



Définition de la stratégie de développement touristique du Parc Naturel Régional de la Haute Vallée de Chevreuse

Résultats de l'enquête de perception auprès des clients et non-clients



Juin 2015

11, rue Tronchet - 75008 Paris
Tel : 01 40 06 00 22
www.protourisme.com

Le périmètre d'étude est le **Parc naturel régional de la Haute Vallée de Chevreuse**.

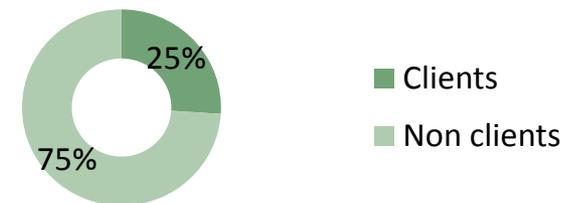


L'enquête a été **réalisée par Internet** sur les mois de mars et avril. Plusieurs sources de contacts ont été utilisées :

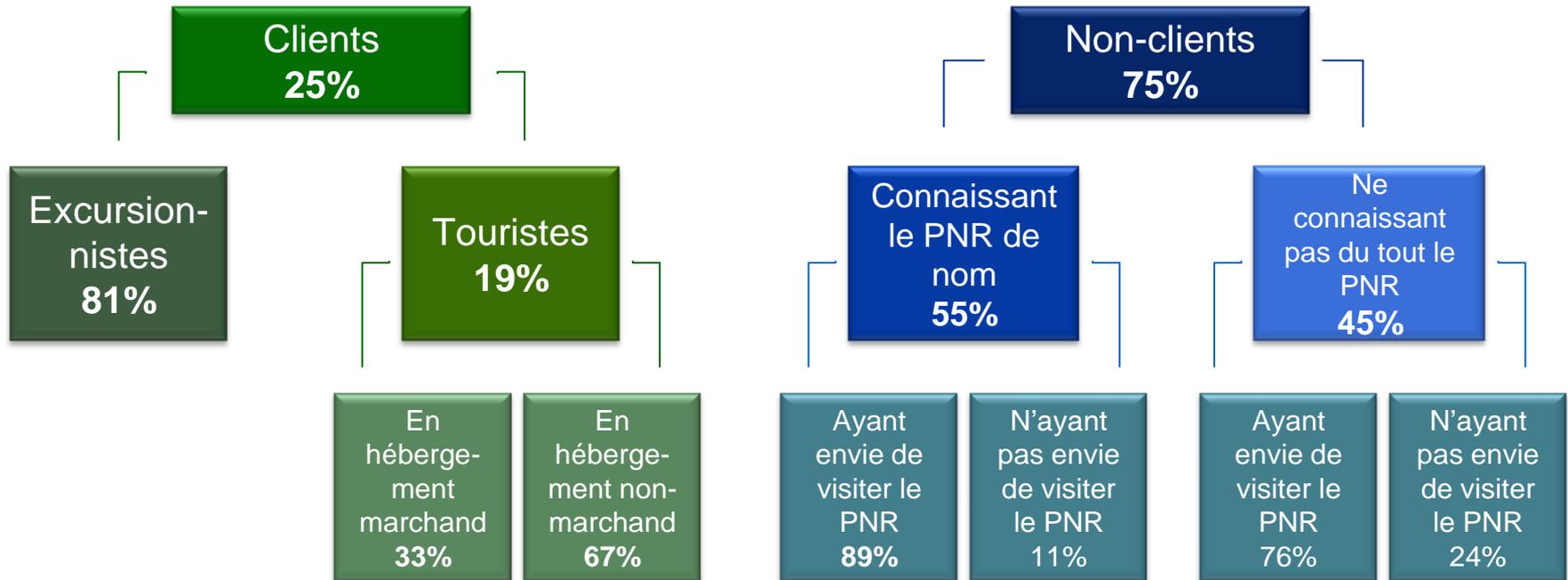
- Un panel de 500 Français habitant l'Île de France (hors 78) et les départements limitrophes : Oise, Eure, Eure-et-Loir, Loiret, Yonne, Aube, Marne et Aisne.
- Le fichier de 1.000 contacts du PNR, avec envoi d'un mailing (67 réponses - taux de retour de 7%).
- Un lien inséré dans la newsletter de fin mars du département des Yvelines.
- Des liens insérés sur différents sites Internet de prestataires du territoire.

- **Un échantillon total de 565 répondants :**
- **142 clients** du PNR.
 - **423 non-clients** (n'ayant pas encore visité le PNR).

Répartition clients/non clients des enquêtes réalisées



Les différents types de répondants



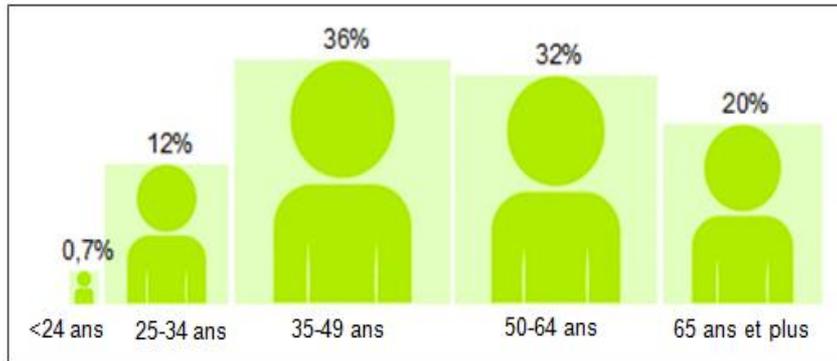
*La présentation des données statistiques reprendra ce même code couleur : les données clients en vert, les données non-clients en bleu.

A. Profil des clients



Une clientèle relativement âgée, en couple...

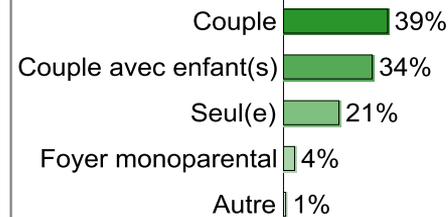
Âge :



- Les **couples** représentent 39% des répondants, ils sont surreprésentés par rapport à la moyenne nationale (35%).
- **1/3 des visiteurs sont en famille, 43% ont 2 enfants ou plus.**

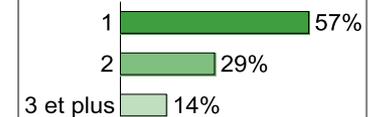
- **52%** des répondants ayant déjà visité le PNR ont plus de 50 ans.
- La moyenne d'âge des visiteurs est ainsi de 51 ans.

Composition de votre foyer :



Combien d'enfants vivent avec vous ?

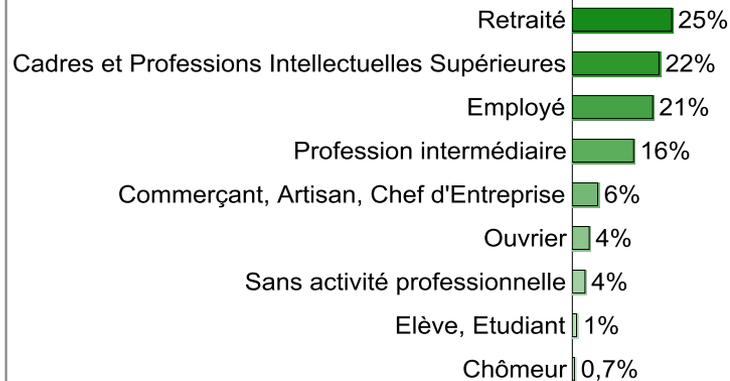
Tout âge confondu



➤ Des couples plutôt âgés.

... et aisée

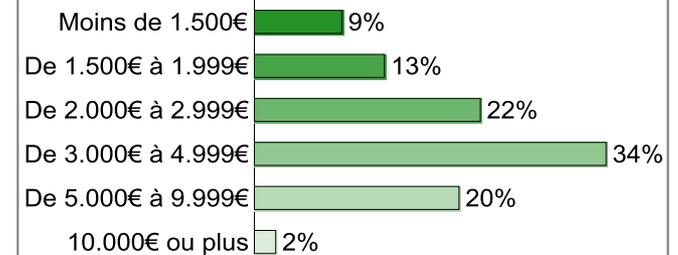
Votre profession :



- Les répondants CSP+ sont surreprésentés : **22%** de cadres contre 9% au niveau national.

- On compte **22% de ménages aisés**, dont les revenus mensuels sont supérieurs à 5.000 euros.
- Les répondants appartiennent plutôt aux classes moyennes supérieures puisque 34% d'entre eux disposent de revenus mensuels compris entre 3.000 et 5.000 euros.

Le niveau de revenus mensuels de votre foyer :



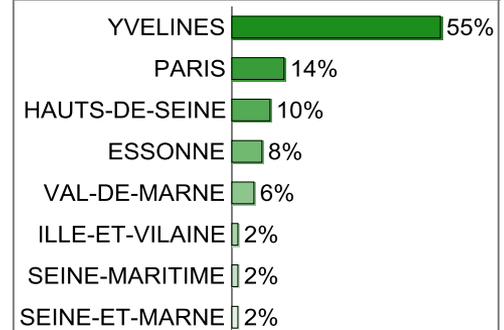
- Surreprésentation de cadres.
- Des foyers aisés.

