

Enquête auprès des
professionnels

INTRODUCTION

Le nombre de questionnaires reçus s'est élevé à 88 ; parmi eux 77 étaient exploitables, soit sensiblement le même nombre d'envois et de réponses que lors de l'enquête de l'ONT/Observatoire du Tourisme avec le SNET en 1997 (500 professionnels interrogés, 70 réponses exploitées).

Eu égard aux régions d'origine des répondants, à leur statut professionnel et aux données recueillies, il semble que l'échantillon constitué ici soit assez représentatif de la profession pour que les données recueillies sur les groupes, les changements observés et les tendances perceptibles, soient considérées comme fiables ; les observations qui suivent constituent donc une contribution significative à la connaissance du tourisme de groupes

IDENTITE ET STATUT DES ENTREPRISES

Région d'origine :

- Centre/Pays de Loire : 14
- Ile de France : 10
- Rhône-Alpes : 10
- Midi-Pyrénées : 6
- Poitou-Charentes /
Limousin : 6
- Languedoc : 5
- Alsace / Lorraine : 4
- Auvergne : 4
- NPC : 3
- Aquitaine : 3
- Champagne-Ardenne : 2
- Picardie : 2
- Bretagne : 2
- PACA : 2
- Bourgogne : 2
- Franche Comté : 1
- Normandie (Haute et Basse)s : 1

42 départements ne sont pas représentés dans l'échantillon.

68 répondants ont indiqué leur numéro de SIREN.

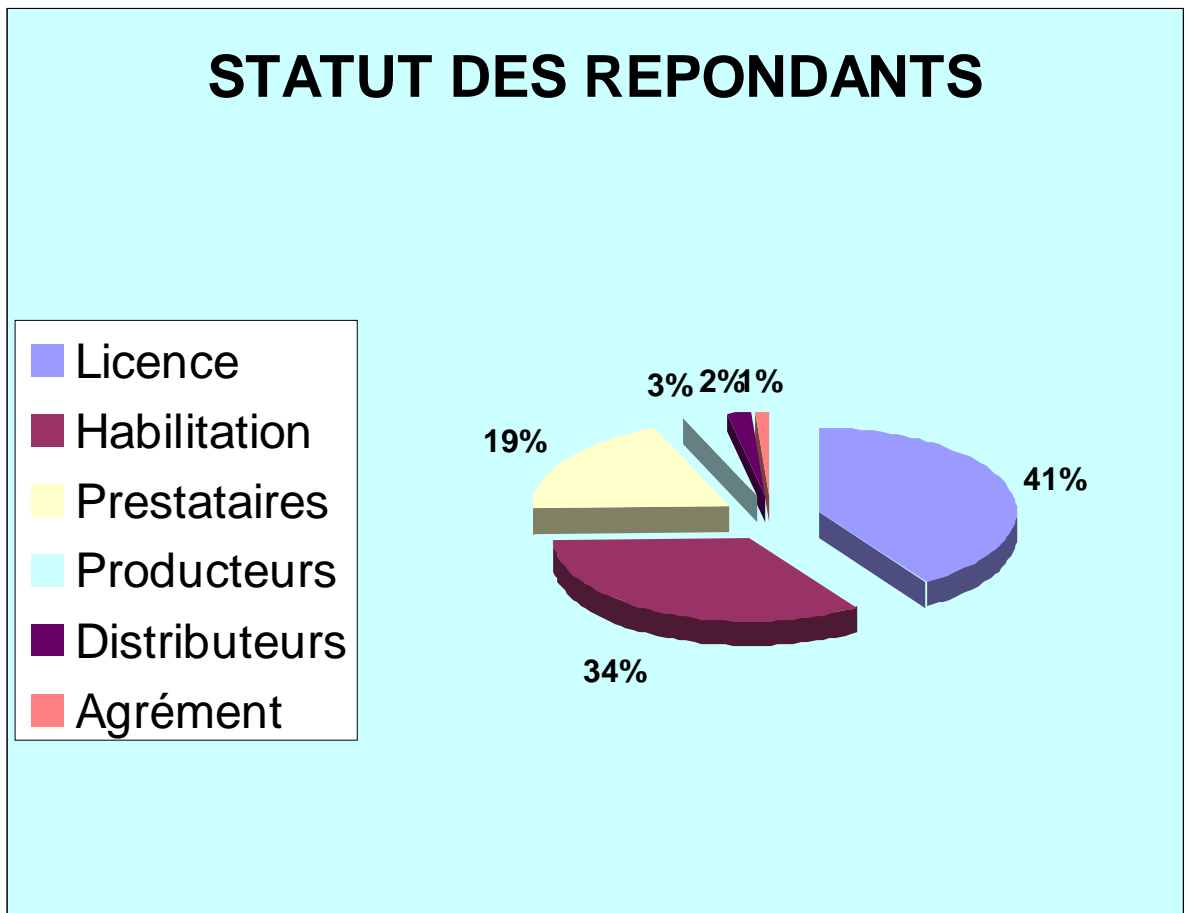
45 ont indiqué une adresse mel ; 6 un site internet.

