

Noël au Pays des Châteaux
Touraine Val de Loire

BILAN " NOËL AU PAYS DES CHÂTEAUX 2024 "

8ème édition du 30/11/24 au 05/01/25

Bilan de fréquentation et résultats enquête clientèle/satisfaction

Touraine Val de Loire
Ici, vivre est un art

Agence Départementale du Tourisme de la Touraine

1-FRÉQUENTATION

1- FRÉQUENTATION

1-1-fréquentation par période

Fréquentation globale en 2024

Période	Nb visiteurs
Période globale *(du 30/11 au 05/01)* *Ev. 2024/2023*	**202 605** *+17%*

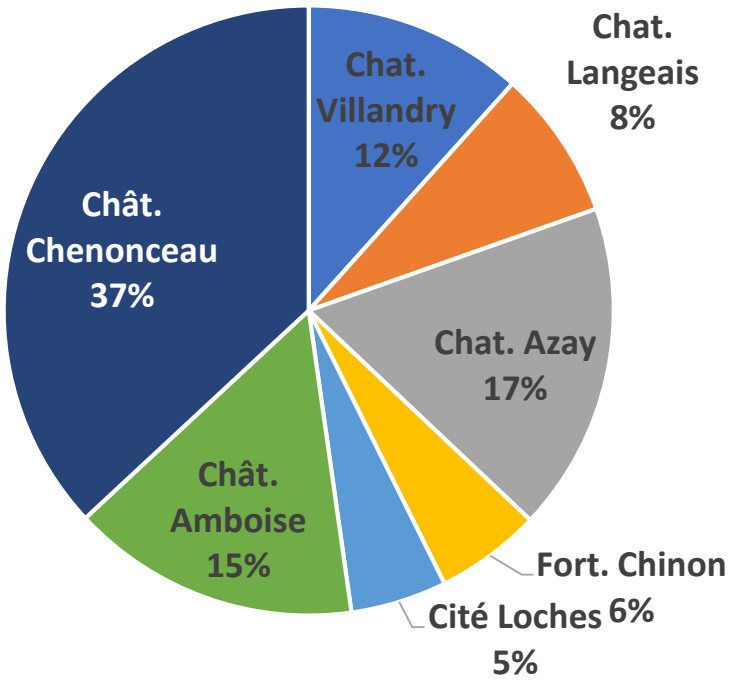
Fréquentation par type de période en 2024

Période	Nb visiteurs	Part sur fréquentation globale
Cumul période pré-vacances *(du 30/11 au 20/12)* *Ev. 2024/2023*	71 981 *+17%*	36% *stable*
Cumul période vacances *(du 21/12 au 05/01)* *Ev. 2024/2023*	130 624 *+17%*	64% *stable*

1- FRÉQUENTATION

1-2-Répartition par château

Répartition du nombre de visiteurs par château en 2024



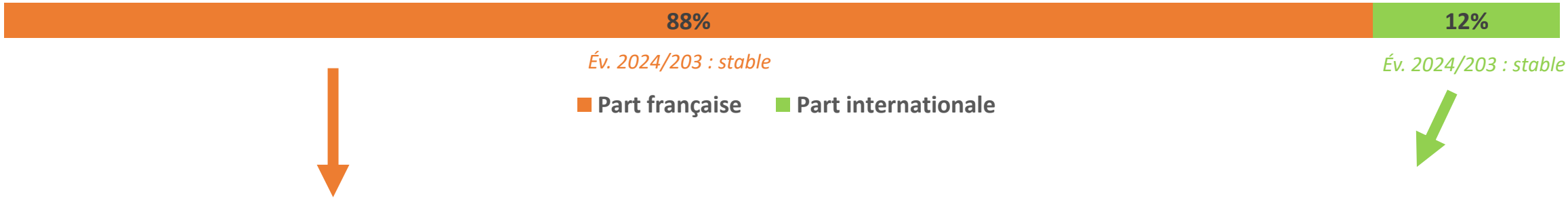
Évolution 2024/2023 par château

Château	Év. 2024/2023 *Nb visiteurs*	Év. 2024/2023 *Part visiteurs*
Château de Chenonceau	+18%	stable
Château Azay-le-Rideau	+8%	-2 pts
Château Amboise	+38%	+2 pts
Château Villandry	+7%	-1 pt
Château Langeais	+15%	stable
Forteresse Royale Chinon	+18%	stable
Cité Royale Loches	+20%	stable

