



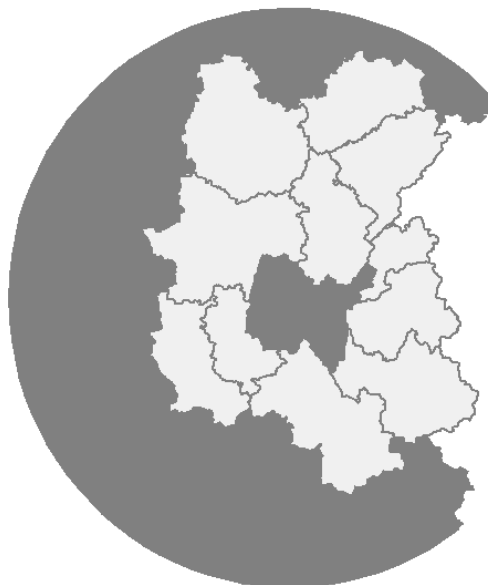
Quelle notoriété Du département de l'Ain ?



octobre 2016

Méthodologie

L'institut de sondage **OpinionWay** a réalisé 1 001 interviews pour Aintourisme auprès d'un échantillon représentatif des cibles prioritaires de la destination Ain, afin de mesurer la notoriété et d'analyser l'image touristique du département.
Les enquêtes se sont déroulées entre le 30 septembre et le 13 octobre 2016.



La notoriété **du département**

72% des sondés connaissent l'Ain
et voient bien de quel département il s'agit



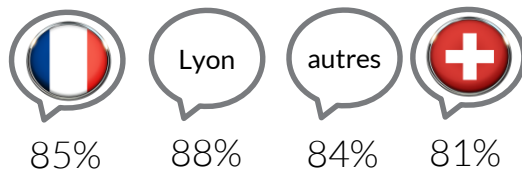
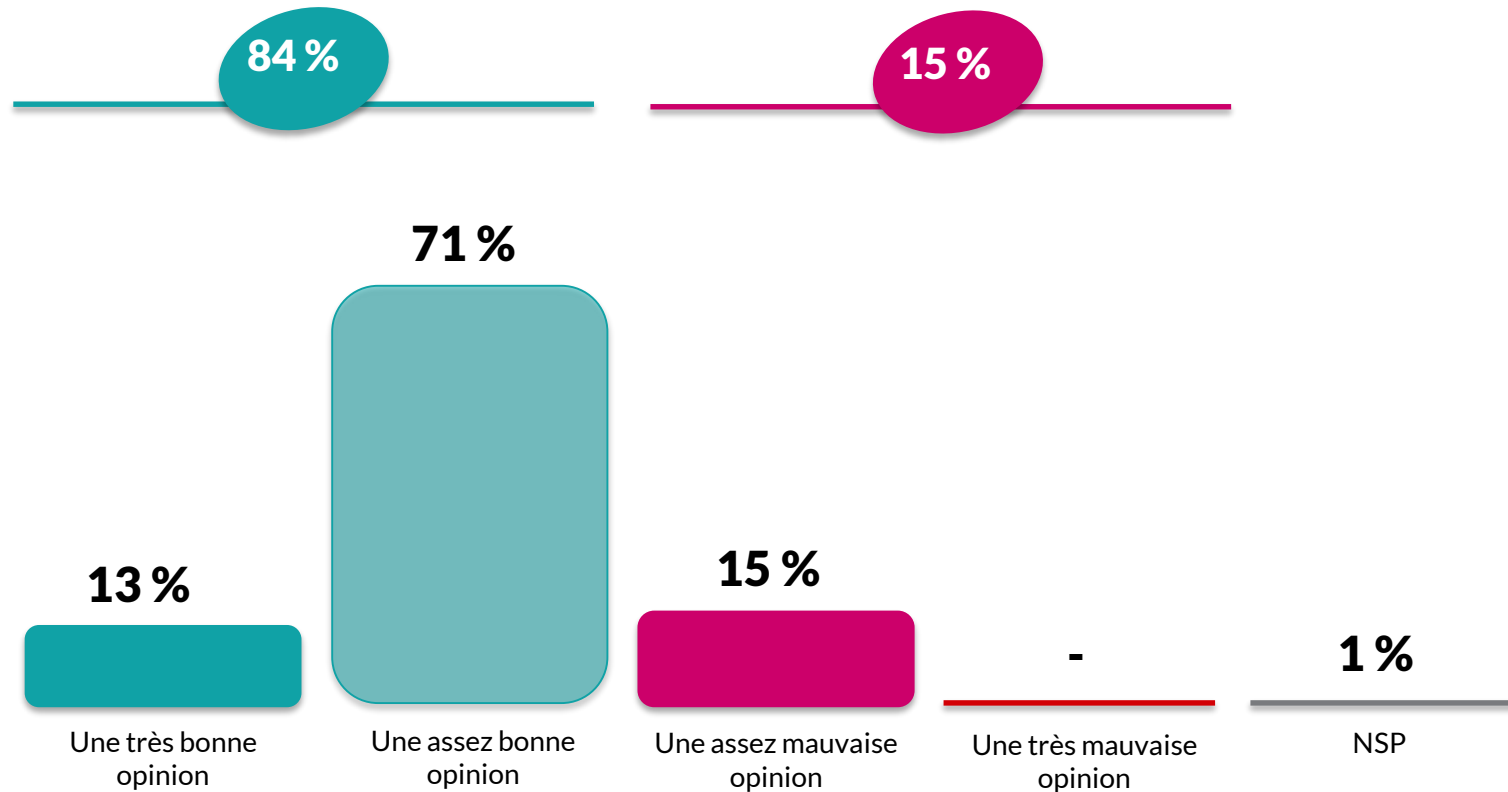
20% des sondés connaissent l'Ain
mais seulement de nom



