

« Gagnez un séjour Nature à Soustons »

Dans le cadre de la Démarche Qualité Tourisme et pour la deuxième édition, l'OTSI de Soustons a procédé à une enquête auprès des vacanciers de Juillet à la fin Octobre 2012.

Afin de motiver les personnes à répondre à ce questionnaire, l'OTSI est ses quatre partenaires : le Village de Vacances Belambra Pinsolle, Elisabeth Lartigue propriétaire de chambres d'hôtes, Didier Kobden loueur de vélos et le camping Framissima Nature ont organisé un tirage au sort :

« **Gagnez un séjour Nature à Soustons** » avec quatre dotations

Le questionnaire était ouvert aux personnes ayant séjourné à Soustons et 152 ont été recueillis et dépouillés (8 sont considérés nuls). Tous ont contribué aux statistiques mais 136 pourront participer au tirage au sort puisque nous possédons un téléphone ou une adresse mail au moins.

Les réponses sont étalées comme suit : 53 en juillet, 45 en août, 44 en septembre et 12 en octobre. 2 belges, 1 irlandais, 1 allemand, 1 espagnol et 1 suisse ont participé.

Le règlement du jeu a été déposé chez SCP Lart et Lalanne - Huissiers de Justice à Soustons.

Conformément à nos obligations lors d'une collecte de données à caractère personnel, le jeu et ses modalités ont été déclarés auprès de la CNIL.

Le questionnaire portait sur les axes suivants :

- 1 - l'avis des vacanciers sur les services proposés par l'Office de Tourisme
- 2 - l'avis des vacanciers sur le thème de l'éco responsabilité
- 3 - l'avis des vacanciers sur les prestations offertes par la ville de Soustons
- 4 - une analyse globale de la population touristique ayant séjourné cet été à Soustons

L'analyse de 2012 permet en plus une comparaison avec les éléments recueillis en 2010.

Toutefois, le nombre de questionnaires est moins important qu'il y a deux ans. La période du jeu était de 4 mois au lieu de 7 mois en 2010. Nous avons photocopié 375 exemplaires que nous avons distribués à l'accueil, dans les Packs Bienvenus des loueurs en meublés, dans les packs remis aux participants des différentes animations organisées par l'Office de Tourisme et en ligne sur notre site Internet.

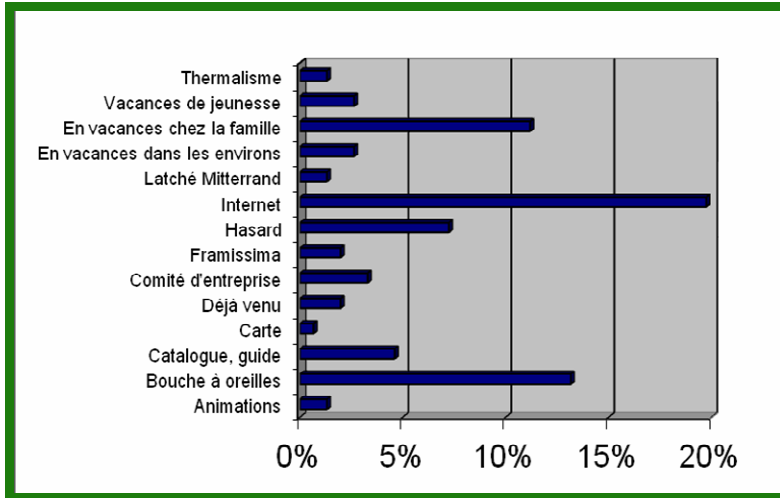
Par rapport à l'opération précédente, les comportements des clients étaient un peu différents car ils l'ont en majorité pris volontiers, mais ne l'ont pas rempli sur place et donc ne l'ont pas rapporté ou renvoyé. Le samedi ou le dimanche, les vacanciers le refusaient souvent car ils venaient d'arriver et ne pensaient pas pouvoir répondre aux questions.

152 questionnaires peuvent quand même représenter un panel intéressant comme nous le constatons à l'analyse des réponses.