1- FRÉQUENTATION

1-3-origine géographique des visiteurs

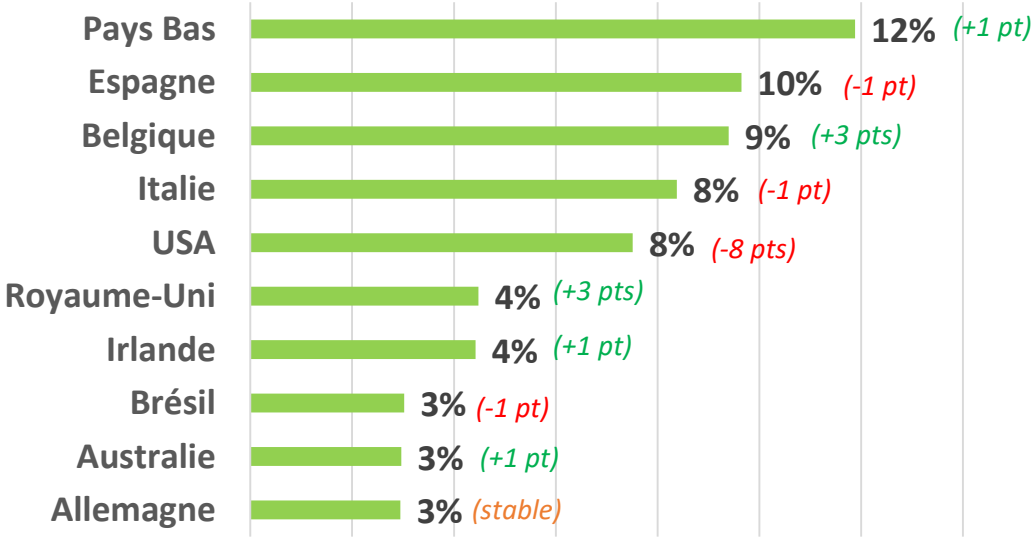
Répartition visiteurs français/visiteurs internationaux



Répartition visiteurs locaux/visiteurs « autres départements » et év. 2024/2023 (en % de visiteurs français)

	Part	Év. 2024/2023
Visiteurs **locaux** (Touraine)	48%	stable
Visiteurs « **autres départements** »	52%	stable

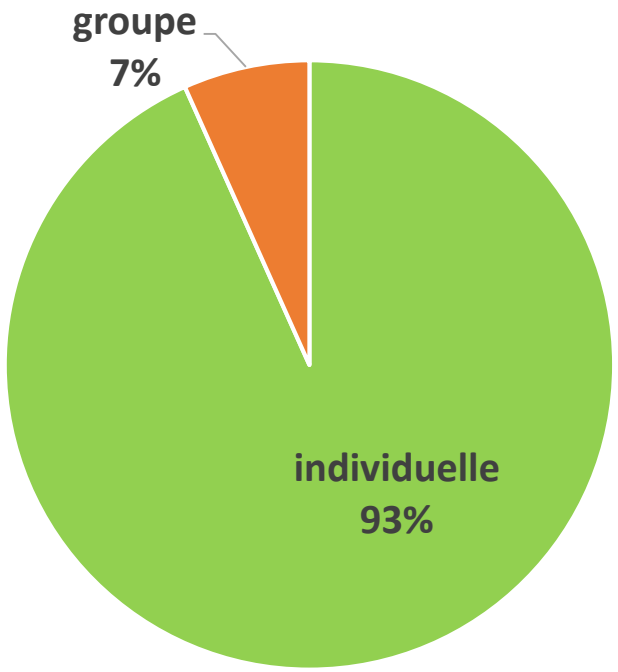
TOP 10 nationalités internationales et év. 2024/2023 (en % de visiteurs internationaux)



1- FRÉQUENTATION

1-4-clientèle groupe

Répartition clientèles groupe/individuelle



Évolutions 2024/2023

Type	Év. 2024/2023
Clientèle groupe	+2 pts
Clientèle individuelle	-2 pts

- La part de la clientèle groupe progresse de **2 pts** en 2024

1- FRÉQUENTATION

1-5-vente de PASS

Nombre de PASS vendus en 2024

4 267

*Év. 2023/2024 : **+22%***

Part des entrées « visiteurs » générées par les PASS: **7%**

- Volume de PASS vendus **nettement en hausse** entre 2023 et 2024

2-ANALYSE DE LA CLIENTÈLE

MÉTHODOLOGIE

Objectifs et **contexte** de l’enquête

Afin de **mieux connaître** nos visiteurs accueillis pendant l’évènement "Noël au Pays des Châteaux", **touristes** et **excursionnistes**, de **comprendre leurs comportements, leurs attentes, et de mesurer leur niveau de satisfaction**, une **enquête clientèle** a été menée par l’Agence Départementale du Tourisme (Observatoire de l’ADT) en partenariat avec l’Institution Notre Dame de la Riche (BTS Tourisme). Les résultats contribueront à affiner la stratégie pour la prochaine édition.