Qui visite le PNR ?

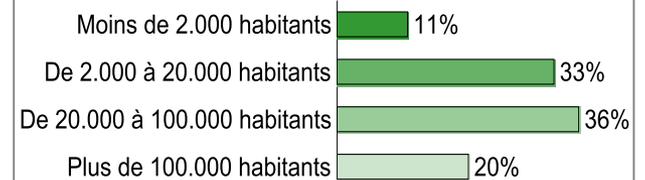
Des clients essentiellement franciliens

- **55% des clients répondants habitent le département des Yvelines, 96% l'Île-de-France.**
 - La ville de Paris constitue le second marché émetteur, à destination du PNR, avec 14% des répondants.
 - Les autres départements franciliens sont bien représentés, et en particulier celui des Hauts-de-Seine.
- A noter, la faible part des autres régions françaises avec seulement 4% des répondants (en l'occurrence la Haute-Normandie et la Bretagne).
- 56% des clients interrogés habitent une commune de plus de 20 000 habitants, on voit ici l'impact de l'Île-de-France (39% seulement des Français habitent une ville de plus de 20.000 habitants).

Quel est votre code postal :



Nombre d'habitants de votre commune :



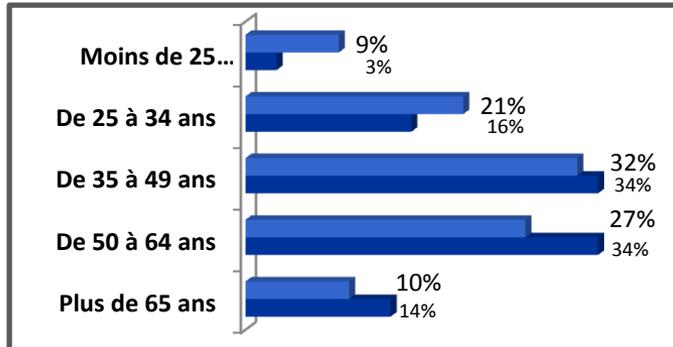
➤ Des franciliens.

B. Profil des non-clients

Profil des non-clients

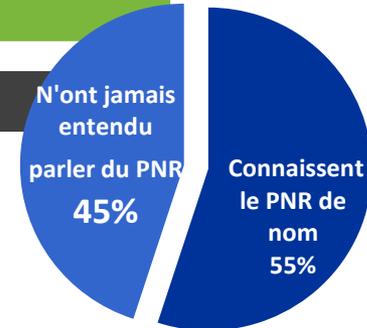
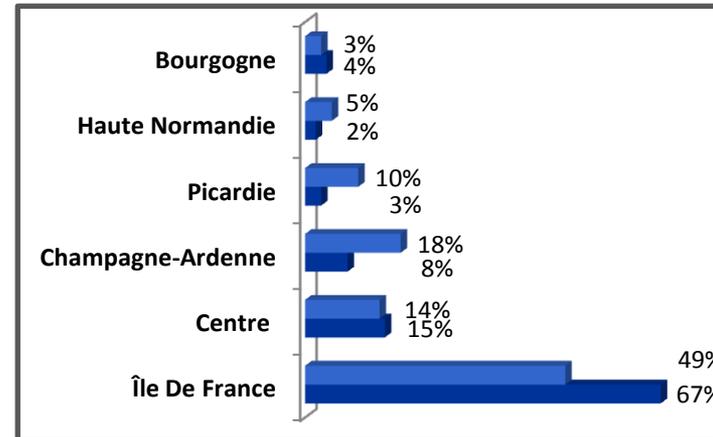
Un PNR méconnu auprès des jeunes et des non-franciliens

Âge



- 48% des répondants connaissant le PNR de nom ont plus de 50 ans.
- Plus des 2/3 des répondants connaissant le PNR de nom habitent l'Île-de-France.

Provenance géographique



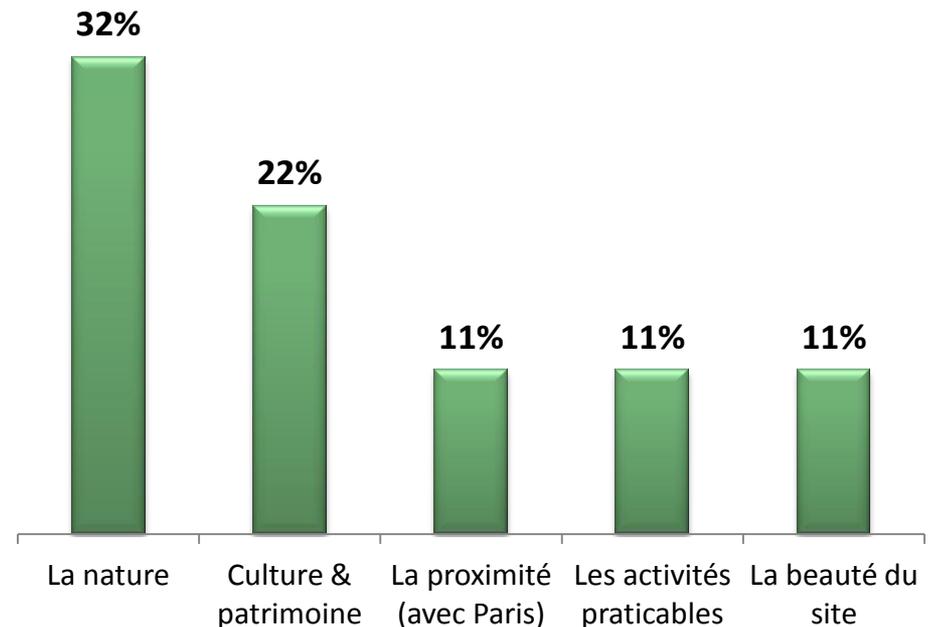
- Plus on s'éloigne de l'Île-de-France, moins le PNR est connu, ne serait-ce que de nom.
- 61% des franciliens interrogés connaissent ne serait-ce que de nom le PNR de la Haute Vallée de Chevreuse.

C. Perception des clients

Top 5 des atouts du PNR, selon les clients

- Le **patrimoine naturel** du PNR est défini comme son premier atout par les clients puisque **32%** des termes cités s'y réfèrent.
- **L'histoire du PNR, ses châteaux et son petit patrimoine** font également partie des atouts majeurs du PNR, regroupés dans le thème « Culture & patrimoine ».

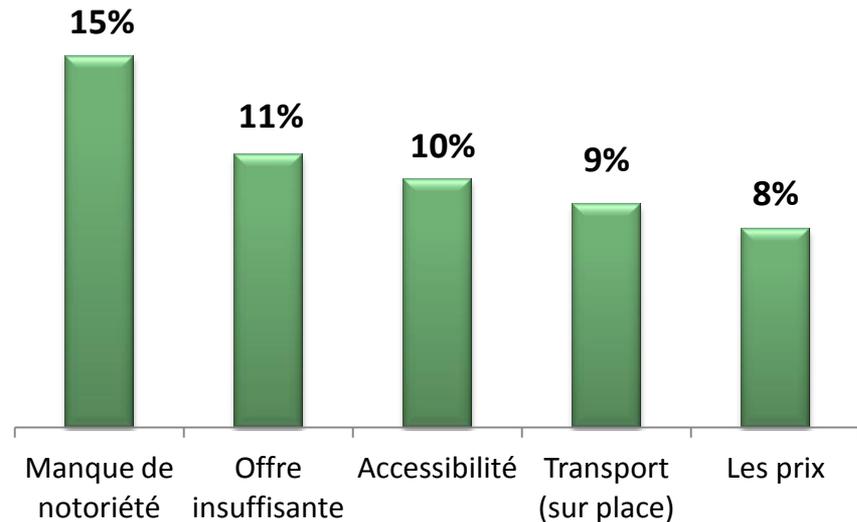
Quels sont , selon vous, les principaux atouts touristiques du territoire ?



