38  
\*cf. lexique page 15

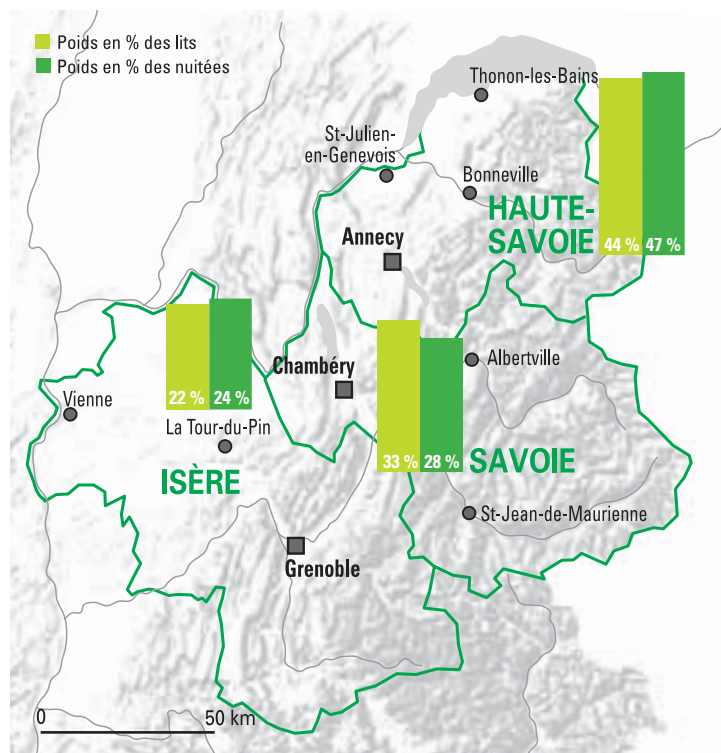
## L'Isère et ses voisins alpins

### Les performances des 3 départements

- La Haute-Savoie affiche les meilleures performances des 3 départements : elle détient 44 % de la capacité d'accueil, réalise 47 % des nuitées et se place en 16<sup>e</sup> position au classement des départements les plus visités.
- Au cours de l'été 2006, l'Isère a gagné quelques parts de marché sur ses deux départements voisins : elle enregistre 24 % des nuitées marchandes contre 22 % l'été dernier. Les taux d'occupation enregistrés en hébergements marchands traduisent en effet un niveau d'activité correct en comparaison des autres départements alpins.

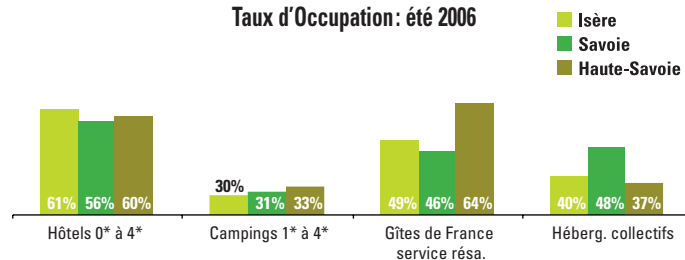
### Des segments de clientèle différents

- La clientèle de l'Isère reste bien différente de celle de la Savoie ou de la Haute-Savoie : l'Isère accueille davantage de clientèle de proximité, les courts séjours y sont alors plus nombreux et le recours à l'hébergement non marchand y est plus pratiqué.
- Dans le classement national des départements les plus visités, l'Isère se positionne ainsi en meilleure place en terme de séjours (17<sup>e</sup> derrière la Haute-Savoie mais devant la Savoie) qu'en terme de nuitées (25<sup>e</sup> toujours derrière la Haute-Savoie mais aussi derrière la Savoie).