↳ **Le nombre moyen de salariés est de 27**

avec de très larges écarts

Nombre de salariés	Nb d'entreprises	Nombre de salariés	Nb d'entreprises
Moins de 10	34	de 31 à 99	13
de 11 à 30	17	100 et plus	5

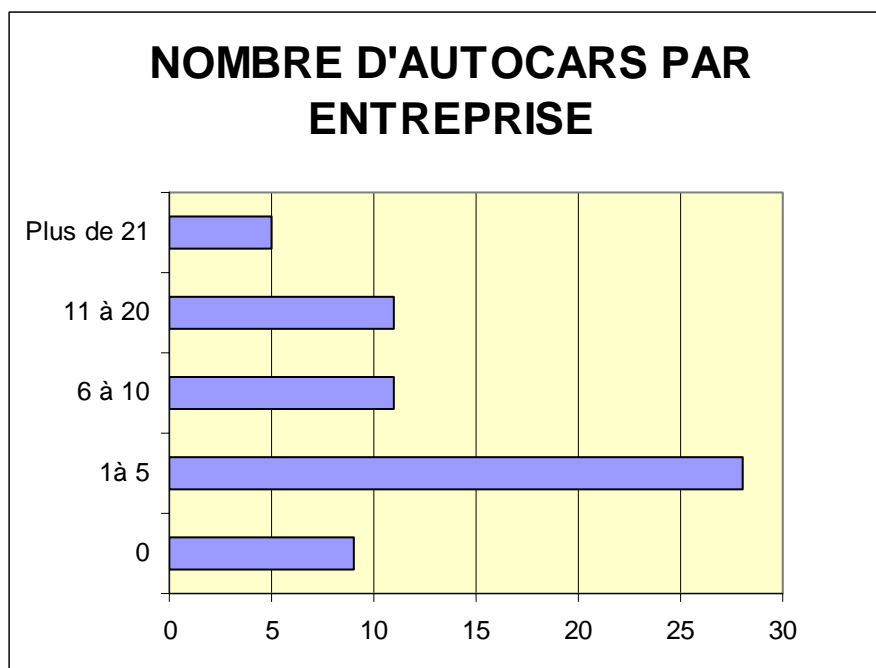
↳ **En moyenne, 48% de l'activité est consacrée au tourisme de groupes**



<i>REpondANTS A STATUTS MIXTES (unité)</i>			
Producteurs + Distributeurs + Prestataires de services	14	Producteurs + Distributeurs	12
Producteurs + Prestataires	9		

↳ **Les répondants appartiennent quasi-tous au secteur privé.**

1 seul a des filiales, 75 n'en ont pas, 1 ne s'exprime pas
 9 ont une maison-mère, 63 n'en ont pas, 5 ne s'expriment pas
 4 sont rattachés à un réseau, 71 non, 2 ne s'expriment pas.