MÉTHODOLOGIE

2 modes de collecte des questionnaires

Collecte en face à face par les étudiants



Part questionnaires collectés : **73%**

Nb de questionnaires collectés

1 130

*Volume de questionnaires **représentatif** et **au-delà de l'objectif des 400 questionnaires prévus***

Collecte par QR code sur affiche positionnée dans les sites



Part questionnaires collectés : **27%**

*Part questionnaires collectés « **visiteurs français** » : **99,1%***

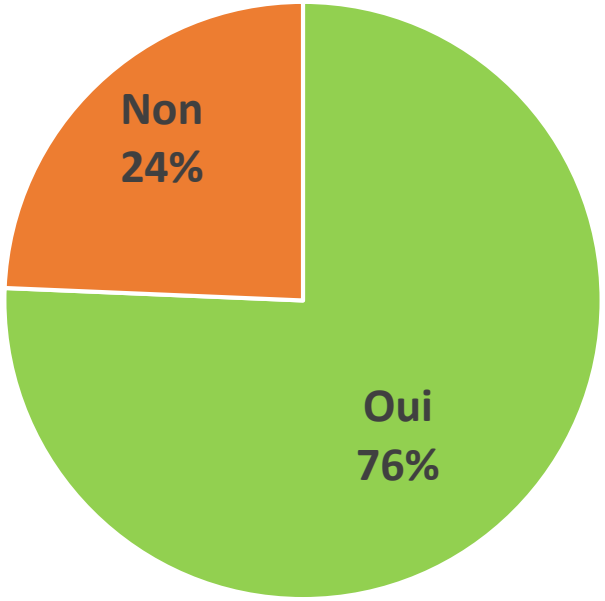
*Part questionnaires collectés « **visiteurs internationaux** » : **0,9%***

*Selon le protocole d'enquête habituel, **redressement statistiquement** en fonction de la répartition de fréquentation par **château** et par **période** (périodes pré-vacances/vacances) durant l'opération « Noël au Pays des Châteaux »*

2- ANALYSE DE LA CLIENTÈLE

2-1- Intérêt de l'événement

Êtes-vous en visite dans le château pour l'opération "Noël au Pays des Châteaux" ?

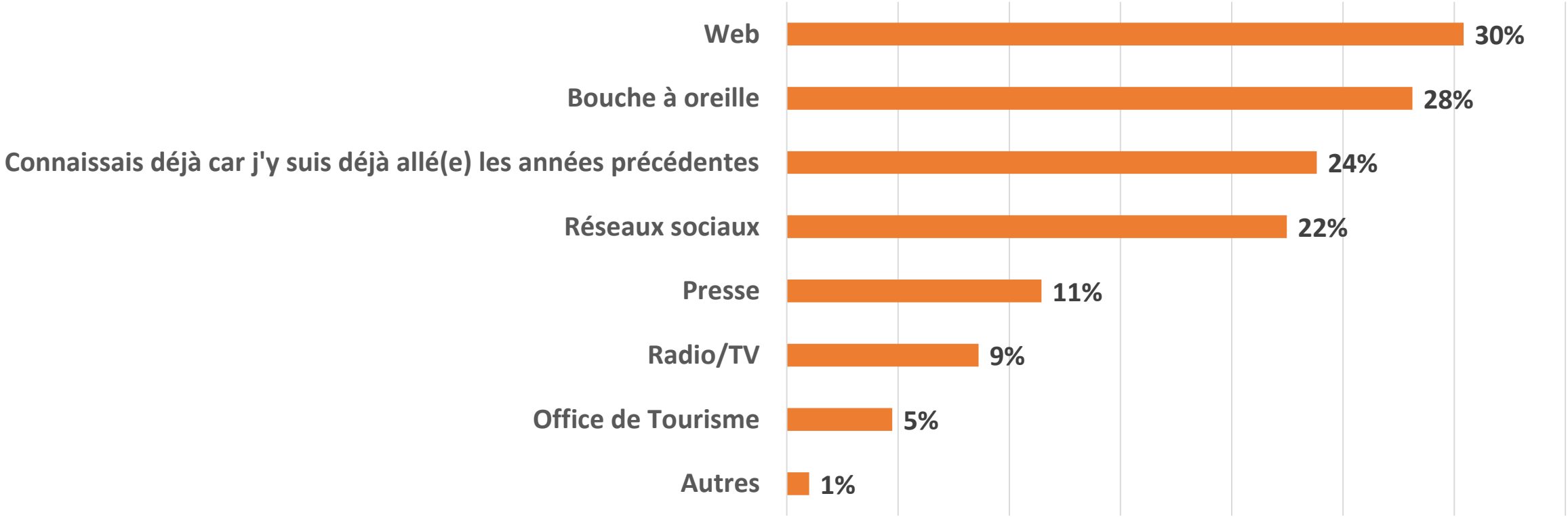


- **Environ 8 visiteurs sur 10** viennent sur site exclusivement pour l'opération NAPDL

2- ANALYSE DE LA CLIENTÈLE

2-2- Connaissance de l'événement

Comment avez-vous connu "Noël au Pays de Châteaux" (plusieurs réponses possibles) ?



