

**OPERATION PROVENCE DES LAVANDES :**  
**Evaluation de la satisfaction des visiteurs lors de l'organisation du**  
**champ de lavande à Bruxelles, du 16 au 18 juin 2006**

**Note introductive :**

L'analyse présentée dans ce document est tirée de l'enquête de satisfaction réalisée sur la Grand Place de Bruxelles du 16 au 18 juin 2006, dans le cadre de l'opération de promotion « Provence des Lavandes ». Les interviews ont été effectuées aux sorties du champ, à l'issue des visites (*cf. annexe : le questionnaire administré*).

Plus de 100 visiteurs ont été interrogés en face à face par le personnel de l'Agence de Développement Touristique des Alpes de Haute-Provence (ADT 04) pendant les 3 jours de l'événement. Du fait du nombre limité de personnes interrogées, il convient de préciser que la marge d'erreur des résultats diffusés dans ce document oscille entre 3 et 10 points.

La mise en place de cette étude a été confiée à Florane Perez, étudiante en licence MACO à l'IUT de Digne-les-Bains, missionnée par le Service Promotion et Action Commerciale (SPAC) de l'ADT 04. Les résultats ont été traités et analysés par les techniciens du Service Etudes et Développement (SED) de la structure. L'ensemble de ce travail a été supervisé par José-Pierre CHOLVY, consultant auprès de l'Agence de Développement Touristique des Alpes de Haute-Provence.

<b>I. Quelques précisions sur le profil des personnes interrogées</b>	<b>__ P2</b>
<b>II. Le déroulement de la manifestation</b>	<b>__ P3</b>
<b>III. Focus sur les Alpes de Haute-Provence</b>	<b>__ P5</b>
<b>IV. Pour aller plus loin dans l'analyse</b>	<b>__ P6</b>
<b>Annexe</b>	<b>__ P7</b>



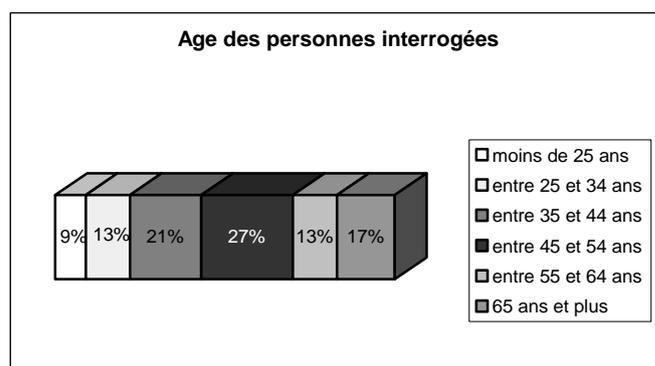
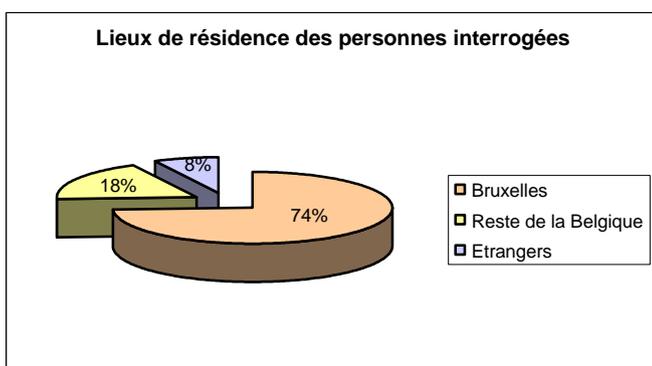
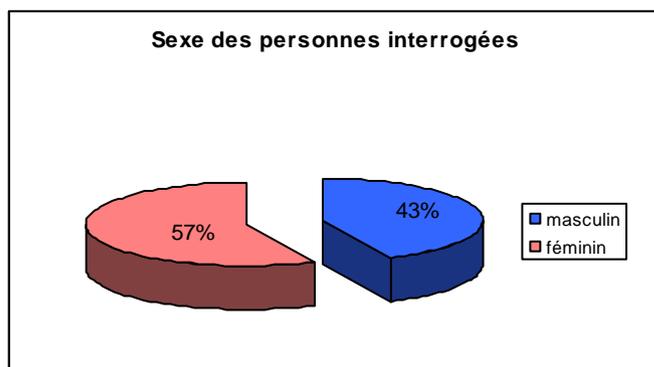
## I. QUELQUES PRECISIONS SUR LE PROFIL DES PERSONNES INTERROGÉES