Les faiblesses du PNR, selon les clients

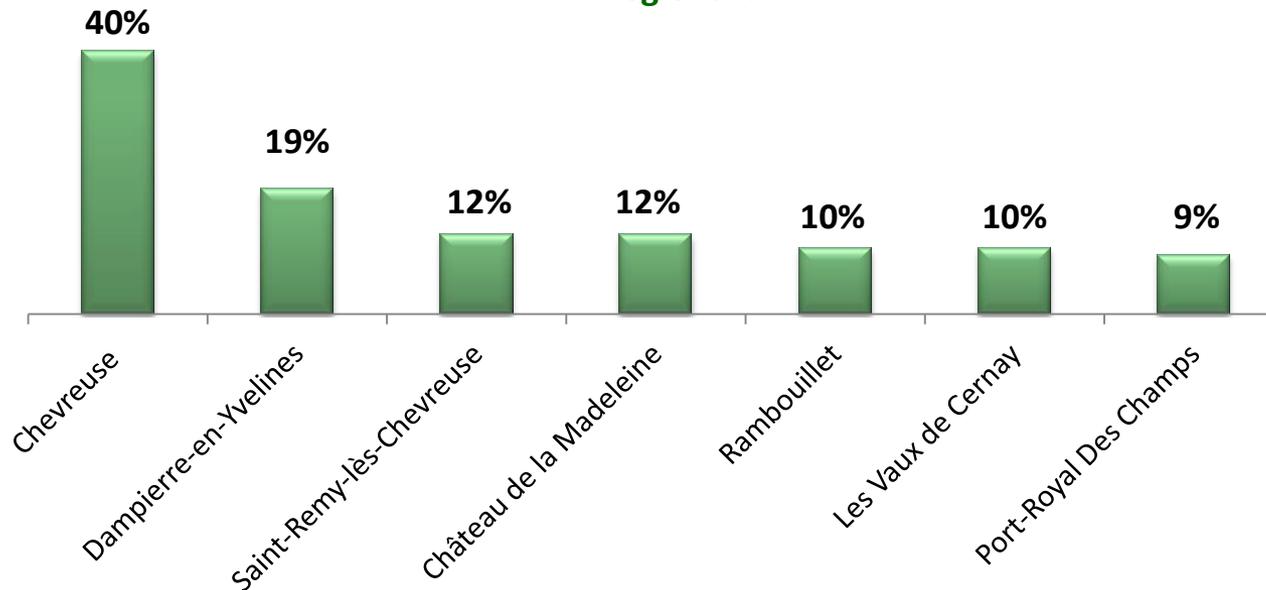
- 15% des réponses fournies pointent le **manque de notoriété et de communication sur le PNR**, ce qui en fait la faiblesse la plus souvent citée par les clients : pas assez de publicité, il reste méconnu.
- **L'offre est considérée comme insuffisante**, que ce soit en matière de sites de visite (monuments), mais aussi en termes de restaurants et boutiques de produits régionaux.
- A noter que le **manque d'information et de balisage** au sein du Parc naturel régional est aussi évoqué par les répondants dans les faiblesses.

Quelles sont selon vous les principales faiblesses de ce territoire ?



Notoriété spontanée des sites touristiques du PNR

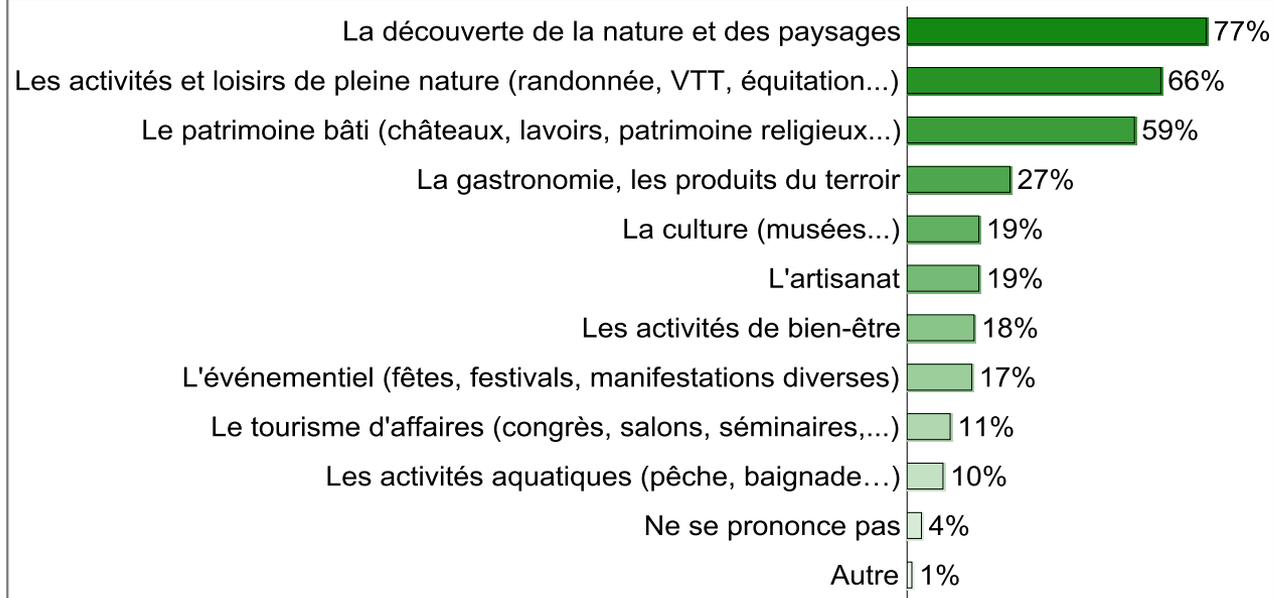
Pouvez-vous citer des villes/villages ou sites touristiques situés sur le Parc Naturel Régional ?



- La ville de Chevreuse arrive en tête des citations spontanées et se détache nettement des autres sites.

Quelles activités pratiquer dans le PNR de la Haute Vallée de Chevreuse ?

Selon vous, le Parc naturel régional de la Haute Vallée de Chevreuse est plutôt une destination axée sur :



- Près de 8 clients sur 10 pensent que le PNR de la Haute Vallée de Chevreuse est propice à la découverte de la nature et des paysages.
- Les activités de loisirs et le patrimoine bâti sont également bien identifiés comme des axes forts du territoire.
- En revanche, la culture, l'artisanat et l'évènementiel sont assez peu cités comme des spécificités du territoire.

D. Perception des non-clients

Evocation du nom

Qu'évoque pour vous ce nom : Parc naturel régional de la Haute Vallée de Chevreuse		
	Oui, de nom uniquement	Non, je n'en ai jamais entendu parler
La nature	<u>25%</u>	<u>14%</u>
Sans avis	<u>11%</u>	<u>28%</u>
Site naturel protégé	<u>20%</u>	<u>9%</u>
Réserve d'animaux sauvages protégés	<u>10%</u>	<u>19%</u>
La forêt, espace boisé	7%	11%
Balades et randonnées	10%	6%
La verdure	5%	5%
Un parc grand et vaste	5%	2%
Calme, détente, bien-être	<u>5%</u>	<u>0,6%</u>
La montagne	2%	4%

- Pour les non clients, le nom PNR de la Haute Vallée de Chevreuse est surtout associé à la **nature** (sa protection, les animaux, la forêt, etc...), notamment par ceux qui en ont déjà entendu parler.
- **19%** des répondants n'ayant jamais entendu parlé du PNR se l'imaginent comme étant une «**réserve d'animaux sauvages protégés** » (par opposition aux animaux domestiques).
- C'est surtout l'image d'un Parc Naturel qui ressort, les adjectifs cités pourraient s'appliquer à n'importe quel autre Parc en France.

Les non-clients localisent plutôt bien la Haute Vallée de Chevreuse

Localisation spontanée du PNR chez les non-clients		
	Oui, de nom uniquement	Non, je n'en ai jamais entendu parler
Ne sait pas	20%	41%
En région parisienne	73%	21%
Dont Département des Yvelines	21%	7%
Dont Chevreuse	13%	14%
Dont Département de l'Essone	4%	4%
Dont "Près de Rambouillet"	3%	1%
Dont "Saint-Rémy-lès-Chevreuses"	3%	0,50%
Région Alpes/Rhône-Alpes	4%	4%
Centre/massif central	1%	5%
A la montagne	2%	2%

*localisation spontanée = Question ouverte

61% des non-clients situent bien le PNR en Île-de-France.

Seuls 7% des répondants n'ayant jamais entendu parlé du PNR le situent intuitivement dans le département des Yvelines, contre 21% pour les répondants le connaissant de nom.

Localisation assistée chez les non-clients		
	Oui, de nom uniquement	Non, je n'en ai jamais entendu parler
Île-de-France	71%	48%
Centre	11%	12%
Autres	3%	9%
Champagne-Ardenne	3%	9%
Rhône-Alpes	4%	6%
Picardie	3%	6%
Auvergne	3%	3%
Bourgogne	1%	4%
Haute-Normandie	0,4%	3%

*localisation assistée = Question à choix multiples

Une description du PNR qui donne envie...

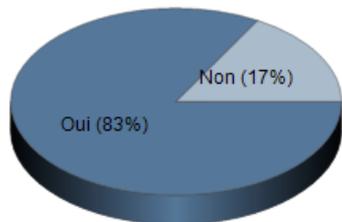
Espace de nature aux portes de la grande agglomération parisienne le Parc naturel régional de la Haute Vallée de Chevreuse fait partie des territoires ruraux et forestiers les plus remarquables d'Ile-de-France.

A moins de 30 minutes de Paris, le Parc naturel propose une offre de visites et de balades exceptionnelle : châteaux, bâtisses historiques, villages de caractère, moulins, fermes et produits du terroir en vente directe. Egalement à portée de train et de RER, 300 km de sentiers balisés accueillent promeneurs ou randonneurs chevronnés tandis que des kilomètres d'itinéraires sont accessibles à cheval, à vélo ou en VTT.

Le Parc naturel régional de la Haute Vallée de Chevreuse concentre de nombreux sites touristiques et de loisirs à même de satisfaire le plus grand nombre : amoureux de la nature et des espaces préservés, sportifs confirmés, familles ou promeneurs du dimanche...

