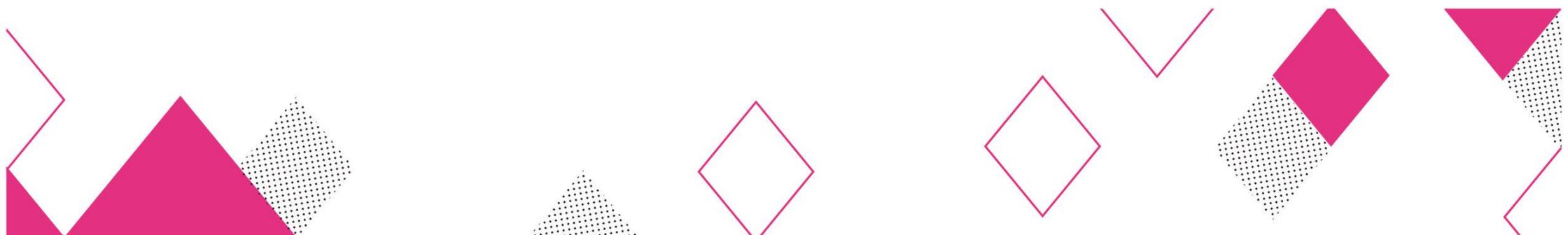


ANALYSE DES CLIENTELES

Année 2022



OFFICE DE TOURISME DE LA BRESSE HAUTES VOSGES



1. FREQUENTATION

Après deux années particulièrement compliquées en 2020 puis 2021 en raison de la pandémie de Covid 19, l'activité touristique aura connu en 2022 une évolution positive la replaçant doucement vers des chiffres de l'année de référence 2019. Le retour de la clientèle étrangère et une clientèle française toujours bien présente place le département des Vosges, et plus particulièrement le territoire des Hautes Vosges, en tête des taux d'occupation de toute la région Grand Est pour l'été 2022.

Analyse de la fréquentation touristique à l'Office de Tourisme de La Bresse pour l'année 2022 :

-> **1 077 042** personnes renseignées et 1 021 262 sessions ouvertes sur notre web en 2022
(avec une forte saisonnalité de mi-décembre à fin février).

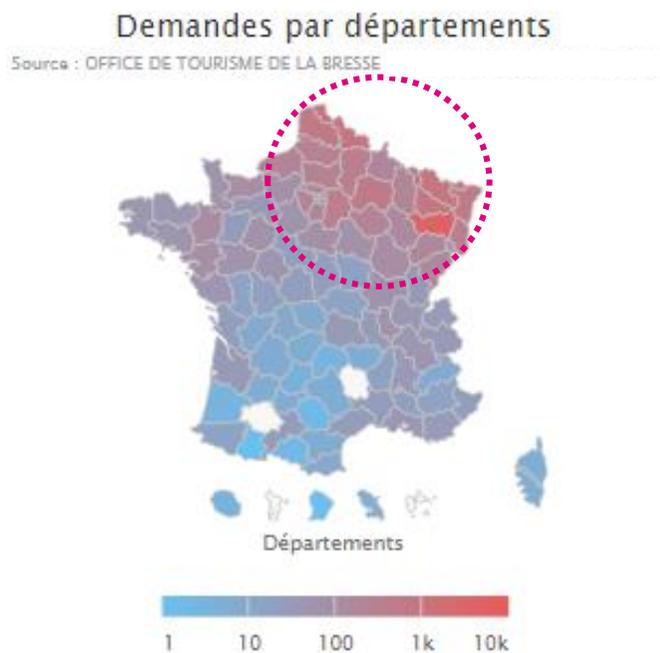


REPARTITION DE LA FREQUENTATION PAR BUREAU D'ACCUEIL :