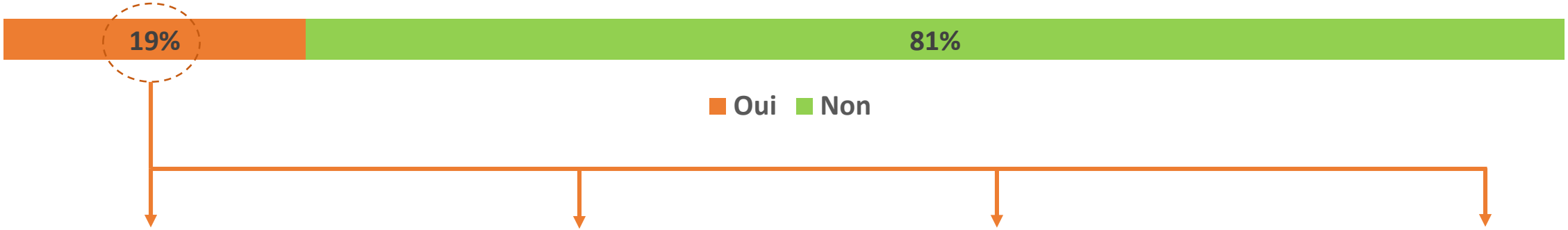
- Efficacité des **outils digitaux «** web/réseaux sociaux » (**52%**) et du **bouche à oreille (28%)**

2- ANALYSE DE LA CLIENTÈLE

2-3- PASS Noël au Pays des Châteaux

Nb PASS vendus
4267

Êtes-vous détenteur/trice d'un PASS "Noël au Pays des Châteaux" ?



***Si oui**, quel PASS ?*

Type de PASS	Part en %
PASS 3 châteaux	**65%**
PASS 5 châteaux	22%
PASS 7 châteaux	13%

***Si oui, où** l'avez-vous acheté ?*

Lieu	Part en %
Sur le web	**85%**
Dans un OT	15%

***Si oui, quand** l'avez-vous acheté ?*

Date	Part en %
Après le 30/11	**60%**
Avant le 30/11	40%

***Si oui**, saviez-vous que vous bénéficiez d'**offres exclusives** ?*

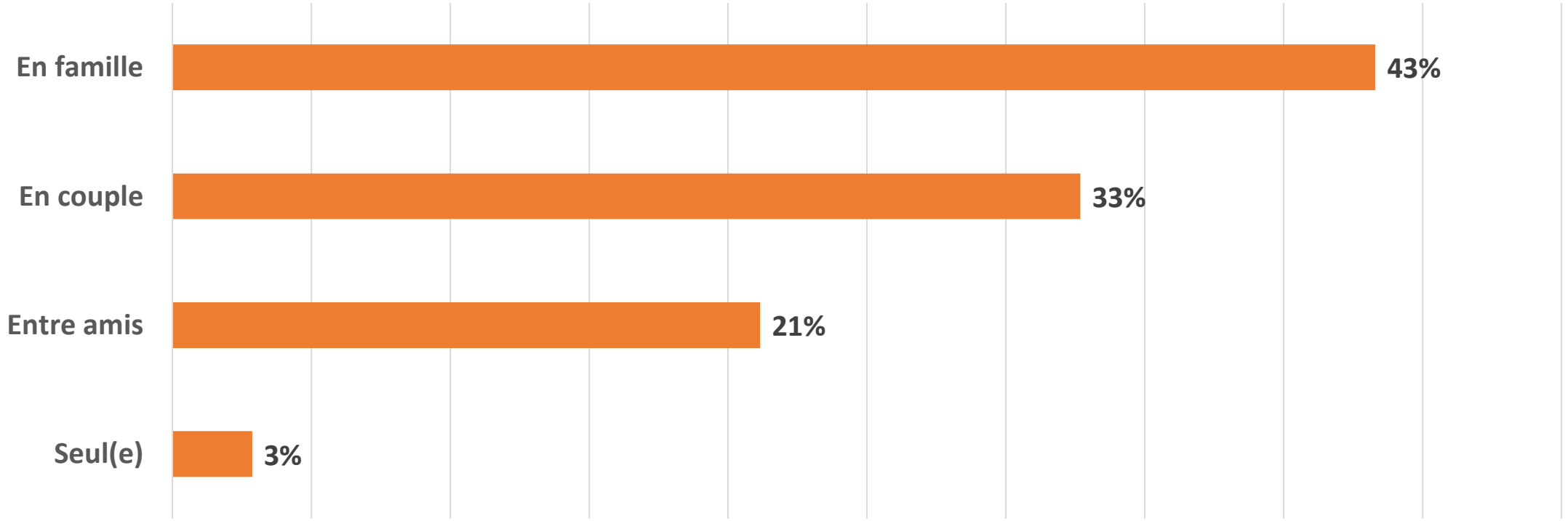
Réponse	Part en %
Oui	48%
Non	**52%**

- **19%** des visiteurs interrogés sont munis d'un PASS NAPDC

2- ANALYSE DE LA CLIENTÈLE

2-4-identité des visiteurs *> composition*

Votre visite s'effectue-t-elle ?



