



PRÉSENTATION DES RÉSULTATS DES ETUDES NOTORIÉTÉ ET IMAGE SÉMANTIQUE WEB

« QUEL REGARD LES FRANÇAIS
PORTENT-ILS SUR L'AVEYRON ? »



Mardi 8 octobre 2019

METHODES UTILISEES



Pourquoi
on le fait ?

Comment
on le fait ?

Pour
savoir quoi ?

"Les Français, ils tapent quoi dans Google ?"

- Sphères analysées : la campagne, l'Aveyron, les destinations, les villes, les sites, les lieux touristiques de l'Aveyron
- **Environ 15.000 expressions détectées, quantifiées et analysées sur les données de 2018**
- Un focus sur la sémantique "touristique" : utilisation d'un glossaire de 500 termes témoignant d'une recherche à objectif "touristique"
- Un comparatif des principaux résultats avec 8 autres départements : Creuse - Gers - Lozère - Tarn - Cantal - Lot - Dordogne – Ardèche
- Un cabinet expert mobilisé :



NB : En France, Google représente 98% des recherches effectuées sur le web.



LA NOTORIETE

Avec une "étude de notoriété" on **mesure « la présence à l'esprit »** c'est-à-dire si une **marque est connue ou pas** par une population ciblée (un peu, beaucoup, pas du tout, par combien de %...).

On mesure également le positionnement de la marque dans **son univers concurrentiel**. Attention la notoriété est la résultante de nombreux facteurs d'expositions et **pas que de la "promotion-communication" touristique**.

Il est bien sur fondamental d'interroger **un panel représentatif de la population** permettant ainsi de mesurer **"connaisseurs" VS "non connaisseurs"** de la marque.



L'IMAGE

Une "étude d'image" complète opportunément la mesure de la notoriété structurelle.

On y mesure **l'image véhiculée par la marque auprès des cibles qui la connaissent déjà** (plus ou moins bien).

Objectifs :

- Mesurer des écarts de perception (l'image perçue n'est pas forcément celle souhaitée...)
- Détecter des images intéressantes
- Détecter des images néfastes
- Se mesurer à l'image de nos concurrents
- ...



COMPORTEMENT

du grand public Français



Rappel méthodologique

- **Un nombre d'interviewés conséquent : 2.640 personnes échantillonnées**
- Une focalisation sur le marché Français car il concentre les enjeux et les interrogations

ECHANTILLON REPRÉSENTATIF + SUR-ÉCHANTILLONAGE



1.036 individus âgés de 18 ans et plus représentatifs de la population Française
Sur-échantillons : Toulouse, Montpellier, ex-Languedoc-Roussillon, ex-Midi-Pyrénées, Aquitaine...



MODE DE RECUEIL

Interviews réalisées online via un "access panel" professionnel



DATES DE L'ENQUÊTE

Fin février à mi-mars 2019

Etude auprès du grand public Français

Structure de l'échantillon

SEXE

Un homme	48%
Une femme	52%

AGE

18-24 ANS	11%
25-34 ANS	16%
35-49 ANS	27%
50-64 ANS	25%
65 ANS ET PLUS	21%

REVENU MENSUEL DU FOYER

Moins de 1000 €	7%
De 1 000 à 1999€	23%
De 2 000 à 2 999 €	26%
De 3 000 à 3 999 €	19%
De 4 000 à 4 999 €	12%
De 5 000 à 7 499 €	6%
De 7 500 à 9 999 €	1%
10 000 € et plus	1%
Je ne souhaite pas répondre	7%

PCS CHEF DE FAMILLE

PCS +	35%
<i>Artisan, commerçant</i>	4%
<i>Profession libérale ou dirigeant</i>	2%
<i>Cadre ou profession intellectuelle supérieure</i>	16%
<i>Profession intermédiaire</i>	12%
PCS -	29%
<i>Employé</i>	20%
<i>Ouvrier</i>	12%
Retraité	36%
<i>Etudiant, Elève</i>	2%
<i>Femme ou homme au foyer</i>	0%
<i>Autre Inactif</i>	3%

NOMBRE DE PERSONNES DANS LE FOYER

1 personne	23%
2 personnes	36%
3 personnes	19%
4 personnes	16%
5 personnes et plus	6%

TAILLE AGGLOMÉRATION

Agglomération parisienne	16%
100 000 habitants ou plus	30%
20 001 habitants à 99 999 habitants	14%
20 000 habitants et moins	17%
Moins de 2 000 habitants	23%

« GRANDES RÉGIONS »

Ile de France	19%
Nord-Ouest	22%
Nord-Est	23%
Sud-Ouest	10%
Sud-Est	26%

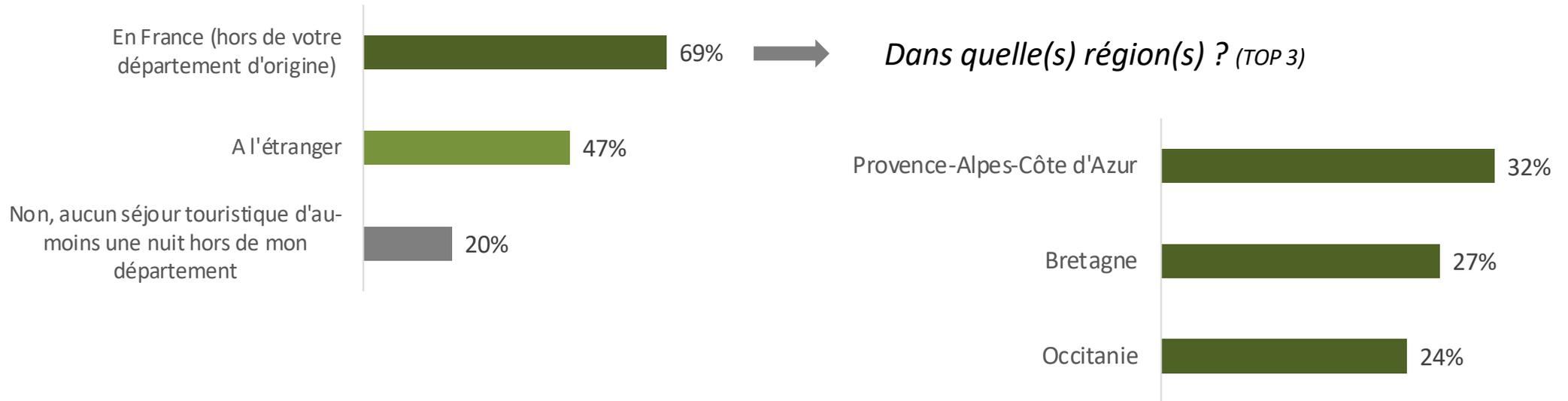
« Focus » en nb Interviews

Midi-Pyrénées	548
Languedoc Roussillon	549
Aquitaine	216
Rhône-Alpes	310
Provence Alpes Côte d'Azur	276
Toulouse	139
Montpellier	152

Etude auprès du grand public Français

Au cours des 3 dernières années avez-vous effectué un séjour touristique d'au-moins une nuit dans une des destinations ? Base ensemble

8 répondants sur 10 ont (ou ont eu) des pratiques touristiques



Les « plus partants » (% sup à la moyenne)

A l'étranger : les -35ans, résidents de Toulouse et Montpellier, les visiteurs de l'Aveyron, CSP+, résidents IDF, PACA, Occitanie

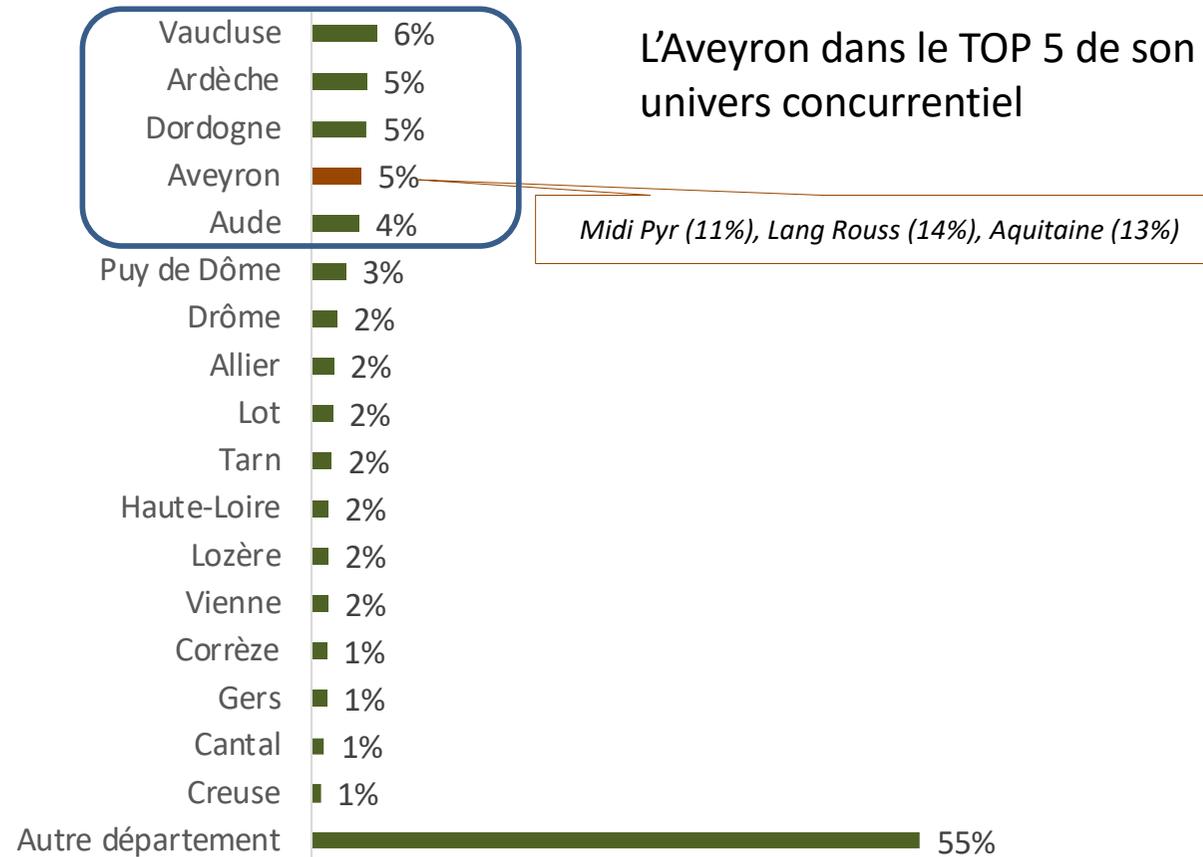
En France : 65 ans et +, visiteurs de l'Aveyron, CSP+, résidents IDF, Occitanie

Etude auprès du grand public Français

Au cours des 3 dernières années avez-vous effectué un séjour touristique d'au-moins une nuit dans une des destinations ?

8 répondants sur 10 ont (ou ont eu) des pratiques touristiques

Dans quel(s) département(s) ? Base « a fait un séjour touristique en France au cours des 3 dernières années »



NOTORIETE DE L'AVEYRON

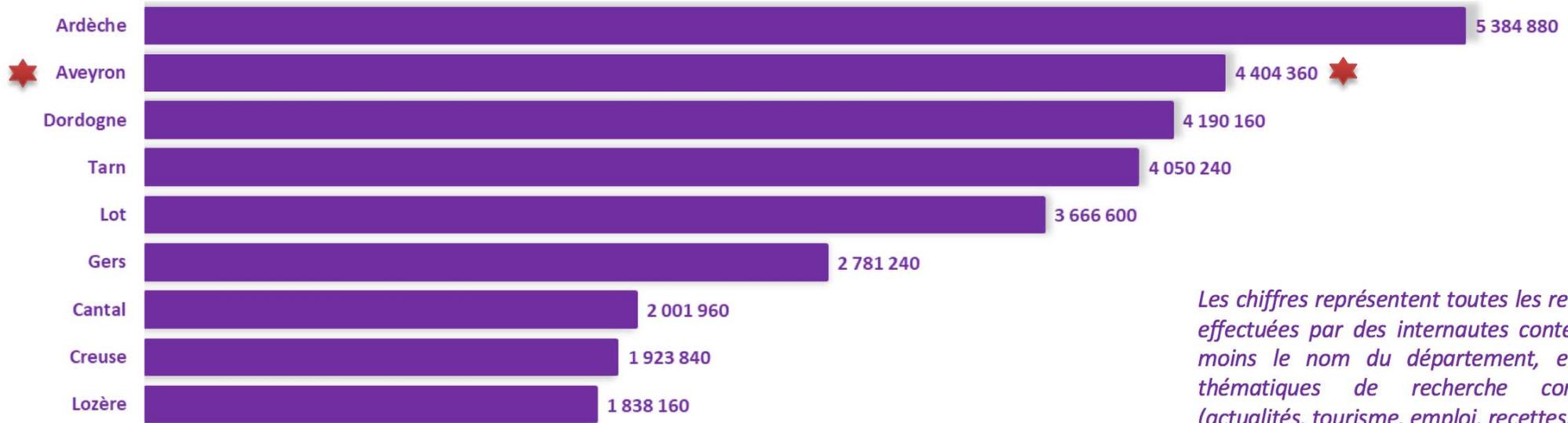
auprès du grand public Français



Sémantique web : Comparatif 9 départements

VOLUMES DE TOUTES LES RECHERCHES CONTENANT AU MOINS LE NOM DU DEPARTEMENT...

(Données sur l'année 2018 – Source : Google France)

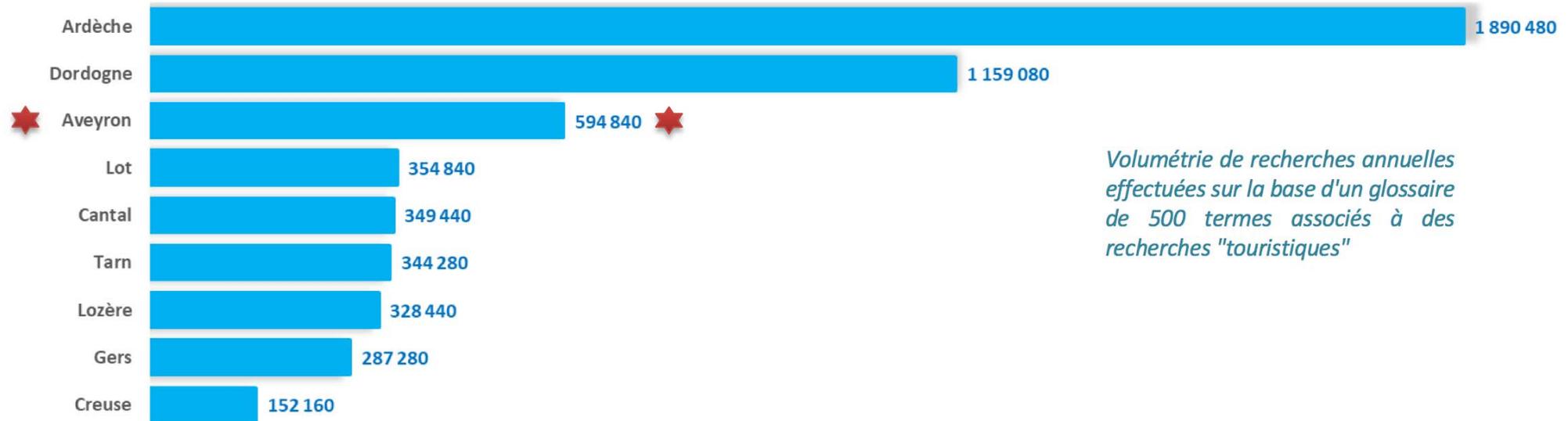


- En volumétrie annuelle, le terme "AVEYRON" se positionne en 2^{ème} position avec 4,4 millions de recherches effectuées l'incluant.
- Ces chiffres n'indiquent pas qu'un département est plus "connu" qu'un autre, mais témoigne d'une tendance de comportement des internautes de l'associer naturellement à une recherche à effectuer
 - *Les internautes recherchent donc 2 fois plus ["une chose" en Aveyron] que ["une chose" dans le Cantal]*

Sémantique web : Comparatif 9 départements

VOLUMES DES RECHERCHES "TOURISME" AVEC LE NOM DU DEPARTEMENT...

(Données sur l'année 2018 – Source : Google France)



Volumétrie de recherches annuelles effectuées sur la base d'un glossaire de 500 termes associés à des recherches "touristiques"

Ces chiffres témoignent de l'association naturelle d'un internaute entre un objectif "tourisme" et un nom de département.

- LEADERS** : Ardèche et Dordogne sont très marqués avec 35% et 28% du volume de toutes les recherches qui sont liés à du tourisme et des volumétries 2 à 4 fois supérieures aux autres départements
- OUTSIDER** : Aveyron est en 3^{ème} position en volumétrie, mais seulement en 5^{ème} position en proportion de toutes les recherches le concernant (13%)
 - Les recherches touristiques avec le mot "aveyron" pèsent 590.000 recherches par an (soit plus de 1.600 par jour)

PART DES RECHERCHES "TOURISME" CONTENANT LE NOM...