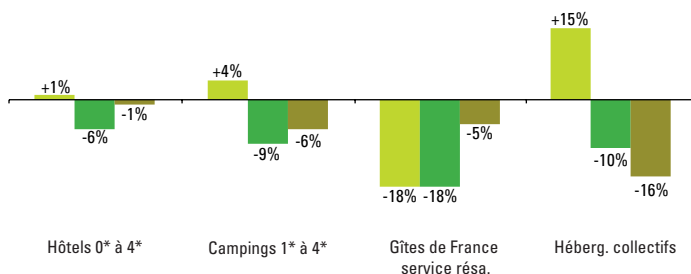


Base : hôtels, campings, GDF, hébergements collectifs  
Sources : Savoie Mont-Blanc Tourisme / CDT Isère / INSEE-ORT Rhône-Alpes Centrales départementales GDF

### Taux d'Occupation: été 2006



### Evolutions par rapport à 2005 (en volume de nuitées)



## Processus de connaissance et d'information de la clientèle des sites touristiques

### Les principaux vecteurs de connaissance des sites touristiques

Le « bouche à oreille »	Les brochures, les dépliants, l'affichage, le site internet :	La presse (presse quotidienne, magazines) :
Premier vecteur de connaissance d'un site touristique : cité par 40 % des visiteurs	Cités par 22% des visiteurs	Citée par 12% des visiteurs
<b>A FAIRE</b>	<b>A FAIRE</b>	<b>A FAIRE</b>
Travailler la satisfaction des clients pour en faire des « ambassadeurs » du site et les fidéliser	Elaborer ces supports en fonction du positionnement du site, de ses points forts, de ses cibles, des attentes des clients.	Travailler les différents modes de promotion : communiqués et dossiers de presse, conférences de presse.

**Faire partie du « stock de projets » des visiteurs potentiels est essentiel pour un site touristique car c'est dans celui-ci que le client va choisir sa prochaine sortie. Ce stock de projets est alimenté toute l'année par le « bouche à oreille » et les médias.**

### Deux processus essentiels d'information

• Un processus plutôt « actif » : 50% des visiteurs déclarent se renseigner avant de se rendre dans un site touristique.

→ *Quand un client se renseigne auprès d'un site touristique, il est déjà quasiment « décidé » à venir. Il cherche, avant tout, une information précise (horaires, prix, accès) ou à être « rassuré » en terme de contenu et d'adéquation avec ses attentes.*

• Un processus plutôt « passif » : 50 % des visiteurs n'ont pas de démarche volontaire. Néanmoins, cela ne signifie pas qu'ils ne possèdent aucune information sur le site.

### Des sources diversifiées et complémentaires d'information

• L'entourage, les magazines, la presse, les guides, le site touristique lui-même, l'Office de tourisme, le site internet, les commerçants sur place etc. sont les modes d'information généralement sollicités par les visiteurs et ceci de façon non exclusive. A noter que seulement 10 % des visiteurs contactent au préalable le site touristique.

(1) Credoc : « La diffusion des technologies de l'information dans la société française » 2006.

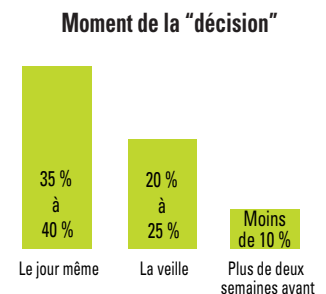
Sources : Enquêtes de satisfaction du CDT auprès des sites touristiques isérois : étés 2003, 2005 et 2006.

• Internet, présent dans 43 % des foyers<sup>1</sup>, est cité par près 10 % des visiteurs (taux en progression). Sa facilité d'utilisation a modifié les comportements en matière d'information. Il est à la fois une « vitrine » pour le site touristique et un « espace d'achat » pour le client.

→ *Un site touristique a intérêt à renforcer son réseau de « prescripteurs » : journalistes, Offices de tourisme, commerçants, hébergeurs, autres sites touristiques de proximité, etc. En effet, en recommandant le site à leur propre clientèle, ils constituent un relais essentiel.*

### Une décision de « dernière minute »

35 % à 40 % des visiteurs d'un site touristique se décident le jour même de leur visite. Plus que de « décision », il faut davantage parler de « concrétisation » d'un projet, la visite faisant partie du « stock de projets » du visiteur. Aussi, il faut être « prêt », quand un client passe à la phase de concrétisation pour le convaincre définitivement de venir.