↳ **En moyenne, 9 autocars par entreprise sont affectés au tourisme**

mais avec de fortes variations (64 réponses)

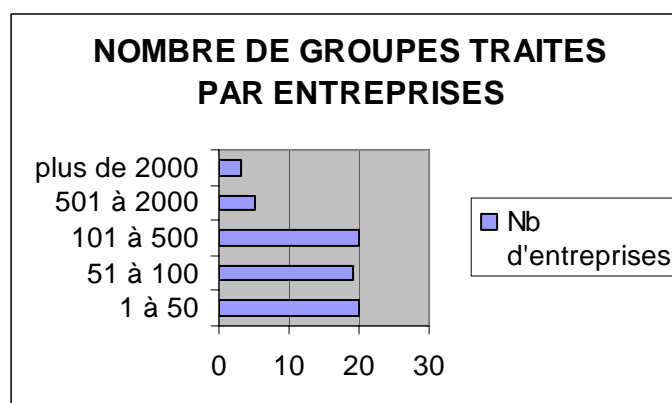
Seuls 3 ont un autocar aménagé pour les fauteuils roulants.

LA COMPOSITION DES GROUPES

En moyenne, les professionnels ont fait voyager

↳ **220 groupes par an**

Mais cette moyenne recouvre de considérables écarts



Le nombre de partants couverts par l'enquête est d'au moins 8 140 personnes : davantage en fait car certains répondants ne se sont pas exprimés sur le nombre annuel de groupes traités.

↳ **Le groupe moyen se compose de 37 personnes**

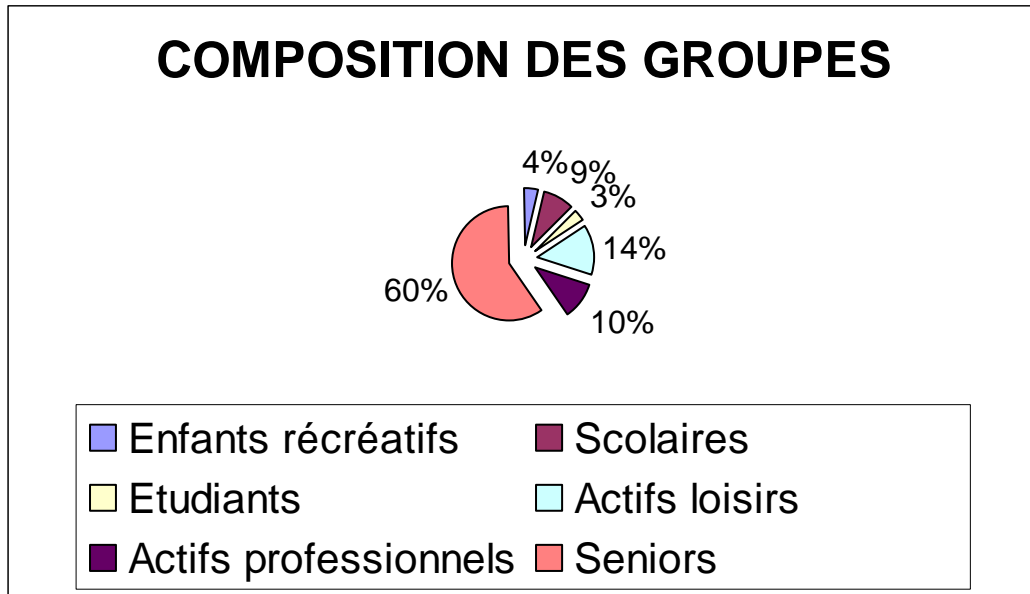
Ici, les écarts sont réduits.

