

Lancement d'une Enquête Marketing Clientèles dans les destinations touristiques du Grand Est



❑ **Une enquête partenariale à l'échelle des destinations touristiques du Grand Est Du 10 mai 2018 au 30 avril 2019**

- Lorraine Tourisme conduit avec l'Agence d'Attractivité d'Alsace et le Comité Régional du Tourisme de Champagne Ardenne une enquête marketing d'envergure auprès des clientèles touristiques du Grand Est afin de connaître leur profil, leur satisfaction et leurs dépenses.
- L'Observatoire Lorrain du Tourisme (OLT) est chargé de la mise en place de ce dispositif en Lorraine.
- Co-financé par Meurthe-et-Moselle Tourisme, Meuse Tourisme, Moselle Attractivité et le Conseil Départemental des Vosges, l'enquête est réalisée par la société BVA.

❑ Plus de 9 000 questionnaires seront collectés pour l'ensemble des destinations du Grand Est

- Durant une année complète, des enquêteurs interrogeront en face à face les visiteurs des sites touristiques lorrains sur leur visite/séjour.
- Une soixantaine de sites lorrains (dont le versant lorrain des Vosges) ont été identifiés comme lieux d'enquête, notamment le Centre Pompidou-Metz, la place Stanislas, le lac de Gérardmer, l'ossuaire de Douaumont.
- Les cibles de cette enquête :
 - Les excursionnistes habitant à plus de 100 km du lieu d'interrogation
 - Les touristes en séjour loisir
 - Mais également les touristes d'affaires, par la mise en place d'enquêtes dans les centres des congrès

□ Un jeu-concours en dispositif complémentaire

- En complément de l'enquête en face à face, un jeu concours est organisé afin d'interroger les visiteurs à posteriori sur leur visite/séjour
- Une urne disposée dans un office de tourisme ou un suite touristique volontaire permet au visiteur de laisser un coupon-réponse à sa disposition
- Les sites transmettent les coupons recueillis mensuellement à l'OLT. Un code permettra d'identifier les coupons envoyés par chaque structure
- L'OLT envoie le questionnaire de l'enquête aux personnes ayant renseigné le coupon
- Les personnes ayant répondu à l'intégralité du questionnaire sont inscrites au tirage au sort du jeu-concours
- Ce dispositif permettra d'augmenter le nombre de questionnaires récoltés
- Si le nombre de coupons envoyés est suffisant, les sites volontaires pourront obtenir une analyse de la fréquentation de leur structure

□ Restitution des résultats

- Les résultats de cette étude seront disponibles au second semestre 2019

