

---

## Etude éco & profil clients de l'Oise 2019

Oise Tourisme a lancé en 2019 une étude sur les retombées économiques du tourisme dans l'Oise et sur les profils des clientèles actuelles.

L'objectif ? Nous éclairer sur plusieurs interrogations : Quel est le poids du tourisme dans l'Oise ? Qui sont nos clients ? Comment se comportent-ils ? Sont-ils satisfaits ? pour mieux orienter la stratégie touristique de l'Oise.

Avec 6,4% des emplois, le tourisme est une économie à part entière !

### 4 principaux chiffres à retenir



TÉLÉCHARGER L'ÉTUDE (SYNTHÈSE)

### Quels en sont les principaux enseignements ?

---

#### Les excursionnistes, une clientèle dominante

L'étude nous révèle qu'ils sont **9 millions d'excursionnistes** à venir sur le territoire.

Majoritairement Français, ils proviennent essentiellement de l'Île de France et des Hauts-de-France. Ils représentent **55% des dépenses** de consommation.

Et surtout, on constate que ces excursionnistes reviennent souvent dans l'Oise (70% d'entre eux sont déjà venus). Ils sont donc essentiels à l'économie touristique du département.

#### 2 types de clientèles composent le tourisme dans l'Oise

Le tourisme dans l'Oise se caractérise par deux profils de visiteurs très segmentés : d'un côté, **la clientèle des parcs de loisirs** (en famille et/ou entre amis, excursionnistes et souvent déjà venus) et de l'autre, celle des **lieux culturels et patrimoniaux** (en couple, en séjour touristique et souvent primo-visiteurs).

Nous avons donc là, les deux principales motivations de visites : le patrimoine et les parcs d'attractions.

#### L'hébergement non-marchand assure un rôle clef avec 60% des nuitées

**1.5 million de visiteurs** de l'Oise séjournent dans la famille, chez les amis ou en résidence secondaire.

Ces visiteurs résident en moyenne deux fois plus longtemps que les visiteurs en hébergement marchand.

Les **habitants de l'Oise**, en tant qu'hébergeur, jouent donc un **rôle primordial** dans la consommation des restaurants et des lieux de visites ou d'activités.

#### Un bon niveau de satisfaction globale des visiteurs

Le niveau de satisfaction général observé est satisfaisant ; les visiteurs accordent une moyenne de **8.5/10** à la Destination Oise.

Plus finement, on observe une perception proche de l'excellence côté « beauté des forêts », « accueil dans les offices de tourisme » ainsi que « beauté des villes & villages ».

Il reste cependant à progresser sur le fait que notre offre puisse générer le sentiment de vivre des expériences uniques – entendons par là l'effet « Waouh ».



Bon niveau de  
satisfaction des  
visiteurs de l'Oise

## Quels axes de progrès pour le développement touristique de l'Oise ?

**Conforter la clientèle d'excursionnistes** tout en augmentant leur consommation sur place. Cela peut passer par des actions de fidélisation ou des avantages accordés aux clients les plus fidèles. Pour la clientèle type « culturelle », l'enjeu serait plutôt de faciliter la déambulation pour développer les occasions de consommer : enjeu de signalétique, d'aménagement urbain, de valorisation des produits identitaires...

**Créer des passerelles entre les deux types de clientèles**, toujours dans le but de développer les consommations. L'enjeu serait d'inciter les familles venues dans les parcs d'attractions à revenir pour consommer les sites de visite ou les lieux d'activités, à l'occasion d'une nouvelle escapade. Pour réussir ce challenge, il conviendrait d'inciter les parcs d'attractions à promouvoir les lieux touristiques environnant, à condition que ceux-ci proposent un bon niveau d'expérience client.

**Toucher les visiteurs en séjour chez les amis ou en famille par le biais des habitants.** L'idée serait de mettre en place des stratégies de type « ambassadeur » à l'échelle départementale ou des destinations infra-départementales. L'habitant deviendrait alors le prescripteur de son territoire. Le deuxième enjeu serait de mobiliser plus fortement d'autres « accueillants » type restaurateurs, pour développer le tourisme local.

**Développer l'accueil des clientèles étrangères de proximité.** On constate une part des clientèles étrangères relativement faible au regard du potentiel. L'objectif serait de toucher les clientèles étrangères de proximité, notamment Belges, par des actions push vers les relais d'opinion et les distributeurs de produits de « niche » (vélo,...), en complément d'actions de conquête des clientèles étrangères basées sur Paris.



Agence de  
DÉVELOPPEMENT  
TOURISTIQUE

Cette page est extraite du site [www.oisetourisme-pro.com](http://www.oisetourisme-pro.com)