Taux de perception de l'Ain **comme destination touristique**

Bonne opinion

Mauvaise opinion



L'image **du département**

Un **département** représenté par

1



Sa **ruralité**

2



Sa nature **préservée**

3



Sa **gastronomie**



Sans oublier sa **facilité d'accès**

Ce qui se dit de la concurrence



L' Ain est facile d'accès, industriel, pollué, avec un climat plaisant, dynamique.

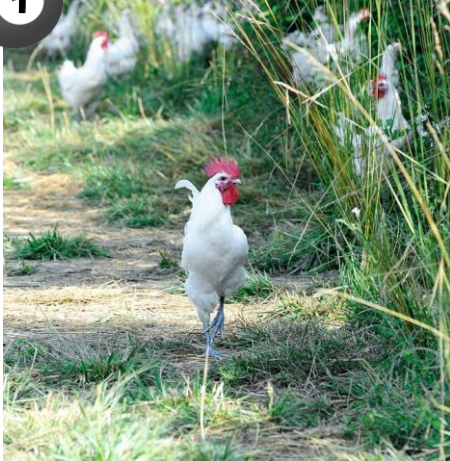


Le Jura a une nature préservée, il est beau, il est isolé, il est idéal pour les activités sportives, il est agréable et accueillant.



Les symboles du département

1



Le poulet **de Bresse**
90%

2



Le **Parc des oiseaux**
79%

3



Divonne-les-Bains
78%

Mais aussi :

Le Lac de Nantua	75%
Les étangs de la Dombes	71%
La Cité médiévale de Pérouges	69%
Les vins du Bugey	69%
La station Monts Jura	67%



Poulet
Parc
Lac et étangs



Lyon
Poulet
Parc
Pérouges



autres
Poulet
Parc
Lac de Nantua



Divonne
Le CERN
Poulet



L'attractivité du département

82 % des sondés se sont déjà rendus dans le département de l'Ain



Lyon

95 %



74 %

69 % plusieurs fois

13 % une seule fois

A l'occasion :

D'une excursion

63 %

D'un week-end

52 %

D'un court séjour

25 %

D'un long séjour

10 %



60 %



69 %



57 %



75 %

54 %

53 %

55 %

41 %

26 %

27 %

26 %

17 %

9 %

9 %

9 %

16 %



82 % sont venus pour des raisons personnelles :

- Faire du tourisme **58 %**
- Visiter des proches (famille/amis) **38 %**

Lyon
72 %

82 % ont l'intention de revenir

Ils ont envie de revenir parce que :

C'est proche de chez eux, ils y ont de la famille/des amis, ils veulent visiter, ils aiment la gastronomie, la nature, les paysages, ils n'ont pas tout découvert, l'Ain est agréable

75 % recommanderaient l'Ain comme destination



Les forces et faiblesses de la destination

Ils plébiscitent

- La durée du trajet et la facilité d'accès
- La restauration et la gastronomie régionale
- La beauté des paysages

Ils veulent améliorer

- Le réseau des transports
- L'offre culturelle (musées/concerts)
- Les activités pour les enfants

Les critères de choix décisifs pour la destination de vacances :

- La beauté des paysages
- Le rapport qualité-prix
- L'offre d'hébergement

Des leviers pour convaincre **les réfractaires**

Ils ne viennent pas dans l'Ain ...

- Par manque **d'intérêt** : aucun attrait, une forte concurrence...
- Par manque de **visibilité** de l'offre : il n'y a rien à faire
- Parce que l'Ain, c'est trop **proche**
- Parce qu'ils sont simplement de **passage**
- Parce qu'ils s'en **lassent**
- Par **méconnaissance** de la destination: un climat rude, une population peu accueillante, des prix peu attractifs...

Les sources d'information pour l'organisation des voyages :

- Les conseils de son entourage
- Le bouche à oreille
- La publicité et les offres promotionnelles



