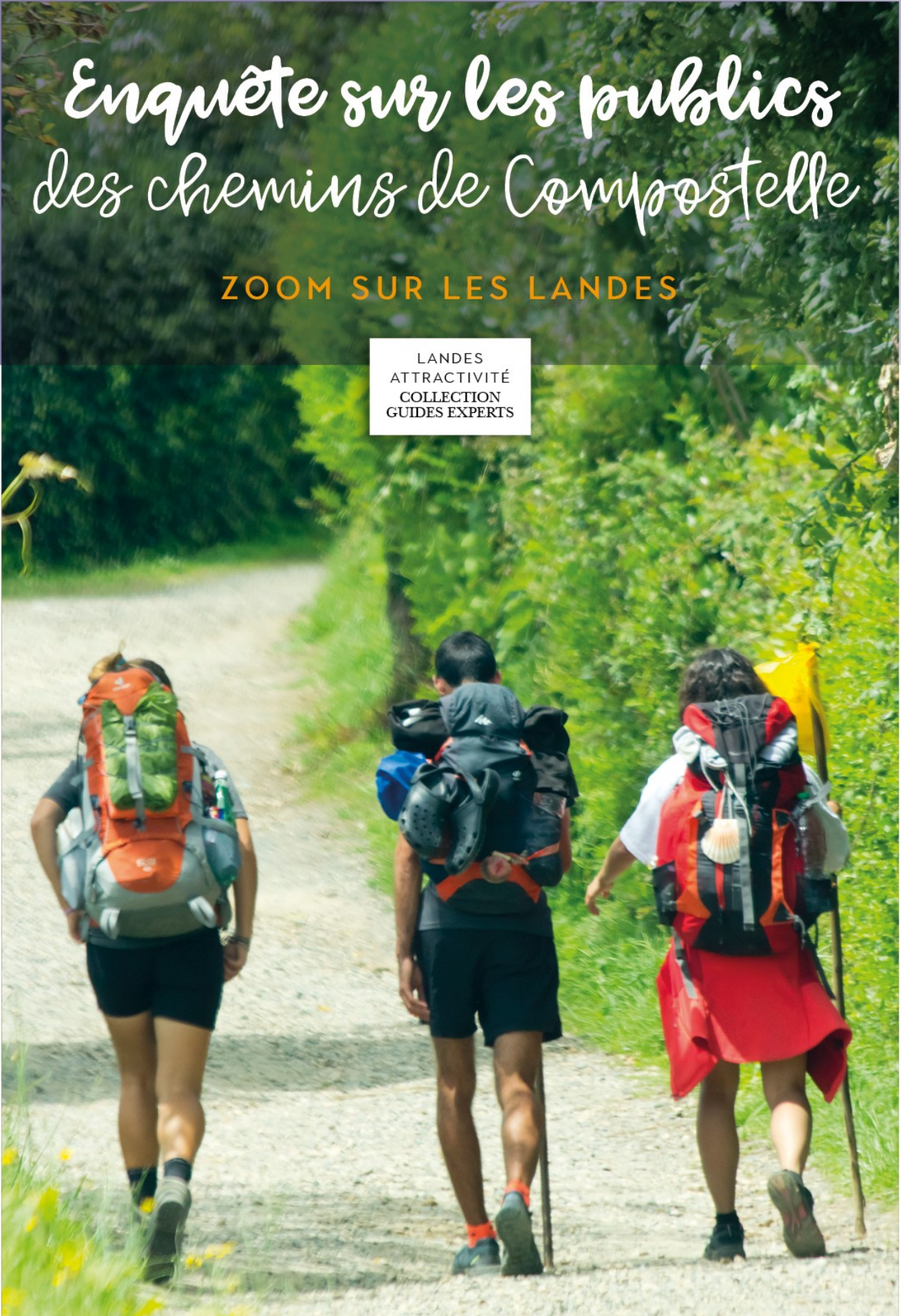


Enquête sur les publics des chemins de Compostelle

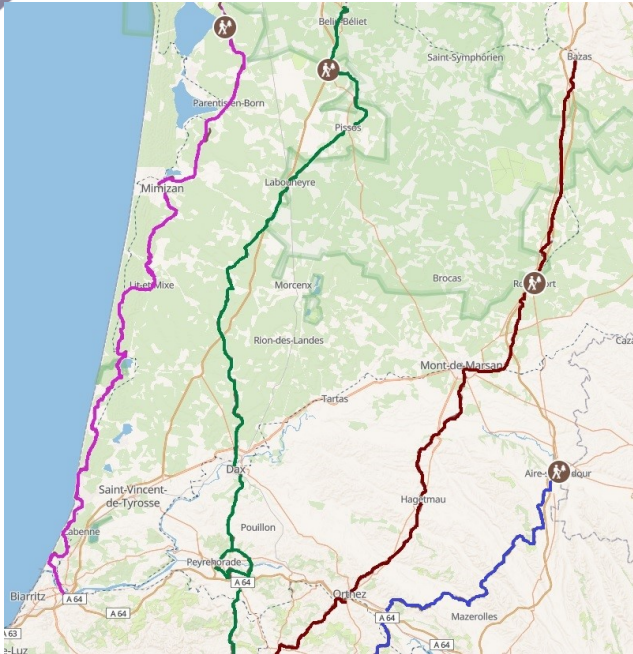
ZOOM SUR LES LANDES

LANDES
ATTRACTIVITÉ
COLLECTION
GUIDES EXPERTS



Crédit photo : Mercedes Rancallo Otero

Points de repères sur les chemins de Compostelle dans les Landes



4 itinéraires traversent le département* – 420 km au total

- La Voie du Puy (voie la plus empruntée en France)
- La Voie du Vézelay
- La Voie de Tours
- La Voie du littoral

Les Landes: point de convergence des 4 voies, concentre les flux des pratiquants pour une continuité vers l'Espagne (effet entonnoir)

1 association jacquaire: la Société Landaise des Amis de St Jacques et d'Etudes Compostellanes

82 hébergements recensés sur les 4 voies pour l'accueil des cheminants

*Pour en savoir plus sur les itinéraires :

La Voie du Puy : 30km de Aire sur l'Adour à Pimbo. Une toute petite portion qui relie l'église Sainte Quitterie à Aire sur l'Adour (monument inscrit au patrimoine mondiale de l'UNESCO) et un village apprécié pour les points de vus panoramiques qu'il offre sur la campagne environnante.