Toutes les informations communiquées au cours de l'opération ont fait l'objet d'un traitement informatique. Les adresses e-mail sont destinées à l'usage de l'Office de Tourisme de Soustons pour un an. **Les résultats sont à la disposition de tous nos partenaires et de tous ceux qui voudront les consulter sur notre www.espaceprosoustons.fr.** Une newsletter sera envoyée à tous nos adhérents et comme en 2010, un mail remerciera tous les clients qui ont accepté de « jouer le jeu ».

1 - Analyse globale de la population touristique ayant séjourné cet été à Soustons

Comment la clientèle a connu Soustons



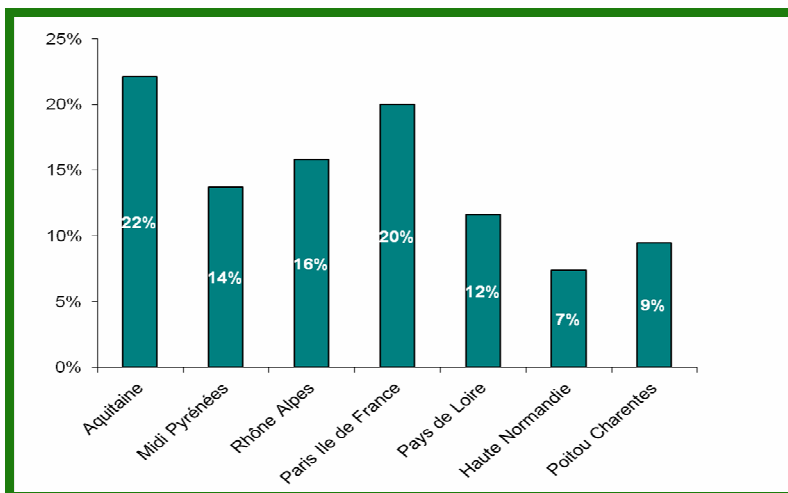
20% de notre clientèle connaît notre station grâce à Internet, soit près de 8% de plus qu'en 2010.

Le bouche à oreille cumulé à la relation familiale reste le mode de découverte le plus sûr, soit 27,5%.

Clientèle déjà venue

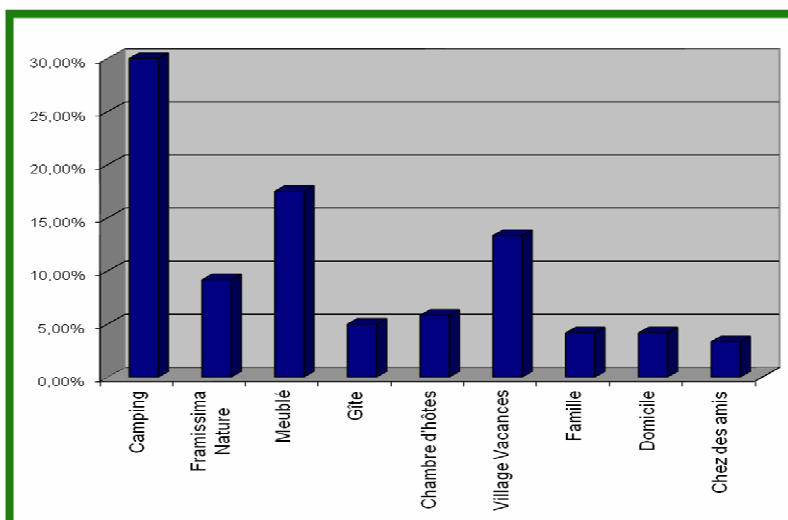
47% des clients n'étaient jamais venu à Soustons.

La provenance de la clientèle



3 grands bassins de provenance sont clairement identifiés : l'Aquitaine avec 22% des sondés, l'Ile de France avec 20%. A noter que Rhône Alpes avec 16% est devant Midi Pyrénées (14%).