### ▪ Origine, âge et sexe des personnes interrogées

Près de 3 personnes interrogées sur 4 sont originaires de l'agglomération bruxelloise. Seulement, 8% d'étrangers, présents à Bruxelles au cours des trois jours de l'évènement, ont été interrogés.

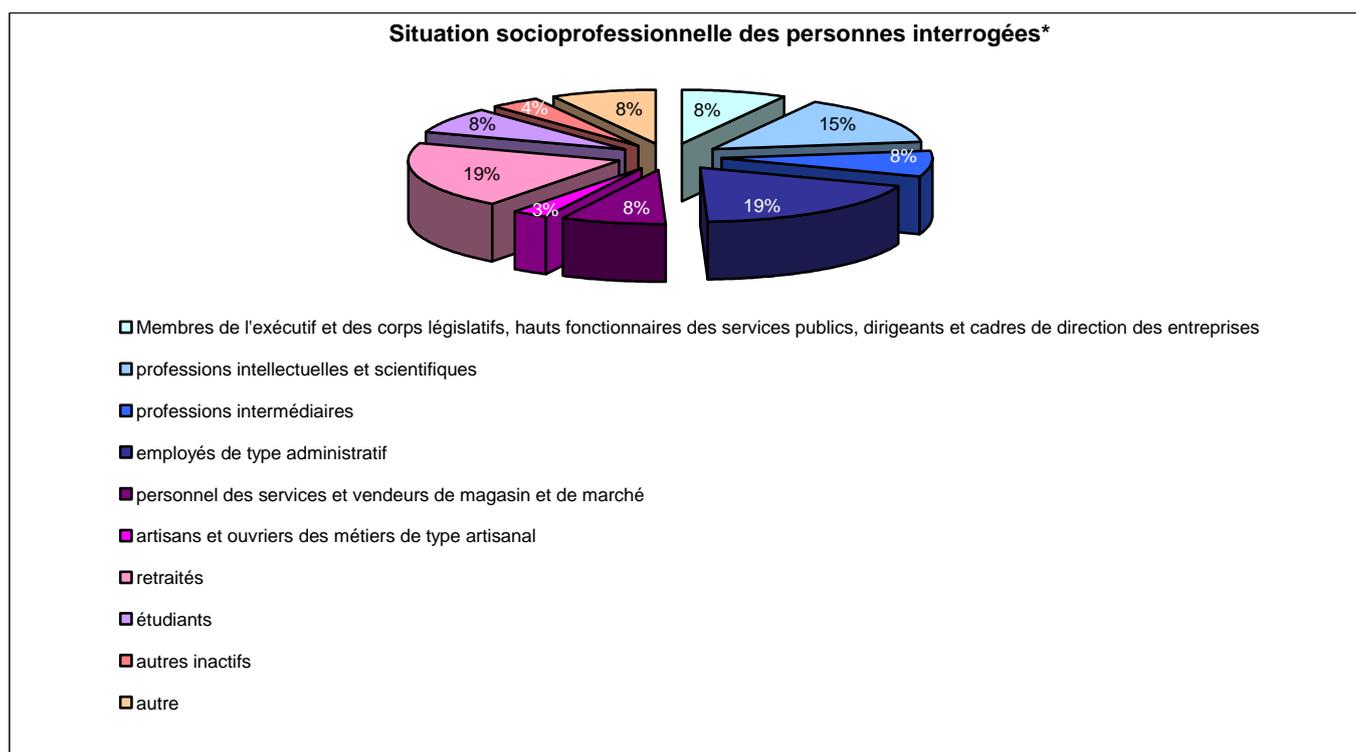
Près de la moitié des visiteurs interrogés (48% exactement) ont entre 35 et 54 ans et 35% ont 55 ans et plus.