Et pourquoi ne pas prolonger votre visite dans l'un des hébergements du Parc naturel ? Calme, confort, dépaysement, l'offre en gîtes, chambres d'hôtes, hôtels de charme et campings vous permettra d'organiser votre week-end au vert.

Cette description vous donne-t-elle envie de vous rendre sur le territoire du Parc naturel régional de la Haute Vallée de Chevreuse ?



Plus de 8 non-clients sur 10 déclarent avoir envie de se rendre sur le territoire du PNR après lecture de la description (ci-dessus).

Un PNR attractif proche de Paris

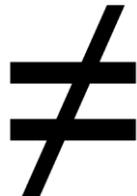
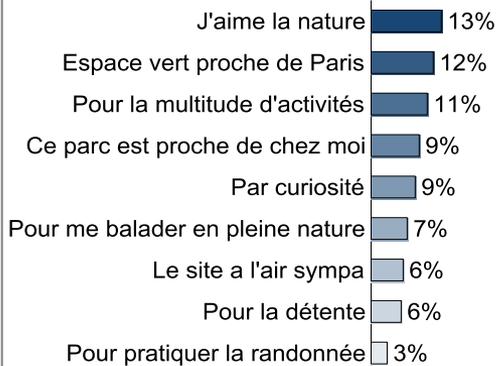
La description du PNR de la Haute Vallée de Chevreuse vous donne-t-elle envie de vous rendre sur ce territoire ?

	Oui	Non	Total
Oui, de nom uniquement	<u>89%</u>	<u>11%</u>	100%
Non, je n'en ai jamais entendu parler	<u>76%</u>	<u>24%</u>	100%

- **83%** des non-clients sont séduits par la description du PNR.
- **Ceux qui connaissent le Parc de nom sont plus sensibles à la description** (89% sont prêts à s'y rendre) que ceux qui n'en ont jamais entendu parlé (76% ont envie de s'y rendre).

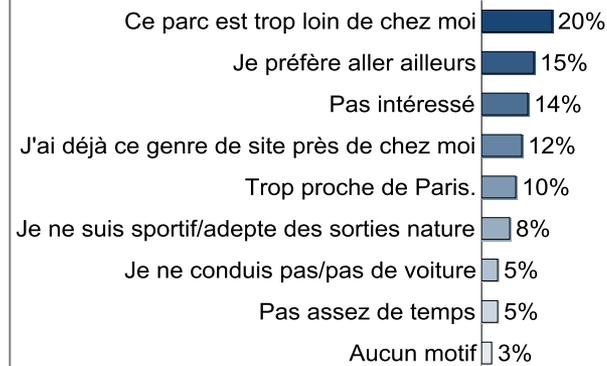
Pourquoi auriez-vous/n'auriez-vous pas envie de visiter ce PNR ?

Ont envie de visiter



Pourquoi auriez-vous/n'auriez-vous pas envie de visiter ce PNR ?

N'ont pas envie de visiter

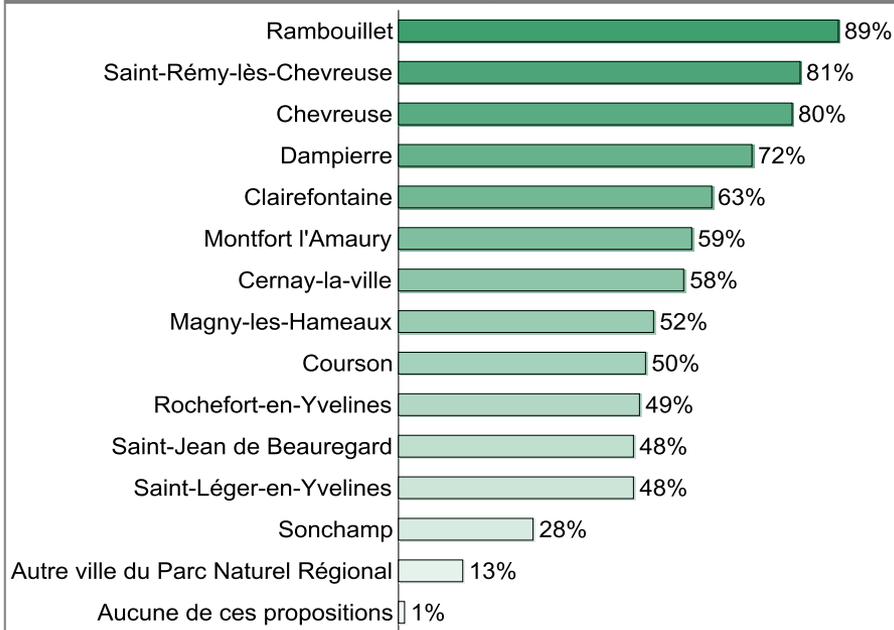


- La proximité du PNR, par rapport à Paris ou au domicile, est un facteur majeur dans l'intérêt / le désintérêt des non-clients.
- Ici aussi l'image d'espace naturel constitue le principal attrait du PNR.

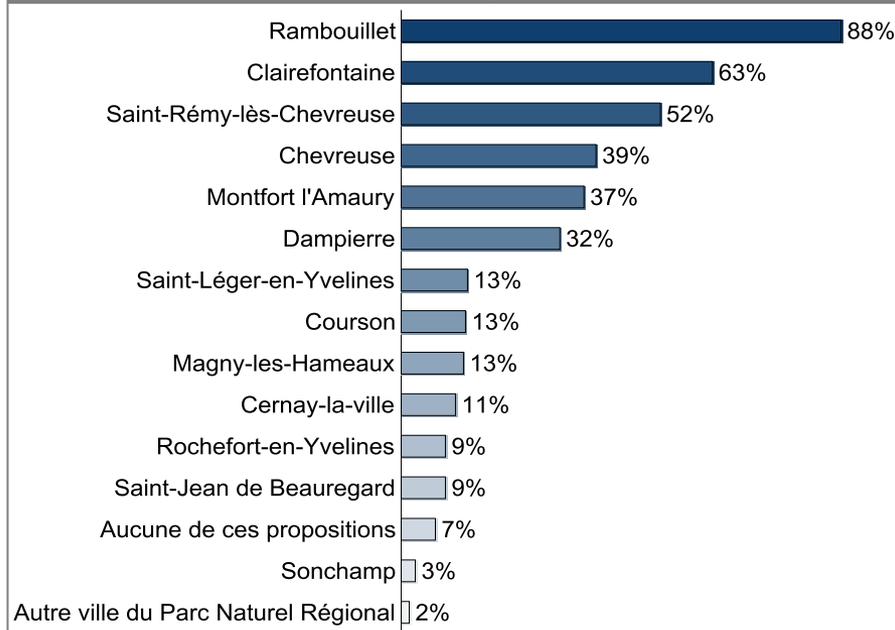
D. Notoriété et image globales de la destination

Rambouillet, ville la plus connue

Dans la liste ci-dessous, quelles sont les communes que vous connaissez, ne serait-ce que de nom ?



Dans la liste ci-dessous, quelles sont les communes que vous connaissez, ne serait-ce que de nom ?

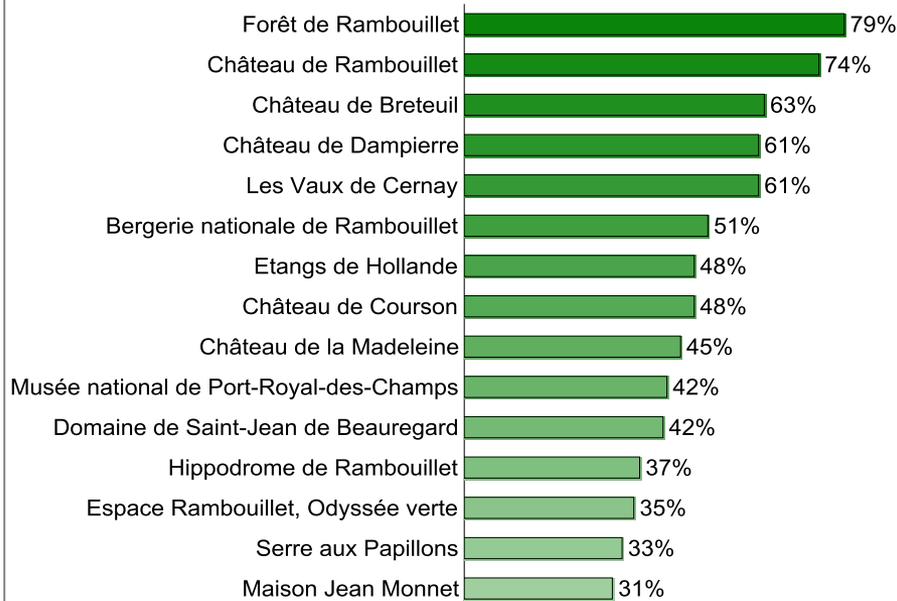


- La ville de Rambouillet est la plus connue, que ce soit par les clients ou par les non clients (**près de 9 répondants sur 10** la connaissent).

