Etude des clientèles et des « prospects » de la Destination Impressionnisme : c'est parti !

La nouvelle stratégie 2021/2025 de la Destination a mis au jour un « angle mort » important : l'absence de données quantitatives ou qualitatives précises sur les clientèles et le parcours de visite de la Destination Impressionnisme : quelle est la notoriété de la Destination pour ces clientèles ? Pourquoi viennent-elles voir des sites impressionnistes ? Lesquels visitent-elles ? Combien de temps restent-elles ?

Pour répondre à cet enjeu de façon globale, les observatoires des 2 Comités Régionaux du Tourisme Paris-Ile-de-France et de Normandie, des Départements et Atout France se sont mobilisés fin 2021 au sein d'un groupe de travail. Trois projets d'étude et d'observation ont été travaillés collectivement.

Une vaste enquête auprès des visiteurs potentiels de la Destination, dans 6 pays

Ces travaux ont porté, dans un premier temps, sur la mise en place d'une enquête online ayant pour objectif d'évaluer notamment la notoriété de la Destination, les typologies et les attentes des visiteurs.

Pour confier cette étude à un cabinet spécialisé, le groupe de travail a planché sur la rédaction commune d'un appel d'offres. Le prestataire étant désormais sélectionné, l'enquête va pouvoir être lancée dès la fin de l'année 2022.

Elle portera sur 6 pays prioritaires : France, Etats Unis, Japon, Grande-Bretagne, Chine et Corée du Sud. Il s'agira notamment de questionner la perception de notre offre de visite par ces clientèles, évaluer le pouvoir d'attractivité de la Destination, identifier les fondements de son attractivité, mais également mettre en évidence les forces et faiblesses de l'offre impressionniste. Cette étude permettra in fine de disposer d'une typologie de clientèles segmentées.

Rappelons par ailleurs que ce groupe de travail se mobilise sur deux autres projets :

- la mise en place d'un observatoire de la fréquentation des sites impressionnistes de la Destination, à l'horizon 2023,
- une étude in situ qui sera réalisée lors de la saison 2023 avec pour objectif de mesurer la consommation touristique, d'analyser les comportements et parcours de visite des touristes et leur niveau de satisfaction.

Les résultats de ces études feront l'objet d'une diffusion et d'une restitution auprès de l'ensemble des partenaires du Contrat de D

Contact : rguillou@visi

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.