Une forte majorité de femmes a été interviewée (57% exactement).



### ▪ Situation socioprofessionnelle des personnes interviewées

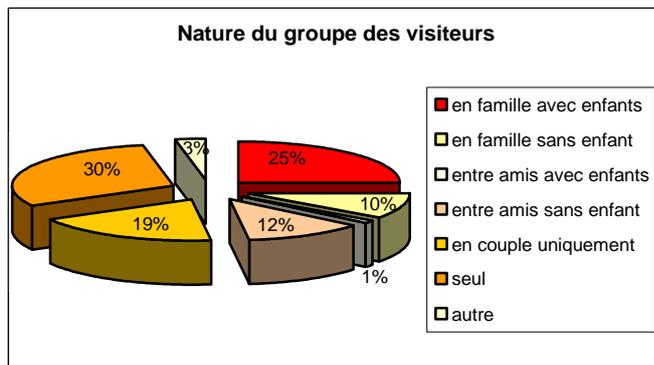
Au regard de la situation socioprofessionnelle des personnes interrogées, on constate une forte proportion d'employés de type administratif (19%) ainsi que de retraités ou pensionnés (19%). De nombreux individus exerçant des professions intellectuelles et scientifiques ont également été interviewés (15%).



\* Classification établie selon Ramon, *Serveur de Nomenclatures d'Eurostat*, 2006

▪ **Nature et taille du groupe de visiteurs**

Sur 10 personnes : 3 sont venues seules, 2 en couples, 3 en familles (avec ou sans enfants) et 2 entre amis (avec ou sans enfants).  
En moyenne, les visiteurs sont venus par groupe de 2 ou 3.



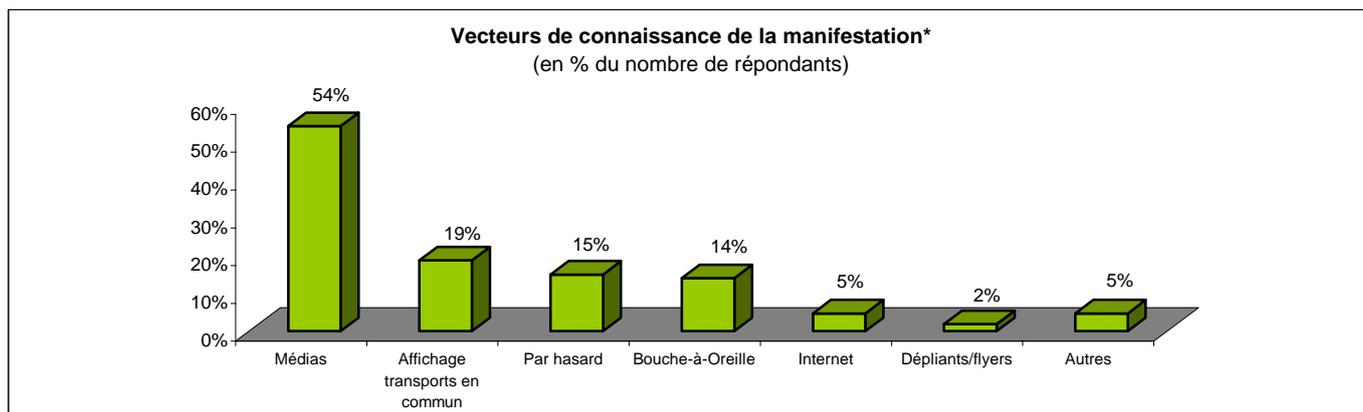
▪ **Durée de la visite sur le champ**

Plus de 2 visiteurs sur 3 sont restés moins d'1/2 heure sur le champ. En outre, près d'1/4 des personnes interrogées sont restées entre 1/2 heure et 1 heure.