Ardèche	35%
Dordogne	28%
Lozère	18%
Cantal	17%
Aveyron	13%
Gers	10%
Lot	10%
Creuse	8%
Tarn	7%

Sémantique web : Comparatif 9 départements

VOLUMES DES RECHERCHES "TOURISME" AVEC LE NOM DU DEPARTEMENT...

(Données sur l'année 2018 – Source : Google France)

LE TOP 50

	TOP 10 des expressions "tourisme"	VOLUME ANNUEL 2018	Département
1	camping ardeche	309 600	Ardèche
2	camping dordogne	289 200	Dordogne
3	gites de france ardeche	78 000	Ardèche
4	tourisme aveyron	45 600	Aveyron
5	chambre d hote ardeche	43 200	Ardèche
6	camping lot	39 360	Lot
7	gites de france aveyron	38 400	Aveyron
8	location ardeche	34 800	Ardèche
9	gite ardeche	34 800	Ardèche
10	camping aveyron	34 800	Aveyron
11	dordogne tourisme	33 360	Dordogne
12	gites de france cantal	31 200	Cantal
13	tourisme lot	31 200	Lot
14	gites de france lot	29 760	Lot
15	descente de l'ardeche	28 800	Ardèche
16	canoe ardeche	28 800	Ardèche
17	ardeche tourisme	28 800	Ardèche
18	camping tarn	26 520	Tarn
19	camping ardeche parc aquatique	22 800	Ardèche
20	chambre d hote dordogne	22 800	Dordogne
21	canoe dordogne	22 800	Dordogne
22	tourisme gers	21 120	Gers
23	camping gers	20 280	Gers
24	location vacances aveyron	20 160	Aveyron
25	hotel ardeche	19 200	Ardèche

26	camping cantal	19 200	Cantal
27	location dordogne	19 200	Dordogne
28	gite aveyron	19 080	Aveyron
29	chambres d hotes gers	19 080	Gers
30	cantal tourisme	17 760	Cantal
31	gites de france lozere	17 640	Lozère
32	lozere tourisme	15 840	Lozère
33	tourisme tarn	15 720	Tarn
34	chambre d hote aveyron	15 600	Aveyron
35	chambre d hote cantal	15 600	Cantal
36	gites de france dordogne	15 600	Dordogne
37	gite dordogne	15 600	Dordogne
38	lozere resa	15 600	Lozère
39	tourisme creuse	15 480	Creuse
40	gites de france tarn	14 400	Tarn
41	location vacances tarn	13 560	Tarn
42	gite tarn	13 440	Tarn
43	gite cantal	13 320	Cantal
44	gites de france gers	13 320	Gers
45	gorges de l'aveyron	12 000	Aveyron
46	vallée de la dordogne	12 000	Dordogne
47	location vacances dordogne	12 000	Dordogne
48	cabane dans les arbres dordogne	12 000	Dordogne
49	chambre d hote lot	12 000	Lot
50	camping lozere	12 000	Lozère

Sémantique web : Comparatif 9 départements

VOLUMES DES RECHERCHES "TOURISME" AVEC LE NOM DU DEPARTEMENT...

(Données sur l'année 2018 – Source : Google France)

LES TOP 10

AVEYRON			
	TOP 10 des expressions "tourisme"		VOLUME ANNUEL 2018
1	tourisme aveyron		45 600
2	gites de france aveyron		38 400
3	camping aveyron		34 800
4	location vacances aveyron		20 160
5	gite aveyron		19 080
6	chambre d hote aveyron		15 600
7	gorges de l'aveyron		12 000
8	micropolis aveyron		8 640
9	hotel aveyron		5 760
10	restaurant aveyron		4 680

- La plus forte association touristique au mot "aveyron" est le terme générique "tourisme" (spécificité que l'on retrouve sur le Gers et sur la Creuse)
- On remarque :
 - la très forte proportion des recherches associant une recherche d'hébergement de type "gites de france", "gite", "location" qui associés pèsent la 1^{ère} masse des recherches touristiques liées au mot "aveyron".
 - Le poids important des recherches faites avec les termes "camping" et "aveyron" : chiffres au même niveau que pour le Lot, mais 7 à 8 fois moins que pour la Dordogne ou l'Ardèche.

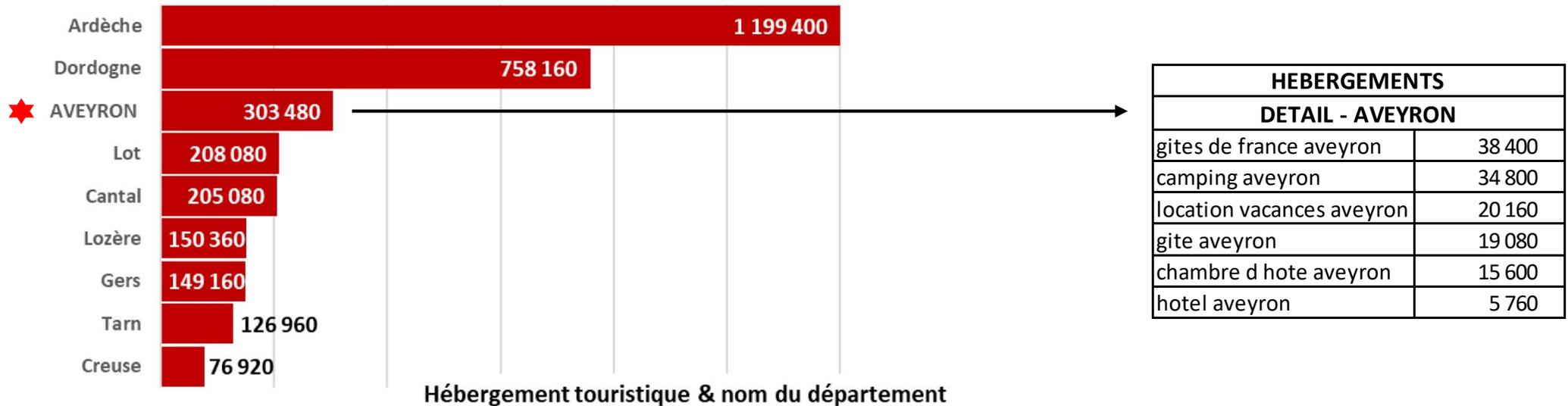
Sémantique web : Comparatif 9 départements

VOLUMES DES RECHERCHES "TOURISME" AVEC LE NOM DU DEPARTEMENT...

(Données sur l'année 2018 – Source : Google France)

APPROCHE THEMATIQUE : HEBERGEMENTS

- "camping en ardeche", "gite dans l'aveyron", "hotel dans le tarn"...



- 3^{ème} position en volumétrie pour **l'Aveyron** et les recherches liées à un hébergement touristique avec plus de 300.000 recherches par an. Les notions liées au **locatif** sont prépondérantes.
- **L'Ardèche et la Dordogne** se positionnent en leader, principalement à cause des volumétries extrêmement fortes enregistrées autour de la notion de "**camping**"

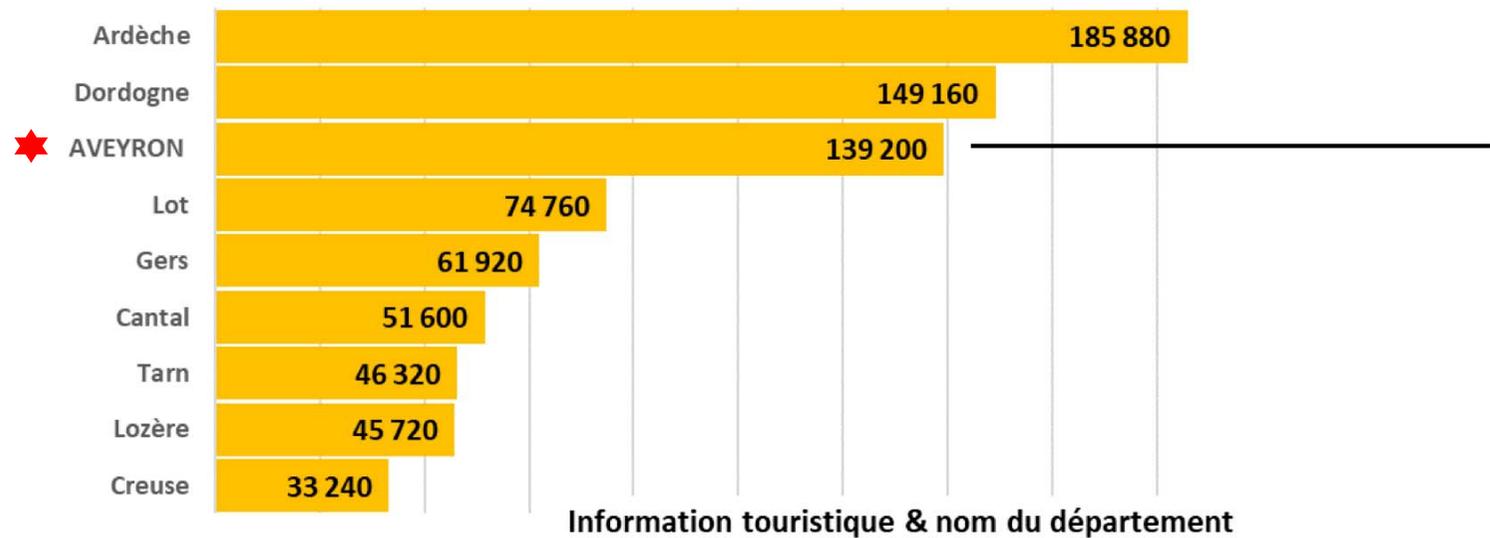
Sémantique web : Comparatif 9 départements

VOLUMES DES RECHERCHES "TOURISME" AVEC LE NOM DU DEPARTEMENT...

(Données sur l'année 2018 – Source : Google France)

APPROCHE THEMATIQUE : INFORMATIONS TOURISTIQUES GENERALES

- *"carte touristique aveyron", "que faire ce we dans le tarn", "vacances en ardeche" ...*



INFOS TOURISTIQUES	
DETAIL - AVEYRON	
tourisme aveyron	22800
aveyron tourisme	22800
visiter l'aveyron	3120
vacances en aveyron	2520
vacances aveyron	2520
que faire en aveyron	2520
visite aveyron	2040
tourisme en aveyron	2040
office tourisme aveyron	2040
office du tourisme aveyron	2040

- 3^{ème} position en volumétrie pour l'Aveyron et les recherches liées à des informations touristiques généralistes, très proche de l'Ardèche et de la Dordogne.
- **Pour les internautes, Ardèche, Dordogne et Aveyron semblent être associés naturellement à des destinations touristiques sur lesquelles on peut engager des recherches générales pour organiser un séjour.**

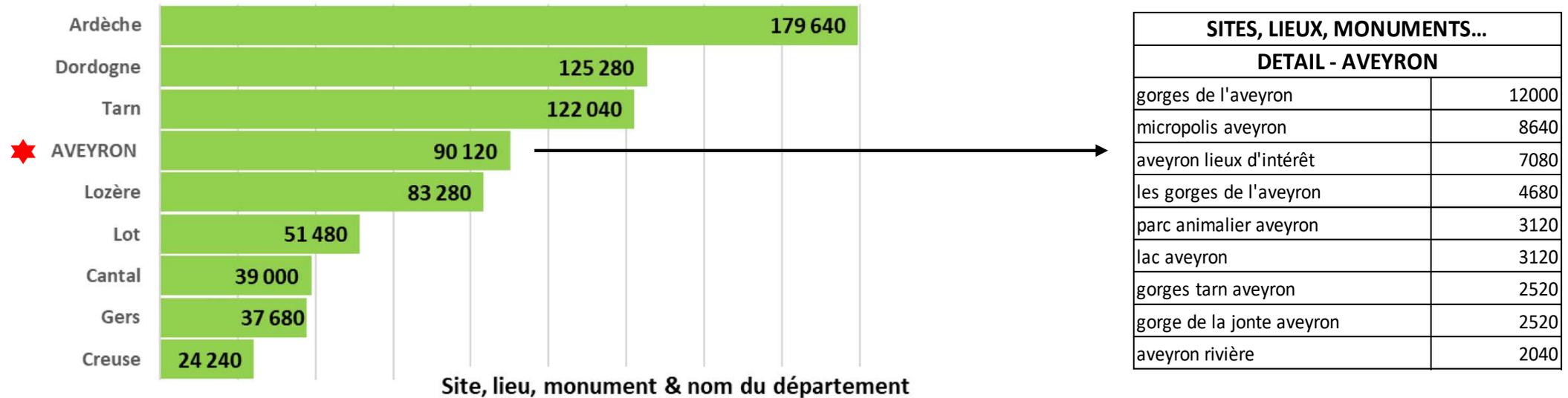
Sémantique web : Comparatif 9 départements

VOLUMES DES RECHERCHES "TOURISME" AVEC LE NOM DU DEPARTEMENT...

(Données sur l'année 2018 – Source : Google France)

APPROCHE THEMATIQUE : SITES, LIEUX, MONUMENTS...

- "grotte en dordogne", "parc animalier lozere", "plus beaux villages aveyron"...



Site, lieu, monument & nom du département

- On note que l'Aveyron s'associe pour les internautes à des recherches autour de points d'intérêt touristiques assez généralistes autour de **l'eau (gorges, lac, rivière)** ou de **lieux d'intérêt**. L'impact induit des "gorges du Tarn" est sans doute assez fort.
- Pour **l'Ardèche**, les plus fortes proportions sont observées pour les notions de **gorges et de grottes**
- Pour la **Dordogne**, les notions de **vallées, de grottes et de châteaux** prédominent.

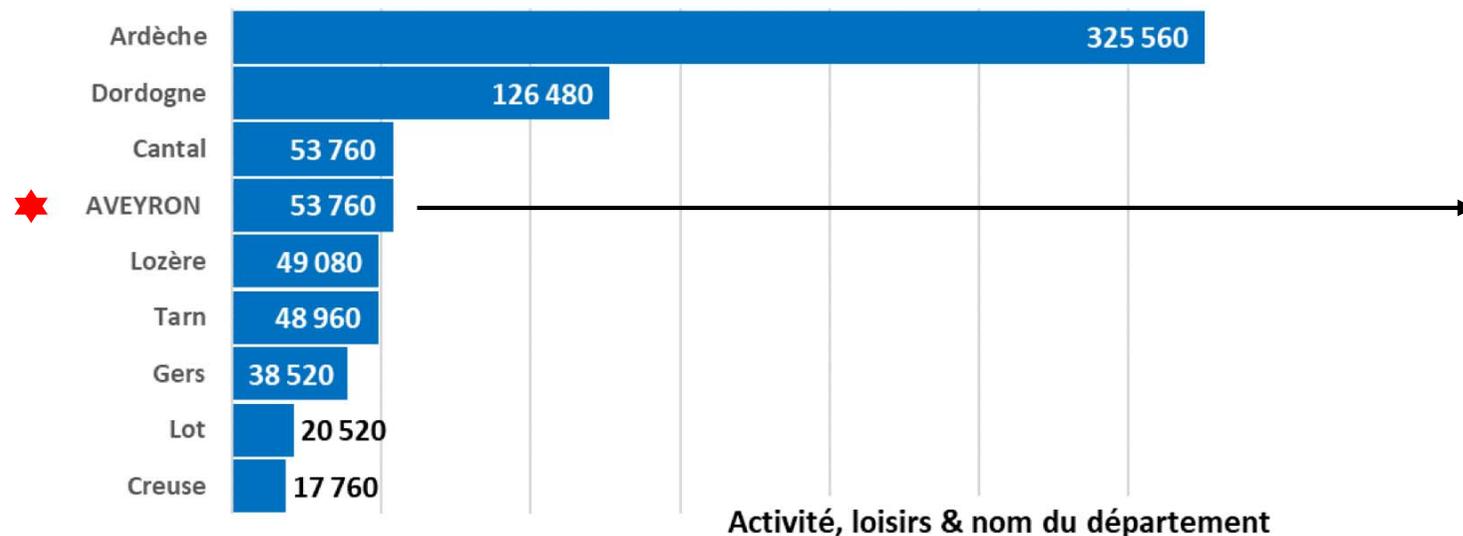
Sémantique web : Comparatif 9 départements

VOLUMES DES RECHERCHES "TOURISME" AVEC LE NOM DU DEPARTEMENT...

(Données sur l'année 2018 – Source : Google France)

APPROCHE THEMATIQUE : ACTIVITES, LOISIRS...

- "ski dans le Cantal", "pêche en aveyron", "randonnée dans le Tarn"...