- Les **familles** sont la première clientèle de l'opération NAPDC **(43%)**

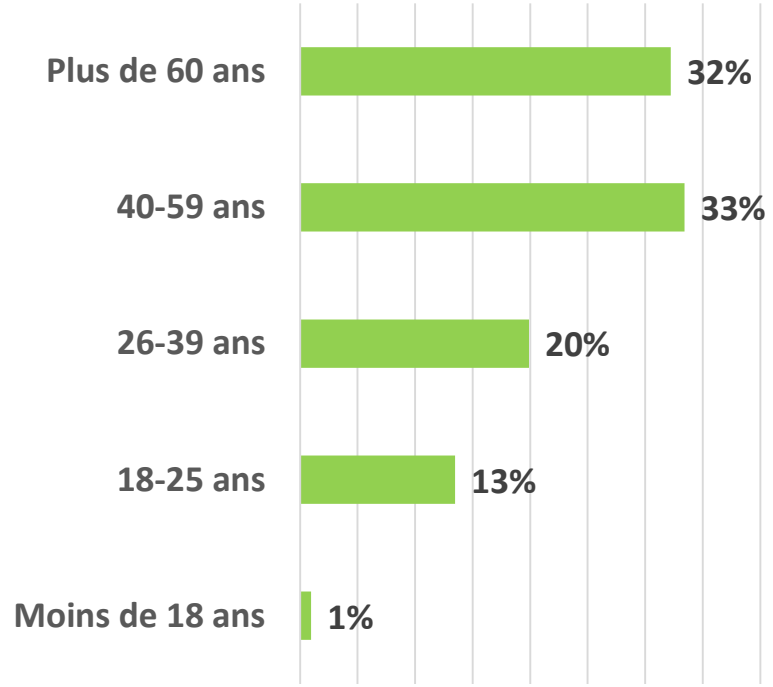
2- ANALYSE DE LA CLIENTÈLE

2-4-identité des visiteurs > *Catégorie Socio-Professionnelles (CSP) et âge*

CSP



Age

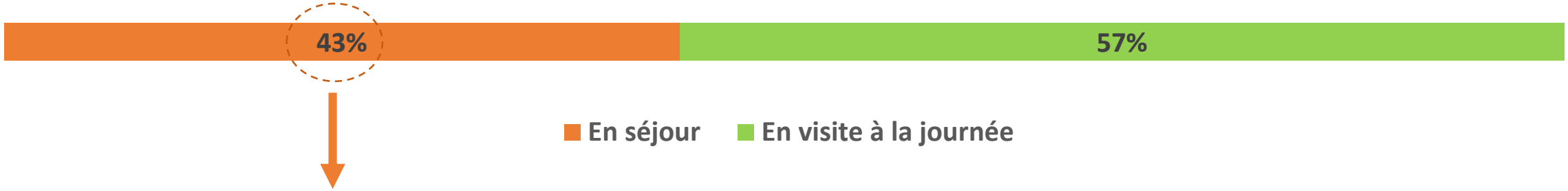


- **Un peu moins d'un tiers** des visiteurs interrogés en visite pour NAPDC sont des **retraités**
- **65%** des visiteurs ont plus de **40 ans**

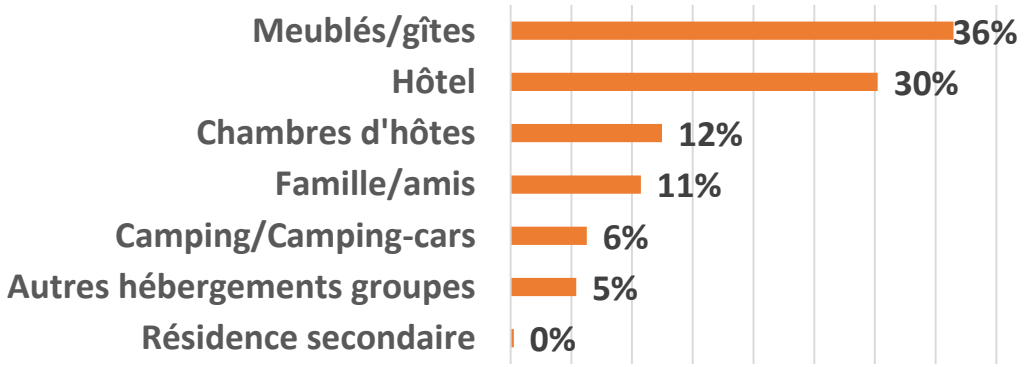
2- ANALYSE DE LA CLIENTÈLE

2-5-séjour touristique

Êtes-vous en visite à la journée ou en séjour ?