**II. LE DEROULEMENT DE LA MANIFESTATION**

▪ **Les vecteurs d'information relatifs à l'évènement**

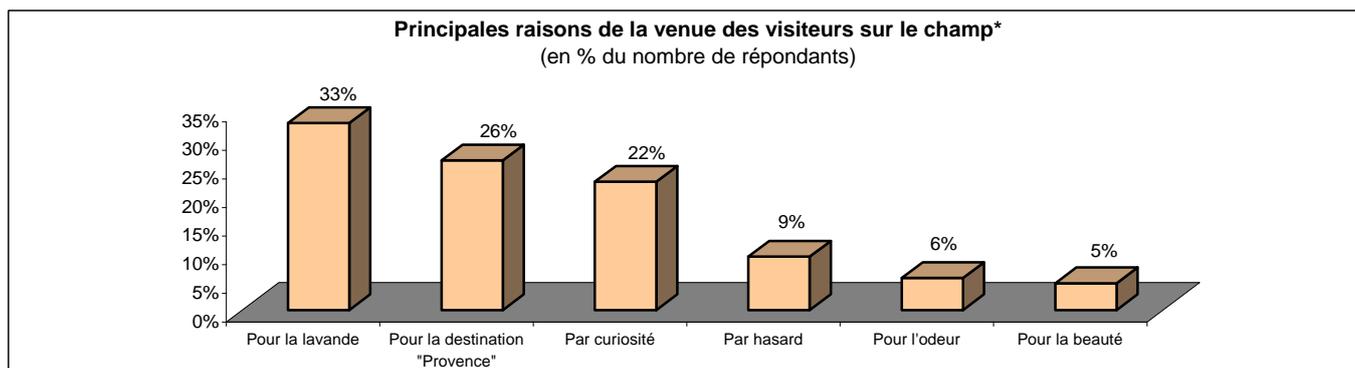
Plus de la moitié des visiteurs ont eu connaissance de la manifestation par les médias (télévision, radio, presse écrite). L'affichage dans les transports en commun (métro, bus, tramway) a également fortement incité les visiteurs à venir comme l'a fait remarquer 1 visiteur sur 5. Enfin, de nombreuses personnes sont venues par hasard ou par bouche-à-oreille.



\* Plusieurs réponses ont pu être données par une même personne

▪ **Les motifs de visite sur le champ**

1 interviewé sur 3 a cité la lavande comme facteur motivant leur visite du champ. Un peu plus d'1 visiteur sur 4 est venu pour la destination « Provence ». Si certains disent être venus par curiosité ou par hasard, d'autres se sont laissés guider par leurs sens, « pour l'odeur » ou « pour la beauté » du champ.



\* Plusieurs réponses ont pu être données par une même personne

## ▪ La satisfaction des visiteurs

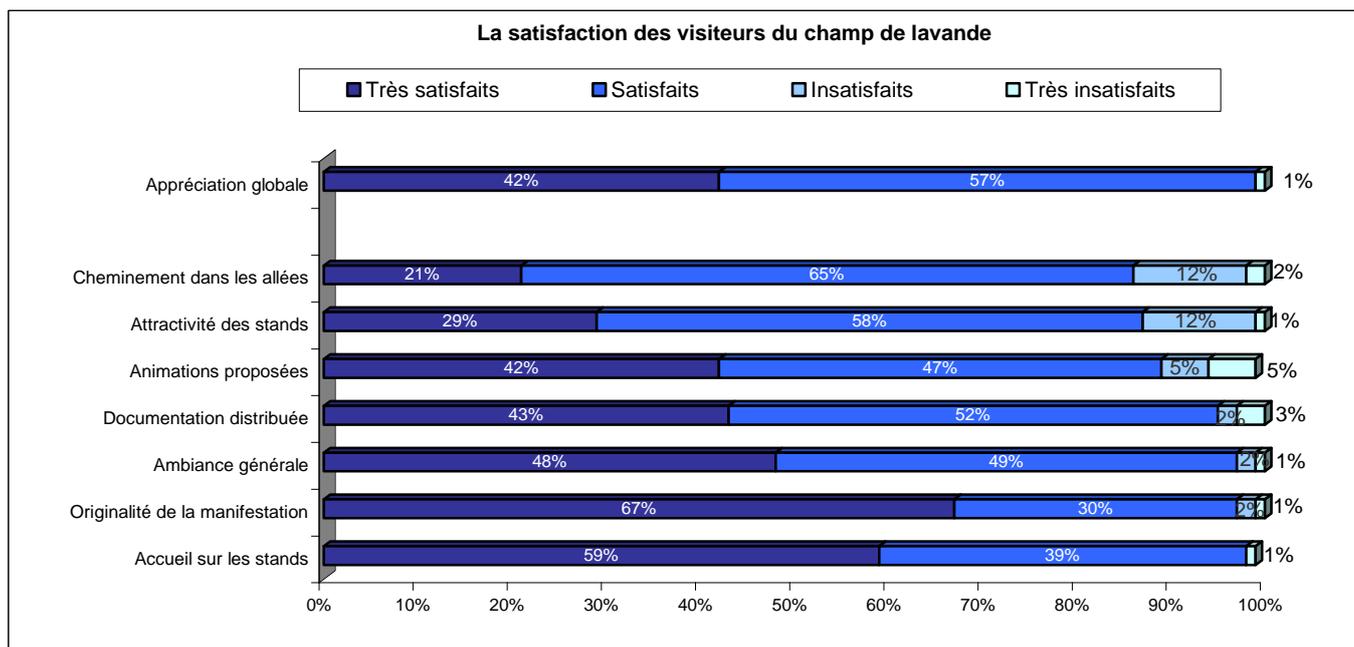
Au regard du graphique présenté ci-dessous, on constate « un bon niveau de satisfaction » des visiteurs du champ de lavande. En effet, quel que soit le critère choisi (ambiance, originalité de la manifestation, documentation distribuée, ...), le « pourcentage de visiteurs satisfaits » ne descend pas en dessous de 86%.