Les modes d'hébergement



7% de plus des personnes interrogées en 2010 soit 87% de nos visiteurs sont en hébergement marchand avec 40 % de campeurs et plus de 35 % de résidents en location chez particulier (meublé, gîte, chambre...).

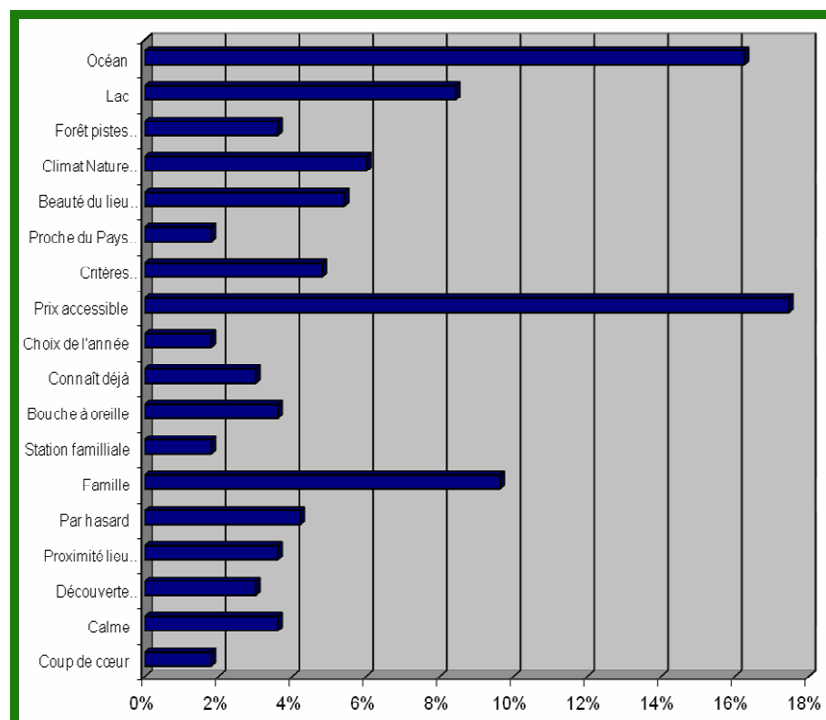
La durée du séjour

Tout mode d'hébergements confondus, 74% des séjours sont partagés entre 1 et 2 semaines avec une moyenne qui baisse de 0,70 par rapport à 2010 soit 10,8 jours.

La composition des familles

Notre clientèle est composée de familles de toutes tranches d'âges. On remarque que 20% des clients ont plus de 60 ans.

Critères de choix : Pourquoi Soustons ?



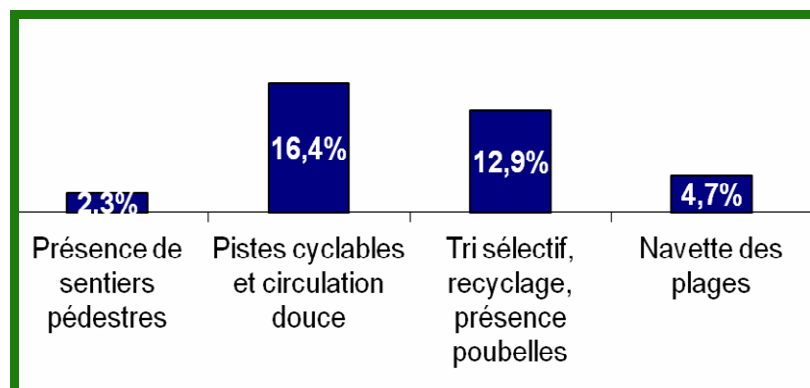
La situation géographique est un atout majeur de Soustons considérée par 46 % de nos visiteurs. Cette valeur cumulée à celle de la proximité de l'océan et à la présence des lacs atteint 70 %
Le prix des vacances est un critère de choix important.