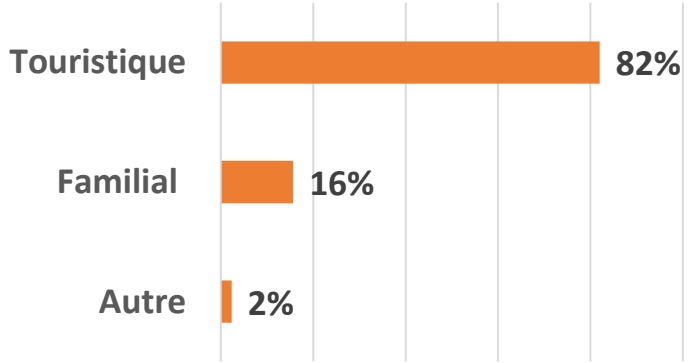
Type d'hébergement réservé
(plusieurs réponses possibles)



Nb moyen de nuits réalisées durant le séjour

3 nuits

Motif du séjour

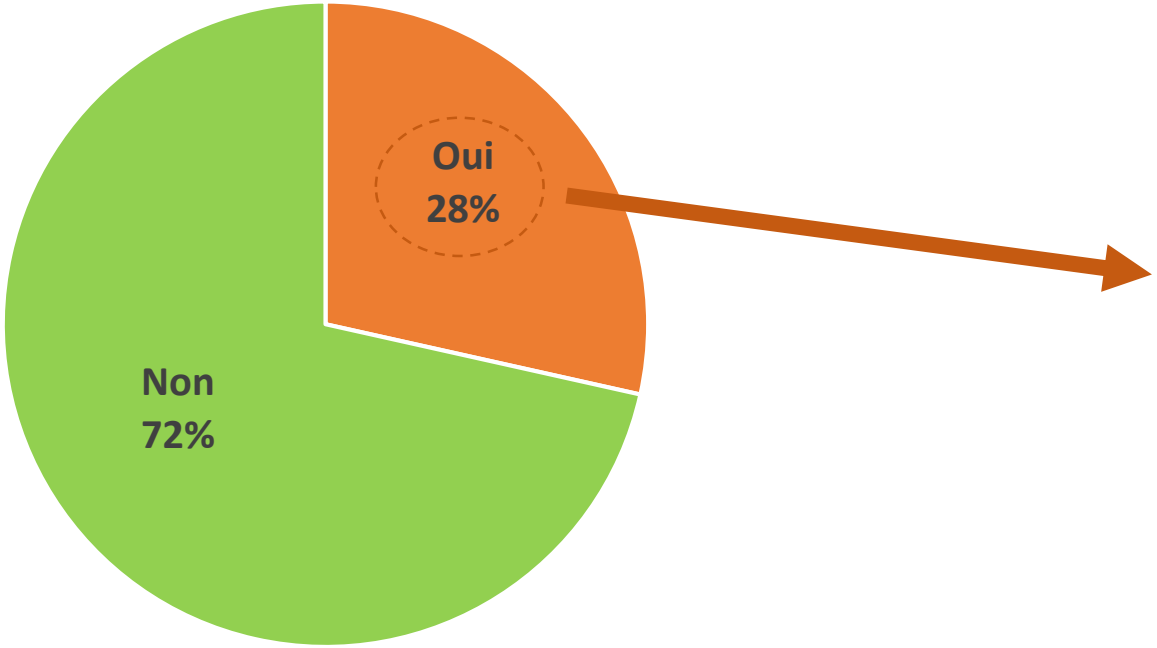


- **Environ 4 personnes sur 10** interrogés venus dans le cadre de NAPDC sont **en séjour**

2- ANALYSE DE LA CLIENTÈLE

2-6-Après la visite

Avez-vous l'intention de visiter d'autres lieux ou de pratiquer d'autres activités que "Noël au Pays des Châteaux", à l'occasion de votre venue ?



Si oui, quel(s) lieux / quelle(s) activité(s) ?