Les domaines les moins bien appréciés par les visiteurs de l'évènement sont :

- le cheminement dans les allées (86%),
- l'attractivité des stands (87%),
- les animations proposées (89%).

De manière générale, presque la totalité des personnes interrogées est très satisfaite voir assez satisfaite de l'opération « Provence des Lavandes ».

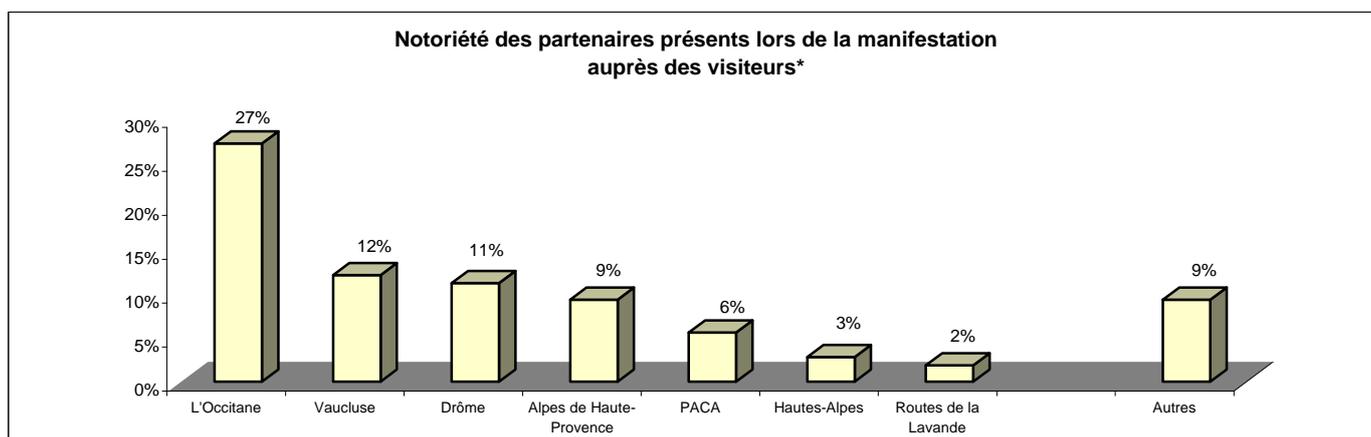
Au niveau des remarques les plus souvent formulées, de nombreux visiteurs ont regretté l'absence de cigales, de produits locaux à déguster (pastis, spécialités provençales, ...) ou encore le manque de possibilités offertes pour réserver son séjour en direct dans les stands proposés.



