



Normandie-Ecoute-Clientèles

# Etude sur la connaissance des clientèles touristiques de la Normandie

menée par le CRT Normandie  
de Pâques à la Toussaint 2008

Plusieurs volets, sur l'ensemble de l'année 2008 :

Un volet « **FRANCAIS EN COURTS SEJOURS** » :

- ✓ Une vague d'entretiens au **printemps**
- ✓ Une vague d'entretiens à **l'automne**

Un volet « **FRANCAIS EN LONGS SEJOURS** » :

10 tables rondes pendant **l'été**

Un volet « **ETRANGERS EN SEJOURS** » :

Entretiens tout au long de la saison touristique auprès de **Britanniques, Allemands, Belges et Néerlandais**

Un volet « **NON-CONSOMMATEURS** » :

4 tables rondes menées à **Paris**, auprès de Franciliens non-consommateurs de courts séjours en Normandie



Normandie-Ecoute-Clientèles



# Les comportements des touristes belges en Normandie



Les motivations = pragmatisme et 'fraternité'

- La Normandie est la région touristique idéale pour un **séjour d'une semaine ou moins** :

→ La **proximité** est l'**atout majeur** de la région : région touristique littorale la plus proche de la Belgique

*« Ce n'est pas trop loin de chez nous »*

*« On est à 400/500 kms de la Belgique et c'est la limite : pour 4 jours, on ne peut pas faire 1000kms »*



Les motivations = pragmatisme et 'fraternité'

→ L'échange est facile : **partage de la même langue** (++ Wallons)

« Déjà nous n'avons pas le problème de la langue »

« Déjà, on aime bien la France et en plus, on parle la langue: Pour communiquer à l'étranger, c'est plus facile »



Les motivations = pragmatisme et 'fraternité'

- Une histoire douloureuse partagée, qui « crée un lien » : la Belgique, comme la Normandie, a souffert très fortement de la présence allemande

*« La Normandie, c'est surtout l'histoire ...  
c'est un intérêt spécifique pour la deuxième  
Guerre Mondiale, et puis il y a le Débarquement,  
le 6 juin, la Libération qui s'annonce.  
C'est important. Nous, on a eu les Ardennes,  
eux, c'est le Débarquement »*



La préparation du voyage : plutôt « légère »

- D'une manière générale, les touristes belges rencontrés **préparent peu** leur séjour :
- Ils y viennent fréquemment
  - Ils peuvent facilement **se renseigner sur place** de manière efficace (pas de barrière de la langue)

*« À chaque ville où on va, on se rend dans les offices de tourisme... c'est une mine d'informations »*



La préparation du voyage : plutôt « légère »

➤ Si préparation il y a, elle est centrée sur :

- La **réservation des différents lieux d'étape** pour un séjour itinérant, fréquent chez les touristes belges

*« Je commence par aller sur Google, ensuite gîte et hôtel, le nom de la région et on choisit »*

- Le **repérage sur une carte de tous les sites à visiter** pour organiser son périple

*« On a repéré les routes du littoral et la route pour y aller; on a tout fait très rapidement »*



La consommation du séjour : hyperactivité  
et épicurisme

- Les touristes belges **aiment bouger** (sans pour autant être réellement « sportifs »)
  - Déplacements très fréquents pour **visiter la région dans sa globalité**
  - **Prédilection pour le littoral**, plus attirant selon eux que l'intérieur des terres, qui sont rapidement parcourues
  - Utilisation majoritaire de la **voiture**

*« On ne recherche pas vraiment la détente parce qu'en camping-car on bouge beaucoup, on visite surtout : le but du camping car, c'est de voir un maximum de choses »*

*« On a visité toutes les petites villes de la côte normande »*



La consommation du séjour : hyperactivité  
et épicurisme

- **Bons consommateurs et gastronomes**, les touristes belges **vont fréquemment au restaurant** et aiment consommer aux terrasses de café

*« Tout ce qui est manger, boire un bon vin, un bon cidre, déguster un calva, c'est important »*

*« On a repéré des restaurants pour ce soir »*

*« On sait qu'en Normandie, on va bien manger et ça n'est pas partout le cas »*

*« C'est formidable! On goûte les fruits de mer, les poissons, les fromages »*



Normandie-Ecoute-Clientèles



**La Normandie, une destination que  
l'on visite en voisin et que l'on  
consomme avec avidité**