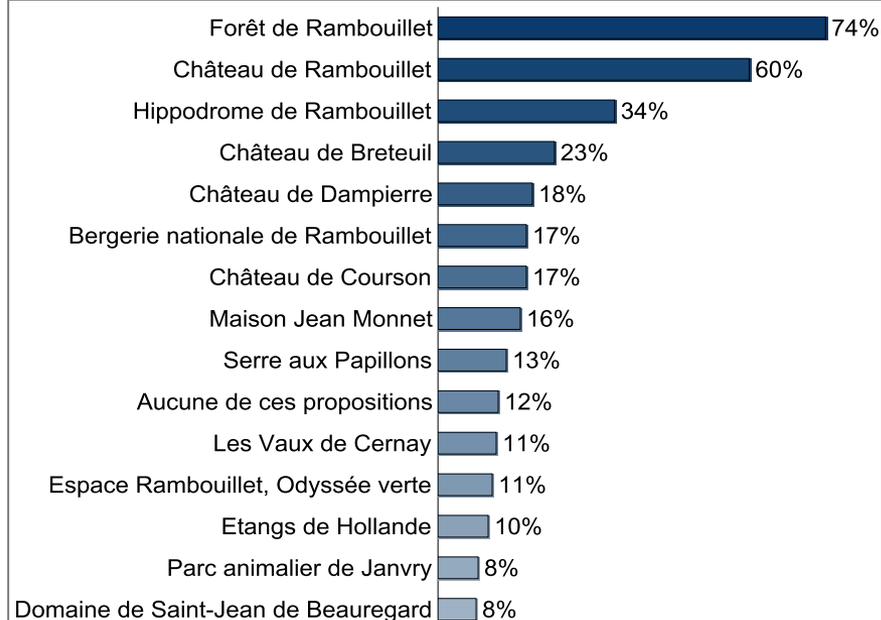
- **13%** de clients citent également d'autres villes du PNR non proposées dans la liste (contre 2% chez les non-clients). Les trois premières autres villes citées sont Les-Essarts-le-Roi, Milon-la-Chapelle et Châteaufort.

La Forêt de Rambouillet comme site le plus connu des répondants

Dans la liste ci-dessous, quels sont les sites que vous connaissez, ne serait-ce que de nom ?



Dans la liste ci-dessous, quels sont les sites que vous connaissez, ne serait-ce que de nom ?



- Ici encore, les sites de Rambouillet apparaissent en tête du classement des sites les plus connus. Près de 8 répondants sur 10 (clients/non-clients) connaissent la Forêt de Rambouillet.
- Les châteaux de Breteuil et de Dampierre sont également bien positionnés.
- En revanche, **les Vaux-de-Cernay**, connu par 2/3 des clients, ont une notoriété faible auprès des non-clients. Il apparaît comme **un site confidentiel**.

TOP 5 des images associées au PNR de la Haute Vallée de Chevreuse

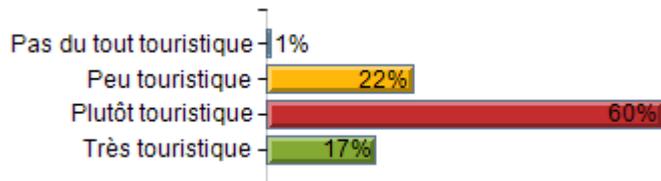
Quelle image associez-vous le plus à la Vallée de Chevreuse ?



- 41% des répondants ont associé la Vallée de Chevreuse à l'image de la randonnée.
- La randonnée est bien présente dans l'imaginaire que ce soit à pied, à vélo ou à cheval.

Le PNR de la Haute Vallée de Chevreuse : TOURISTIQUE OU PAS ?

Selon vous, le Parc naturel régional de la Haute Vallée de Chevreuse est une destination...



- **71%** des interrogés s'accordent à dire que le PNR de la Haute Vallée de Chevreuse est une destination « naturelle ».

- Les deux dimensions les moins reconnues sont l'aspect festif et la gastronomie, alors que le territoire dispose de très bonnes tables et de nombreux produits du terroir !

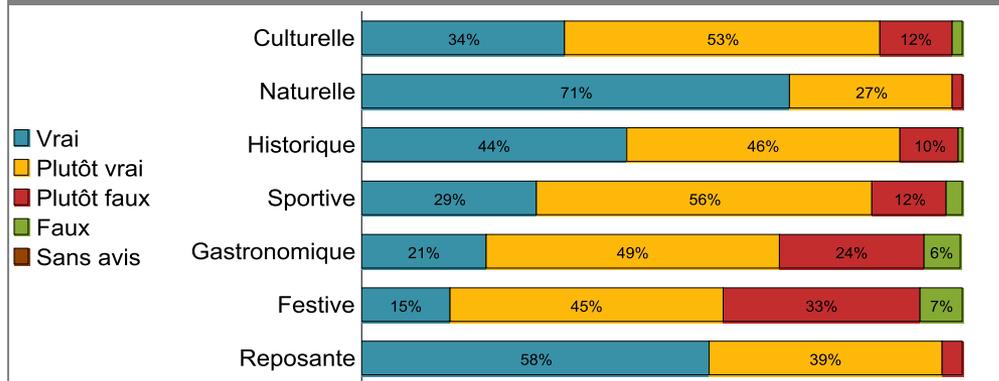
- **77%** des répondants s'accordent à définir le PNR comme étant une destination touristique (dont 60% de plutôt).

- Les répondants définissant le PNR comme « Pas du tout touristique » sont tous non-clients.

- Les clients sont 27% à trouver le PNR « Très touristique » contre 13% des non-clients, soit plus du double

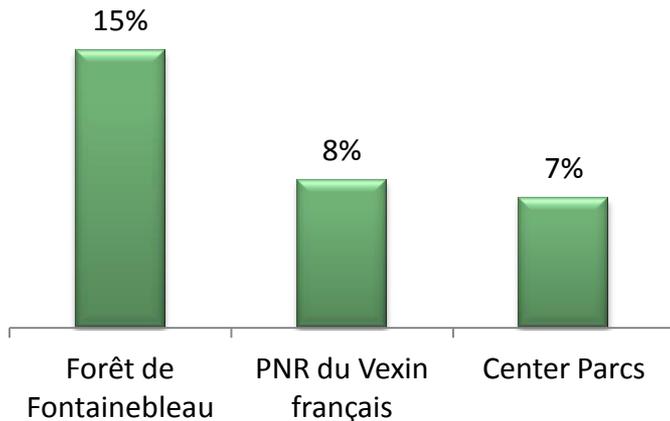
Diriez-vous que le PNR de la Haute Vallée de Chevreuse est une destination :

Sauf sans avis



Les alternatives au PNR de la Haute Vallée de Chevreuse

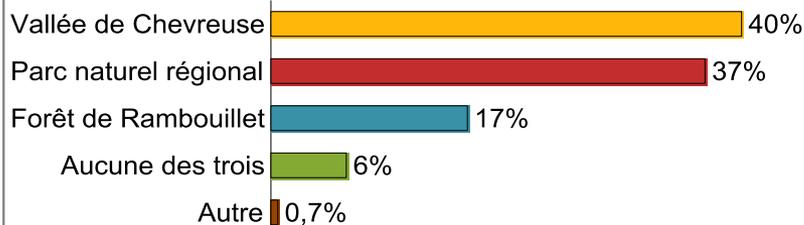
Top 3 des destinations comparables



- Le PNR de la Haute Vallée de Chevreuse est comparée à la Forêt de Fontainebleau par **15%** des répondants, ce qui en fait la première destination similaire citée.

- Le Parc Naturel Régional du Vexin français apparaît comme le « concurrent » le plus direct,.

Quelle dénomination vous attirerait le plus pour une excursion / un séjour touristique ?

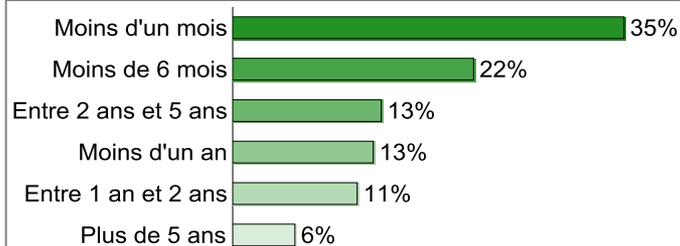


- Parmi les suggestions ci-contre, les répondants semblent préférer la dénomination « Vallée de Chevreuse », pour 40% d'entre eux, la forêt de Rambouillet ne remporte que 17% des voix.

E. Votre venue en Haute Vallée de Chevreuse

Le PNR, une destination printanière et de proximité

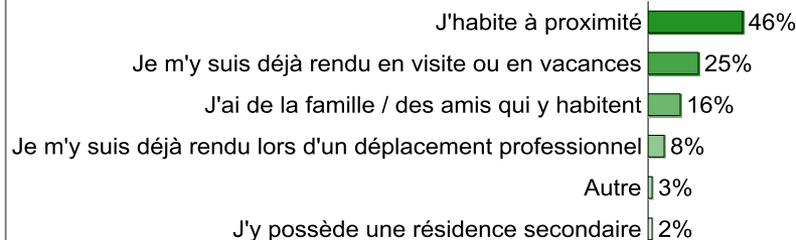
A combien de temps remonte votre dernière visite sur le territoire du Parc naturel régional de la Haute Vallée de Chevreuse ?