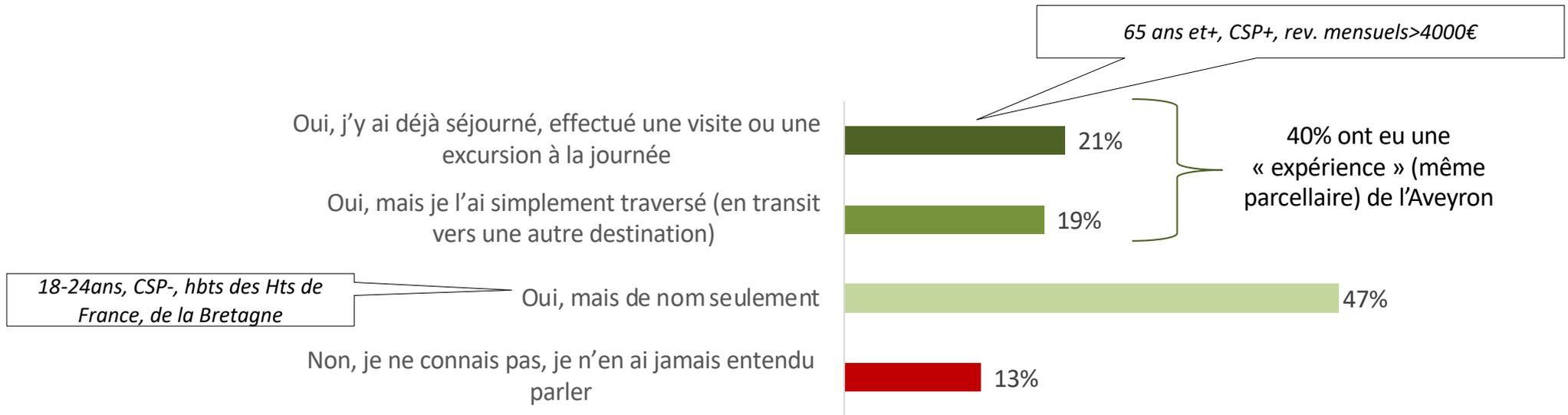
ACTIVITES, LOISIRS	
DETAIL - AVEYRON	
spa aveyron	3120
sortir en aveyron ce weekend	3120
sortir en aveyron	2520
randonnée aveyron	2520
trail aveyron	2040
fete de village aveyron 2018	2040
accrobranche aveyron	2040
via ferrata aveyron	1680
vélo rail aveyron	1680

- Des résultats très éclatés pour les recherches d'activités/loisirs liées au mot "**aveyron**" et des volumétries peu importantes. Cela peut indiquer un réflexe faible des internautes à associer l'Aveyron à un objectif d'activités ou de loisirs et/ou l'inexistence d'une activité très forte venant "écraser" les autres.
- Pour l'**Ardèche** et la **Dordogne**, des chiffres très élevés sur les notions de **canoë**, **canyoning** sont observées, avec une spécificité très forte pour l'**Ardèche** associé à la notion de **descente**
- Pour le **Cantal**, les tendances de recherches sont les même que pour l'Aveyron, avec le **ski** en plus.

Des visiteurs de l'Aveyron dans 2 cas sur 10

Connaissez-vous l'Aveyron ?

9 répondants sur 10 connaissent l'Aveyron soit en raison d'une visite, d'une traversée ou à minima confient ne connaître le département que de nom. Les visiteurs sont particulièrement sur représentés parmi les habitants de l'Occitanie.



	Global	Midi-Pyrénées	Languedoc Roussillon	Aquitaine	Rhône-Alpes	Provence Alpes Côte d'Azur	Toulouse	Montpellier
Oui, j'y ai déjà séjourné, effectué une visite ou une excursion à la journée	21%	58%	46%	26%	20%	22%	65%	57%
Oui, mais je l'ai simplement traversé (en transit vers une autre destination)	19%	20%	21%	23%	24%	23%	21%	13%
Oui, mais de nom seulement	47%	18%	25%	40%	40%	40%	13%	22%
Non, je ne connais pas, je n'en ai jamais entendu parler	13%	4%	8%	11%	17%	14%	1%	8%

Le Viaduc de Millau et Rodez principalement cités

Si je vous dis « Aveyron », quelle association vous vient à l'esprit pour chacun des éléments suivants ?

Base « connaît l'Aveyron », au moins de nom

Un lieu, un site, un territoire de l'Aveyron

Taux de réponse : 43%



Ensemble France	%
Viaduc de Millau	11%
Rodez	7%
Millau	5%
Gorges du Tarn	2%
Conques	2%
Laguiole	1%
Gorges de l'Aveyron	1%
Larzac	1%
Aubrac	1%
« Gorges »	1%
Roquefort	1%
Decazeville	1%
Najac	1%
Gevaudan	<1%
Causses	<1%
Villefranche de Rouergue	<1%
Toulouse	<1%
Saint-Affrique	<1%
Entraygues	<1%

TOP 5 (base répondants)	Midi-Pyrénées		Languedoc Roussillon		Aquitaine		Rhône-Alpes		Provence Alpes Côte d'Azur
Taux de réponse	73%		61%		50%		36%		42%
Viaduc de Millau	26%	Viaduc de Millau	31%	Viaduc de Millau	24%	Viaduc de Millau	32%	Viaduc de Millau	22%
Rodez	21%	Millau	16%	Rodez	23%	Rodez	25%	Millau	18%
Millau	10%	Rodez	15%	Millau	9%	Millau	12%	Rodez	16%
Laguiole	6%	Laguiole	3%	Gorges du Tarn	4%	Conques	5%	Aubrac	6%
Conques	5%	Roquefort	3%	Villefranche de Rouergue	4%	Roquefort	3%	Conques	5%

Si je vous dis « Aveyron », quelle association vous vient à l'esprit pour chacun des éléments suivants ?

Base « connaît l'Aveyron », au moins de nom



Un personnage, une célébrité de l'Aveyron

Taux de réponse : 15%



Ensemble France	%
Pierre Soulages	2%
José Bové	2%
Cyril Lignac	2%
Roger Couderc	1%
Bertrand Delanoe	1%
Michel Bras	1%
Giscard-d'Estaing	1%
Cyrano	< 1%
Bernard Laporte	< 1%
Victor de l'Aveyron	< 1%
Françoise Sagan	< 1%
D'estaing	< 1%
Les Templiers	< 1%
Jean François Galliard	< 1%
D'Artagnan	< 1%
Didier Auriol	< 1%
Brassens	< 1%
François Fabié	< 1%
Jean Jaurès	< 1%
Alain Peyrefitte	< 1%
Jean Marie Perier	< 1%

TOP 3 (base répondants)	Midi-Pyrénées		Languedoc Roussillon		Aquitaine		Rhône-Alpes		Provence Alpes Côte d'Azur
Taux de réponse	36%		23%		17%		11%		14%
P. Soulages	39%	P. Soulages	25%	C. Lignac	19%	José Bové	18%	José Bové	23%
C. Lignac	14%	C. Lignac	22%	José Bové	18%	P. Soulages	14%	P. Soulages	17%
José Bové	9%	José Bové	16%	P. Soulages	16%	C. Lignac	9%	C. Lignac	14%

L'Aligot et les fromages

Si je vous dis « Aveyron », quelle association vous vient à l'esprit pour chacun des éléments suivants ?

Base « connaît l'Aveyron », au moins de nom (hors sur échantillons)



Un produit, un plat,
une recette de l'Aveyron

Taux de réponse : 41%



Ensemble France	%
Aligot	21%
Roquefort	6%
Fromage	3%
Cassoulet	1%
Tripous	1%
Fouace	1%
truffade	1%
Charcuterie	1%
Foie gras	< 1%
veau	< 1%
potée	< 1%
Couteaux Laguiole	< 1%
Coufidou	< 1%
Gateau à la broche	< 1%
saucisse	< 1%
viande	< 1%
Farçous	< 1%
Estofinade	< 1%
Tartiflette	< 1%
Fondue	< 1%
Laguiole	< 1%

TOP 3 (base répondants)	Midi-Pyrénées		Languedoc Roussillon		Aquitaine		Rhône-Alpes		Provence Alpes Côte d'Azur
Taux de réponse	72%		64%		43%		33%		40%
Aligot	68%	Aligot	58%	Aligot	55%	Aligot	46%	Aligot	50%
Roquefort	13%	Roquefort	13%	Roquefort	13%	Roquefort	15%	Roquefort	16%
Fromage	3%	Fromage	9%	Fromage	6%	Fromage	9%	Fromage	9%

La campagne , le calme, la nature pour qualifier spontanément l'Aveyron

Si je vous dis « Aveyron », quelle association vous vient à l'esprit pour chacun des éléments suivants ?

Base « connaît l'Aveyron », au moins de nom (hors sur échantillons)



Un adjectif, un mot que l'Aveyron vous évoque

Taux de réponse : 49%



Ensemble France	%
Campagne	5%
Calme	2%
Nature	2%
Beauté	2%
Rural	1%
Aveyronnais	1%
Terroir	1%
Gastronomie	1%
Soleil	1%
Vert	1%
Tranquillité	1%
Verdure	1%
Repos	1%
Authentique	1%
Montagne	1%
Campagnard	1%
Tourisme	1%
Sauvage	1%
Fromage	1%
Dépaysement	1%
Inconnu	1%
Paysage	1%
Vache	1%
vacances	1%
Auvergnat	< 1%
Accent	< 1%
Rustique	< 1%
verdoyant	< 1%

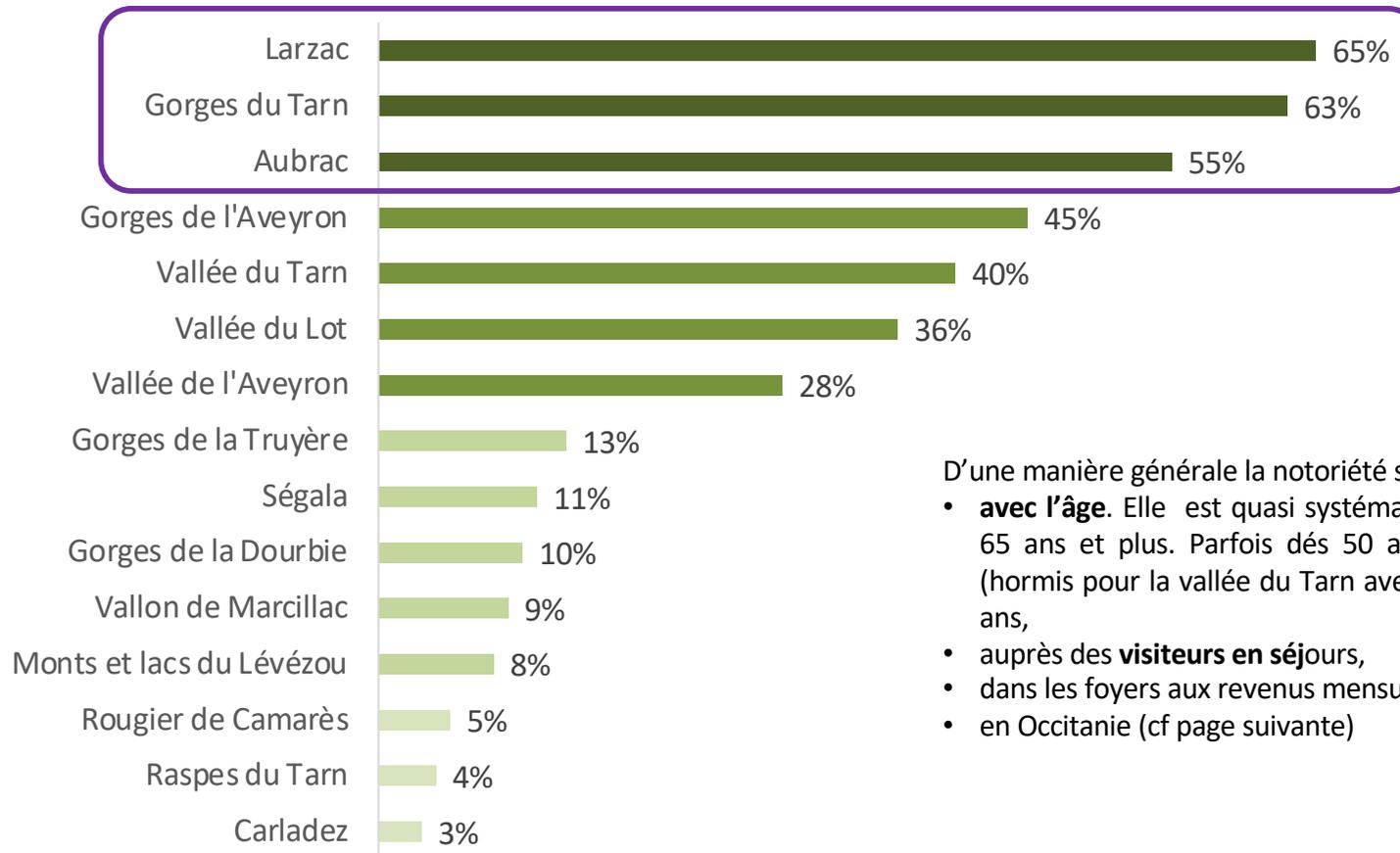
TOP 3 (base répondants)	Midi-Pyrénées		Languedoc Roussillon		Aquitaine		Rhône-Alpes		Provence Alpes Côte d'Azur
Taux de réponse	70%		61%		49%		40%		43%
Campagne	10%	Campagne	11%	Campagne	11%	Campagne	9%	Campagne	10%
Nature	7%	Nature	7%	Calme	5%	Vert	5%	Calme	8%
Rural	5%	Calme	7%	Nature	4%	Sauvage	4%	Nature	4%

Notoriété des destinations de l'Aveyron

Parmi les destinations suivantes de l'Aveyron quelles sont celles que vous connaissez au moins de nom ?

Base « connaît l'Aveyron », au moins de nom

Larzac, Gorges du Tarn, Aubrac sont les destinations les plus connues du département, par **au moins 6 personnes sur 10**. Inversement certaines destinations demeurent assez confidentielles : Carladez, Rasper du Tarn, Rougier de Camarès.



D'une manière générale la notoriété s'accroît :

- **avec l'âge**. Elle est quasi systématiquement supérieure à la moyenne chez les 65 ans et plus. Parfois dès 50 ans. Mais très rarement chez les plus jeunes (hormis pour la vallée du Tarn avec un taux de notoriété de 49% chez les 18-24 ans,
- auprès des **visiteurs en séjours**,
- dans les foyers aux revenus mensuels de 4 à 5000 €,
- en Occitanie (cf page suivante)

Notoriété des destinations de l'Aveyron

Parmi les destinations suivantes de l'Aveyron quelles sont celles que vous connaissez au moins de nom ?

Base « connaît l'Aveyron », au moins de nom

Des résidents de l'Occitanie plus « connaisseurs » de ces destinations.