## ▪ La notoriété des partenaires présents

Moins de la moitié des visiteurs (44% exactement) ont souvenir, après leur visite du champ, des acteurs présents dans les différents stands. On peut donc dire qu'ils ont une lisibilité limitée sur les organisateurs de la manifestation.

Parmi les partenaires présents, l'Occitane en Provence est la structure ayant marquée le plus les esprits des personnes interrogées car près d'1/3 des visiteurs interrogés l'ont citée. Au niveau des destinations, le Vaucluse, la Drôme puis les Alpes de Haute-Provence sont les destinations les plus souvent citées par les visiteurs interrogés alors que les Hautes-Alpes sont en retrait.



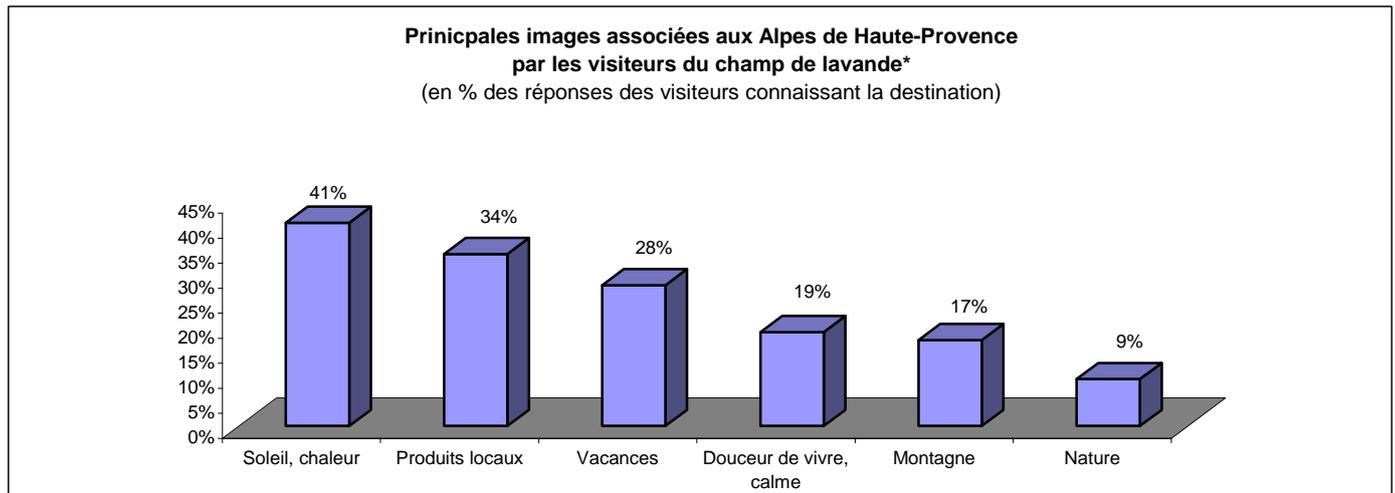
\* Plusieurs réponses ont pu être données par une même personne

### III. FOCUS SUR LES ALPES DE HAUTE-PROVENCE

Près de 2 visiteurs interrogés sur 3 au cours de l'évènement ont déjà entendu parler des Alpes de Haute-Provence ce qui atteste d'une notoriété non négligeable du département auprès des clientèles présentes sur la manifestation.

#### ▪ **Notoriété de la destination « Alpes de Haute-Provence »**

Près des deux tiers des visiteurs interrogés connaissent les Alpes de Haute-Provence. Parmi ceux-ci, de nombreuses personnes associent cette destination au soleil et à la chaleur, à des produits locaux (lavande, pastis, ...) ou encore aux vacances. Le calme, la douceur de vivre, la montagne ou encore la nature sont d'autres images véhiculées par les Alpes de Haute-Provence aux yeux des visiteurs.



*\* Plusieurs réponses ont pu être données par une même personne*

Pour 3 visiteurs sur 4 qui connaissent les Alpes de Haute-Provence, le lien entre la destination et la lavande vient naturellement.

