

Enquête Tourisme d'affaires - Séminaires 2010



Credit photo : JM. Gatey, D VALADE, Calvados Tourisme, X

Tourisme d'Affaires - séminaires

Présentation de l'enquête

Contexte - Objectifs

Le Comité Départemental du Tourisme du Calvados s'est engagé depuis plusieurs années sur le segment du tourisme d'affaires au travers la mise en place de divers outils (site Internet dédié, newsletter) et actions de promotion (salon, eductour).

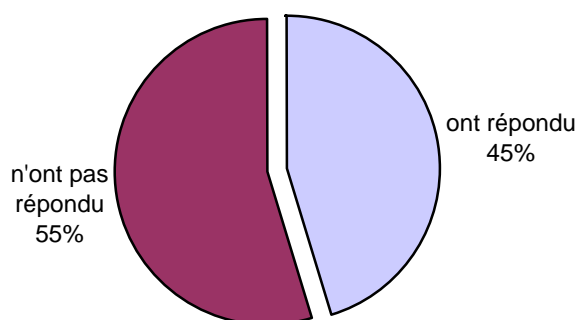
A ce jour, aucune donnée chiffrée n'est disponible sur cette clientèle (typologie, comportement avant, pendant et après le séjour).

Partant de ce constat, afin de compléter et d'améliorer les actions entreprises et mieux cibler l'activité liée au tourisme d'affaires dans le Calvados, une enquête annuelle a été élaborée par le Comité Départemental du Tourisme pour répondre à cette carence d'information.

L'enquête

Le Comité Régional du Tourisme de Normandie ayant entrepris une étude sur les lieux de congrès (la restitution finale est prévue prochainement), il a été décidé de n'interroger que les établissements du Calvados équipés pour recevoir des séminaires.

Au total, 78 structures ont été sollicitées pour un taux de réponse acceptable de 45%.



Tourisme d'Affaires - séminaires

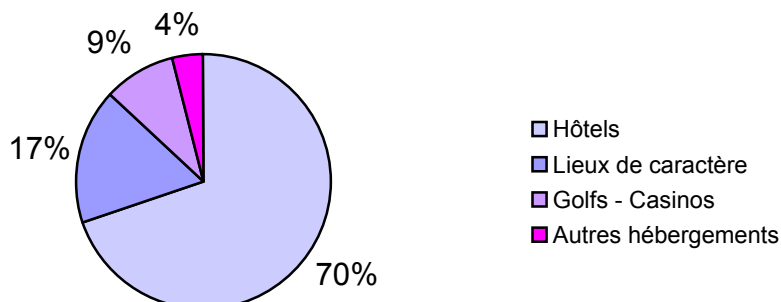
Présentation de l'offre

Typologie des structures accueillant des séminaires

■ Les séminaires se déroulent principalement dans des établissements hôteliers

■ Les autres hébergements accueillant des séminaires sont des résidences et un camping

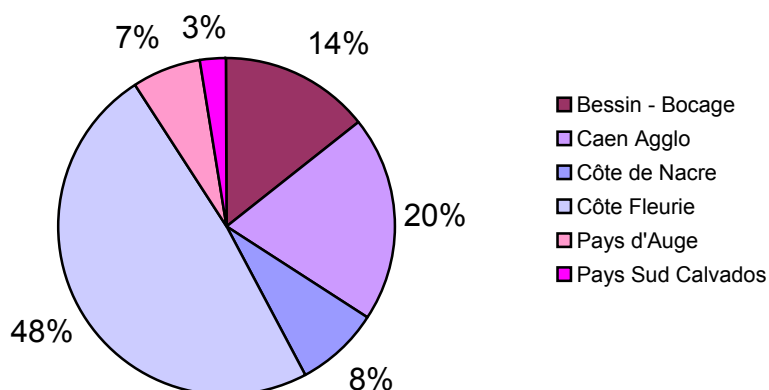
■ Les lieux de caractère sont aussi bien représentés