La Voie du Vézelay : 90 km de Captieux (33) à Sault-de-Navailles (64) – Une voie qui traverse des lieux très variés en commençant par le Parc Naturel Régional, en passant par le terroir de l'Armagnac, Mont-de-Marsan et les paysages vallonnés de la Chalosse.

La Voie de Tours : 150 km de Le Muret à Sorde-l'Abbaye – Ce chemin-là traverse une partie du Parc Naturel Régional des Landes de Gascogne (PNRLG). Beaucoup de forêts de pins, des petits villages typiques, la station thermale de Dax...

La Voie du littoral : 150 km de Sanguinet à Tarnos – Une traversée qui passe par les stations balnéaires landaises : Mimizan, Saint-Girons, Vieux-Boucau, Hossegor... Un chemin qui croise l'immensité de l'océan Atlantique, les forêts de pins, des lacs d'eau douce...

Une enquête réalisée en 2021

En 2021, l'Agence Française des Chemins de Compostelle a initié un programme d'étude des publics des Chemins de Compostelle dont l'objectif principal était d'actualiser et parfaire la connaissance des cheminants, de leurs pratiques et des retombées économiques sur les chemins de France, et à l'échelle de plusieurs régions françaises. Cette étude a été réalisée par le cabinet d'étude 4V., mandatée par l'Agence Française des Chemins de Compostelle.