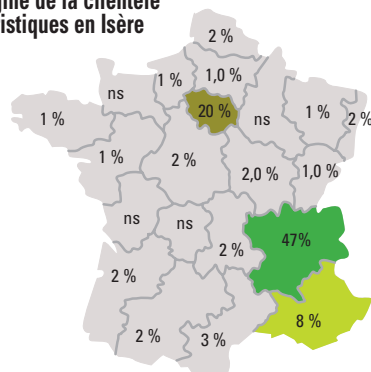
**Une corrélation très forte existe entre le niveau de satisfaction et un « bouche à oreille » positif. S'assurer d'un niveau de satisfaction élevé de la clientèle reste la meilleure façon de la fidéliser et de générer ce « bouche-à-oreille » positif.**

## La clientèle française en Isère

### Les Rhônealpins, principaux clients de l'Isère

• Les habitants de Rhône-Alpes totalisent 47 % des séjours et 41 % des nuitées de la période estivale.

#### Origine de la clientèle touristique en Isère



• L'Ile de France est la seconde région de provenance avec 20 % des séjours et 22 % des nuitées réalisés. La durée moyenne de leurs séjours en Isère est de 4,3 nuits contre 3,4 pour les Rhônealpins.

• Enfin les habitants de la région PACA complètent ce podium en effectuant 8 % des séjours.

### Les habitants du Rhône en nombre

Les Rhodaniens sont les plus nombreux (13 % des séjours), suivis des Isérois (12 % des séjours). Ils affichent également la durée moyenne de séjour la plus élevée : 5,3 nuits contre 4,2 nuits en moyenne pour l'été 2006 en Isère.

### Une clientèle touristique plutôt jeune mais des seniors qui restent plus longtemps

• Les séjournants âgés de « 34 ans et moins » représentent 46 % des séjours réalisés en Isère : une clientèle touristique plus jeune que la moyenne en France puisque leur poids y est de « seulement » 32 %.

• Les « 50 ans et plus » sont moins nombreux : 35 % des séjours en Isère contre 42 % en moyenne en France. Des répartitions qui, cependant, demeurent à confirmer.

• Les seniors totalisent 47 % des nuitées contre 33 % pour les « 34 ans et moins ».

### Les foyers de 3 ou 4 personnes davantage présents

46 % des séjours sont le fait de foyers de 3 et 4 personnes contre 36 % en moyenne en France.

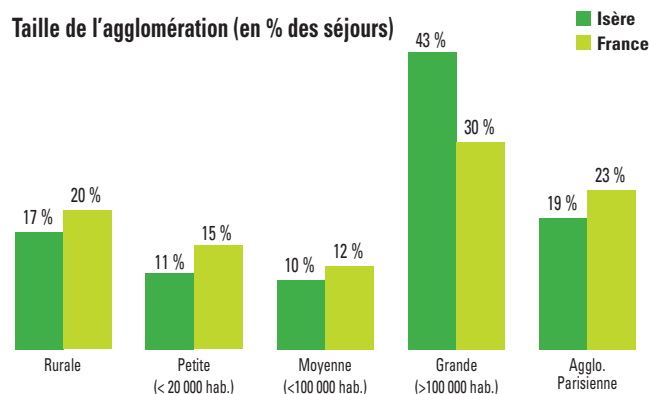
### Plus de cadres en vacances en Isère que dans le reste de la France

Les cadres et professions libérales représentent 28 % des séjours en Isère contre 20 % en moyenne en France.

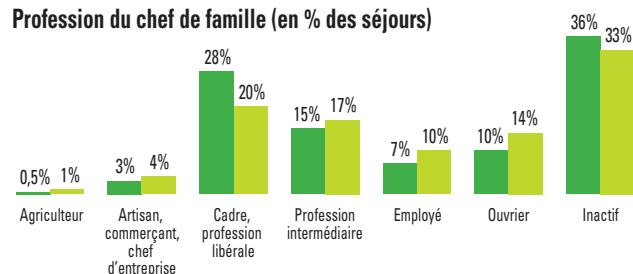
### Les citadins se « ressourcent » en Isère

Les habitants des grandes agglomérations totalisent 43 % des séjours contre 30 % en moyenne en France. Une sur-représentation qui s'explique, principalement, par le poids des habitants de Rhône-Alpes.