3 visiteurs interrogés sur 10 sont déjà *venus* dans les Alpes de Haute-Provence. Les lieux de séjour les plus fréquemment cités par ceux-ci sont : Sisteron, Digne-les-Bains, Castellane, Barcelonnette, Forcalquier, Moustiers-Sainte-Marie, Manosque. La Haute-Provence et le Verdon sont les destinations les plus fréquentées par les personnes interrogées.

#### ▪ **Impact de la manifestation sur la fréquentation de la destination Alpes de Haute-Provence**

##### **Impact auprès des personnes étant déjà venues dans le département (2 visiteurs interrogés sur 3) :**

80% des personnes ayant déjà séjourné dans les Alpes de Haute-Provence ont l'intention d'y revenir prochainement. Toutefois, pour plus de la moitié d'entre elles, l'Opération Provence des Lavandes n'est pas l'élément déclencheur qui leur en a donné l'envie.

##### **Impact auprès des personnes n'étant jamais venues dans le département (1 visiteur interrogé sur 3) :**

L'opération Provence des Lavandes a donné envie à 83% des visiteurs qui ne connaissent pas le département d'y venir. Ce taux atteint 96% auprès des visiteurs qui connaissent le département mais qui n'y sont jamais venus.

### IV. POUR ALLER PLUS LOIN DANS L'ANALYSE

Au regard des appréciations données par les visiteurs, on peut dire que **l'organisation d'un champ de lavande sur la Grand Place de Bruxelles fut une réussite** comme en atteste la satisfaction générale des personnes interrogées à la suite de leur visite.

**La communication des Alpes de Haute-Provence autour de la lavande est confortée** par le lien naturel qu'établissent les personnes interviewées entre la destination et cette culture.

L'interrogation des visiteurs au cours de l'opération « Provence des Lavandes » a permis de cibler 3 types de clientèles pour la destination Alpes de Haute-Provence.

On distingue tout d'abord les « **habitués de la destination** » (35% des visiteurs interrogés). Ils connaissent les Alpes de Haute-Provence pour y être déjà venus et séjournent généralement en Haute-Provence ou dans le Verdon. La plupart d'entre eux ont l'intention de revenir dans le département même si ce n'est pas l'opération « Provence des Lavandes » qui leur en a donné l'envie.

Une autre part importante des visiteurs interrogés est composée de personnes qui connaissent le territoire par les médias, la bouche-à-oreille, mais qui n'y sont jamais venus. L'organisation du champ de lavande à Bruxelles a donné envie à la quasi-totalité de ces personnes de découvrir ce territoire. On peut donc parler de « **connaisseurs convaincus** » (30% des visiteurs interrogés).

Enfin, un dernier type de touriste potentiel a été identifié. Il s'agit de personnes qui ne connaissaient pas la destination avant leur visite du champ et qui pour une majorité d'entre eux sont convaincus de l'attrait des Alpes de Haute-Provence et envisagent la possibilité d'y venir un jour. Ces individus peuvent être qualifiés de « **clientèles démarchées** » (35% des visiteurs interrogés).

Il est difficile d'avoir une véritable lisibilité sur les impacts directs de l'Opération Provence des Lavandes sur la fréquentation des Alpes de Haute-Provence. Néanmoins, il est important de signaler qu'au cours des trois premières vagues de la conjoncture estivale (de mi mai à mi juin, de mi juin à mi juillet et de mi juillet à mi août), visant à recueillir l'opinion de différents prestataires touristiques du département sur le déroulement de la saison, une augmentation de la fréquentation de la clientèle belge a été globalement observée.

Bonjour,

Nous souhaiterions évaluer votre satisfaction concernant l'organisation du champ de Lavande. Accepteriez-vous de nous accorder 5 minutes de votre temps pour répondre à nos questions ?

Jour : 16/06 17/06 18/06

Heure : 10h/12h 12h/14h 14h/16h 16h/18h 18h/20h 20h/22h

**Le champ (animation et documentation)**

1) Comment avez-vous eu connaissance de cette manifestation ?

- Presse  Radio  TV  Affichage Métro  Thalyscope  
 Dépliants/flyers  Internet  Par hasard  Bouche à oreille  Affichage bus  
 Autres, précisez :

2) Quelles sont les raisons qui vont ont poussé à venir aujourd'hui ?