Le déroulement de l'enquête :

- * entre les mois de mai et de novembre 2021
- * un dispositif numérique et papier avec + de 500 points de diffusion sur le terrain complété par des opérations d'emailing et de publicités ciblées sur les réseaux sociaux
- * des focus group avec des pratiquants et des non-pratiquants ont été menés
- * interviews des professionnels au contact des cheminants

Cette étude financée par plusieurs collectivités dont la région Nouvelle Aquitaine et le département des Landes a permis d'extraire une photographie du profil et du comportement des cheminants.

Voici les résultats issus des 1 636 questionnaires remplis par des cheminants ayant parcouru une des 4 voies traversant le département des Landes :

- 62% Voie du Puy
- 19% Voie de Tours
- 18% Voie du Vézelay
- 5% Chemin du littoral



Agence française
des chemins
de Compostelle

Renseignements sur les Chemins de Compostelle: <https://www.chemins-compostelle.com/>

Sommaire



Les publics de Compostelle dans les Landes

- * La préparation du cheminement
- * Le cheminement
- * Le profil du cheminant
- * Le comportement du cheminant



Points de repères sur les itinéraires de Compostelle en France

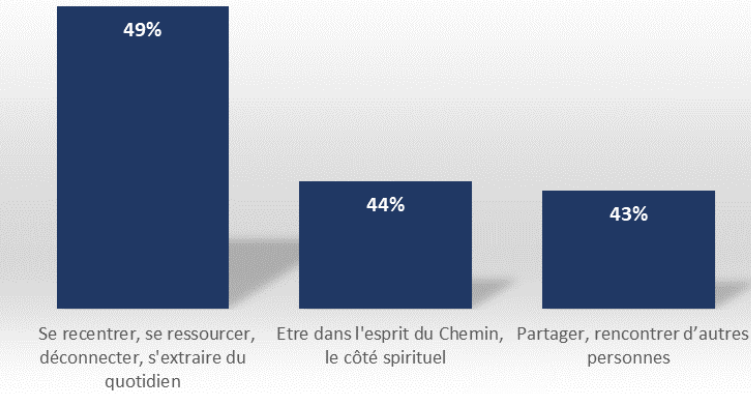


Préparation du cheminement

Le chemin de Compostelle: un chemin vers soi

Les principales raisons du cheminement

Plusieurs réponses possibles



Pourquoi le choix du chemin?

Avant-tout, pour **se retrouver avec soi-même**, se recentrer, se ressourcer. Recherche de « rupture », de « prendre du temps pour soi » sont cités près d'1 fois sur 2.

Parmi le public des chemins traversant les Landes, la dimension spirituelle véhiculée par le chemin représente une place importante.

La pratique de la marche et la rencontre avec d'autres personnes sont également de réelles motivations.

Pourquoi choisir les chemins de Compostelle?

- Les chemins de Compostelle bénéficient **d'une notoriété très forte**. L'image « inconsciente » véhiculée par les chemins est cohérente avec la réalité du produit sur le terrain.
- Le « bouche à oreilles » et plus globalement **le partage d'expériences vécues**, sont un vecteur très fort d'orientation du choix.



Organisation du périple

Dans la majorité des cas, les cheminants organisent seuls leur périple.

20% font appel à « l'expérience des pratiquants » via des Associations jacquaires ou directement d'autres pratiquants 14%.

Médias utilisés: l'information papier est privilégiée

71% documentation, guides, brochures. Par rapport à des clientèles touristiques « classiques », l'usage de média « papier » est clairement sur-représentée.