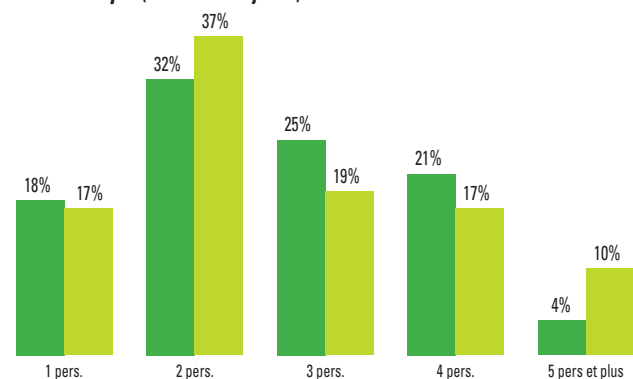
#### Taille de l'agglomération (en % des séjours)



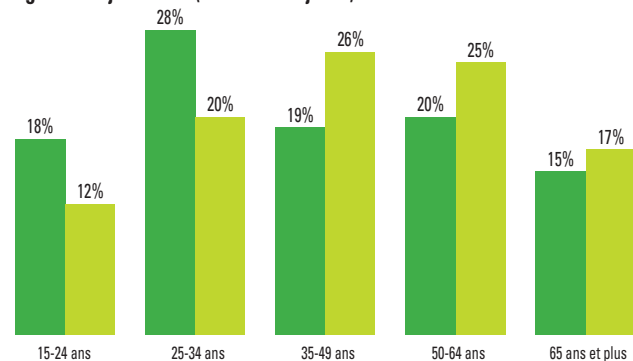
#### Profession du chef de famille (en % des séjours)



#### Taille du foyer (en % des séjours)



#### Age des séjournants (en % des séjours)



Source : enquête « Suivi des déplacements touristiques » des résidents français de 15 ans et plus. Direction du Tourisme TNS Sofrès.

# La clientèle française en Isère

## Août, mois des « grandes vacances »

En Isère, 25 % des séjours se sont déroulés en août, mois durant lequel la durée de séjour est la plus élevée : 5,5 nuits contre 4,2 nuits en moyenne pour l'été 2006 en Isère.

## Des courts séjours en progression

En Isère, les courts séjours représentent 68 % des séjours et 29 % des nuitées. En volume, les courts séjours ont progressé de +27 % par rapport à l'été 2005.

## Des séjours motivés par la famille

45 % des séjours réalisés en Isère ont pour motif la visite à la famille contre 37 % en moyenne en France. L'agrément est la seconde raison de venue en Isère. Un motif moins évoqué qu'en moyenne en France et qu'en hiver. Les séjours d'agrément demeurent les séjours les plus longs avec près de la moitié des nuitées totales.

## Un hébergement dans la famille, chez les amis ou en résidence secondaire

Ces trois modes d'hébergement non marchands accueillent 66 % des séjours. Les séjours dans la famille durent plus longtemps que les autres. Enfin, l'hôtellerie est le premier mode d'hébergement marchand avec 13 % des séjours mais seulement 6 % des nuitées.

## Des séjours principalement à la montagne

En Isère, 47 % des séjours et 55 % des nuitées se déroulent en montagne. Mais si, en volume, le nombre de séjours à la montagne continue de progresser (+9 %), la campagne et la ville gagnent en part de marché (respectivement 39 % et 33 % des séjours).

## Les « tribus » plus nombreuses, les enfants aussi

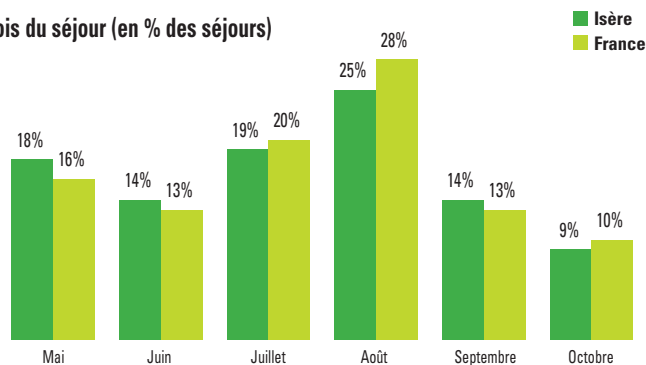
70 % des séjours sont le fait de groupes de trois personnes et plus. Une part un peu plus élevée que la moyenne en France, en raison sans doute de la présence plus fréquente d'enfants (48 % des séjours contre 42 % en moyenne).