↳ **76% sont des groupes constitués, 24 % des GIR**

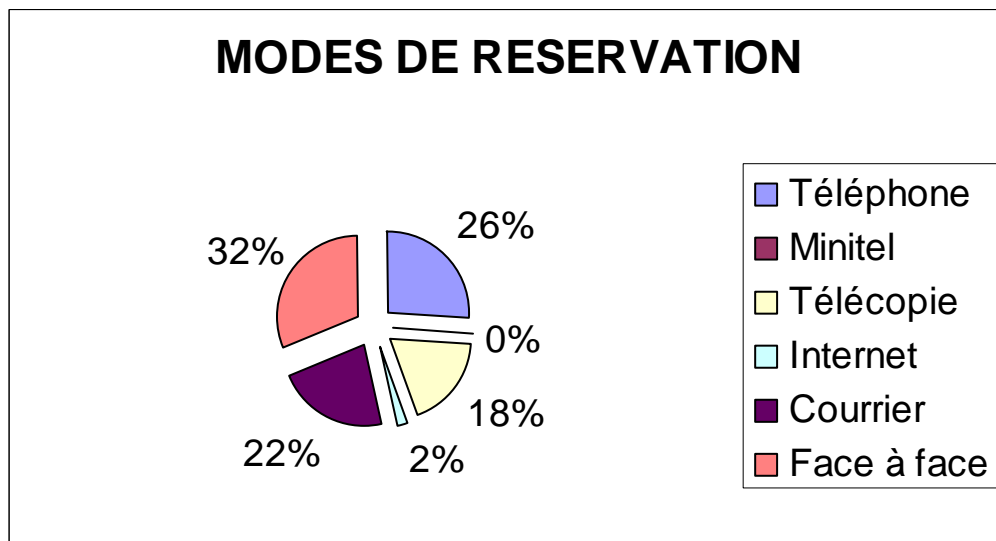
↳ **96% des groupes traités sont Français**

les autres sont, par ordre : Américains, Britanniques, Japonais, Allemands ; certains autres ne sont cités qu'une seule fois.

↳ **En moyenne, chaque professionnel a traité 4 groupes de personnes handicapées par an.**



La cible dominante est toujours celle des seniors, mais les actifs pèsent tout de même pour près du quart.



Le dialogue personnel, en face à face ou par téléphone, prévaut donc largement dans les échanges commerciaux.

ORGANISATION DES VOYAGES ET EXCURSIONS

VOYAGES PROGRAMMES SUR BROCHURES

↳ **Le délai moyen entre réservation et réalisation du voyage est de 3,4 mois**

TENDANCE

Unité : nb de répondants

Ici, comme infra, on a regroupé les réponses + et ++ (plutôt en augmentation ou en forte augmentation), ainsi que les réponses – et - - (plutôt en diminution ou en forte diminution) .

	Augmentation	Diminution	Sans changement
Changement en 5 ans	24	18	6
Tendance à venir	11	20	11

On estime que ce délai a augmenté au cours des 5 dernières années, mais qu'il est plutôt appelé à se raccourcir.

VOYAGES SUR MESURE

↳ **Le délai moyen entre réservation et réalisation du voyage est de 4 mois**

TENDANCE

Unité : nb de répondants

	Augmentation	Diminution	Sans changement
Changement en 5 ans	7	1	1
Tendance à venir	3	3	0

Ce délai aurait donc plutôt augmenté depuis 5 ans, mais pas de pronostic sur l'avenir.

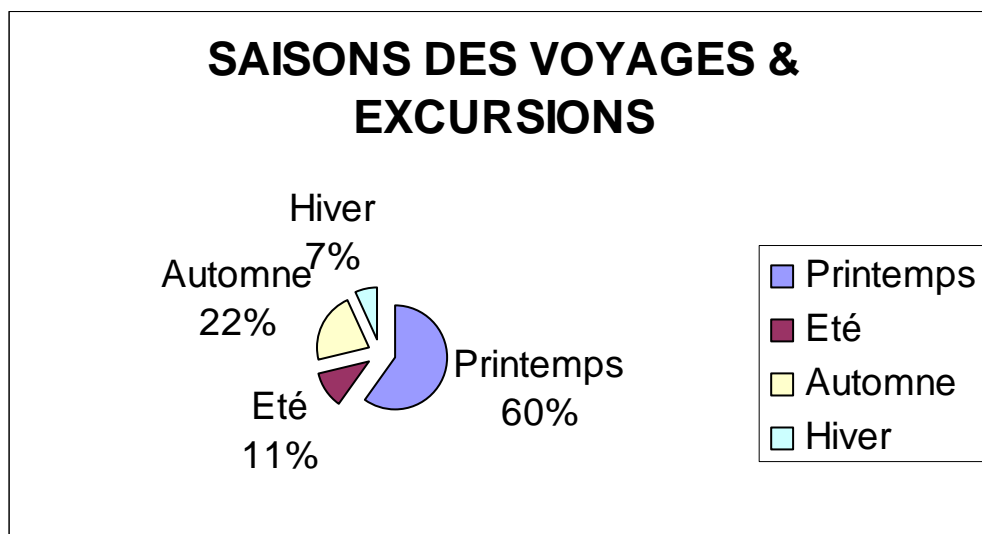
22% des répondants ont fait des commentaires libres sur ces délais de réponses, pour mettre l'accent sur leur imprévisibilité. Certains insistent sur l'influence croissante de l'actualité et de la conjoncture dans la prise de décision.