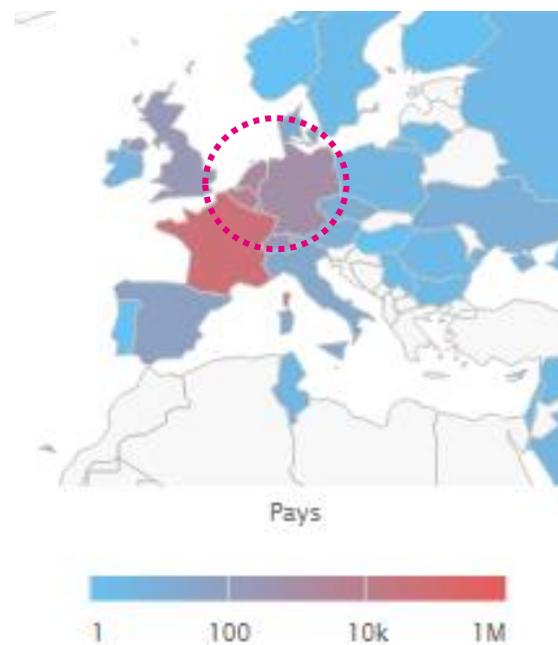
- La Bresse : 35 420 personnes
- Cornimont : 2 469 personnes
- Ventron : 2 974 personnes
- Vagney : 2 695 personnes
- Saulxures-sur-Moselotte : 2 918 personnes

ORIGINE DE LA CLIENTELE

La clientèle est **majoritairement une clientèle française à 82 %**. Elle provient principalement du **Grand-Est**, des **Hauts de France** et de **l'Île de France**.



La **clientèle étrangère** représente **18 %** de la clientèle touristique qui nous vient principalement des pays limitrophes : **Belgique**, **Pays-Bas**, **Allemagne**.



La clientèle étrangère la plus représentée sur le territoire : la **clientèle belge (12 %)**

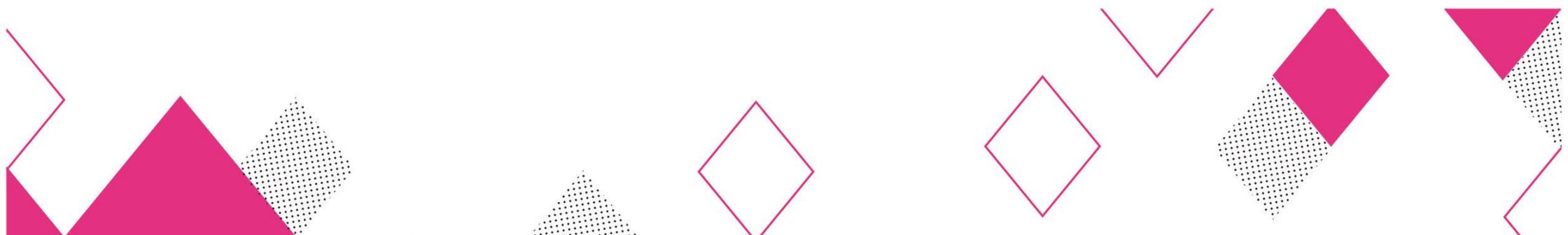
Ses motivations : détente et moments en famille

- Le patrimoine naturel et la randonnée
- Le patrimoine architectural et historique
- La gastronomie
- La chaleur humaine et l'authenticité des lorrains

Il fréquente les hôtels, les locations meublées et les campings et privilégie les destinations « nature » ; on note d'ailleurs une forte concentration des nuitées dans le secteur des Hautes-Vosges (sur la destination Lorraine).

Nos atouts pour les séduire :

- Une bonne accessibilité : autoroute gratuite
- La qualité de l'accueil local, qui est souligné systématiquement
- Notre destination est perçue comme la France proche
- Un patrimoine naturel indéniable, une destination nature 4 saisons
- La gastronomie et les produits du terroir



La clientèle néerlandaise (2,2 %)

Ses motivations :

- Le patrimoine naturel et la randonnée
- Le patrimoine architectural et historique
- La gastronomie
- La chaleur humaine et l'authenticité des lorrains

Il fréquente essentiellement les campings et les hôtels.

Il privilégie les destinations « nature » où l'on note une forte concentration des nuitées en camping dans le secteur des Hautes-Vosges ; il apprécie également le tourisme urbain où il préférera séjourner en hôtel (plutôt les grandes villes comme Metz et Nancy).