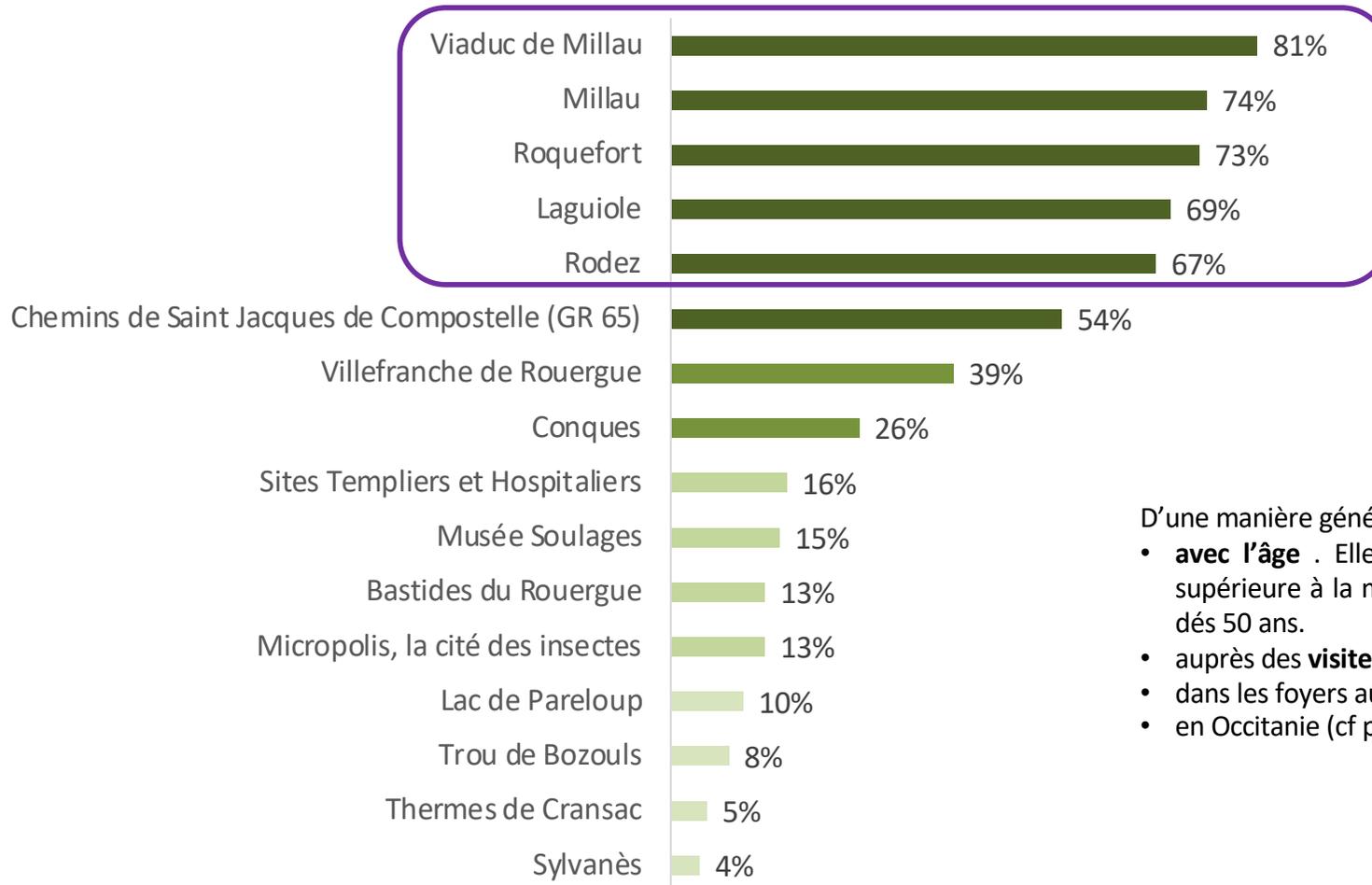
	Global	Midi-Pyrénées	Languedoc Roussillon	Aquitaine	Rhône-Alpes	Provence Alpes Côte d'Azur	Toulouse	Montpellier
Larzac	65%	78%	80%	66%	66%	66%	72%	85%
Gorges du Tarn	63%	76%	76%	64%	57%	56%	63%	79%
Aubrac	55%	76%	74%	55%	52%	50%	74%	80%
Gorges de l'Aveyron	45%	64%	52%	46%	41%	43%	53%	52%
Vallée du Tarn	40%	62%	52%	44%	37%	37%	45%	56%
Vallée du Lot	36%	58%	43%	47%	32%	28%	40%	39%
Vallée de l'Aveyron	28%	49%	37%	31%	24%	22%	46%	45%
Gorges de la Truyère	13%	24%	18%	15%	13%	9%	12%	13%
Ségala	11%	39%	13%	13%	8%	10%	25%	14%
Gorges de la Dourbie	10%	20%	32%	10%	9%	10%	11%	36%
Vallon de Marcillac	9%	25%	9%	12%	8%	9%	17%	10%
Monts et lacs du Lévézou	8%	28%	22%	9%	9%	7%	18%	23%
Rougier de Camarès	5%	12%	6%	7%	3%	2%	8%	9%
Raspes du Tarn	4%	10%	6%	7%	6%	8%	7%	5%
Carladez	3%	10%	3%	6%	4%	3%	6%	2%

Notoriété des sites et villes de l'Aveyron

Et plus précisément, parmi la liste suivante de sites et de villes de l'Aveyron, quels sont celles ou ceux que vous connaissez au moins de nom ?

Base « connaît l'Aveyron », au moins de nom

Des marqueurs forts : Millau et son Viaduc, Roquefort, Laguiole et Rodez.



D'une manière générale la notoriété s'accroît :

- **avec l'âge** . Elle est ici aussi quasi systématiquement supérieure à la moyenne chez les 65 ans et plus. Parfois dès 50 ans.
- auprès des **visiteurs en séjours**,
- dans les foyers aux revenus mensuels de 3 à 5000 €
- en Occitanie (cf page suivante)

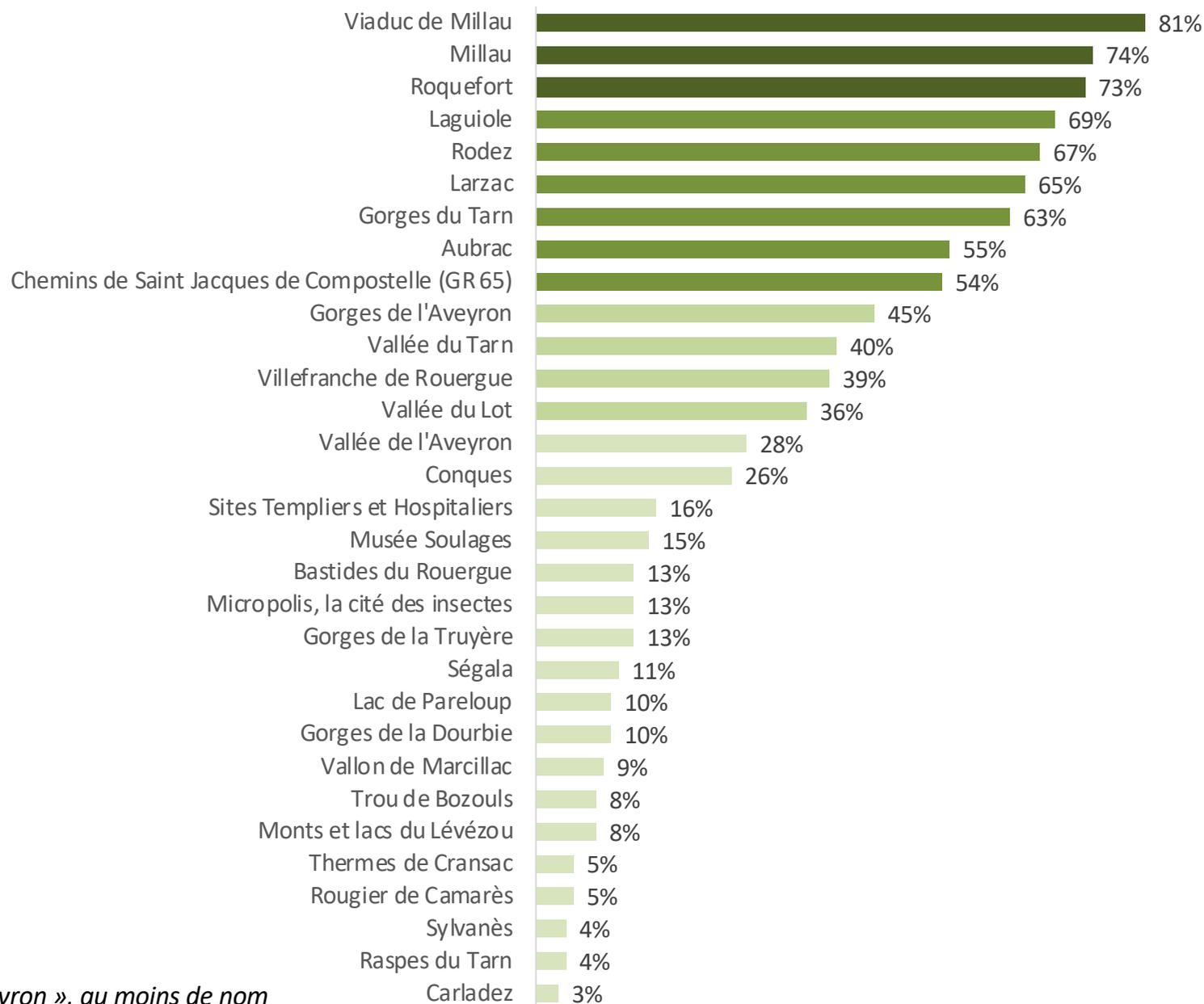
Notoriété des sites et villes de l'Aveyron

Et plus précisément, parmi la liste suivante de sites et de villes de l'Aveyron, quels sont celles ou ceux que vous connaissez au moins de nom ?

Base « connaît l'Aveyron », au moins de nom

	Global	Midi-Pyrénées	Languedoc Roussillon	Aquitaine	Rhône-Alpes	Provence Alpes Côte d'Azur	Toulouse	Montpellier
Viaduc de Millau	81%	89%	90%	78%	80%	79%	89%	90%
Millau	74%	88%	90%	76%	74%	71%	86%	95%
Roquefort	73%	84%	83%	68%	66%	68%	80%	84%
Laguiole	69%	86%	77%	69%	64%	66%	84%	78%
Rodez	67%	87%	82%	75%	67%	67%	85%	81%
Chemins de Saint Jacques de Compostelle (GR 65)	54%	65%	58%	53%	55%	52%	60%	64%
Villefranche de Rouergue	39%	73%	50%	48%	39%	37%	70%	56%
Conques	26%	60%	39%	31%	30%	24%	49%	47%
Sites Templiers et Hospitaliers	16%	30%	30%	18%	17%	20%	18%	33%
Musée Soulagès	15%	45%	31%	16%	15%	17%	44%	48%
Bastides du Rouergue	13%	37%	15%	18%	13%	10%	23%	15%
Micropolis, la cité des insectes	13%	45%	35%	10%	8%	12%	35%	44%
Lac de Pareloup	10%	35%	19%	10%	10%	9%	30%	24%
Trou de Bozouls	8%	28%	10%	9%	6%	4%	24%	12%
Thermes de Cransac	5%	18%	4%	4%	4%	4%	13%	5%
Sylvanès	4%	17%	12%	1%	4%	6%	11%	16%
Vous n'en connaissez aucune	5%	2%	1%	6%	5%	5%	2%	1%

Notoriété des destinations, sites et villes : récapitulatif



Base « connaît l'Aveyron », au moins de nom

Sémantique web : FOCUS "AVEYRON"

Les destinations infra-départementales

(Données sur l'année 2018 – Source : Google France)

Recherches effectuées par des internautes sur les destinations infra-départementales de l'Aveyron	Recherches annuelles	
	Nombre	Pourcentage
Aubrac	1 498 200	63%
Gorges du Tarn	581 400	24%
Larzac	228 840	10%
Lac du Levezou	39 360	1,6%
Ségala	12 600	0,5%
Vallée du Lot	9 480	0,4%
Gorge de l'aveyron	3 840	0,2%
Gorges de la Dourbie	3 840	0,2%
Gorges de la Truyère	3 240	0,1%
Carladez	2 520	0,1%
Vallée du Tarn	960	0,0%
Rougier de Camarès	600	0,0%
Vallée de l'Aveyron	600	0,03%
Raspes du Tarn	600	0,03%
Vallon de Marcillac	120	0,01%

- **Les destinations infra-départementales de l'Aveyron pèsent 200.000 recherches mensuelles, soit 2,5 millions par an** (tous types de recherches : météo, infos, vie pratique, tourisme...)
 - *Rappel : 4,4 millions pour le terme "aveyron"*
- **Trois des infra-destinations concentrent 97% du volume des recherches :**
 - **Aubrac**
 - **Gorges du Tarn**
 - **Larzac**

Sémantique web : FOCUS "AVEYRON"

Les destinations infra-départementales :

POIDS DES RECHERCHES "TOURISME" : 930.000 recherches / an

(Données sur l'année 2018 – Source : Google France)

	Recherches annuelles totales	Recherches annuelles liées au TOURISME (volume et part % par rapport aux recherches totales)	
Gorges du Tarn	581 400	577 200	62%
Aubrac	1 498 200	298 440	32%
Larzac	228 840	48 000	5%
Gorge de l'aveyron	3 840	3 840	0,4%
Lac du levezou	39 360	3 720	0,4%
Vallée du Tarn	960	960	0,1%
Gorges de la Truyère	3 240	120	0,0%

Volumétrie de recherches annuelles effectuées sur la base d'un glossaire de 500 termes associés à des recherches "touristiques"

- La destination "Gorges du Tarn" pèse les plus gros volumes de recherches liées au tourisme avec 577.200 recherches par an.
 - Cela représente 62% de toutes les recherches "tourisme" liées aux destinations infradépartementales de l'Aveyron
 - Chiffre équivalent aux recherches touristiques liées au terme "Aveyron" (590.000 / an)
- Les recherches touristiques pour "Aubrac" et "Larzac" pèsent 37% des recherches "tourisme" effectuées, avec un volume important pour "Aubrac" (300.000/an)

Sémantique web : FOCUS "AVEYRON"

Les villes, les sites ou lieux touristiques

(Données sur l'année 2018 – Source : Google France)

Recherches effectuées par des internautes sur des villes et sites majeurs de l'Aveyron	Recherches annuelles	
Millau	2 344 320	35%
Roquefort	1 735 560	26%
Viaduc de Millau	815 400	12%
Conques	689 400	10%
Rodez	426 240	6%
Laguiole	303 360	5%
Villefranche de Rouergue	178 200	3%
Micropolis	79 200	1%
Musée Soulages	64 800	1%
Chemin Saint Jacques de Compostelle	15 600	0,2%
Trou de Bozouls	12 120	0,2%
Thermes de Cransac	3 000	0,04%
Sylvanès	1 680	0,03%
Bastides du Rouergue	120	0,01%
Sites Templiers	120	0,01%

- Les recherches (tous types de recherches : météo, infos, vie pratique, tourisme...) sur les villes/sites/lieux de l'Aveyron pèsent plus de 550.000 recherches mensuelles, soit 6,6 millions par an.
 - *Rappel* : 4,4 millions pour le terme "aveyron"
- Quatre d'entre elles pèsent 83% des recherches :
 - **Millau**
 - **Roquefort**
 - **Viaduc de Millau**
 - **Conques**

Sémantique web : FOCUS "AVEYRON"

Les villes, les sites ou lieux touristiques

POIDS DES RECHERCHES "TOURISME" : 1,5 millions de recherches /an

(Données sur l'année 2018 – Source : Google France)

	Recherches annuelles totales	Recherches annuelles liées au TOURISME (volume et part % par rapport aux recherches totales)	
Viaduc de Millau	815 400	668 160	44%
Millau	2 344 320	485 160	32%
Conques	689 400	154 200	10%
Roquefort	1 735 560	119 280	8%
Musée Soulages	64 800	64 800	4%
Laguiole	303 360	11 640	1%
Rodez	426 240	6 240	0,4%
Thermes de Cransac	3 000	2 520	0,2%

- Le **Viaduc de Millau** pèse un poids considérable sur les recherches touristiques des villes/sites/lieux de l'Aveyron (44% de toutes les recherches effectuées) et "aspire" avec lui les recherches faites sur "**Millau**".
- Deux autres sites sont majeurs dans les volumes de recherches :
 - **Conques**
 - **Roquefort**

Volumétrie de recherches annuelles effectuées sur la base d'un glossaire de 500 termes associés à des recherches "touristiques"

Sémantique web : FOCUS "AVEYRON"

Bilan général des recherches effectuées

POIDS DES RECHERCHES "TOURISME" > 100.000 recherches / an

(Données sur l'année 2018 – Source : Google France)

Recherches annuelles liées au TOURISME	
Viaduc de Millau	668 160
Gorges du Tarn	577 200
Millau	485 160
hébergement + aveyron	303 480
Aubrac	298 440
Conques	154 200
info touristique + aveyron	139 200
Roquefort	119 280

Volumétrie de recherches annuelles effectuées sur la base d'un glossaire de 500 termes associés à des recherches "touristiques"

IMAGE DE L'AVEYRON

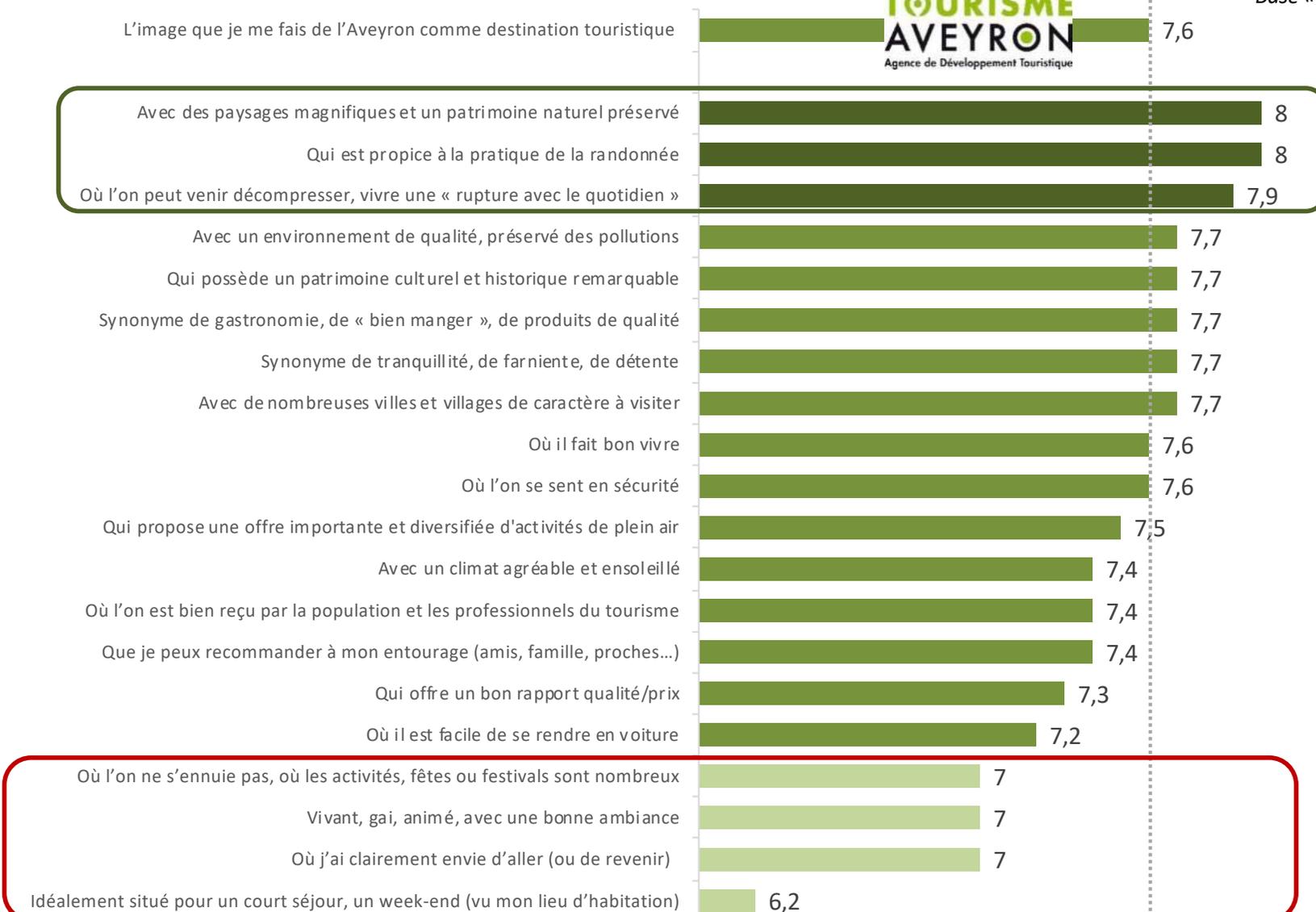
Auprès du public connaissant l'Aveyron, au moins de nom



L'Aveyron : un imaginaire qui colle aux valeurs et attentes de la « campagne » 36

Parmi les qualités suivantes, merci de noter chacune d'entre elles par rapport à l'image que vous vous faites de l'Aveyron ?
Donnez une note de 1, si vous pensez que l'Aveyron n'a pas du tout cette qualité à 10 si vous pensez qu'il l'a totalement.