AVEC QUI ORGANISE-T-ON LE VOYAGE ?

Avec le concours d'un SLA → 12% des organisations de groupes
 Avec le concours d'un OT → 16 % des organisations de groupes

Encore très mal connus des voyageurs de groupes au début des années 90, les SLA ont fait leur percée auprès d'eux.

SAISONNALITE



Dans les 4 paragraphes qui suivent, on indique les estimations des répondants sur les changements intervenus depuis 5 ans et sur leurs prévisions, quant à la saisonnalité des voyages de groupes.

EVOLUTIONS DE LA SAISONNALITE

Unité : nb de répondants

PRINTEMPS aujourd'hui 60 %			
Tendance	Augmentation	Diminution	Sans changement
Changement en 5 ans	19	5	28
Tendance à venir	2	0	2

ETE aujourd'hui 11 %			
Tendance	Augmentation	Diminution	Sans changement
Changement en 5 ans	1	1	2
Tendance à venir	1	0	3

AUTOMNE aujourd'hui 22 %			
Tendance	Augmentation	Diminution	Sans changement
Changement en 5 ans	2	0	2
Tendance à venir	2	0	2

HIVER aujourd'hui 7 %			
Tendance	Augmentation	Diminution	Sans changement
Changement en 5 ans	1	1	2
Tendance à venir	11	9	12

Aucune tendance ne se dessine sur le poids respectif de l'été et de l'automne dans les voyages de groupes ; ceux-ci devraient donc continuer à se dérouler majoritairement au printemps ; on sent cependant un frémissement sur les voyages d'hiver, sur lesquels quelques commentaires libres soulignent le manque d'offres pour les seniors.

4 commentaires libres soulignent encore la dépendance des voyages de groupes de la conjoncture.

CONTENUS DES VOYAGES ET EXCURSIONS

Unité : nb de répondants

Niveau de pratique des activités (par ordre décroissant de pratique)			Changements depuis 5 ans		
Activité	Toujours, très souvent ou souvent	Rarement ou jamais	Plus	Moins	Egal
Visite culturelle	69	2	21	6	25
Gastronomie	65	9	26	3	26
Nature	62	7	26	3	24
Loisirs	61	11	33	9	15
Evènement	37	32	24	6	22
Religion	18	53	7	17	25
Congrès	15	54	6	8	30
Motivation	14	53	5	6	24
Sports	8	58	9	6	27
Remise en forme	6	64	13	9	25

Visite culturelle et gastronomie sont deux activités traditionnelles du voyage de groupes, et elles ne sont pas prêtes de décliner. Par contre, il est surprenant de constater que la **découverte de la nature** d'une part, les **loisirs ludiques** –incluant les parcs récréatifs- d'autre part, rallient presque autant de suffrages que la culture et la gastronomie.

Le score relativement important des **événements** est à rapprocher des observations des professionnels, insistant sur l'influence de l'actualité dans la décision de partir en groupes.

De fait, hormis la religion et la remise en forme, toutes les activités des voyages de groupes sont en hausse, attestant de l'importance croissante des contenus dans les déplacements.

DUREE DES DEPLACEMENTS

Unité : nb de répondants pour les changements et tendances.

DUREE	PART %	Changements en 5 ans			Tendances		
		Plus	Moins	Egal	Plus	Moins	Egal
1 jour	42 % ↗	12	8	24	20	8	12
2j/1 nuit	11 % ↗	17	8	23	15	6	17
3j/2 nuits	12 % ↗	12	8	28	12	7	20
5j/4 nuits	13 % →	11	10	25	10	11	17
> 5 jours	23 % →	13	13	25	12	14	13

Près de la moitié des déplacements de groupes concernent des voyages à la journée, et la tendance s'amplifie.