## La promenade et le « farniente », activités privilégiées

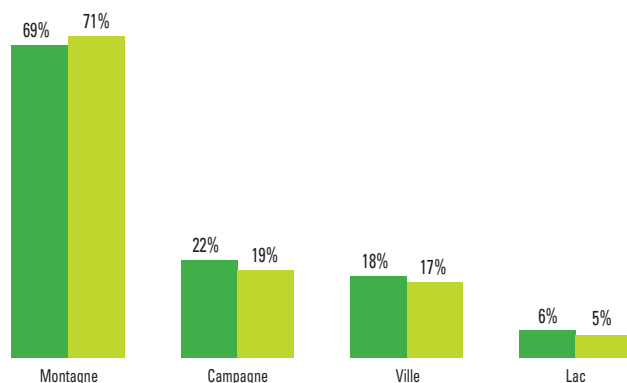
Les séjours en Isère apparaissent, de façon générale, un peu moins actifs qu'en moyenne : 28 % des séjours sont consacrés au « farniente » contre 19 % de façon générale. La promenade est la principale activité pratiquée, elle l'est cependant moins qu'en moyenne en France, 28 % contre 35 %.

**Plus que jamais le ressourcement, les paysages, le calme, l'espace sont des atouts à privilégier.**

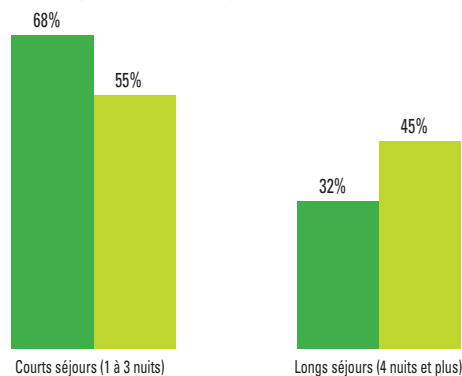
Mois du séjour (en % des séjours)



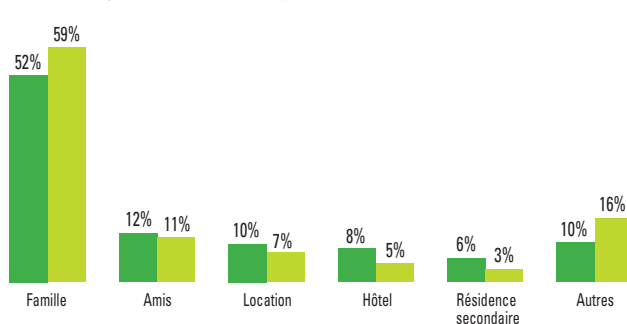
Environnement (en % des séjours)



Durée du séjour (en % des séjours)



Modes d'hébergement (en % des séjours)



Source : enquête « Suivi des déplacements touristiques » des résidents français de 15 ans et plus. Direction du Tourisme TNS Sofrès.

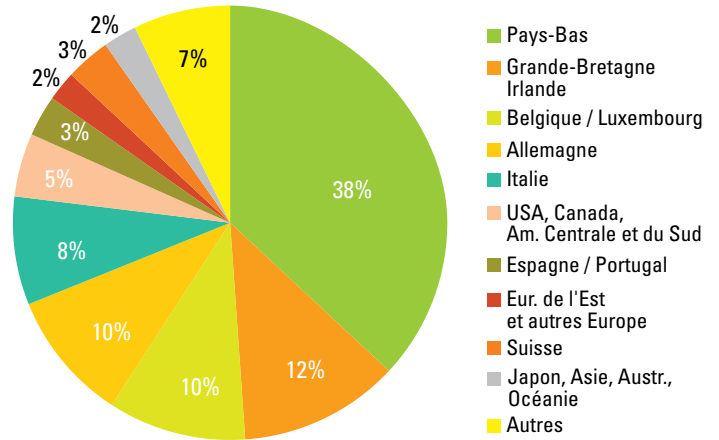
# La clientèle étrangère en Isère

Dans un contexte de plus en plus concurrentiel, la **France** demeure la première destination mondiale en 2006, avec 78 millions de touristes étrangers accueillis (+2,7%). Les clientèles européennes restent largement majoritaires. Espagnols, néerlandais, suisses et ressortissants de l'Est sont en hausse. Les Britanniques reprennent la première place aux Allemands. Les clientèles lointaines comme Amérique du Nord et Chine progressent également. Les hébergements haut de gamme (hôtels comme campings) en sont les principaux bénéficiaires.