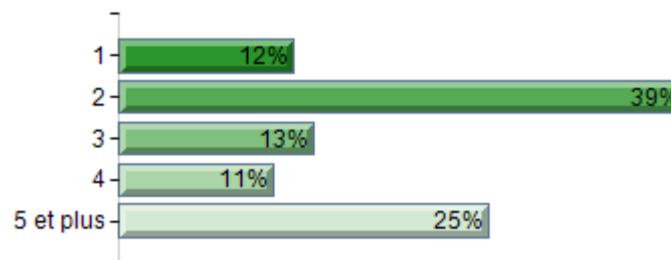
A quelle période de l'année êtes-vous venu ?



Pour quelle raison connaissez-vous ce territoire ?



Combien de personnes étiez-vous pour ce séjour / cette excursion ?



- **La proximité est une des principales raisons de fréquentation du PNR.**
- **63%** des visites ont lieu au Printemps et en été, avec une préférence pour le printemps.
- **49%** des clients se rendent dans le PNR à plus de deux personnes (souvent en famille).

Le PNR est majoritairement fréquenté par des excursionnistes

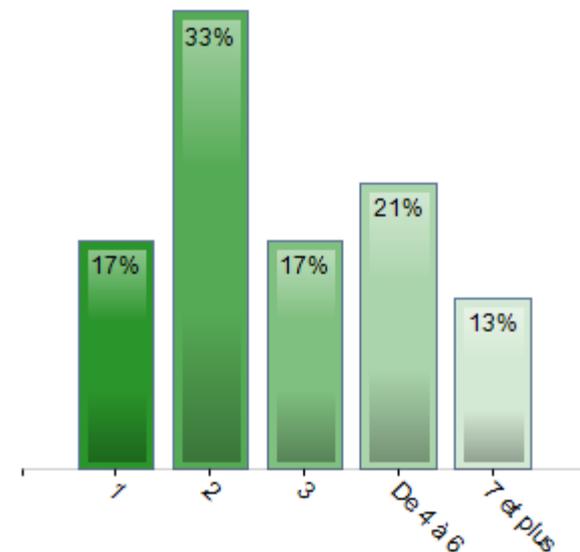
Combien de temps avez-vous passé sur le territoire ?



- Plus de 8 clients sur 10 interrogés sont des excursionnistes.
- La durée moyenne de séjour pour les touristes s'élève à 4 nuits.

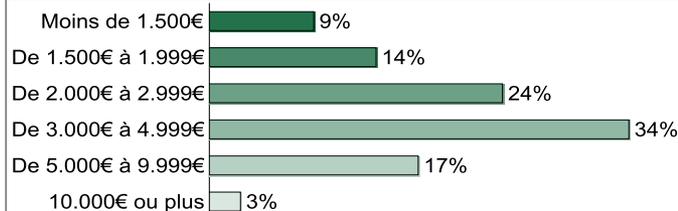
Combien de temps a duré votre séjour ? (en nombre de nuits)

Moyenne = 4



Les touristes du PNR ont un revenu plutôt élevé.

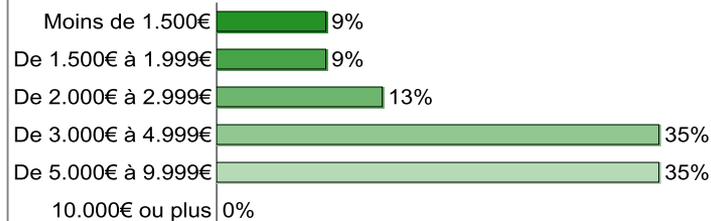
Le niveau de revenus mensuels de votre foyer : Excursionnistes



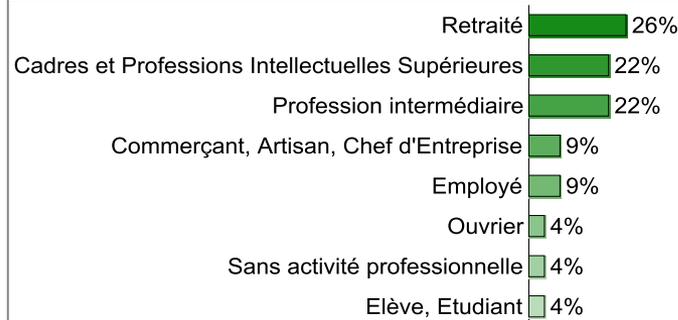
Votre profession : Excursionnistes



Le niveau de revenus mensuels de votre foyer : Touristes



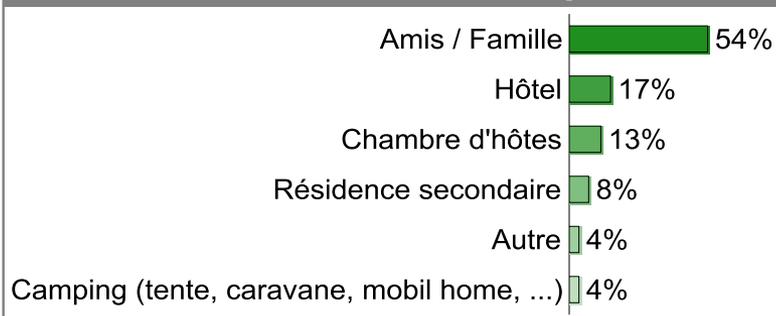
Votre profession : Touristes



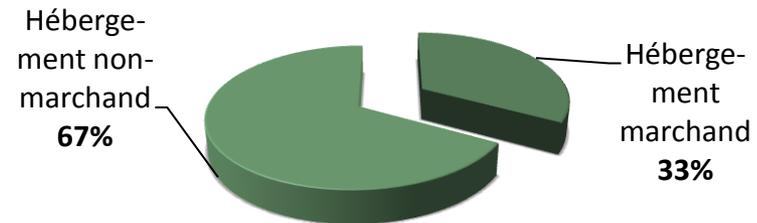
- **35% des touristes du PNR gagnent plus de 5.000€ par mois** au sein de leur foyer (contre 20% des excursionnistes seulement).
- Les employés représentent 23% des excursionnistes contre 9% des touristes seulement.

Les modes d'hébergement des répondants

Quel était votre mode d'hébergement ?



Répartition des touristes par typologie d'hébergement

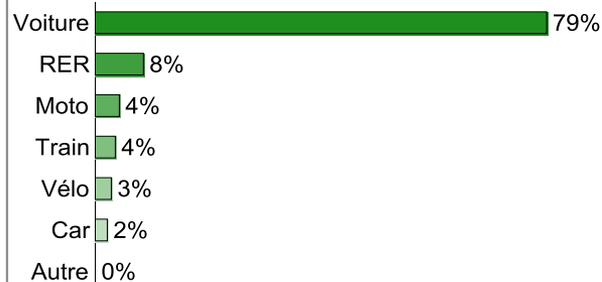


- **Plus de la moitié des touristes** interrogés se sont hébergés chez de la famille ou des amis lors de leur séjour en Vallée de Chevreuse.
- L'hôtel arrive en deuxième position avec **17%** des touristes, suivi de près par les chambres d'hôtes (13%)*.
- Globalement, presque 3 touristes sur 4 optent pour l'hébergement non-marchand, dans cet échantillon.

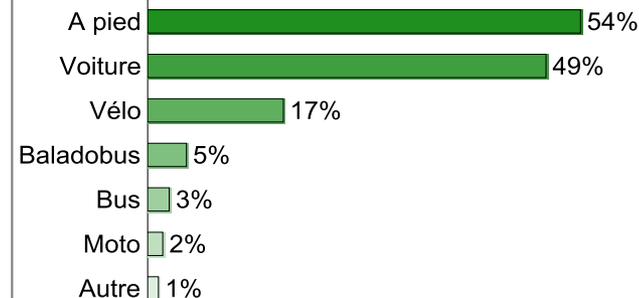
* Attention, l'échantillon est essentiellement représentatif des touristes d'agrément et non des touristes d'affaires.

La voiture comme principal mode d'accès

Comment êtes-vous venu sur le Parc naturel régional de la Haute Vallée de Chevreuse ?



Comment vous êtes-vous déplacé au cours de votre visite / séjour ?

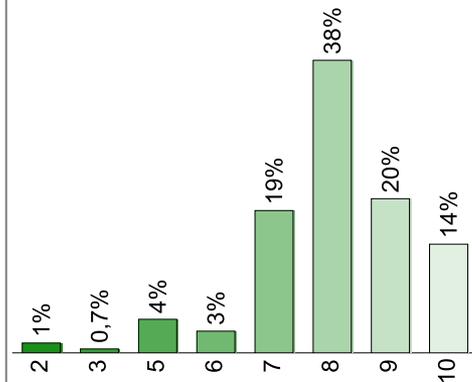


- Si **près de 8 clients sur 10** viennent sur le PNR de la Haute Vallée de Chevreuse en voiture, c'est principalement à pied qu'ils s'y déplacent une fois sur le territoire.
- Le vélo capte tout de même 17% des clients une fois sur place et la Baladobus 5%.