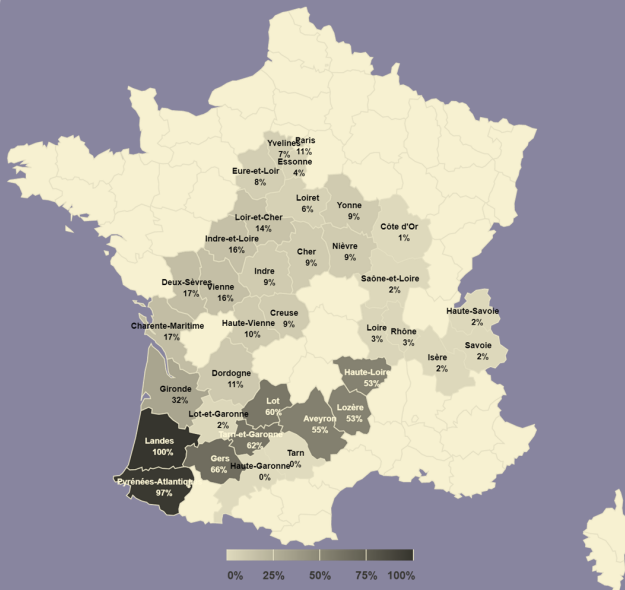
68% Sites Internet

12% Réseaux sociaux (Facebook, Instagram..)

Ces chiffres évoluent selon les tranches d'âge. Les pratiquants plus jeunes (moins de 45 ans) mettront plus en avant les sites Internet.

Le cheminement

Départements traversés



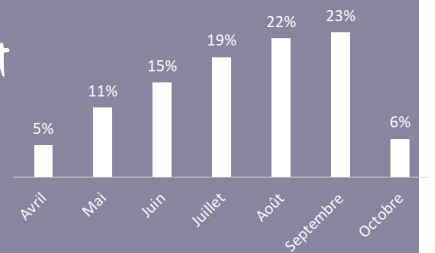
La Voie du Puy reste la plus empruntée

- La Voie du Puy GR 65 62%
- La Voie de Tours 19%
- La Voie du Vézelay 18%
- L'itinéraire de la vallée du Célé 6%
- Chemin du littoral 5%

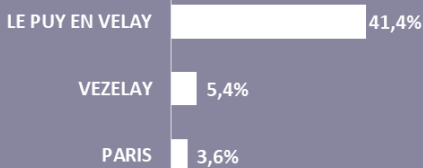
Tronçons départementaux les plus représentés

43 / 64 : 42% 89 / 64 : 6% 40/64: 4%

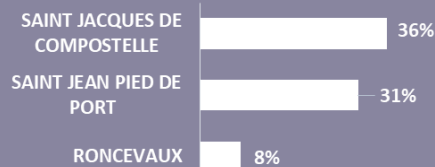
Mois du cheminement



Villes de départ les plus souvent citées



Villes d'arrivée les plus souvent citées



La Voie du Puy GR65 constitue la « colonne vertébrale » des Chemins de Compostelle en France. Ce point est encore plus marqué sur les publics des primo-pratiquants des Chemins de Compostelle traversant les Landes.

Les cumuls des Voies du Vézelay et de Tours représentent 37% des pratiquants traversant les Landes et ce poids augmente avec des pratiquants déjà aguerris aux Chemins.

Le taux de pratique est élevé dans les Landes, comme dans le Gers ou les Pyrénées Atlantiques. Ces départements concentrent les flux des pratiquants pour une continuité vers l'Espagne (effet d'entonnoir).

La durée moyenne de séjour est longue: cette longueur intrinsèque est dans l'ADN du produit. La notion de défi et de dépassement sont présents et font partie de l'aventure.

La durée moyenne de séjour des cheminants ayant traversé les Landes est plus élevée 45.1j vs 27.8j . Ces pratiquants ont des objectifs d'itinéraires très longs, souvent au départ du Puy en Velay et arrivant à Saint Jacques de Compostelle ou à Saint Jean Pied de Port.

Une saisonnalité de pratique plutôt marquée en août et en septembre. Le démarrage de l'enquête terrain en mai et une année « post-covid » expliquent sans-doute une sous représentation des mois de printemps dans les résultats.