Source : Ministère délégué au tourisme

## 28 % de la clientèle touristique iséroise est étrangère

- Au cours de la saison d'été 2006, près de 210 000 clients étrangers ont séjourné dans les hôtels, campings et gîtes ruraux du département de l'Isère pendant 2,7 nuits en moyenne.
- Cette clientèle représente 28 % des nuitées totales de la saison, soit 610 000 nuitées.
- L'érosion de la fréquentation de la Montagne en été concerne la clientèle étrangère au même titre que les Français : au cours de l'été 2006, les étrangers ont été un peu plus nombreux qu'en 2005 (+2 %) mais moins qu'au cours des 4 étés précédents, 2002 à 2005 (-6 %).
- La plupart des nationalités sont en baisse. Seuls les italiens et américains inversent cette tendance.

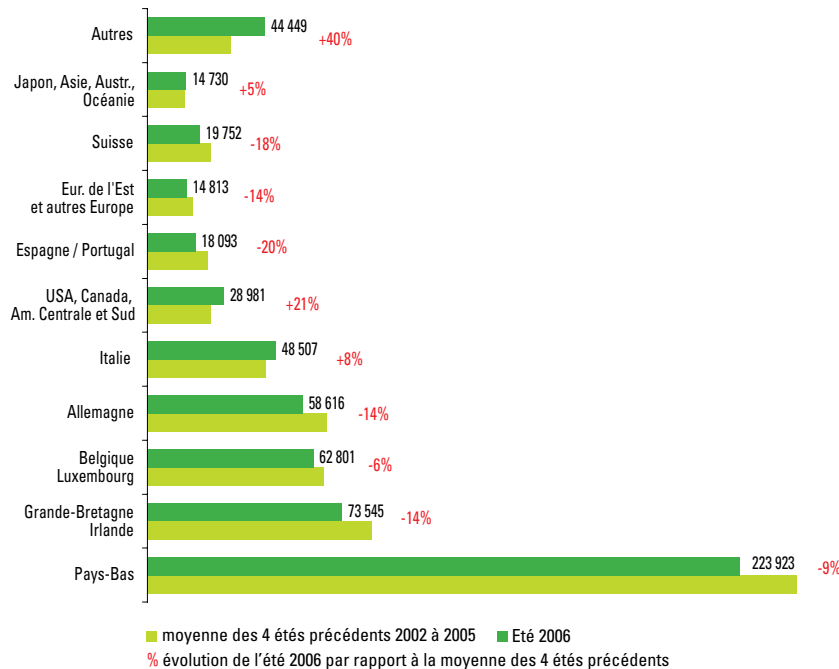


## Les Hollandais : le 1<sup>er</sup> marché émetteur pour l'Isère en été

- Ils représentent 38 % des nuitées étrangères devant les Britanniques (12 %), les Belges (10 %) et les Allemands (10 %). Ces quatre nationalités enregistrent 70 % des nuitées étrangères.
- Les Néerlandais représentent 60 % de la clientèle étrangère des campings (et 30 % de leur clientèle globale) tandis que les hôtels accueillent à part égale Néerlandais, Belges, Britanniques ou Allemands.

## La qualité de l'hébergement : un critère important, notamment en camping

- Les clientèles étrangères accordent une grande importance à la qualité, aux prestations et au confort de leur hébergement et privilégient les catégories haut de gamme (60 % des nuitées étrangères).
- Dans les campings, 82 % des nuitées étrangères se déroulent dans les 3\* ou 4\*. De même, les logements locatifs sont plus prisés par les étrangers que par les Français : 25 % des clients étrangers des campings louent un chalet ou mobile home contre 15 % des clients français.
- La part de la clientèle étrangère des hôtels haut de gamme est également supérieure aux autres.