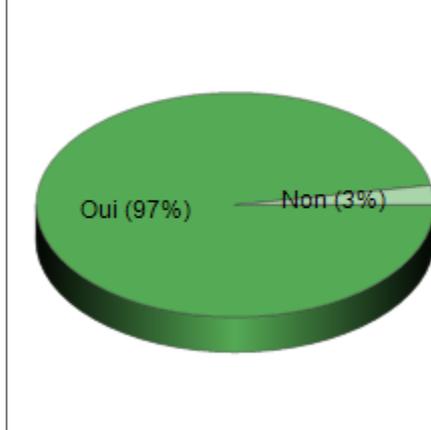
Des clients satisfaits du PNR de la Haute Vallée de Chevreuse

Pour mesurer votre niveau de satisfaction, quelle note attribueriez-vous à ce séjour / cette visite ?

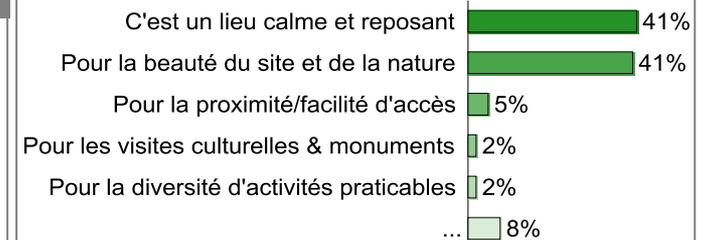
Moyenne = 8



Recommanderiez-vous cette destination à vos proches ?



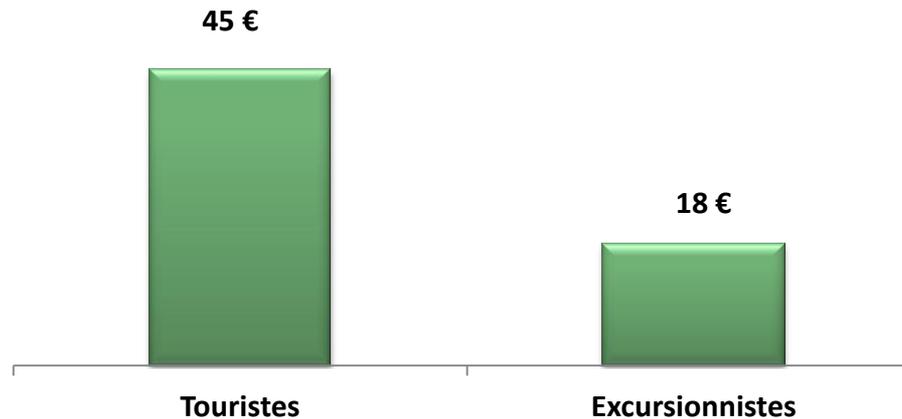
Pourquoi recommanderiez-vous ce parc ?
Oui, je le recommande



- Les clients recommandent le PNR à la quasi-unanimité (97%).
- Les raisons de recommandation évoquées par les clients correspondent globalement aux atouts cités précédemment (voir « perception des clients »).
- La **note moyenne** attribuée au PNR de la Haute Vallée de Chevreuse est de **8/10**, ce qui est une bonne note, comparativement à d'autres territoires.
- A noter : Les clients ne recommandant pas le PNR déplorent le fait « qu'il ne s'y passe pas grand-chose ».

Dépenses des répondants selon la typologie de visiteurs

Dépense moyenne par jour et par personne



La dépense indiquée est réalisée sur le territoire du PNR, elle porte sur tous les postes de dépenses confondus, hors transports (hébergement, restauration, loisirs, visites culturelles, shopping, stationnement, carburant, courses alimentaires, services, autre)

- La dépense moyenne globale sur le territoire est de 23€ (par jour et par personne), tous types de clients confondus.
- Les touristes dépensent 2,5 fois plus que les excursionnistes.

* Attention, l'échantillon n'est pas représentatif pour les touristes (sur les 142 consommateurs du territoire interrogés, seuls 19% ont séjourné, soit 27 personnes, dont 8 personnes en hébergement marchand).

*Sont prises en compte les dépenses effectuées sur le territoire du PNR uniquement (donc hors dépenses de transport dont la recette ne bénéficie pas directement au Parc Naturel Régional).

Dépenses des touristes interrogés selon le mode d'hébergement

Type d'hébergement	Dépense moyenne par jour et par personne en €	
Camping (tente, caravane, mobil home, ...)	50	} Hébergement marchand : 86 €
Chambre d'hôtes	92	
Hôtel	117	
Amis / Famille	20	} Hébergement non-marchand : 14 €
Résidence secondaire	7	
Total général	47	

- La dépense moyenne (par jour et par personne) des touristes en hébergement marchand est 6 fois supérieure à celle des touristes en hébergement non-marchand.
- Pour rappel, 33% des touristes interrogés choisissent l'hébergement marchand lors de leur séjour.

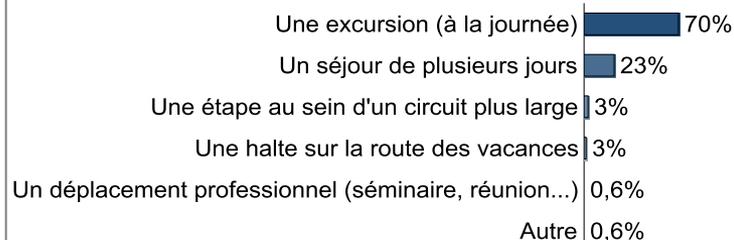
* Attention, l'échantillon n'est pas représentatif pour les touristes (sur les 142 consommateurs du territoire interrogés, seuls 19% ont séjourné, soit 27 personnes, dont 8 personnes en hébergement marchand).

*Sont prises en compte les dépenses effectuées sur le territoire du PNR uniquement (donc hors dépenses de transport dont la recette ne bénéficie pas directement au Parc Naturel Régional).

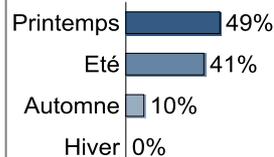
F. Le séjour idéal en Haute Vallée de Chevreuse pour les non-clients

Une excursion d'une journée au printemps...pour tester

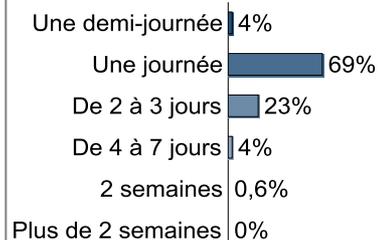
Quel serait le motif de ce séjour ?



A quelle période de l'année viendriez-vous ?



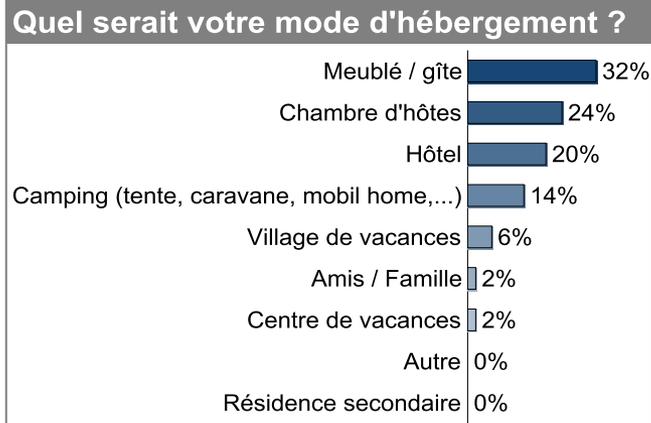
Combien de temps pourrait durer votre visite / séjour ?



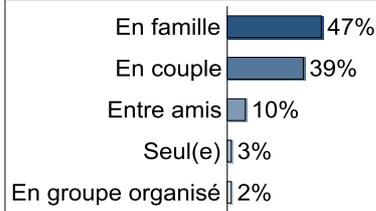
- La visite idéale pour les non-clients serait **une excursion, à la journée, durant la saison du printemps.**

A noter que ces trois éléments caractérisent déjà, dans des proportions quasi-similaires, les visites actuelles du PNR (voir « comportement des clients »).

Les spécificités du séjour idéal...



Dans le cadre de cette visite ou de ce séjour, vous seriez plutôt :



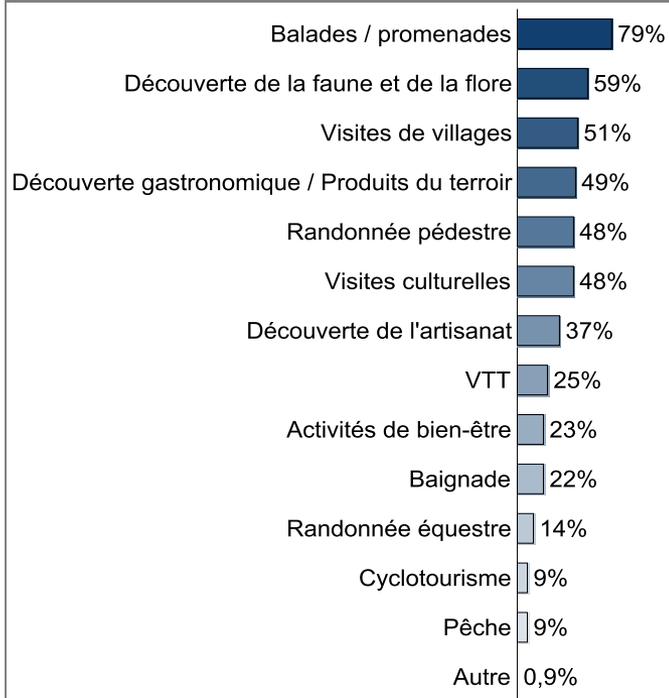
- Le **logement « chez l'habitant »** gagne la faveur des répondants puisque **56%** déclarent vouloir un hébergement en meublé ou chambre d'hôtes.