Localisation

■ La Côte Fleurie concentre près de la moitié des lieux de séminaire

■ Toutefois, aucune zone touristique n'est ignorée

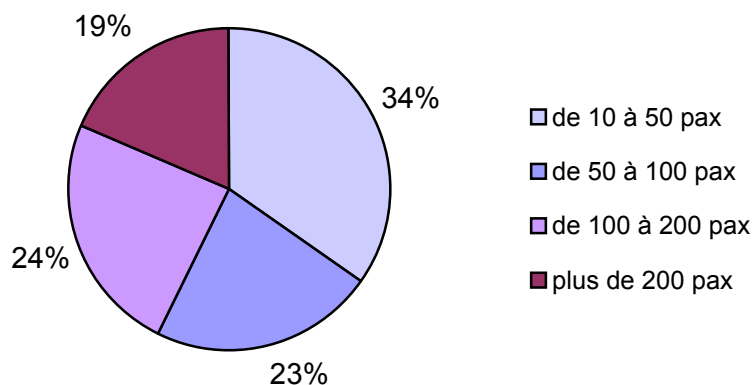


Capacité des établissements

■ Des salles pouvant répondre à toutes demandes

■ La capacité moyenne des salles est de 115 pax par établissement

■ Les établissements sont équipés de 3 salles en moyenne



Tourisme d'Affaires - séminaires

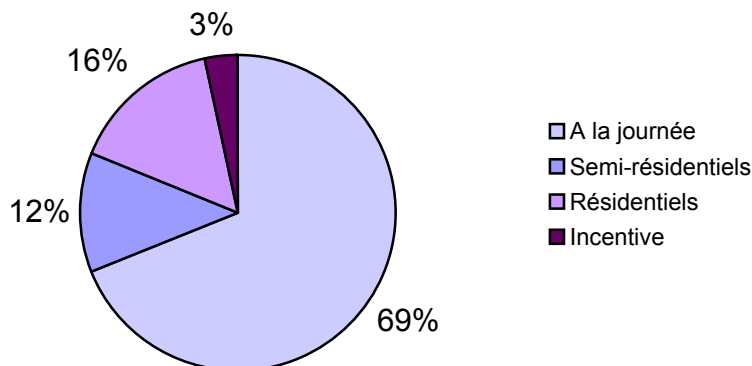
Typologie et origine de la clientèle

Typologie des séminaires

■ Le tourisme d'Affaires génère en moyenne 24% des nuitées des sondés

■ Grande majorité de séminaires à la journée

■ Nombre moyen de participants : 37 pax

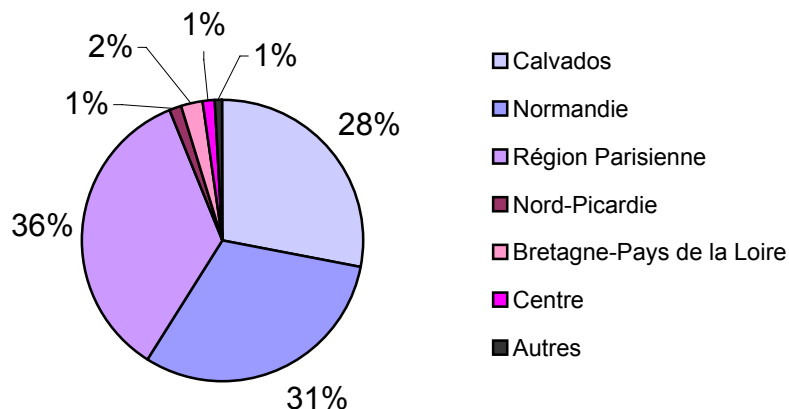


Clientèle Française

■ La clientèle française est très largement majoritaire (94,5%)

■ Plus d'un participant sur deux est normand

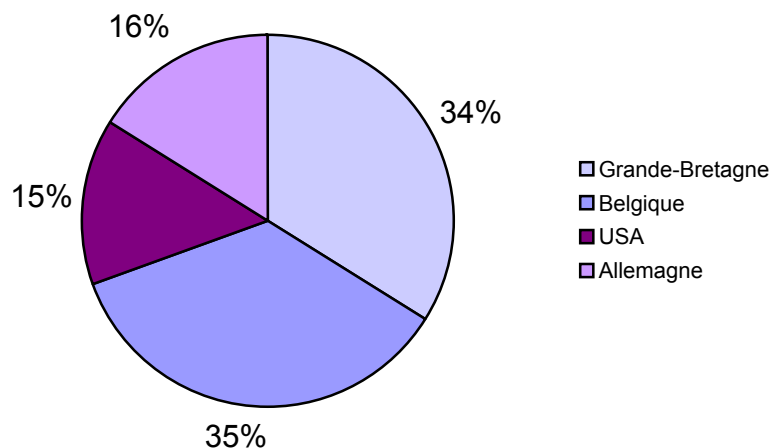
■ Importance de la région parisienne



Clientèle Etrangère

■ La clientèle étrangère ne représente que 4,5% des séminaires

■ Des régions émérites de proximité (75%)