- La lavande  Les animations  La destination « Provence »  La curiosité  
 Par hasard  Autres, précisez :

3) Combien de temps êtes-vous resté dans le champ?

- ¼ heure  ¼ heure – ½ heure  ½ heure- 1 heure  1h – 2h  2h et +

Concernant la visite, pourriez-vous donner votre niveau de satisfaction sur les éléments suivants:

	Très satisfait	Assez satisfait	Assez insatisfait	Très insatisfait
4) Accueil sur les stands	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5) Documentation distribuée	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6) Attractivité des stands	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7) Animations proposées	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8) Cheminement dans les allées	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9) Originalité de la manifestation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10) Ambiance générale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11) Appréciation globale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**La destination**

12) Avez-vous souvenir de quelques acteurs présents sur les stands?

- Oui  Non (passer à la question 19)

13) Si oui, lesquels ?

- 04 05 26 84  ONIPPAM Routes de la lavande Occitane Autre(s), précisez :

14) Aviez-vous déjà entendu parler des Alpes de Haute-Provence avant cette manifestation ?

- 1 Oui  Non (passer à la question 19)

15) Si oui, comment les avez-vous connu ?

- Presse  Radio  TV  Bouche à oreille  Pour y être passé  Internet  
 Autre(s), précisez :

16) Quelle image associez-vous à cette destination?

17) Le lien entre les Alpes de Haute-Provence et la lavande vous vient-il naturellement?

- Oui  Non  Ne sait pas

18) a- Etes-vous déjà allé en vacances dans les Alpes de Haute-Provence ?

- Oui  Non (passer à la question 19)

b- Si oui, où était-ce exactement?

c- Avez-vous l'intention de revenir prochainement dans les Alpes de Haute-Provence?

- Oui  Non

d- Si oui, cette manifestation a-t-elle été l'élément déclencheur qui vous en a donné envie ?

- Oui  Non

- 19) Si non à la question 18-a, cette opération vous donne-t-elle envie d'y aller ?  
 Oui, certainement                       Oui, probablement                       Non, probablement pas  
 Non, certainement pas                       Ne sait pas

**Les personnes interrogées**

20) Sexe :  Masculin                       Féminin

21) Résidez-vous à Bruxelles ou aux alentours?  
 Oui                       Non

22) Si non, d'où venez-vous ?

23) Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?  
 Moins de 18 ans                       Entre 18 et 24 ans                       Entre 25 et 34 ans                       Entre 35 et 44 ans  
 Entre 45 et 54 ans                       Entre 55 et 64 ans                       65 ans et +

24) Quelle est votre profession?  
 Membres de l'exécutif et des corps législatifs, hauts fonctionnaires des services publics, dirigeants et cadres de direction des entreprises  
 Professions intellectuelles et scientifiques  
 Professions intermédiaires  
 Employés de type administratif  
 Personnel des services et vendeurs de magasin et de marché  
 Agriculteurs et ouvriers qualifiés de l'agriculture et de la pêche  
 Artisans et ouvriers des métiers de type artisanal  
 Forces armées  
 Conducteurs d'installations et de machines et ouvriers de l'assemblage  
 Ouvriers et employés non qualifiés  
 Retraités  
 Etudiants  
 Autres inactifs  
 Autre, précisez :

25) Etes-vous venus :  
 En famille avec enfants     En famille sans enfants     Entre amis avec enfants                       Entre amis sans enfants  
 En couple uniquement     Seul                       Autre(s) groupes, précisez :

26) Si vous êtes venus en groupe, combien étiez-vous ?

27) Cette fois-ci comprise, combien de fois pensez-vous traverser ce champ ?  
 1 fois     2 fois     3 fois     + de 3 fois

28) Avez-vous des remarques ou suggestions concernant votre visite ?

29) Si vous avez l'intention de partir en Provence, que vous avez besoin d'informations complémentaires sur la destination ou d'offres sur des produits touristiques, souhaiteriez-vous vous identifier afin que l'on vous contacte ultérieurement ?  
 Non                       Oui

Nom :                      Prénom :  
Mail :                      Téléphone :

**Merci de votre participation, et bonne journée !**