Base « connaît l'Aveyron », au moins de nom



- Les composantes de l'image :
- patrimoine naturel et culturel préservés, (propices à la randonnée et aux activités)
 - pureté de l'environnement,
 - rupture,
 - du caractère,
 - qualité de vie

- Des atouts qui s'accompagnent de leurs corollaires :
- de difficultés d'accès (aux différents sens du terme)
 - d'un éventuel manque d'animations

L'Aveyron : un imaginaire qui colle aux valeurs et attentes de la « campagne » ³⁷

	Global	Midi-Pyrénées	Languedoc Roussillon	Aquitaine	Rhône-Alpes	Provence Alpes Côte d'Azur	Toulouse	Montpellier
Avec des paysages magnifiques et un patrimoine naturel préservé	8	8,3	8,4	8,1	7,7	7,9	8,1	8,5
Qui est propice à la pratique de la randonnée	8	8,2	8,5	8,1	7,7	7,9	8	8,6
Où l'on peut venir décompresser, vivre une « rupture avec le quotidien »	7,9	8,1	8,3	8,1	7,7	8	8,1	8,3
Avec un environnement de qualité, préservé des pollutions	7,7	7,9	8,1	7,8	7,7	7,6	7,7	8,2
Qui possède un patrimoine culturel et historique remarquable	7,7	7,9	7,9	7,7	7,5	7,6	7,6	7,9
Synonyme de gastronomie, de « bien manger », de produits de qualité	7,7	8,3	8,3	7,8	7,6	7,7	8,1	8,4
Synonyme de tranquillité, de farniente, de détente	7,7	8	8,1	7,9	7,6	7,8	7,8	8,1
Avec de nombreuses villes et villages de caractère à visiter	7,7	8,1	8	7,8	7,6	7,7	7,8	8
L'image que je me fais de l'Aveyron comme destination touristique	7,6	7,8	7,9	7,8	7,4	7,6	7,4	8
Où il fait bon vivre	7,6	7,8	7,8	7,5	7,5	7,6	7,5	7,9
Où l'on se sent en sécurité	7,6	7,8	7,9	7,7	7,6	7,7	7,7	8,1
Qui propose une offre importante et diversifiée d'activités de plein air	7,5	7,5	7,7	7,8	7,2	7,4	7,2	7,8
Avec un climat agréable et ensoleillé	7,4	7,3	7,3	7,5	7,2	7,2	7,1	7,3
Où l'on est bien reçu par la population et les professionnels du tourisme	7,4	7,4	7,7	7,7	7,5	7,4	7,1	7,9
Que je peux recommander à mon entourage (amis, famille, proches...)	7,4	7,9	8	7,6	7,3	7,3	7,7	8,1
Qui offre un bon rapport qualité/prix	7,3	7,7	7,9	7,4	7,3	7,3	7,5	8
Où il est facile de se rendre en voiture	7,2	7,5	7,8	7,2	7	7	7,3	7,8
Où l'on ne s'ennuie pas, où les activités, fêtes ou festivals sont nombreux	7	7,1	6,9	7,1	6,9	6,9	6,7	7,2
Vivant, gai, animé, avec une bonne ambiance	7	7	7,1	7,2	7,1	7	6,7	7,2
Où j'ai clairement envie d'aller (ou de revenir)	7	7,4	7,5	7,2	6,9	6,8	7,1	7,5
Idéalement situé pour un court séjour, un week-end (vu mon lieu d'habitation)	6,2	8	8,1	6,6	6,7	6,6	7,9	8,3

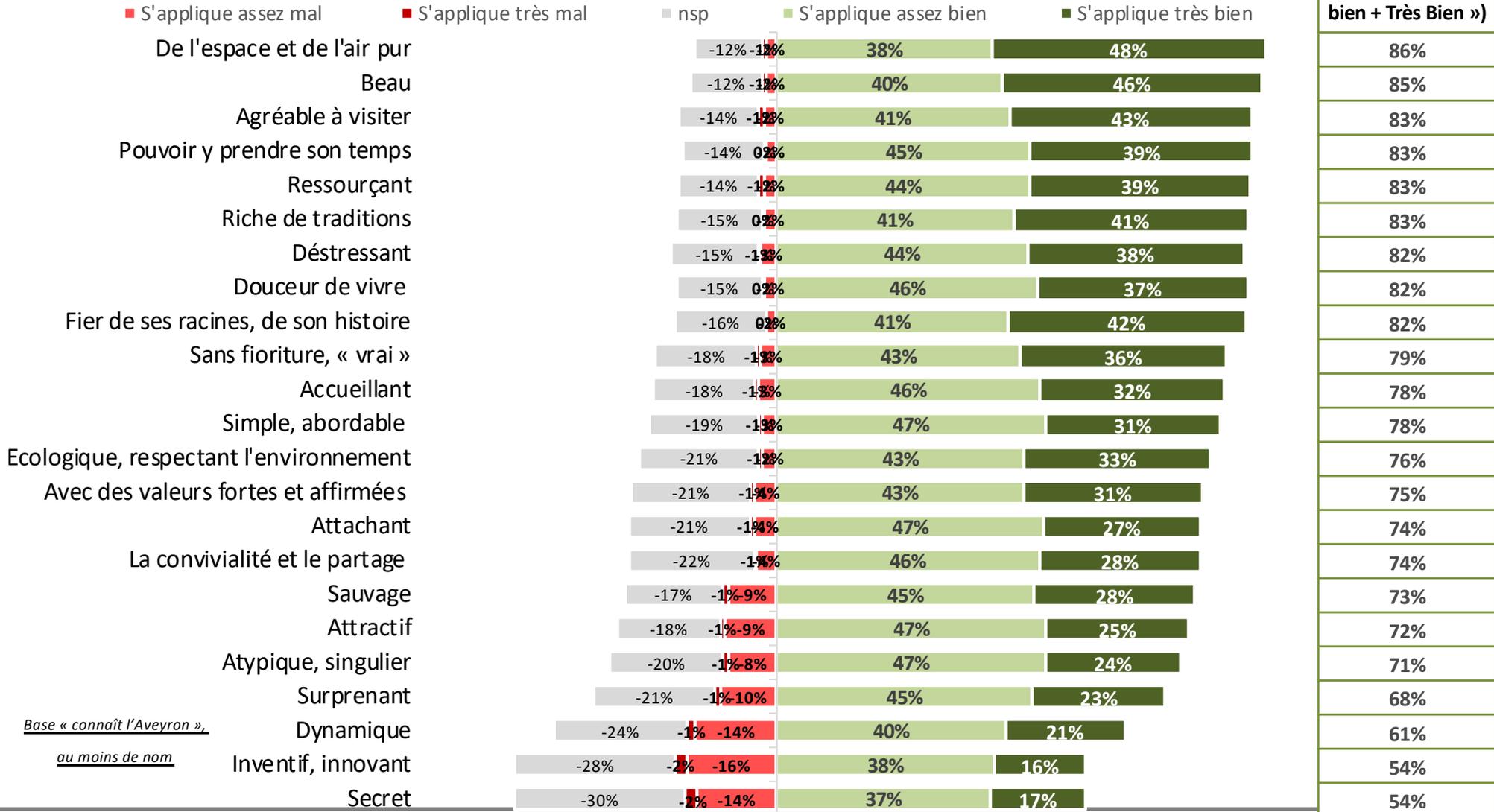
L'Aveyron : un imaginaire qui colle aux valeurs et attentes de la « campagne » 38

	Global	Profils ayant une note sup à la moyenne
Avec des paysages magnifiques et un patrimoine naturel préservé	8	65 ans et + / rev mensuel foy. de 5 à 7 500 €
Qui est propice à la pratique de la randonnée	8	+50ans / déjà séjourné en Aveyron / rev mensuel foy. de 5 à 7 500 €
Où l'on peut venir décompresser, vivre une « rupture avec le quotidien »	7,9	65 ans et + / déjà séjourné en Aveyron / rev mensuel foy. sup à 5 000€
Avec un environnement de qualité, préservé des pollutions	7,7	65 ans et + / déjà séjourné en Aveyron / rev mensuel foy. de 5 à 7 500 €
Qui possède un patrimoine culturel et historique remarquable	7,7	+50ans / déjà séjourné en Aveyron / rev mensuel foy. de 5 à 7 500 €
Synonyme de gastronomie, de « bien manger », de produits de qualité	7,7	+50ans / déjà séjourné en Aveyron / rev mensuel foy. sup à 5 000€
Synonyme de tranquillité, de farniente, de détente	7,7	65 ans et + / déjà séjourné en Aveyron / rev mensuel foy. sup à 5 000€
Avec de nombreuses villes et villages de caractère à visiter	7,7	+50ans / déjà séjourné en Aveyron / rev mensuel foy. de 5 à 7 500 €
L'image que je me fais de l'Aveyron comme destination touristique	7,6	+50ans / déjà séjourné en Aveyron / rev mensuel foy. de 5 à 7 500 €
Où il fait bon vivre	7,6	65 ans et + / déjà séjourné en Aveyron
Où l'on se sent en sécurité	7,6	65 ans et + / déjà séjourné en Aveyron / rev mensuel foy. de 5 à 7 500 €
Qui propose une offre importante et diversifiée d'activités de plein air	7,5	65 ans et + / déjà séjourné en Aveyron / rev mensuel foy. sup à 5 000€
Avec un climat agréable et ensoleillé	7,4	65 ans et + / déjà séjourné en Aveyron / rev mensuel foy. sup à 5 à 7 500 €
Où l'on est bien reçu par la population et les professionnels du tourisme	7,4	65 ans et + / déjà séjourné en Aveyron
Que je peux recommander à mon entourage (amis, famille, proches...)	7,4	+50ans / déjà séjourné en Aveyron / rev mensuel foy. sup à 5 000€
Qui offre un bon rapport qualité/prix	7,3	65 ans et + / déjà séjourné en Aveyron / rev mensuel foy. sup à 5 000€
Où il est facile de se rendre en voiture	7,2	+50ans / déjà séjourné en Aveyron
Où l'on ne s'ennuie pas, où les activités, fêtes ou festivals sont nombreux	7	+50ans / déjà séjourné en Aveyron
Vivant, gai, animé, avec une bonne ambiance	7	+65ans / déjà séjourné en Aveyron
Où j'ai clairement envie d'aller (ou de revenir)	7	+50ans / déjà séjourné en Aveyron
Idéalement situé pour un court séjour, un week-end (vu mon lieu d'habitation)	6,2	rev mensuel foy. sup à 5 000€

Des qualificatifs qui valorisent prioritairement les patrimoines et la « rupture »...

Pour chacun des qualificatifs ou des expressions suivantes comment, selon vous, s'appliquent-ils à l'Aveyron ?

...et un positionnement à renforcer au travers de la singularité, de la surprise



Base « connaît l'Aveyron »
au moins de nom

% « s'applique bien » (s'applique « Assez bien + Très Bien »)	Global	Midi-Pyrénées	Languedoc Roussillon	Aquitaine	Rhône-Alpes	Provence Alpes Côte d'Azur	Toulouse	Montpellier
De l'espace et de l'air pur	86%	95%	94%	90%	85%	92%	93%	95%
Beau	85%	94%	92%	88%	86%	92%	92%	93%
Agréable à visiter	83%	95%	91%	90%	85%	90%	91%	92%
Pouvoir y prendre son temps	83%	93%	92%	86%	85%	87%	91%	94%
Ressourçant	83%	92%	92%	86%	85%	85%	87%	93%
Riche de traditions	83%	94%	89%	83%	84%	87%	96%	90%
Déstressant	82%	91%	92%	84%	82%	85%	89%	93%
Douceur de vivre	82%	92%	90%	86%	82%	86%	89%	93%
Fier de ses racines, de son histoire	82%	93%	90%	83%	81%	87%	94%	93%
Sans fioriture, « vrai »	79%	89%	87%	83%	82%	82%	88%	89%
Accueillant	78%	84%	86%	83%	81%	86%	84%	86%
Simple, abordable	78%	89%	89%	79%	79%	84%	88%	88%
Ecologique, respectant l'environnement	76%	87%	88%	81%	80%	78%	92%	91%
Avec des valeurs fortes et affirmées	75%	88%	84%	79%	77%	82%	88%	87%
Attachant	74%	83%	82%	77%	75%	81%	79%	80%
La convivialité et le partage	74%	85%	84%	75%	76%	82%	86%	84%
Sauvage	73%	86%	83%	73%	76%	79%	83%	79%
Attractif	72%	79%	77%	75%	75%	75%	78%	76%
Atypique, singulier	71%	82%	82%	74%	75%	72%	83%	81%
Surprenant	68%	78%	76%	70%	72%	76%	76%	77%
Dynamique	61%	66%	63%	64%	67%	60%	68%	64%
Inventif, innovant	54%	59%	55%	50%	57%	57%	66%	53%
Secret	54%	61%	63%	54%	59%	59%	57%	73%

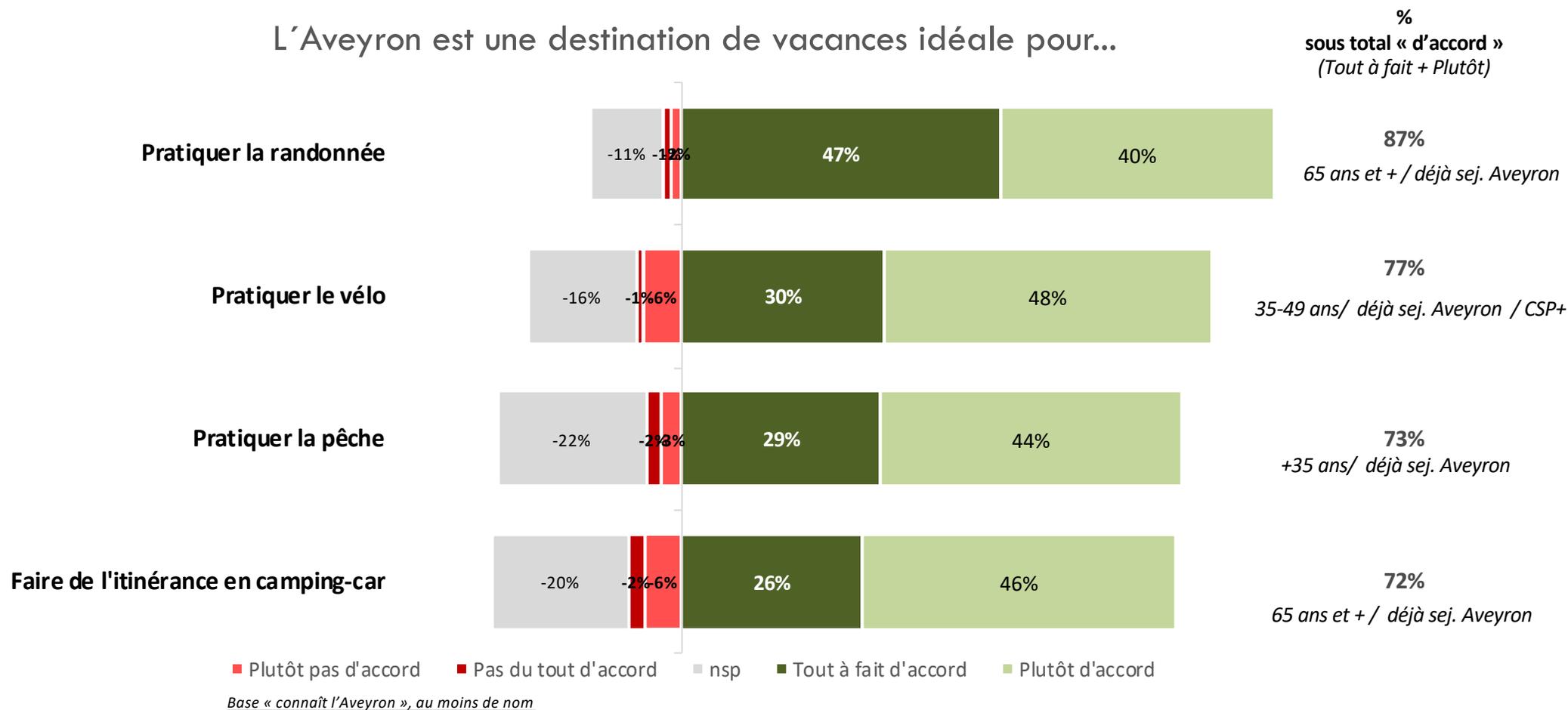
L'Aveyron destination de vacances idéale pour la randonnée et le vélo... 41

Concernant l'Aveyron comme destination de vacances, êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ?