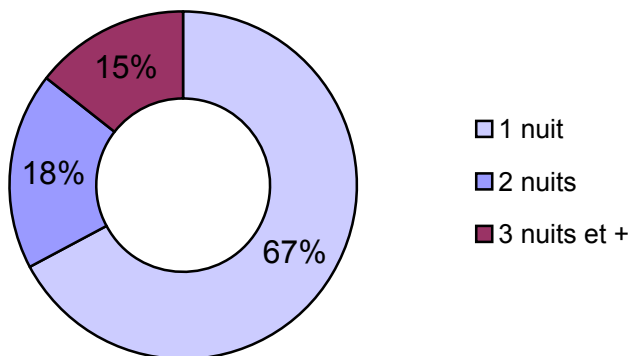
Tourisme d'Affaires - séminaires

Caractéristiques du séjour

Durée moyenne des séjours

■ Des séminaires courts

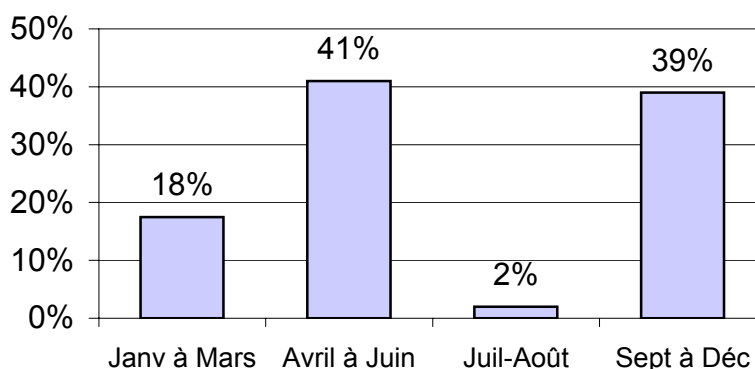
■ Des séminaires courts répondant à une clientèle de proximité



Périodes les plus demandées

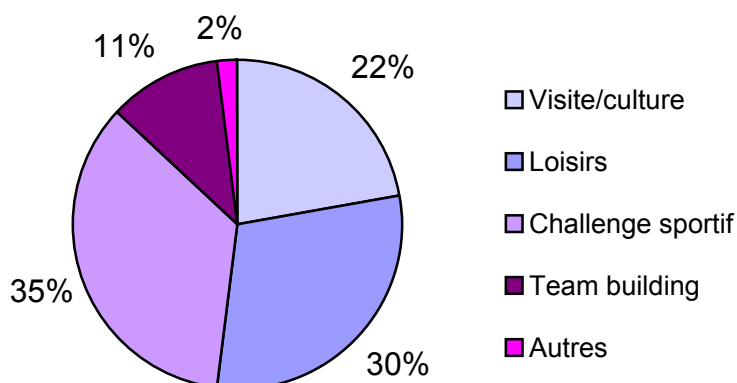
■ Des séminaires qui se déroulent au printemps et en Automne