Base : hôtels, campings et gîtes de France en centrale de réservation  
Source : Enquêtes INSEE / ORT Rhône-Alpes / CDT Isère / Gîtes de France



# Lexique et méthodologies

## Lexique

### Évolution

Comparaison des T.O. ou nuitées de la saison en cours avec la ou les saisons précédentes, sur des périodes, capacités, durées identiques. (valeur N – valeur N-1)/valeur N-1

### Lecture des évolutions

↗ ≥ à +3%

⇒ ≥ de -2% à +2%

↘ ≤ à -3%

### Séjour

De 1 à 3 nuits ("court séjour") ou de 4 nuits et plus ("vacances" ou "long séjour")

### Nuitées

Nombre de personnes accueillies dans un hébergement multiplié par la durée du séjour.

### Taux d'occupation (T.O.)

Indice de performance de l'hébergement.

Appartements, chambres ou emplacements occupés divisés par appartements, chambres ou emplacements offerts (en %).

### Hébergements collectifs

Villages vacances, centres de vacances et maisons familiales agréées, auberges de jeunesse et centres internationaux de séjour...

### Manifestation d'affaires

Congrès, séminaires résidentiels, journées d'études et salons professionnels.

### Journées-congressistes

Nombre de participants aux manifestations d'affaires multiplié par la durée de la manifestation.

### Ferme pédagogique

visite destinée aux enfants ou adolescents dans le cadre d'activités scolaires et parascolaires avec contenu et supports pédagogiques.

### Ferme découverte

Visite destinée à un public familial ou de groupe de tout âge afin de faire découvrir le monde de l'agriculture dans le cadre de loisirs.

### Goûter et casse-croûte à la ferme

Visite à la ferme assortie d'un goûter ou casse-croûte valorisant les produits de l'exploitation.

## Méthodologies

### 1. Fréquentation Touristique

- Enquête réalisée depuis 1994.
- Interrogation de 8 modes d'hébergement marchand et des principaux secteurs d'activité.
- Partenariats : INSEE et ORT Rhône-Alpes pour les enquêtes auprès des hôtels, des campings et des hébergements collectifs ; Gîtes de France, Clévacances et Logis de France pour les enquêtes auprès de leurs adhérents.
- Présentation des résultats par territoire quand l'offre et les réponses sont statistiquement exploitables.
- Intervalle de confiance compris entre + ou - 10 %.

### 2. Suivi des Déplacements Touristiques des Français (SDT) – Direction du Tourisme / TNS Sofrès.

- Etude nationale réalisée par TNS Sofrès pour le compte de la Direction du Tourisme.
- 20 000 individus représentatifs de la population française résidente âgée de plus de 15 ans sont interrogés chaque mois par voie postale sur tous leurs déplacements (une nuit minimum hors du domicile).
- Acquisition des résultats spécifiques aux séjours ayant eu lieu en Isère (base : 667 séjours pour l'été 2006).
- La saison d'été s'étend de mai à octobre.

### Remerciements

Nous tenons à remercier l'ensemble de nos partenaires pour leur précieuse collaboration : les associations Gîtes de France, Clévacances et Logis de France, le Bureau des Congrès de l'Office de tourisme de Grenoble, la Chambre d'Agriculture de l'Isère, l'ADAYG, les prestataires de tourisme d'affaires, l'ensemble des hébergements marchands, des musées, des sites, des festivals.

### Vos contacts à l'Observatoire du Tourisme du CDT Isère

Carine ANDRE, Responsable de l'Observatoire  
04 76 54 90 71 - [carine.andre@isere-tourisme.com](mailto:carine.andre@isere-tourisme.com)

Virginie JACOB, Chargée des enquêtes de fréquentation  
04 76 44 91 86 - [virginie.jacob@isere-tourisme.com](mailto:virginie.jacob@isere-tourisme.com)

Cécile EICHINGER, Chargée des enquêtes de clientèle  
04 76 54 90 72 - [cecile.eichinger@isere-tourisme.com](mailto:cecile.eichinger@isere-tourisme.com)

### INFORMATIONS Comité départemental du tourisme de l'Isère

14, rue de la République  
BP 227 - 38019 Grenoble cedex  
tél. 04 76 54 34 36 - fax 04 76 51 57 19

internet : [www.isere-tourisme.com](http://www.isere-tourisme.com)  
e. mail : [informations.cdt@isere-tourisme.com](mailto:informations.cdt@isere-tourisme.com)