Sports pratiqués pendant les vacances

Sans surprise, nos visiteurs pratiquent **la marche et le vélo** pour respectivement 20 et 24%.
22% pratiquent un sport en rapport avec l'eau. Les sports d'endurance sont peu représentés. Ces chiffres démontrent bien que la clientèle vient pour la promenade, la balade, la tranquillité

2 - Avis des vacanciers sur les actions éco-responsables menées à Soustons

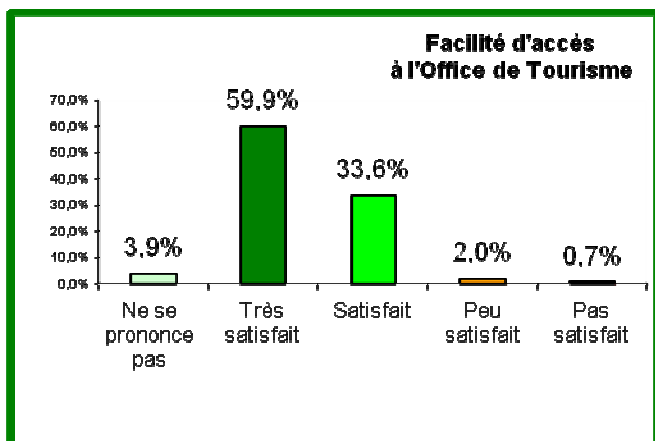
Les actions remarquées



18,7% ont vraiment apprécié l'existence de pistes cyclables, sentiers pédestres et voies douces.

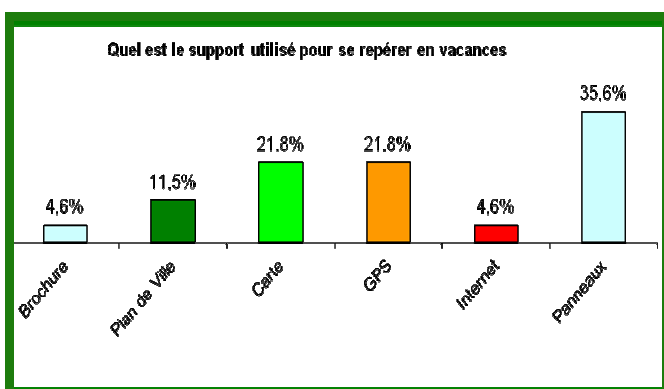
3 - l'avis des vacanciers sur l'Office de Tourisme

Accessibilité à l'Office de Tourisme



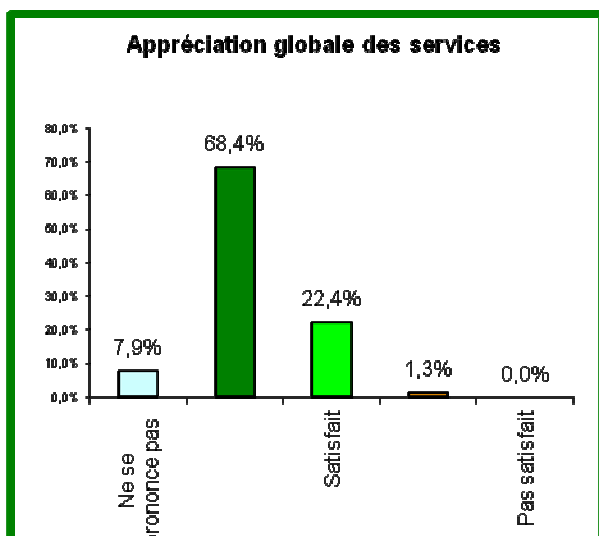
Nous avons relevé lors de l'enquête de 2010 que 26% de nos clients étaient mécontents de la signalisation pour venir à l'Office de Tourisme. Cette année, 93,5% sont satisfaits ou très satisfaits. Les nouveaux panneaux semblent avoir joué leur rôle.

Supports utilisés pour se repérer



Nous remarquons d'ailleurs que le support principal utilisé par les vacanciers sont les panneaux de signalisation à 33,3%

Sentiments sur les services proposés par l'Office de Tourisme



La clientèle reste satisfaite du service fourni et des supports d'information proposés à l'Office de Tourisme.