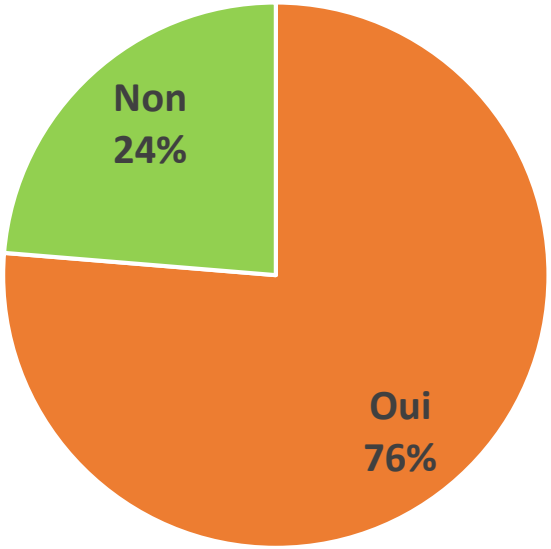
Lieux principalement mentionnés	
1	Marchés de Noël
2	Visite de villes et villages
3	Château de Chambord
4	Château de Chenonceau
5	Ville de Tours
6	Autres châteaux
7	Caves viticoles
8	Restaurants

- **Environ 3 personnes sur 10** interrogées envisagent **d'effectuer d'autres visites et/ou réaliser d'autres activités** à l'occasion de leur venue pour NAPDC

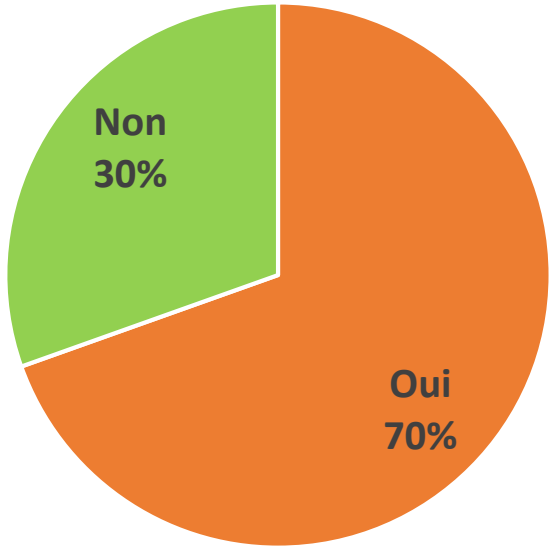
2- ANALYSE DE LA CLIENTÈLE

2-6-Après la visite

Envisagez-vous de revenir en Touraine pour "Noël au Pays des Châteaux" ?



Envisagez-vous de visiter la Touraine à une autre période de l'année ?

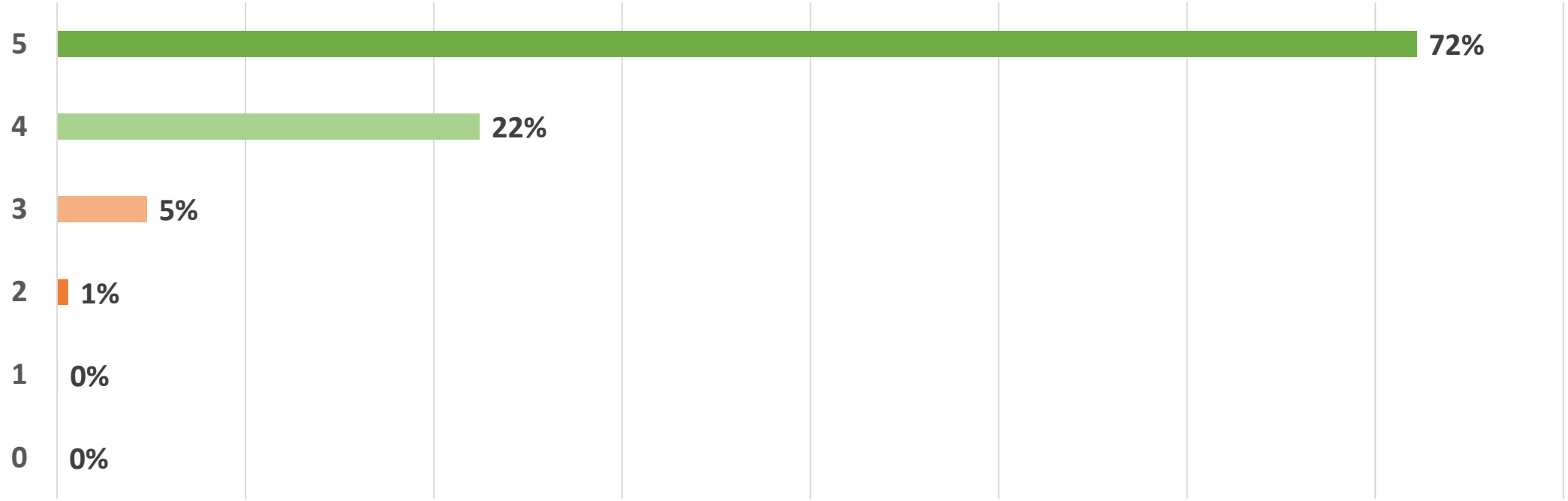


- Après la visite du site, **76%** des visiteurs interrogés envisagent de **revenir dans le cadre de l'édition NAPDC 2025**
- Suite à leur visite, **70%** des visiteurs interrogés envisagent **de visiter la Touraine une autre période de l'année**

2- ANALYSE DE LA CLIENTÈLE

2-7-Satisfaction > *satisfaction globale*

Êtes-vous satisfait(e) de votre visite (attribuez une note sur une échelle de 0 à 5) ?