Près du quart concerne des déplacements de plus de 5 jours.

Tout se passe comme si on assistait à une certaine polarisation de la durée des déplacements, entre le très court et le très long, mais les durées de 2 à 4 nuits, qui représentent ici plus du tiers, ne sont pas vouées à la disparition.

DESTINATIONS DES VOYAGES DE GROUPES

Unités : nb de citations ; les citations de 1°, 2° et 3° rangs sont regroupées.

DESTINATIONS FRANCAISES

(La France est citée 53 fois)

REGIONS	Nb citations	VILLES	Nb citations
Alsace	27	Paris	28
PACA	25	Strasbourg	12
Rhône-Alpes	22	Biarritz	7
Bretagne	15	Nice	7
Auvergne	14	Lyon	5
Normandie	14	Toulouse	4
Ile-de-France	14	Puy-du-Fou	4
Périgord	12	Dijon	4
Centre Pays de Loire	9	Tours	3
Pays Basque	7	La Rochelle	3
Vendée	6	Colmar	3
Franche-Comté	5	Reims	3
Corse	5	Nîmes	3
Bourgogne	5	Dinard	3
« Sud »	4	Aix-en-Provence	2
NPC	4	Lille	2
Picardie	2	Lourdes	2
Champagne	2	Angers	2
« Atlantique »	2	Annecy	2
		Ajaccio	2
		Amiens	2
		Pontarlier	2
		Boulouris	2
		Obernai	2
		St Malo	3
		Rouen	2
		Clermont-Ferrand	2
		Sarlat	2
		Honfleur	2
		Caen	2
		Beaune	2

L'énoncé des régions et villes fréquentées est librement choisi par les répondants, d'où des citations de régions comme « Sud » ou de « villes » comme Vulcania.

Les villes citées ne correspondent pas aux régions citées, certains ne répondant qu'à l'une ou l'autre rubrique.

La performance de l'Alsace est particulièrement remarquable, et couronne sans doute le succès d'une région d'excellent accueil pour les groupes, de professionnalisme des acteurs et d'offre en produits hivernaux.

DESTINATIONS ETRANGERES

Pays cités

Unité : nb de citations

PAYS CITES	Nb de citations	PAYS CITES	Nb de citations
Italie	41	Espagne	35
Autriche	21	Allemagne	9
Belgique	9	Portugal	3
Suisse	3		
Canada, Crète, Suède, Turquie			2 chacun

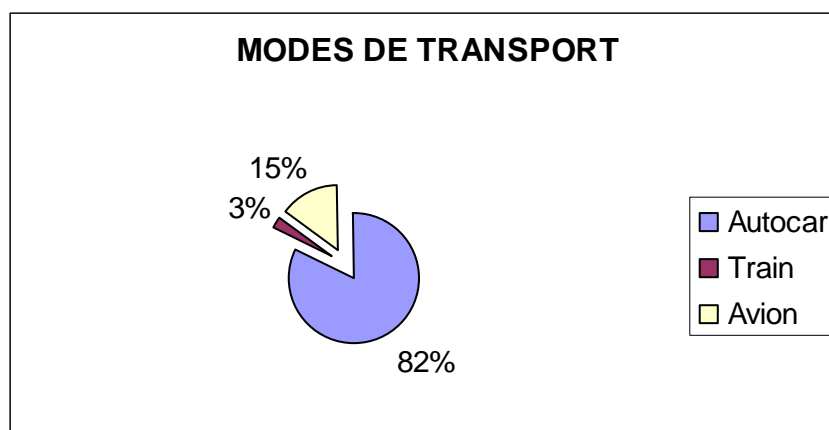
Régions et villes étrangères

Unité : nb de citations

REGIONS	Nb citations	VILLES	Nb citations
Costa Brava	15	Venise	19
Tyrol	17	Barcelone	9
Vénétie	11	Lloret	9
Lacs Italiens	6	Florence	6
Andorre	5	Rome	6
Andalousie	6	Londres	6
Bavière	4	Innsbrück	5
Catalogne	3	Salou	5
Latium	3	Séville	4
Costa Blanca	2	Bruges	3
Cantabrique	4	Vienne	3
Toscane	3	Andorre	3
Costa Dorada	2	Amsterdam	3
Vallée du Rhin	2	Benidorm	2
Dolomites	2	Munich	2
Kent	2	Lisbonne	2
Lombardie	2	Milan	2
Maghreb	2	Bruxelles	2
Toscane	1	Marrakech	2
		Stockholm	1

Ici aussi, les répondants énoncent librement leurs réponses.