Des valeurs sûres avec la randonnée en fer de lance... moins de certitudes pour l'itinérance en camping-car ou la pratique de la moto.



L'Aveyron est une destination de vacances idéale pour...



L'Aveyron est une destination de vacances idéale pour... (% sous total « d'accord ») (Tout à fait + Plutôt)	Global	Midi-Pyrénées	Languedoc Roussillon	Aquitaine	Rhône-Alpes	Provence Alpes Côte d'Azur	Toulouse	Montpellier
Pratiquer la randonnée	87%	96%	95%	89%	87%	90%	96%	95%
Pratiquer le vélo	77%	85%	86%	78%	78%	83%	88%	86%
Pratiquer la pêche	73%	85%	79%	77%	71%	72%	84%	73%
Faire de l'itinérance en camping-car	72%	81%	78%	72%	74%	71%	79%	76%

IMAGE DE L'AVEYRON

FOCUS "IMAGE CAMPAGNE"



L'Aveyron présent dans l'univers concurrentiel de la « campagne »...

Si je vous dis « vacances à la campagne », quels sont les départements français qui vous viennent à l'esprit ? Base ensemble

... dans l'imaginaire des personnes interrogées, mais doit faire face à de nombreuses destinations jouant des mêmes attributs, particulièrement la Creuse et l'Ardèche



7% des français interrogés associent spontanément l'Aveyron à des Vacances à la Campagne.

Ensemble France	% Base répondants
Creuse	15%
Ardèche	14%
Normandie	11%
Dordogne	11%
Cantal	10%
Corrèze	9%
Lozère	9%
Auvergne	7%
Lot	7%
Aveyron	7%
Bretagne	7%
Gers	6%
Drôme	5%
Vosges	4%
Jura	4%
Vendée	4%
Calvados	4%
Puy-de-Dôme	4%
Tarn	3%
Var	3%
Ain	3%
Charente	3%
Landes	3%
Loire	3%
Haute-Loire	3%
Orne	3%

L'Aveyron présent dans l'univers concurrentiel de la « campagne »...

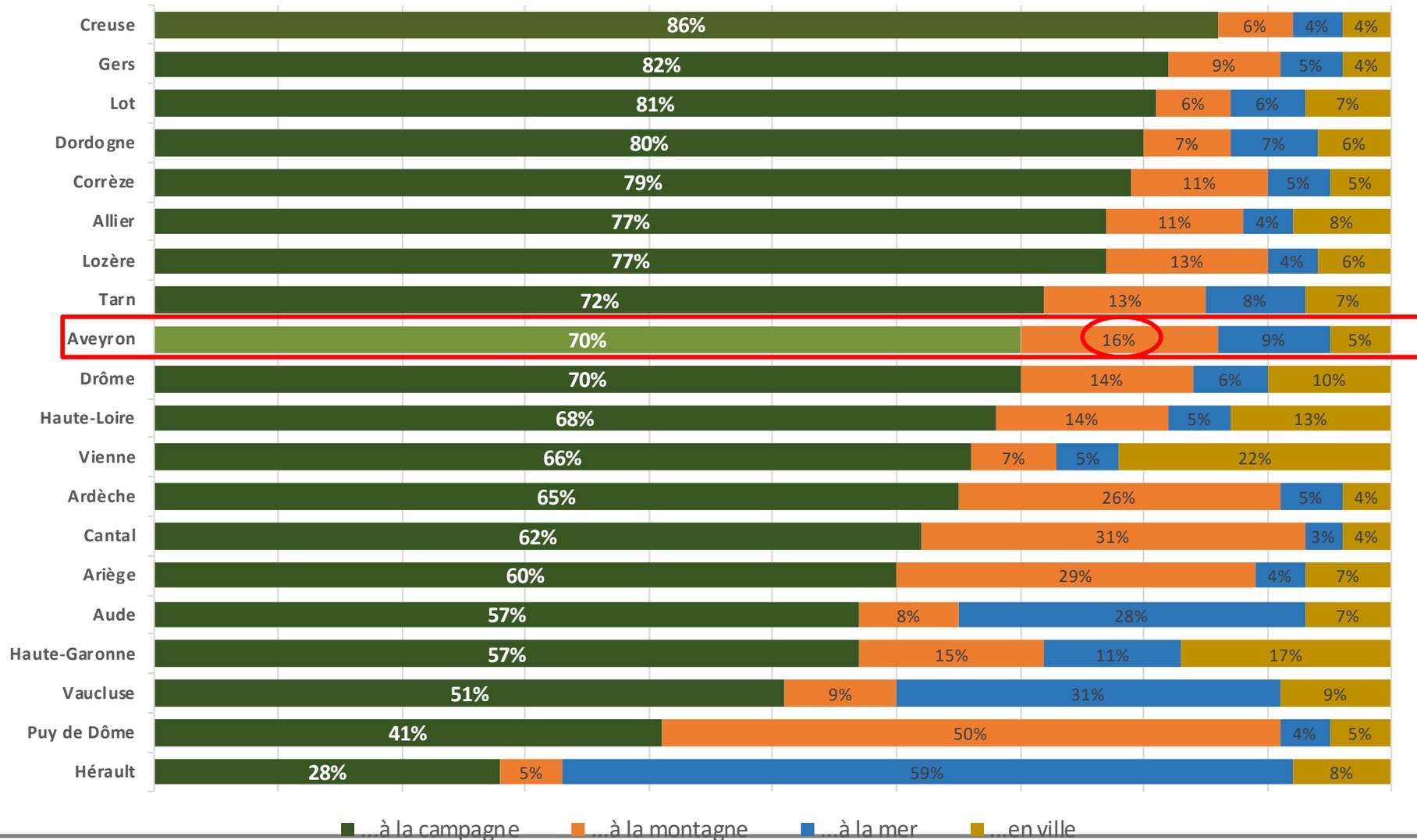
Si je vous dis « vacances à la campagne », quels sont les départements français qui vous viennent à l'esprit ? Base ensemble

TOP15		Global		Midi-Pyrénées		Languedoc Roussillon		Aquitaine		Rhône-Alpes		Provence Alpes Côte d'Azur
1	Creuse	15%	Aveyron	35%	Lozère	32%	Dordogne	40%	Ardèche	33%	Ardèche	25%
2	Ardèche	14%	Gers	30%	Ardèche	25%	Landes	19%	Drôme	17%	Var	11%
3	Normandie	11%	Lot	23%	Aveyron	24%	Gers	15%	Creuse	17%	Lozère	11%
4	Dordogne	11%	Tarn	23%	Hérault	14%	Corrèze	15%	Isère	14%	Drôme	11%
5	Cantal	10%	Ariège	23%	Gard	13%	Pyrénées-Atlantiques	14%	Cantal	13%	Alpes-Haute-Pce	9%
6	Corrèze	9%	Cantal	15%	Cantal	12%	Gironde	13%	Lozère	12%	Aveyron	9%
7	Lozère	9%	Dordogne	15%	Creuse	11%	Creuse	12%	Loire	11%	Hauts-Alpes	9%
8	Auvergne	7%	Lozère	14%	Aude	9%	Lot	12%	Ain	11%	Cantal	8%
9	Lot	7%	Tarn-et-Garonne	14%	Ariège	9%	Lot-et-Garonne	12%	Savoie	10%	Normandie	8%
10	Aveyron	7%	Corrèze	13%	Auvergne	9%	Aveyron	10%	Dordogne	8%	Dordogne	7%
11	Bretagne	7%	Ardèche	10%	Pyrénées-Orientales	8%	Charente	10%	Auvergne	7%	Vaucluse	7%
12	Gers	6%	Creuse	10%	Corrèze	8%	Cantal	9%	Haute-Loire	7%	Gers	7%
13	Drôme	5%	Haute-Garonne	9%	Dordogne	8%	Bretagne	8%	Saône-et-Loire	7%	Gard	7%
14	Vosges	4%	Hauts-Pyrénées	8%	Tarn	7%	Ardèche	6%	Corrèze	7%	Auvergne	6%
15	Jura	4%	Normandie	7%	Bretagne	7%	Lozère	6%	Jura	7%	Bretagne	6%
								17	Aveyron	6%		

L'Aveyron dans le TOP 10, une forte concurrence de proximité

Pour chacun des départements suivants, merci de nous préciser à quel type de destination de vacances vous l'associez : montagne, ville, campagne ou mer ?

... en « assistée », les hiérarchies se modifient légèrement, même si la **Creuse** conserve la pôle position. **Associées à elle, La Corrèze, le Lot, la Lozère et la Dordogne** semblent constituer le socle des concurrents, sans oublier la **Drôme et l'Ardèche**. Désormais **7 répondants sur 10 associent l'Aveyron à une destination de vacances « campagne »**... mais de nouveaux prétendants remontent dans le TOP 10 : Gers, Tarn, Allier



Les destinations de vacances associées

Pour chacun des départements suivants, merci de nous préciser à quel type de destination de vacances vous l'associez : montagne, ville, campagne ou mer ?

L'association « **Aveyron-destination de vacances à la campagne** » est d'autant plus marquée sur nos marchés cibles (particulièrement en Midi-Pyrénées et à Toulouse). Ce qui est aussi le cas pour la Creuse en région Midi-Pyrénées.

L'association Aveyron-campagne est également marquée chez : 65 ans et plus (81%), ceux qui ont déjà séjourné/visité (84%), Prof. Intermédiaires (82%), retraités (77%).

Notons également que 13% des visiteurs de l'Aveyron (transit ou séj.) l'associent plutôt à la montagne, que 27% des 18-24 ans associent l'Aveyron à la mer.

Aveyron	Global	Midi-Pyrénées	Languedoc Roussillon	Aquitaine	Rhône-Alpes	Provence Alpes Côte d'Azur	Toulouse	Montpellier
...à la montagne	16%	13%	20%	14%	8%	11%	11%	19%
...à la mer	9%	2%	1%	9%	13%	6%	4%	2%
...à la campagne	70%	84%	77%	71%	74%	75%	84%	78%
...en ville	5%	2%	2%	6%	5%	9%	1%	1%

Creuse	Global	Midi-Pyrénées	Languedoc Roussillon	Aquitaine	Rhône-Alpes	Provence Alpes Côte d'Azur	Toulouse	Montpellier
...à la montagne	6%	4%	7%	5%	6%	5%	1%	8%
...à la mer	4%	1%	3%	1%	3%	3%	0%	3%
...à la campagne	86%	91%	85%	89%	86%	87%	96%	84%
...en ville	4%	5%	5%	5%	5%	6%	3%	5%

Sémantique web : FOCUS "CAMPAGNE"

En 2018, sur Google France, l'ensemble des recherches web utilisant le terme "campagne" pèse un **total annuel assez faible de 156.000 recherches** (soit 13.000 par mois en moyenne)

- *C'est l'équivalent volumétrique annuel de "météo ardeche" ou "villeneuve sur lot"*
- *C'est 2x moins que la recherche simple du terme "aveyron"*

Les associations sémantiques les plus utilisées avec le terme "campagne" sont :

Recherches les plus fréquentes effectuées par des internautes en incluant le terme "campagne"	Recherches annuelles		
maison de campagne	43 080	28%	→ "louer à la campagne", "villa à la campagne", "maison de campagne à louer"...
vacances campagne	39 480	26%	★
week end campagne	27 120	18%	★
campagne "générique"	20 280	13%	→ "déjeuner à la campagne", "aller à la campagne", "la campagne française"...
gite campagne	15 240	10%	★
séjour campagne	6 480	4%	★
hotel campagne	2 160	1%	★

(Données sur l'année 2018 – Source : Google France)

La sphère "campagne" représente une volumétrie de recherche assez faible mais les **champs lexicaux liés au tourisme** ★ y sont très présents : **60% des recherches**

Sémantique web : FOCUS "CAMPAGNE"

FOCUS [VACANCES CAMPAGNE] : 3.290 recherches / mois

- La recherche la plus effectuée par les internautes est "vacances à la campagne"
- Deux notions sont très souvent associées à la recherche principale :
 - **FAMILLE** : "famille", "en famille"...
 - **VERT** : "au vert", "vertes"...

FOCUS [WEEK END CAMPAGNE] : 2.260 recherches / mois

- La recherche la plus effectuée par les internautes est "week end campagne"
- Pas de notions associées ou trop peu pour être significatives, mis à part les approches de proximité géographiques.

CONCLUSIONS :

- "Aveyron" n'apparaît jamais comme associé à "campagne" dans les recherches effectuées par les internautes (deux zones géographiques apparaissent : "Paris" et "PACA")
- Les recherches associant la notion de "campagne" à des objectifs touristiques (vacances, week-end, séjour...) font souvent appel à la notion de proximité avec des expressions du type "*proche de...*", "*près de...*"
- **La concurrence est faible sur la sémantique "campagne" et il serait aisé pour l'Aveyron de s'y positionner en optimisant des actions de référencement naturel, mais les volumes de recherche sont faibles et les retombées seraient donc réduites.**

SYNTHESE



1. NOTORIÉTÉ DE L'AVEYRON

OPPORTUNITÉ	VIGILANCE	MENACE
<p>9 français sur 10 connaissent l'Aveyron et 2 sur 10 y ont déjà séjourné</p> <p>4,5 millions de recherches web par an avec le terme "aveyron", dont 600.000 recherches/an à des fins touristiques</p> <p>Un totem ultra-puissant en notoriété : le Viaduc de Millau</p> <p>Un totem gastronomique très connu, très relié à la destination et qui colle bien à son image : l'aligot</p>	<p>... mais la moitié ne connaissent l'Aveyron que de nom</p> <p><i>Mais 6 sur 10 sont capables de citer spontanément un site, un personnage ou un plat de l'Aveyron.</i></p> <p>2 français sur 10 connaissant l'Aveyron l'ont seulement traversé (jamais de séjour)</p> <p>Quelques "totems" géographiques très puissants : "Viaduc de Millau", "Gorges du Tarn", "Conques", "Aubrac", "Larzac"... : des choix stratégiques à faire en promotion/communication.</p>	<p>1 français sur 10 n'a jamais entendu parler de l'Aveyron</p> <p>Pas UN personnage vraiment emblématique pour symboliser la destination</p> <p>Beaucoup de destinations infra-départementales à très faible notoriété</p>

2. IMAGE DE L'AVEYRON

OPPORTUNITÉ	VIGILANCE	MENACE
<p>4 images fortes et positives ressortent pour les français interrogés :</p> <ul style="list-style-type: none">• Paysages magnifiques• Patrimoine naturel préservé• Propice pour la randonnée• Décompresser, rompre avec le quotidien <p>L'Aveyron a clairement une image de destination touristique potentielle (7,6/10 pour les français)...</p> <p><u>Termes et qualificatifs les plus évoqués :</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Espace, air pur, agréable, ressourçant, déstressant, douceur de vivre, traditions...	<p>3 images d'inquiétude ressortent pour les français interrogés :</p> <ul style="list-style-type: none">• L'accès• Le climat• L'accueil par la population locale <p>... mais plutôt pour des +50 ans y étant déjà venu.</p>	<p>4 images négatives ressortent pour les français interrogés :</p> <ul style="list-style-type: none">• Endroit où l'on s'ennuie, où il y a peu d'activités, de fêtes, de festivals...• Endroit pas très vivant, pas très gai• Endroit où je n'ai pas clairement ou spontanément envie d'aller• Endroit peu adapté à un court séjour ou un week-end <p><u>Termes et qualificatifs les moins évoqués :</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Secret, innovant, inventif, dynamique, surprenant, atypique, singulier