- **32%** des non clients notamment souhaiteraient séjourner dans des meublés ou des gîtes s'ils visitaient effectivement le PNR, un mode d'hébergement où aucun des clients interrogés n'a déclaré avoir séjourné.

- **Près de la moitié** des répondants s'imagine visiter le PNR en famille (47%).

Les activités idéales à pratiquer au PNR de la Haute Vallée de Chevreuse

Quelles activités souhaiteriez-vous pratiquer ?



- **Près de 8 non clients sur 10** souhaiteraient se promener/balader, s'ils visitaient effectivement le PNR de la Haute Vallée de Chevreuse

- **La découverte de la gastronomie et du terroir**, peu perçus comme des spécificités du Parc (au début du questionnaire), présentent en revanche un **intérêt certain pour près de la moitié des non clients**. Il y a donc une carte à jouer sur ces thématiques.

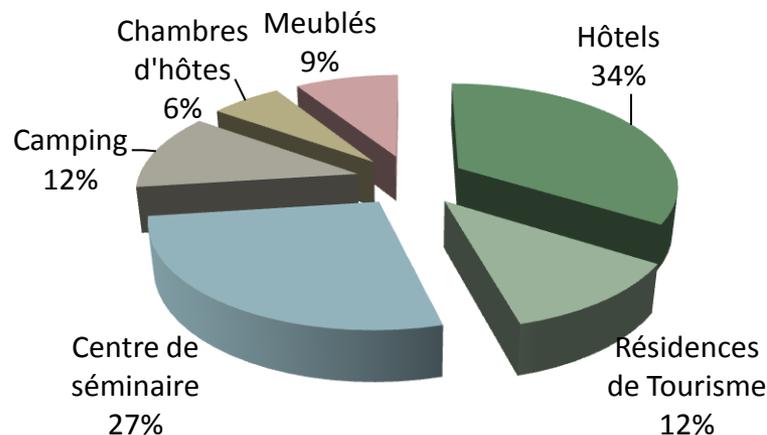
G. Le poids du tourisme sur le PNR Haute Vallée de Chevreuse

L'offre d'hébergement

→ Le Parc Naturel Régional de la Haute Vallée de Chevreuse compte en 2015 près de **5.000 lits touristiques marchands** et plus de **10.600 lits non marchands** (résidences secondaires), soit un total de près de **15.600 lits touristiques**.

Type	Nombre d'étbs	Nombre de chambres / appartements / emplacements	Nombre de lits
Hôtels	23	846	1 692
Résidences de Tourisme	4	295	590
Centre de séminaire	9	675	1 350
Hôtellerie de plein air emplacements nus	1	136	408
Hôtellerie de plein air emplacements locatifs		44	176
Chambres d'hôtes	44		306
Gîtes de séjour et gîtes d'étape	2		52
Meublés Gîtes de France / Clévacances	44		229
Autres meublés	31		157
Sous Total Hébergement Marchand	158	1 996	4 960
Résidences secondaires	2 125		10 625
Capacité d'accueil globale			15 585

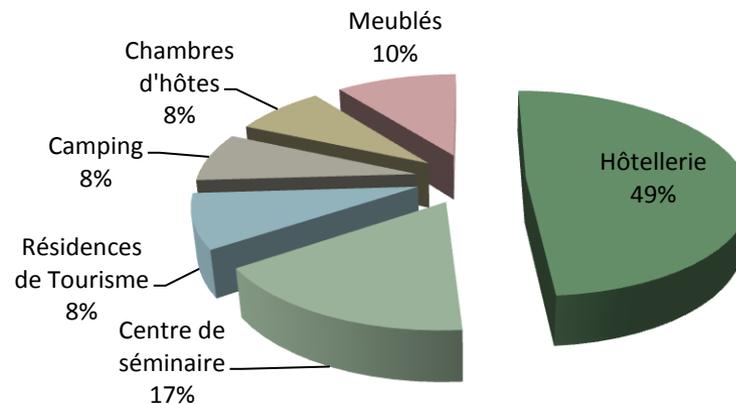
Répartition des lits touristiques marchands du PNR par type



La fréquentation touristique marchande

➔ D'après l'offre recensée sur le territoire et les taux d'occupation observés, la fréquentation touristique marchande du Parc Naturel Régional de la Haute Vallée de Chevreuse peut être estimée à plus de **587.000 nuitées marchandes** en 2014 pour un peu plus de **326.000 arrivées**.

Répartition des nuitées dans les hébergements marchands du PNR



Les retombées économiques du tourisme

- D'après les données sur les dépenses recueillies dans l'enquête clientèle, **l'impact économique du tourisme marchand** sur le territoire du PNR peut être estimé à près de **86 millions d'€** (impact direct, indirect et induit des touristes hébergés en hébergement marchand, hors touristes hébergés en hébergement non-marchand et excursionnistes).
- On peut également estimer 1.450 emplois créés ou maintenus grâce à l'activité touristique.

Conclusion

Les visiteurs du PNR

- Les visiteurs du PNR sont plutôt **des couples âgés et des familles, franciliens de catégorie socio-professionnelle supérieure, aux revenus élevés.**
- La **part des excursionnistes est importante** parmi les visiteurs du PNR (de l'ordre de 80% pour 20% de touristes).
- Les touristes séjournent en moyenne **4 nuits sur le territoire. L'hébergement non marchand est privilégié** par les 2/3 des touristes. Hors tourisme d'affaires, le tourisme est aujourd'hui largement tourné vers une motivation de visite à la famille et aux amis.
- La dépense moyenne d'un **touriste** est de **45€ par jour** (hébergements marchand et non-marchand confondus) et celle d'un **excursionniste de 18€ par jour.**
- Les **touristes en hébergement marchand** génèrent sur le Parc près de **590.000 nuitées par an et 86 millions d'€ de retombées économiques.**

La perception du PNR Haute Vallée de Chevreuse

- Les visiteurs du PNR lui reconnaissent comme **principaux atouts** : l'espace naturel protégé (la forêt, la faune, le calme), le patrimoine composé de villages et châteaux, la proximité de Paris et les activités praticables, notamment la randonnée.
- Ils pointent les **faiblesses du territoire** liées au manque de « publicité » qui le laisse méconnu, à la difficulté d'accès et de circulation, notamment en transports en commun, et aux prix trop élevés.
- La nature, les possibilités de randonnée et le patrimoine bâti sont reconnu comme les points d'attractivité de la destination, en revanche **la gastronomie, l'artisanat et les produits du terroir sont beaucoup moins bien perçus** comme des spécificités du territoire. L'évènementiel est également peu reconnu.

La perception du PNR Haute Vallée de Chevreuse

- Parmi les franciliens et les habitants des départements limitrophes qui ne se sont jamais rendus sur le PNR, **55% le connaissent tout de même de nom.**
- Dans **l’imaginaire des non-consommateurs**, le territoire évoque essentiellement une image de **territoire naturel protégé**, à la limite caricaturée d’un parc animalier clos dans lequel on viendrait observer la faune sauvage. Ils ne perçoivent pas les dimensions patrimoniales et art de vivre (gastronomie, produit du terroir).
- Une fois les atouts du territoire mis en avant, **83% des non-clients sont prêts à venir le consommer.**
- Dans un premier temps dans le cadre d’une excursion, plutôt sur la période printemps / été. Ceux qui souhaitent y passer au moins une nuit privilégieraient un **hébergement chez l’habitant** (chambre d’hôtes ou meublé).
- Ce sont surtout les familles et les couples qui sont intéressés. En termes d’activités à pratiquer **les attentes sont fortes** sur la promenade mais aussi sur la **découverte de la faune et de la flore** (visites guidées par exemple) et sur la **découverte de la gastronomie et des produits locaux.**

La perception du PNR Haute Vallée de Chevreuse

→ **Rambouillet** et ses différents sites touristiques **contribue fortement à la notoriété du territoire du Parc**, ainsi que les différents châteaux. D'autres sites comme les Vaux-de-Cernay sont plus confidentiels et très peu connus par les non-consommateurs du Parc, alors que Clairefontaine par exemple, bénéficie d'une notoriété liée au centre d'entraînement des footballeurs.

→ **Points de réflexion** à prendre en compte dans la stratégie de développement touristique :

- Comment **faciliter l'accès** au territoire et la circulation interne (notamment pour les parisiens sans voiture) ?

- Comment **mieux communiquer sur la diversité** de l'offre touristique proposée sur le territoire (surtout auprès des non-consommateurs) ? Et notamment comment **mettre en avant les produits locaux** en vente directe, mais aussi transformés dans les cartes des restaurants ? (exemple des Estaminets randonnées sur le Parc des Caps et Marais d'Opale).

- Comment favoriser la **mise en réseau** des sites et offres touristiques pour une meilleure visibilité auprès des consommateurs actuels et potentiels ? (produits packagés ?).