■ Pas ou peu d'activité tourisme d'affaires pendant la saison estivale



Activités complémentaires pratiquées

■ Sports et loisirs sont privilégiés pour accompagner les séances de travail



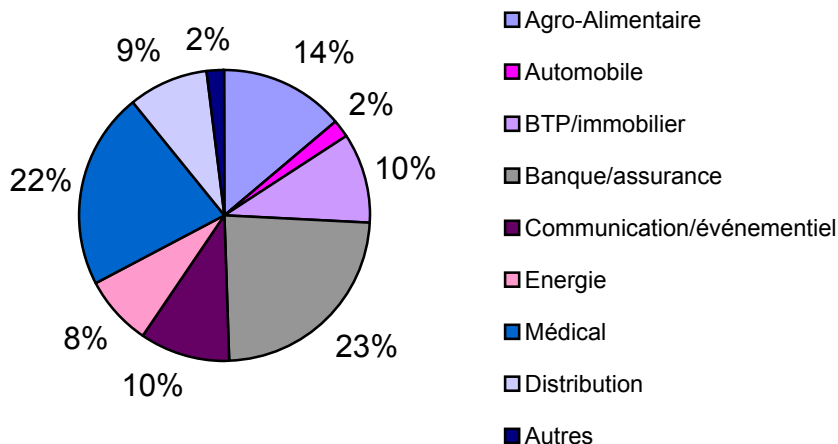
Tourisme d'Affaires - séminaires

Profil des sondés

Secteur d'activité

■ Un spectre plutôt large :
10 secteurs d'activité
représentés

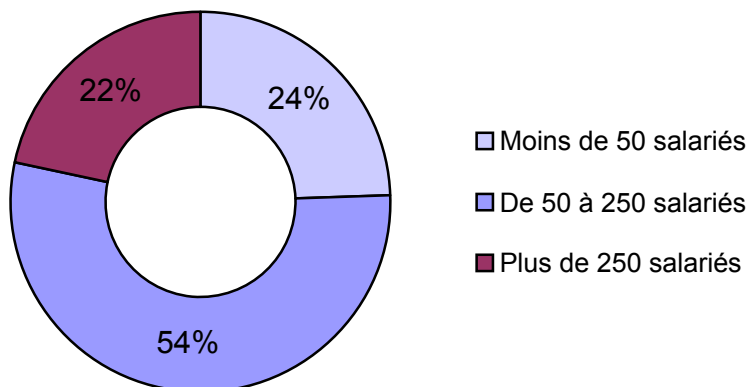
■ 2 secteurs d'activité
toutefois sortent du lot :
banque/assurance et le
secteur médical



Taille des entreprises

■ Principalement des PME
(- de 250 salariés)

■ Quelques grand groupes

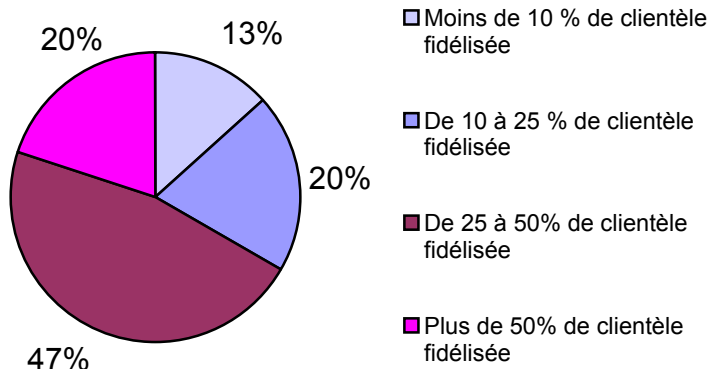


Fidélisation

N'ont pas
fidélisé une
clientèle
affaires:
10%

Ont fidélisé
une clientèle
affaires:
90%

■ 35% de la clientèle affaires
est en moyenne fidélisée



Tourisme d'Affaires - séminaires

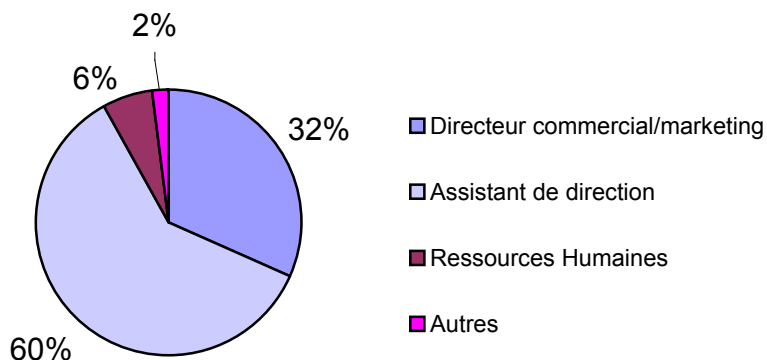
Préparation du séjour

Interlocuteur lors de la réservation

■ Principaux interlocuteurs : assistants de direction

■ 82% des entreprises contactent directement les lieux de séminaires

■ 13% des entreprises passent par une agence spécialisée. 2% par un TO

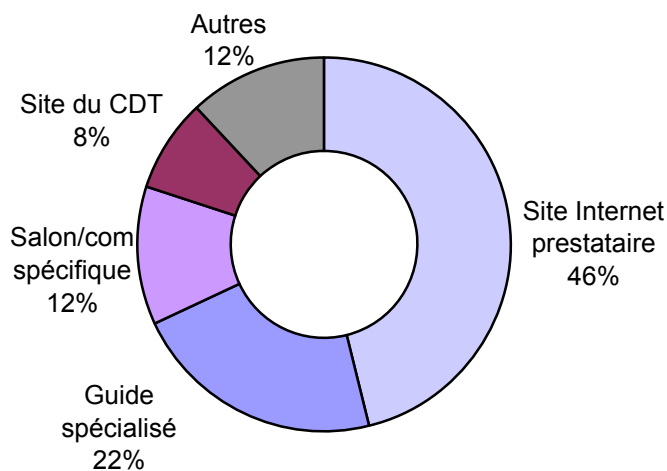


Source d'information

■ Le site Internet du prestataire est majoritairement consulté et doit faire ressortir les informations recherchées

■ Bedouk et Réunion : médias très utilisés

■ Le site du CDT n'est pas clairement identifié



Critères de choix de la destination

■ La situation géographique est le principal facteur de décision dans la destination Calvados

■ Un accompagnement sur mesure et des services à la carte sont aussi essentiels