TRANSPORT



Unité : nb de répondants

Moyen	Part %	Changement en 5 ans			Tendance		
		Plus	Moins	Egal	Plus	Moins	Egal
Autocar	82 %	25	11	19	19	10	16
Train	3 %	4	12	11	5	8	9
Avion	15 %	24	9	5	20	1	6
Km moyen/car /groupe	1072 km	19	9	14	6	9	13

L'autocar a eu et aura de beaux jours devant lui. Le kilométrage moyen de plus de 1 000 km reflète la part croissante des voyages de plus de 5 jours.

Malgré son modernisme et son attractivité auprès des touristes individuels, le TGV ne paraît pas pouvoir vraiment convenir à une clientèle de groupes.

Par contre, la part de voyages en avion tend nettement à la hausse.

TYPE D'AUTOCAR

Tourisme	Classe Affaires	Aménagés handicapés	Minibus
87 %	3 %	1 %	7 %

Avec une moyenne de 37 personnes par groupe, le minibus pour très petits groupes est forcément rare ; avec une moyenne de 4 transports de personnes handicapées par an, et la possession d'un autocar adapté seulement pour 3,9% des répondants, l'usage d'un tel car ne peut être que marginal. Le faible recours à un car « Classe Affaires » est à rapprocher du faible nombre cité de voyages de motivation comme contenu du déplacement.

L'HÉBERGEMENT

Unité : nb de répondants

TYPE	PART en %	Changement en 5 ans			Tendance		
		Plus	Moins	Égal	Plus	Moins	Égal
Hôtel 0 & 1*	2%	5	4	19	3	6	4
Hôtel 2*	48%	13	0	28	9	5	21
Hôtel 3*	27%	18	3	22	13	6	14
Hôtel 4*	13%	6	6	15	5	4	11
Village vacances	14%	18	6	14	14	8	4
Résidence Tourisme	2%	5	0	16	6	0	12
Autres	1%	nc					

Si les hôtels 3* sont présents pour plus d'un quart des déplacements, et devraient continuer à augmenter leur part de marché, c'est que souvent ils parviennent à proposer aux groupes leurs établissements à des tarifs proches du 2*.

La part égale du village de vacances, et de l'hôtellerie 4* est plus surprenante. Le premier concerne vraisemblablement une grande partie des longs séjours (23% des déplacements), tandis que l'autre doit couvrir pour partie les voyages de motivation et congrès.

LIBRES COMMENTAIRES SUR LES ATTENTES INSUFFISAMMENT PRISES EN COMPTE PAR LES PRESTATAIRES

Comme c'est le cas fréquemment, les commentaires libres sont davantage le fait des mécontents que des satisfaits.

Transporteurs

25% des enquêtés font des commentaires sur les transports :

- Avant tout sur les relations commerciales avec les transporteurs à qui on reproche un peu leurs tarifs, mais surtout leur publication tardive, des délais d'option trop courts, des frais d'annulation élevés, l'inadaptation des plannings en haute saison, l'absence de disponibilités de dernière minute, et d'une manière générale la rigidité.
- Sur la fiabilité des prestations dans l'aérien et le ferroviaire : retards, grèves, voire attentats sont plus difficilement perçus à l'échelon d'un groupe
- Sur la qualité du service : attitude méprisante des compagnies aériennes, l'adaptation déficiente des transporteurs aux groupes.

Parfois, les commentaires sont âpres tel « en cas de panne, les confrères profitent de notre désarroi » ou tel « nous avons nos propres cars et n'avons pas recours à d'autres transporteurs ».