3. UN POSITIONNEMENT A CHOISIR ET A ASSUMER

OPPORTUNITE	VIGILANCE	MENACE
<p>Les éléments liés à la "campagne " dans l'esprit des consommateurs collent avec les valeurs et les caractéristiques réelles de l'Aveyron (réalité de la promesse) : il est le 1^{er} mot cité par des français connaissant l'Aveyron pour le caractériser.</p> <p>Marché potentiel en augmentation régulière avec des clientèles de plus en plus urbaines et stressées, sensibles aux valeurs, au respect, à l'environnement...</p> <p>Intéressant pour l'Aveyron de travailler les expériences à vivre autour du "rapport au temps", "ressourcement", "vraies choses"...</p> <p>1^{ère} destination associée à des "vacances à la campagne" pour l'ex-région Midi-Pyrénées (3^{ème} pour ex-Languedoc-Roussillon) : bassins de clientèles très importantes à proximité directe</p>	<p>Des volumétries de recherches web faibles avec le terme "campagne" : obligation de travailler des approches "détournées"</p> <p>Seulement 10^{ème} place des départements spontanément associés à des vacances à la campagne au niveau de la clientèle française</p> <p>Association régulière de l'Aveyron par les clientèles françaises à une destination "montagne" (fort chez ceux qui n'y sont jamais venus en séjour)</p> <p>Méconnaissance ou image perturbée pour la clientèle française 18-24 ans (27% associent l'Aveyron à la mer...)</p>	<p>Le paradoxe de la recherche "d'un ailleurs" que l'on consomme comme au quotidien, (exacerbé sur les courts séjours) : besoins d'activités, de services, de commerces ouverts, de connexion...</p> <p>Les clientèles françaises associent l'Aveyron à un risque d'ennui, à peu d'animations et à une difficulté d'accès</p> <p>Des leaders ancrés dans l'imaginaire collectif pour des vacances à la campagne : Creuse, Ardèche, Normandie, Dordogne, Cantal</p> <p>Deux de ces leaders sont des concurrents touristiques directs et très forts (Ardèche, Dordogne)</p>



« QUEL REGARD LES FRANÇAIS PORTENT-ILS SUR L'AVEYRON ? »

LA SUITE ...

1 OPÉRATION D'ENVERGURE EN 2020 (PRINTEMPS)

OBJECTIF :

DYNAMISER L'IMAGE DE L'AVEYRON SUR LE COURT SÉJOUR

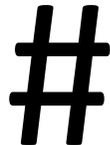
CIBLE :

20 / 50 ANS

MONTPELLIER

TOULOUSE

(2 Millions d'habitants)

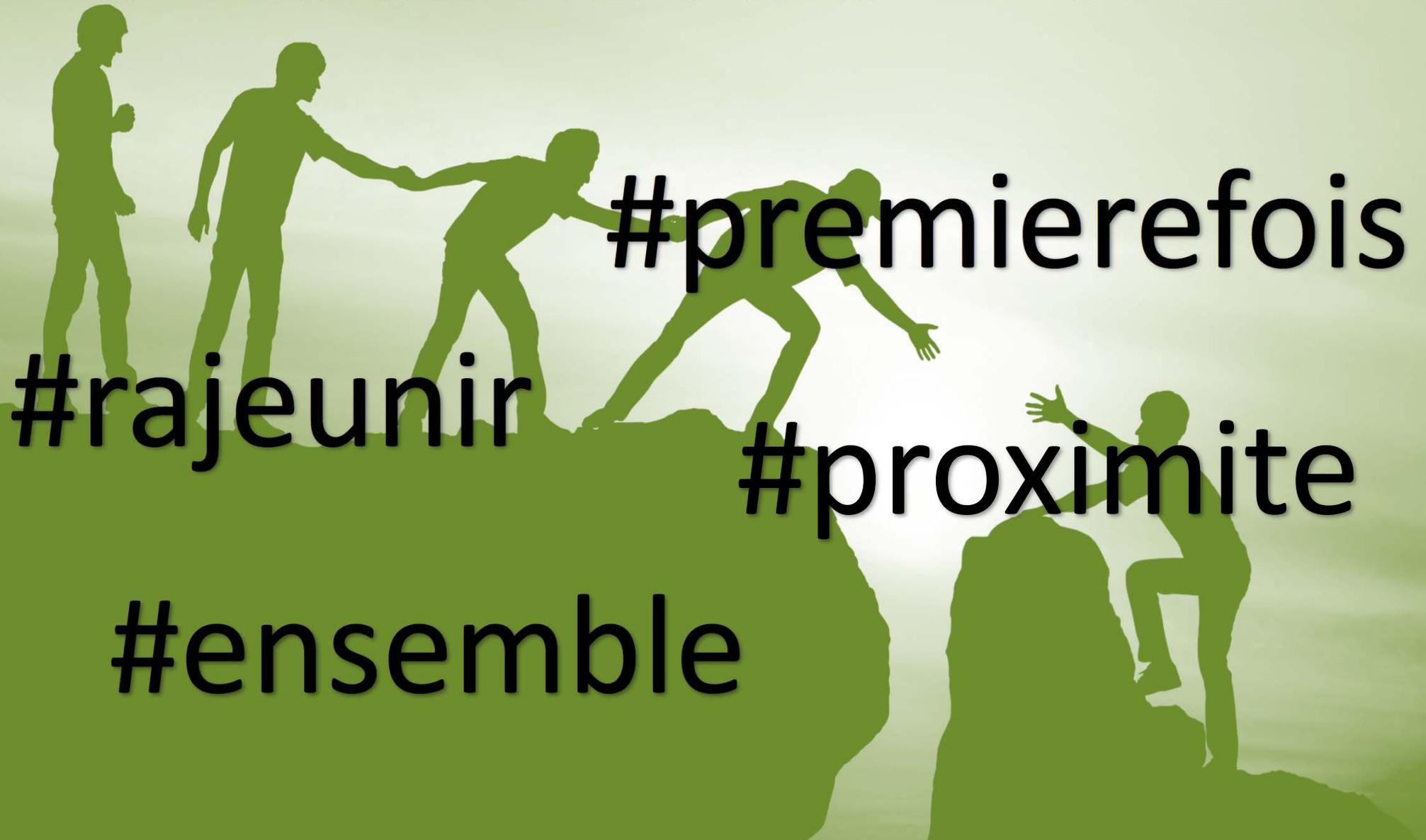


- PROXIMITÉ
- RAJEUNIR
- 1^{ère} FOIS
- ENSEMBLE

COMMENT ?

- **OCTOBRE 2019** → ENQUÊTE DE TERRAINS
CONSULTATION DES AGENCES
- **NOVEMBRE** → TRAVAIL DES AGENCES
- **DÉCEMBRE** → PARTENARIATS À FINALISER
- **JANVIER 2020** → ACHAT DES ESPACES
- **FÉVRIER** → CRÉATION DES SUPPORTS
- **MARS** →
- **AVRIL** →
- **MAI** → CAMPAGNE SUR TOULOUSE
ET MONTPELLIER
- **JUIN** →

CHALLENGE #1



#premierefois

#rajeunir

#proximite

#ensemble

1 #ensemble

La chance unique d'avoir des emblèmes touristiques très forts

- **Un chef de proue : Le Viaduc de Millau**
 - Incontournable : ressort fortement, dans toutes les données analysées
- **Des "lieutenants" très puissants**
 - Aubrac, Larzac, Gorges du Tarn, Roquefort, Laguiole, Conques, Rodez
- **Il faut toujours s'appuyer fortement sur ses emblèmes quand on a la chance d'en avoir !**



1 #ensemble

www.tou Eiffel.paris

L'Aveyron est une destination

- L'Aveyron en lui-même est un mot porteur dans le tourisme : il est une destination en lui-même (contrairement au Tarn ou à la Haute-Loire par exemple)
- Il a une cohérence de marque territoriale
- Il véhicule une image collant à sa réalité et cohérente avec le tourisme souhaité.



CHALLENGE #2



#rajeunir

2 #rajeunir

Rajeunir la clientèle... un enjeu !

- L'analyse documentaire et les enquêtes précédentes montrent **une clientèle touristique vieillissante**
 - Un constat qui doit attirer l'attention et alerter
 - Environ 50% de votre clientèle touristique a plus de 50 ans
- **ATTENTION : le renouvellement n'est ni automatique, ni garanti**



2 #rajeunir

Rajeunir la clientèle... un enjeu !

- Rajeunir la clientèle passe par un rajeunissement de l'image, mais **l'image passe par une réalité, donc par un travail sur l'offre**
- Faire muter l'offre, les filières fortes, les événements...
 - ✓ Pas que du cyclotourisme : du gravel ...
 - ✓ Pas que de la randonnée : du trek organisé...
 - ✓ Pas que de la pêche : du parcours accompagné...
 - ✓ Pas que de la découverte du sport : du trail, du gaming...
- Faire muter les circuits de commercialisation (BtoBtoC)



CHALLENGE #3



#premierefois

3 #premierefois

Le plus dur, c'est la 1^{ère} fois !

- **Créer un 1^{er} contact avec l'Aveyron est un enjeu très fort**
- Passer en mode "conquête" et oublier le mode "rente" (accompagnement BtoBtoC)



3 #premierefois

Pourquoi un "jeune urbain de 25 ans" viendrait en 1^{er} séjour en Aveyron ?

- **Réforme profonde de l'offre touristique en s'appuyant sur des valeurs et des forces de la destination**
 - ... parce qu'ici on respecte ton animal de compagnie
 - ... parce qu'ici on privilégie l'expérience, les rencontres
 - ... parce qu'ici tu vas faire un séjour "low carbon"
 - ... parce qu'ici on te garantit du "local vore"
 - ...
- **Accompagnement à l'innovation des entreprises**
 - *"Pourquoi tu viendras ICI et pas ailleurs ?"*



3 #premierfois

Pourquoi un "jeune urbain de 25 ans" viendrait en 1^{er} séjour ?

- **Impacts très forts sur la communication**
 - Sur la forme : outils principalement numériques et relationnels "live" à développer, réseaux sociaux, bloggeurs...
 - Sur le fond: pédagogie, explications, informations, sensibilisation, valeurs défendues...



CHALLENGE #4

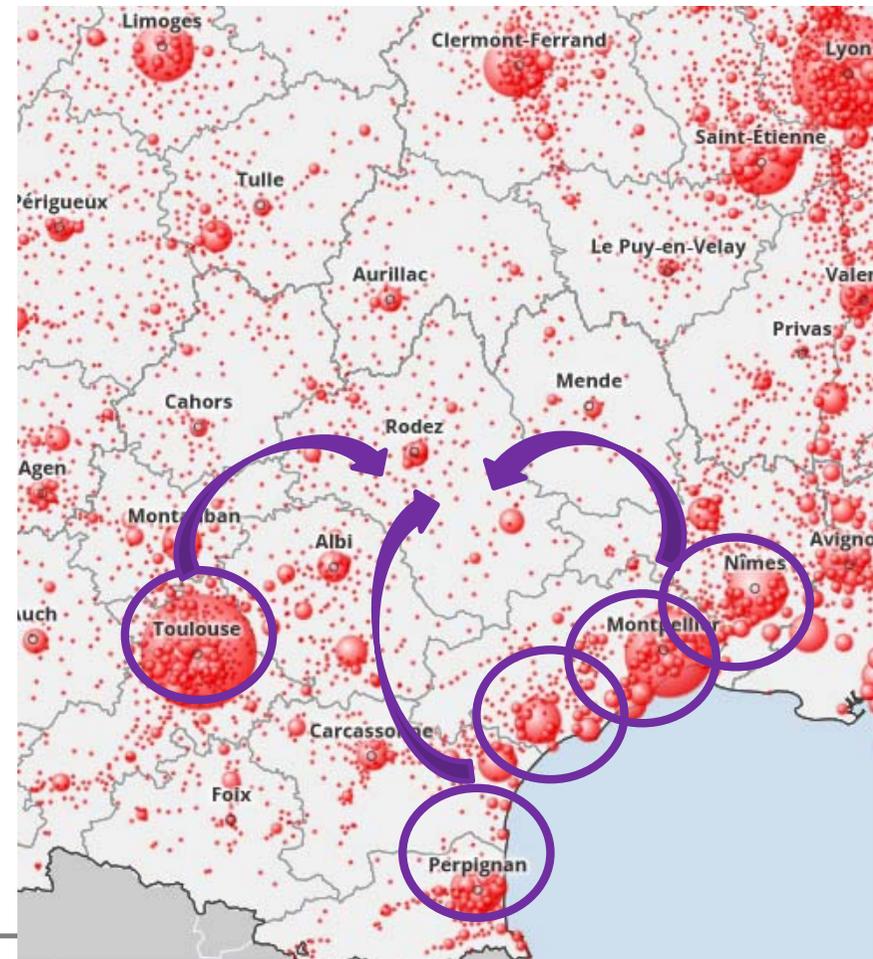


#proximite

4 #proximite

Un potentiel "clientèles" énorme et à portée

- 2 millions de personnes à moins de 2h
- Populations nouvelles en augmentation constante et rapide (de nouvelles clientèles réactivées en permanence)
- Enormément de "jeunes urbains"

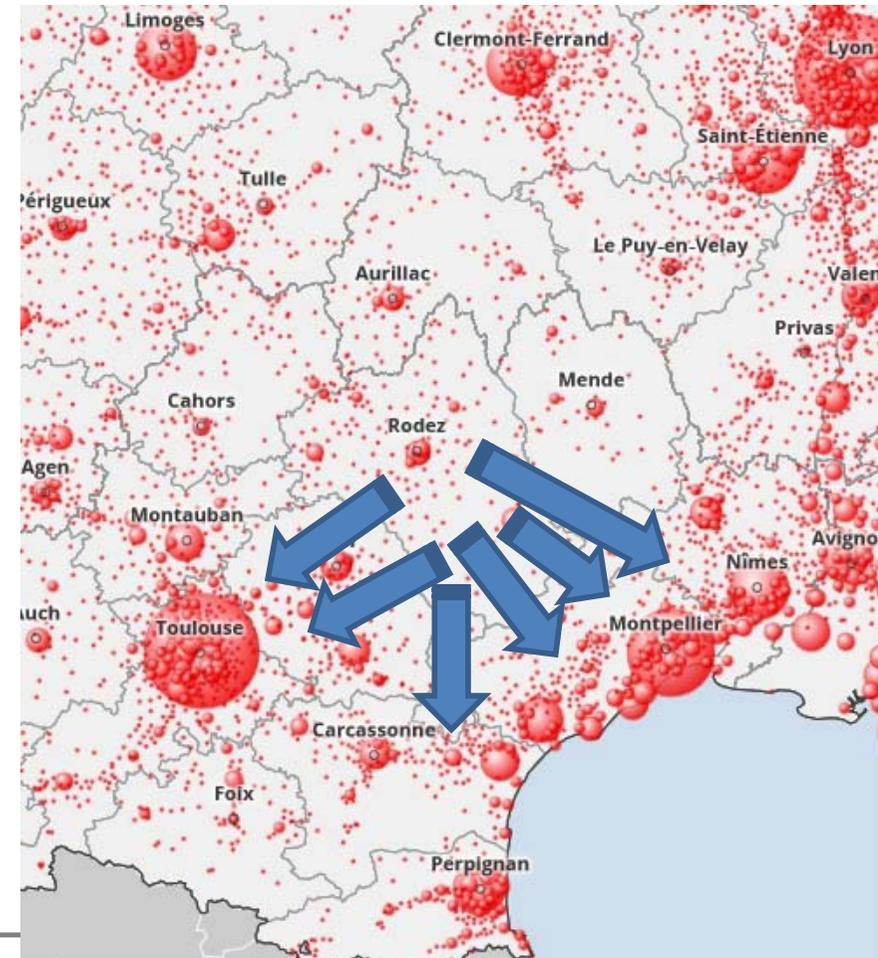


PRÉSENTATION DES RÉSULTATS DES ÉTUDES – MARDI 8 OCTOBRE 2019 - RODEZ

4 #proximite

Intensifier le discours vers ces bassins émetteurs ?