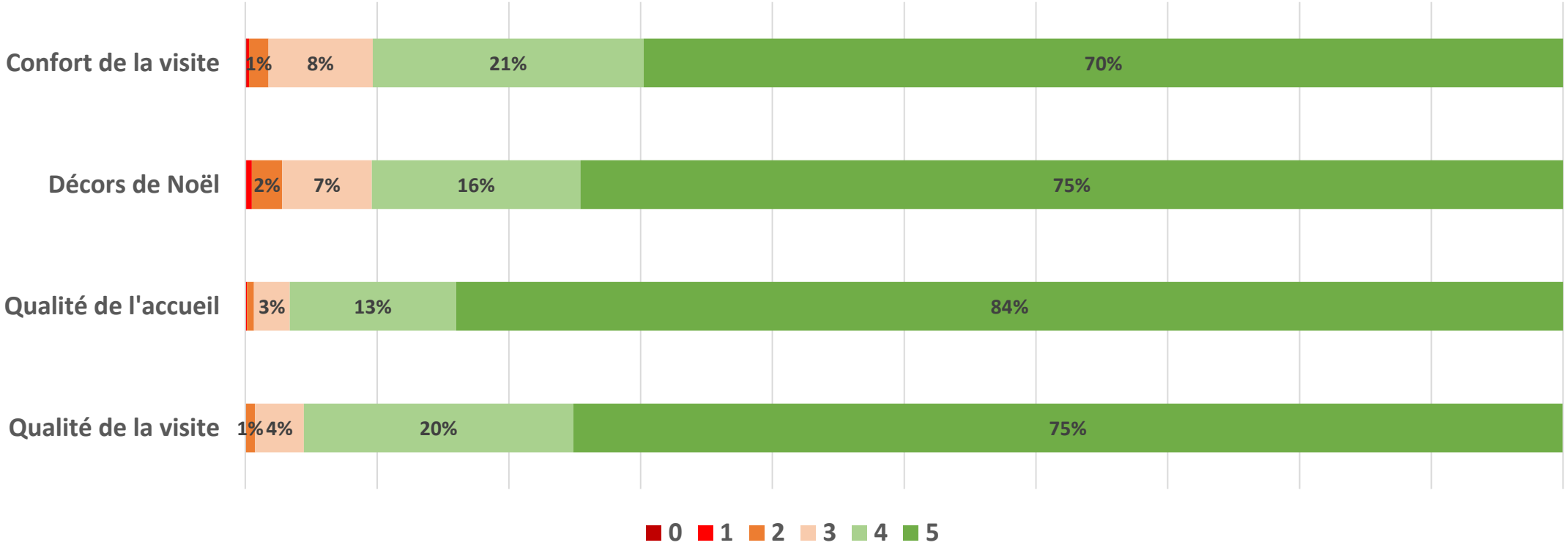


- Environ **7 personnes sur 10** attribuent une note de **5/5** à la fin de leur visite
- **6%** des visiteurs attribuent une note **inférieure à 3/10** à la fin de leur visite

2- ANALYSE DE LA CLIENTÈLE

2-7-Satisfaction > *satisfaction par thématique*

Êtes-vous satisfait(e) de votre visite (attribuez une note sur une échelle de 0 à 5) ?



2- ANALYSE DE LA CLIENTÈLE

2-8-Motifs de satisfaction et d'insatisfaction

Questions ouvertes posées aux visiteurs

Touraine Val de Loire
Ici, vivre est un art



SATISFACTION

69% *des visiteurs ont émis un motif de satisfaction*

Les principaux motifs de satisfaction	
1	Les décors (beauté, authenticité…)
2	La scénographie
3	Bon accueil au château
4	Visite d'un château en nocturne
5	Propreté des sites



INSATISFACTION

31% *des visiteurs ont émis un motif d'insatisfaction*

Les principaux motifs d'insatisfaction	
1	Manque de décorations dans les extérieurs
2	Signalétique de la visite
3	Le froid dans les pièces
4	Absence de restauration
5	Horaires trop peu tardifs
6	Visite peu agréable lorsque forte affluence

2- ANALYSE DE LA CLIENTÈLE

2-9-Suggestions

Question ouverte posée aux visiteurs

Part de visiteurs interrogés proposant des suggestions : **19%**

Principales suggestions proposées	
1	Revoir la signalétique sur le parcours de visite
2	Allumer les cheminées
3	Ouvrir les châteaux plus tard dans la journée
4	Implantation de lieux pour boire et/ou manger
5	Encore plus de décorations, notamment dans les extérieurs
6	Mettre une ambiance musicale