Restaurateurs

Près de 50% des enquêtés (c'est le thème qui a recueilli le plus de commentaires) s'expriment sur ce sujet, ce qui en souligne l'importance ; ils ont des récriminations précises et assez convergentes :

- Sur les **prix et sur les relations commerciales** : mauvais rapport qualité/prix, tarifs et forfaits des boissons trop élevés, publication tardive des tarifs, gratuits pour le chauffeur et/ou accompagnateur non assurées, délais de réponse trop longs, respect des contrats
- Sur les **menus** : pas assez régionaux, pas assez diversifiés, pas communiqués à l'avance...
- Sur le défaut d'adaptation des restaurants aux groupes : dates et horaires d'ouverture, gestion des groupes, parking
- Enfin plusieurs se plaignent du déficit de qualité de l'accueil et des services, du défaut de régularité de la prestation.

Sites et lieux de visite

40% des enquêtés font des commentaires sur ce thème.

- Ils se plaignent des horaires d'ouverture trop limités et des **dates** de fermeture trop nombreuses
- Au titre des relations commerciales, certains estiment que les tarifs sont publiés trop tard, ne prévoient pas de marges pour les professionnels et ont des frais d'annulation trop courts ;
- Toujours au titre des relations commerciales, on voudrait des photos sur support CD et des brochures en langues étrangères ;
- D'autres se plaignent de l'inadaptation des lieux aux groupes, surtout aux groupes de seniors (bancs ou lieu de repos, durée de visite) ; cette observation corroborée par 4 commentaires négatifs sur l'accueil, le temps d'attente ou le guidage insuffisant ;
- Deux commentaires portent sur le renouvellement nécessaire des contenus, ce qui est assez rares dans ce type d'enquête
- Commentaire plus classique, certains sont insatisfaits de l'accès autocar, du parking et de la signalisation
- Rappel est fait des désagréments des grèves au Louvre et à Orsay.
- Enfin 2 commentaires prennent la peine d'indiquer leur satisfaction !

Guides

36% des enquêtés font des commentaires, très majoritairement sur les **compétences du guide en savoirs et en relationnel.**

- Dans la majorité des cas, on les trouve peu adaptables à leur public : trop « savants », ou au contraire peu qualifiés et superficiels, fatigués, pressés d'emmener faire du shopping, peu complémentaires du chauffeur, et surtout trop peu chaleureux.
- Certains en sont néanmoins contents et soulignent leur impérieuse nécessité.
- Enfin certains souhaitent mieux les utiliser grâce à une communication plus précoce de leurs prix et des thématiques de visite ; ils veulent aussi des délais d'option et d'annulation plus souples.

Offices de tourisme

36% des enquêtés font des commentaires sur ce thème.

- 14% sont spontanément élogieux sur les OT, et 2 très négatifs sur ce service public, « non adapté à la fonction commerciale ».
- Certains mettent en question leur compétence sur les ressources locales, leur manque de suggestions, de documentation en langues étrangères, de photos sur CD (libres de droits) et on leur suggère d'organiser des éductours
- Plusieurs soulignent leur **incapacité à gérer un service groupes** : rigidité des services, parking, délais de réponse, inaptitude à des fonctions commerciales
- Certains se plaignent des tarifs publiés trop tard, des délais de réponses, des délais d'option et annulation
- Enfin un très petit nombre se plaint des horaires et dates de fermeture.

Hôteliers

44% des enquêtés font des commentaires

- Un tiers porte sur la **relation commerciale** : communication plus précoce des tarifs, tarifs réservés, délais d'option et de paiement, manque de produits packagés, respect des contrats
- 20 % portent sur un accueil plus attentif aux groupes, sur les langues étrangères pratiquées, notamment à la réception, et sur le nombre de personnels affectés
- Beaucoup de commentaires aussi sur les chambres : on veut qu'elles aient le même niveau qualitatif, notamment pour les single, et que le silence y règne
- Des commentaires peu laudatifs sur l'accueil et l'adaptation aux groupes
- Quelques commentaires sur les parkings et accès, insatisfaisants
- Enfin on pointe les insuffisances des prestations annexes : bar, animation du soir