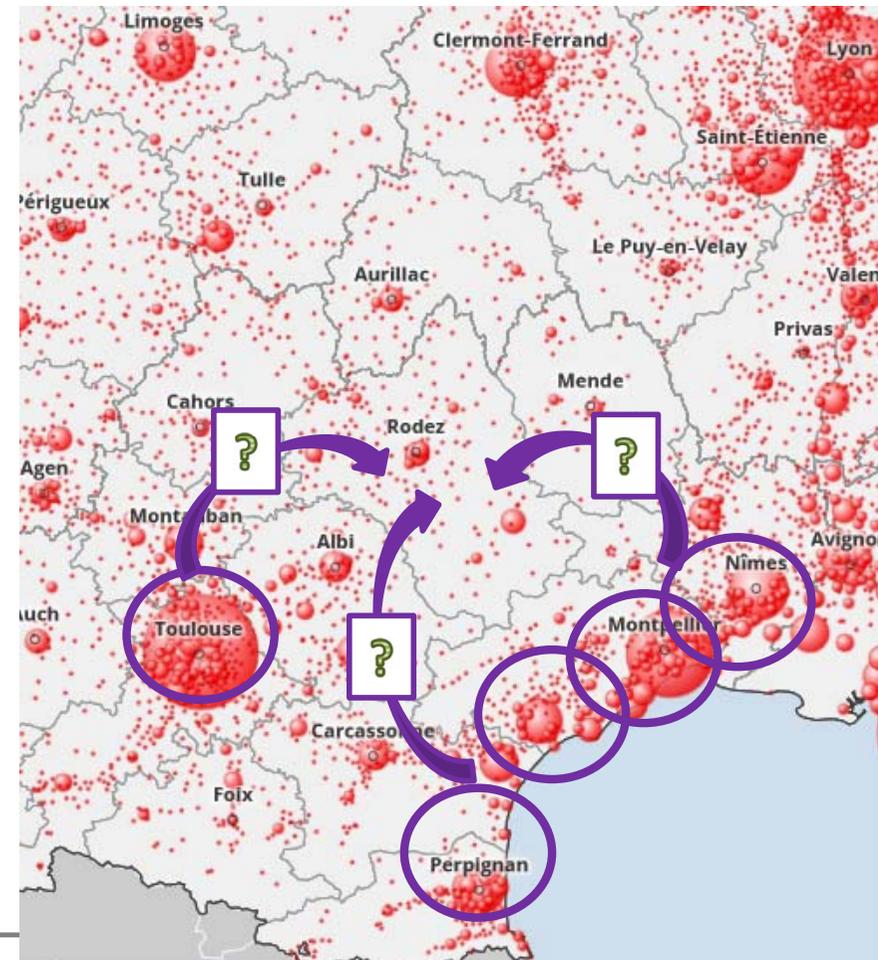
- Concentrer des moyens importants sur les bassins occitans ?
- *Le plus simple et le plus efficient à réaliser*
- *"je n'ai pas le budget des USA !"*



4 #proximite

Proximité => rapidité et simplicité d'accès !

- Image d'enclavement et d'éloignement
- Image associée à la "montagne" (accessibilité pas simple, météo...)
- Transports en commun faibles et compliqués



4 #proximite

Proximité => courts séjours toute l'année !

- Globalement pour les français, l'Aveyron n'est pas associé à une destination de "week-end" ou "court séjour"
- Travail fort sur l'offre, produits, expériences, commercialisation et le renouvellement !
- Logique de progression "BtoBtoC"

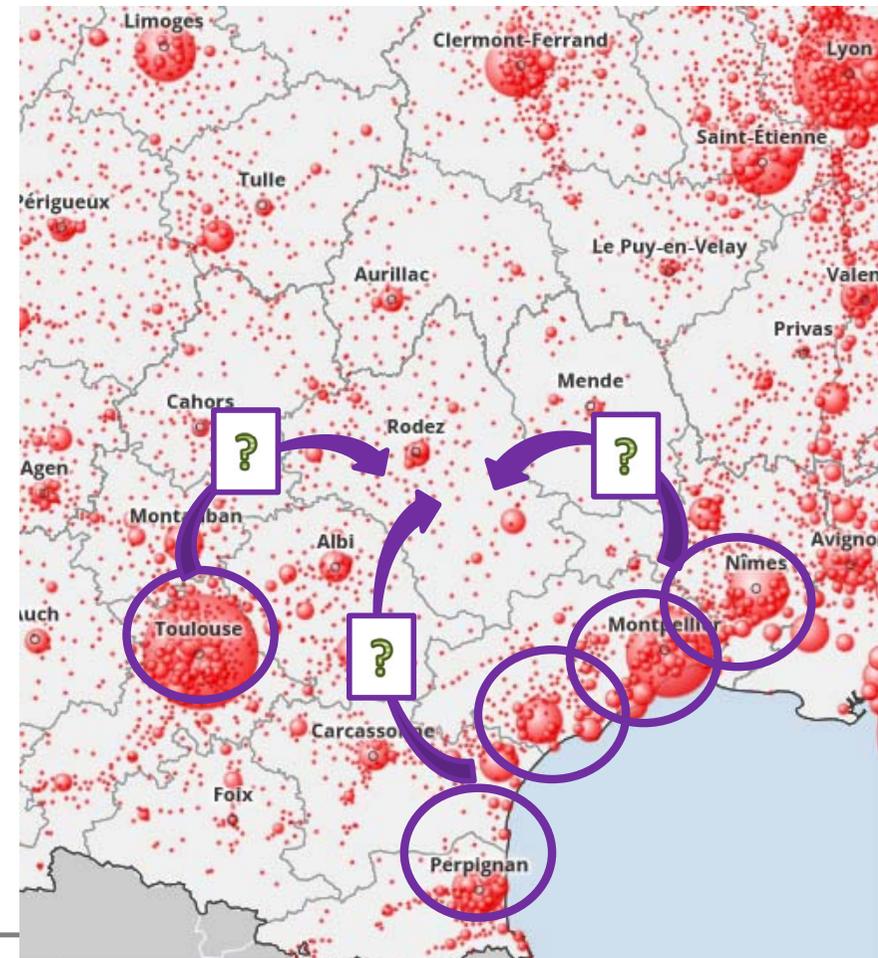


IMAGE & NOTORIETE

ANNEXES



José Pierre Cholvy
CONSULTANT

Les destinations de vacances associées

Pour chacun des départements suivants, merci de nous préciser à quel type de destination de vacances vous l'associez : montagne, ville, campagne ou mer ?

Aveyron	Global	Midi-Pyrénées	Languedoc Roussillon	Aquitaine	Rhône-Alpes	Provence Alpes Côte d'Azur	Toulouse	Montpellier
...à la montagne	16%	13%	20%	14%	8%	11%	11%	19%
...à la mer	9%	2%	1%	9%	13%	6%	4%	2%
...à la campagne	70%	84%	77%	71%	74%	75%	84%	78%
...en ville	5%	2%	2%	6%	5%	9%	1%	1%

Allier	Global	Midi-Pyrénées	Languedoc Roussillon	Aquitaine	Rhône-Alpes	Provence Alpes Côte d'Azur	Toulouse	Montpellier
...à la montagne	11%	6%	13%	6%	6%	8%	5%	9%
...à la mer	4%	2%	2%	3%	4%	4%	1%	2%
...à la campagne	77%	81%	77%	81%	82%	78%	86%	82%
...en ville	9%	11%	8%	10%	9%	10%	8%	7%

Ardèche	Global	Midi-Pyrénées	Languedoc Roussillon	Aquitaine	Rhône-Alpes	Provence Alpes Côte d'Azur	Toulouse	Montpellier
...à la montagne	26%	20%	31%	23%	18%	20%	14%	30%
...à la mer	5%	2%	1%	3%	5%	4%	3%	1%
...à la campagne	65%	77%	67%	71%	74%	72%	83%	65%
...en ville	4%	1%	2%	3%	2%	4%	0%	4%

Les destinations de vacances associées

Pour chacun des départements suivants, merci de nous préciser à quel type de destination de vacances vous l'associez : montagne, ville, campagne ou mer ?

Aude	Global	Midi-Pyrénées	Languedoc Roussillon	Aquitaine	Rhône-Alpes	Provence Alpes Côte d'Azur	Toulouse	Montpellier
...à la montagne	8%	6%	7%	5%	5%	9%	7%	5%
...à la mer	28%	53%	48%	33%	31%	26%	57%	41%
...à la campagne	57%	35%	39%	54%	56%	59%	35%	46%
...en ville	8%	6%	7%	9%	8%	6%	1%	9%

Ariège	Global	Midi-Pyrénées	Languedoc Roussillon	Aquitaine	Rhône-Alpes	Provence Alpes Côte d'Azur	Toulouse	Montpellier
...à la montagne	29%	57%	39%	39%	20%	21%	46%	40%
...à la mer	4%	2%	2%	3%	4%	4%	1%	4%
...à la campagne	60%	40%	55%	52%	71%	69%	52%	51%
...en ville	7%	1%	5%	6%	6%	6%	0%	5%

Cantal	Global	Midi-Pyrénées	Languedoc Roussillon	Aquitaine	Rhône-Alpes	Provence Alpes Côte d'Azur	Toulouse	Montpellier
...à la montagne	31%	30%	34%	34%	21%	25%	22%	34%
...à la mer	3%	2%	1%	1%	3%	2%	3%	1%
...à la campagne	62%	66%	62%	60%	74%	67%	73%	62%
...en ville	4%	2%	3%	6%	2%	6%	2%	4%

Les destinations de vacances associées

Pour chacun des départements suivants, merci de nous préciser à quel type de destination de vacances vous l'associez : montagne, ville, campagne ou mer ?

<i>Corrèze</i>	Global	Midi-Pyrénées	Languedoc Roussillon	Aquitaine	Rhône-Alpes	Provence Alpes Côte d'Azur	Toulouse	Montpellier
...à la montagne	11%	7%	12%	8%	8%	9%	5%	11%
...à la mer	5%	1%	3%	1%	6%	4%	2%	3%
...à la campagne	79%	90%	82%	85%	80%	83%	91%	83%
...en ville	5%	2%	4%	6%	6%	4%	1%	3%

<i>Creuse</i>	Global	Midi-Pyrénées	Languedoc Roussillon	Aquitaine	Rhône-Alpes	Provence Alpes Côte d'Azur	Toulouse	Montpellier
...à la montagne	6%	4%	7%	5%	6%	5%	1%	8%
...à la mer	4%	1%	3%	1%	3%	3%	0%	3%
...à la campagne	86%	91%	85%	89%	86%	87%	96%	84%
...en ville	4%	5%	5%	5%	5%	6%	3%	5%

<i>Dordogne</i>	Global	Midi-Pyrénées	Languedoc Roussillon	Aquitaine	Rhône-Alpes	Provence Alpes Côte d'Azur	Toulouse	Montpellier
...à la montagne	7%	5%	8%	2%	8%	7%	4%	6%
...à la mer	7%	4%	4%	4%	5%	6%	4%	6%
...à la campagne	80%	88%	84%	91%	81%	80%	91%	81%
...en ville	7%	3%	5%	3%	6%	8%	1%	8%

Les destinations de vacances associées

Pour chacun des départements suivants, merci de nous préciser à quel type de destination de vacances vous l'associez : montagne, ville, campagne ou mer ?

<i>Drôme</i>	Global	Midi-Pyrénées	Languedoc Roussillon	Aquitaine	Rhône-Alpes	Provence Alpes Côte d'Azur	Toulouse	Montpellier
...à la montagne	14%	11%	16%	11%	8%	13%	9%	14%
...à la mer	6%	4%	3%	6%	4%	4%	7%	4%
...à la campagne	70%	74%	71%	77%	78%	72%	77%	73%
...en ville	10%	12%	11%	6%	9%	11%	7%	9%

<i>Gers</i>	Global	Midi-Pyrénées	Languedoc Roussillon	Aquitaine	Rhône-Alpes	Provence Alpes Côte d'Azur	Toulouse	Montpellier
...à la montagne	9%	5%	9%	3%	6%	11%	6%	9%
...à la mer	5%	1%	1%	3%	5%	4%	1%	1%
...à la campagne	82%	93%	87%	91%	81%	81%	93%	86%
...en ville	5%	1%	3%	4%	8%	4%	1%	4%

<i>Haute-Garonne</i>	Global	Midi-Pyrénées	Languedoc Roussillon	Aquitaine	Rhône-Alpes	Provence Alpes Côte d'Azur	Toulouse	Montpellier
...à la montagne	15%	11%	13%	13%	9%	12%	8%	14%
...à la mer	11%	2%	6%	5%	12%	6%	1%	6%
...à la campagne	57%	30%	50%	54%	62%	61%	30%	54%
...en ville	17%	58%	31%	28%	16%	21%	61%	26%

Les destinations de vacances associées

Pour chacun des départements suivants, merci de nous préciser à quel type de destination de vacances vous l'associez : montagne, ville, campagne ou mer ?

<i>Haute-Loire</i>	Global	Midi-Pyrénées	Languedoc Roussillon	Aquitaine	Rhône-Alpes	Provence Alpes Côte d'Azur	Toulouse	Montpellier
...à la montagne	14%	12%	20%	11%	18%	17%	9%	18%
...à la mer	5%	4%	3%	3%	2%	2%	5%	5%
...à la campagne	68%	64%	65%	70%	71%	69%	73%	67%
...en ville	13%	20%	13%	16%	9%	13%	13%	11%

<i>Hérault</i>	Global	Midi-Pyrénées	Languedoc Roussillon	Aquitaine	Rhône-Alpes	Provence Alpes Côte d'Azur	Toulouse	Montpellier
...à la montagne	5%	4%	2%	5%	4%	4%	4%	2%
...à la mer	59%	77%	77%	61%	68%	58%	75%	81%
...à la campagne	27%	14%	11%	25%	22%	30%	18%	10%
...en ville	8%	5%	10%	9%	7%	8%	4%	8%

<i>Lot</i>	Global	Midi-Pyrénées	Languedoc Roussillon	Aquitaine	Rhône-Alpes	Provence Alpes Côte d'Azur	Toulouse	Montpellier
...à la montagne	6%	4%	9%	2%	6%	8%	2%	9%
...à la mer	6%	1%	2%	2%	5%	6%	2%	2%
...à la campagne	81%	91%	82%	92%	83%	78%	94%	83%
...en ville	7%	4%	7%	4%	7%	8%	3%	6%

Les destinations de vacances associées

Pour chacun des départements suivants, merci de nous préciser à quel type de destination de vacances vous l'associez : montagne, ville, campagne ou mer ?

<i>Lozère</i>	Global	Midi-Pyrénées	Languedoc Roussillon	Aquitaine	Rhône-Alpes	Provence Alpes Côte d'Azur	Toulouse	Montpellier
...à la montagne	13%	12%	29%	13%	12%	13%	7%	23%
...à la mer	4%	2%	2%	2%	5%	3%	4%	2%
...à la campagne	77%	83%	67%	80%	78%	79%	88%	73%
...en ville	6%	3%	3%	5%	5%	4%	1%	3%

<i>Puy De Dôme</i>	Global	Midi-Pyrénées	Languedoc Roussillon	Aquitaine	Rhône-Alpes	Provence Alpes Côte d'Azur	Toulouse	Montpellier
...à la montagne	49%	48%	51%	49%	41%	43%	44%	48%
...à la mer	4%	2%	1%	5%	4%	5%	3%	1%
...à la campagne	41%	44%	44%	44%	50%	45%	49%	48%
...en ville	5%	6%	4%	3%	6%	7%	5%	4%

<i>Tarn</i>	Global	Midi-Pyrénées	Languedoc Roussillon	Aquitaine	Rhône-Alpes	Provence Alpes Côte d'Azur	Toulouse	Montpellier
...à la montagne	13%	4%	14%	8%	8%	10%	2%	12%
...à la mer	8%	1%	5%	5%	7%	3%	1%	8%
...à la campagne	72%	89%	73%	81%	79%	78%	93%	74%
...en ville	7%	7%	8%	6%	6%	9%	5%	5%

Les destinations de vacances associées

Pour chacun des départements suivants, merci de nous préciser à quel type de destination de vacances vous l'associez : montagne, ville, campagne ou mer ?

<i>Vaucluse</i>	Global	Midi-Pyrénées	Languedoc Roussillon	Aquitaine	Rhône-Alpes	Provence Alpes Côte d'Azur	Toulouse	Montpellier
...à la montagne	9%	7%	9%	7%	6%	5%	2%	9%
...à la mer	31%	38%	27%	36%	30%	12%	48%	26%
...à la campagne	50%	43%	48%	48%	52%	66%	45%	48%
...en ville	9%	12%	16%	9%	11%	17%	6%	17%

<i>Vienne</i>	Global	Midi-Pyrénées	Languedoc Roussillon	Aquitaine	Rhône-Alpes	Provence Alpes Côte d'Azur	Toulouse	Montpellier
...à la montagne	7%	4%	7%	4%	4%	7%	5%	5%
...à la mer	5%	2%	2%	2%	4%	4%	1%	4%
...à la campagne	66%	68%	63%	74%	67%	63%	72%	67%
...en ville	23%	26%	27%	20%	25%	26%	23%	24%