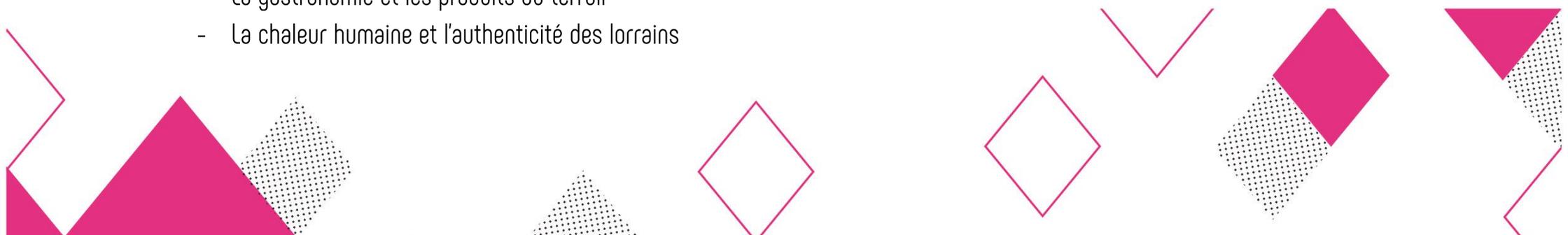
Nos atouts pour les séduire :

- Une bonne accessibilité : autoroute gratuite
- Notre destination est perçue comme la France proche
- Un patrimoine naturel indéniable, une destination nature été comme hiver
- La gastronomie et les produits du terroir
- La chaleur humaine et l'authenticité des lorrains

Le touriste néerlandais en France :

- A la recherche de grands espaces, de nature et d'un environnement de qualité
- Consommateur de gastronomie et de produits du terroir
- A la recherche d'activités adaptées aux familles avec enfants
- Meticuleux avec la propreté des restaurants et des hôtels

- Hôtellerie de plein air : il favorise les logements au camping ou en chambre d'hôte
- Grande demande de location de maison individuelle, aménagée, dans un état de propreté remarquable
- Tourisme actif et de plein air : grande passion pour le vélo et la randonnée, la baignade



La clientèle allemande (2,1 %)

Ses motivations : la détente en 1^{er}

- Le patrimoine naturel et spécifiquement les Vosges
- Le patrimoine architectural et historique
- La gastronomie
- La chaleur humaine et l'authenticité des lorrains

Il fréquente essentiellement les campings et les hôtels.

Nos atouts pour les séduire :

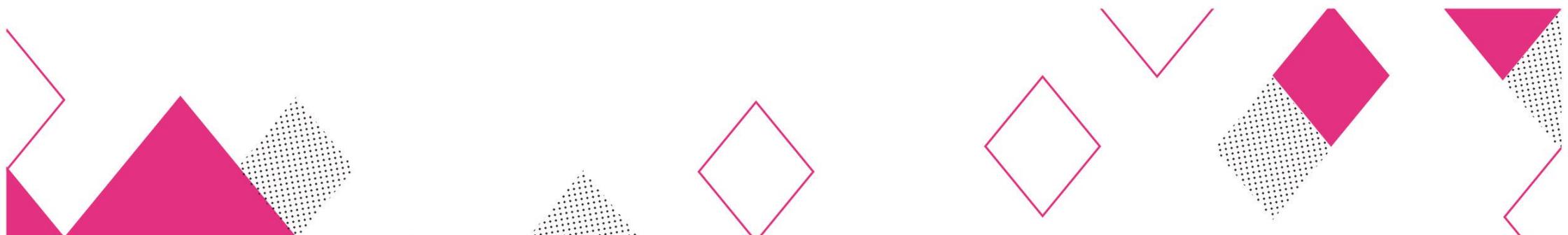
- Une destination proche

Bon à savoir :

- Il est sensible à un accueil dans sa langue
- Discret, rigoureux, ponctuel et respectueux, l'allemand apprécie le confort
- La poignée de main est habituelle

Centres d'intérêts :

- Nature, gastronomie, culture, remise en forme, art de vivre, diversité des régions et des paysages, cyclotourisme, visites de villes, randonnée



TPOLOGIE DE LA CLIENTELE

L'étude de clientèle fait apparaître 3 typologies de clientèles ; nous nous concentrons sur la cible prioritaire des « familles » :

Les familles



Les dinks et les dinkers (couples sans enfants à charge)



Les groupes