Distance moyenne
de cheminement
(en km)

27.2

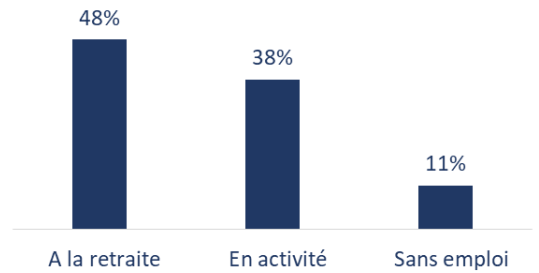
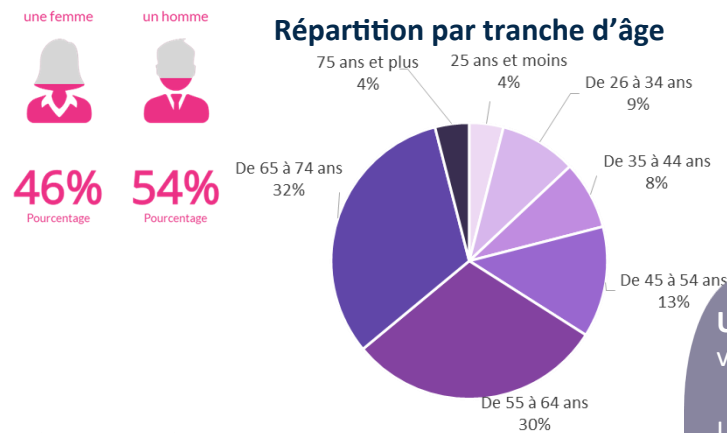


Durée totale du cheminement
(en jours)

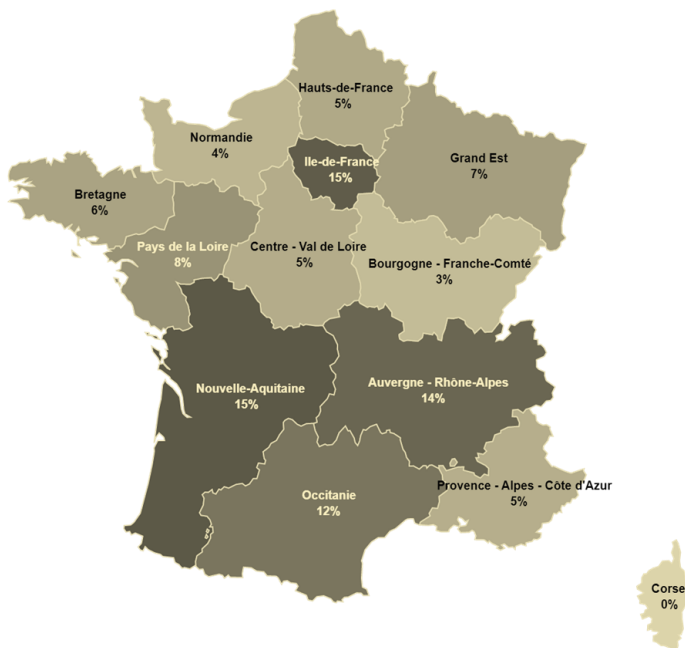
45.1

Profil du cheminant:

Profil type: homme entre 65 et 74 ans, à la retraite cheminant seul



Région de résidence



Un public majoritairement masculin alors qu'au niveau national, c'est un profil féminin qui domine

Un public majoritairement âgé de plus de 55 ans. Entre 35 et 50 ans, il est souvent plus difficile de se libérer de ses contraintes familiales et professionnelles pour un long parcours.

Le public des « retraités » est bien représenté surtout sur la Voie du Puy.

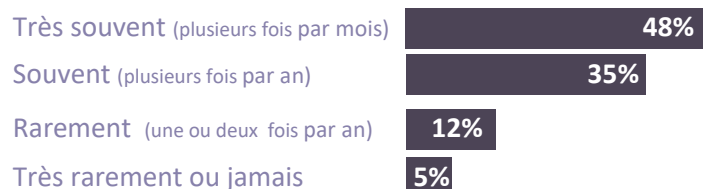
38% du public sont encore en activité, dans des professions supérieures et libérales (tendance plus marquée sur la voie du Puy), 30% employé, 18% profession intermédiaire.

Une clientèle majoritairement française; la clientèle étrangère vient essentiellement d'Europe.

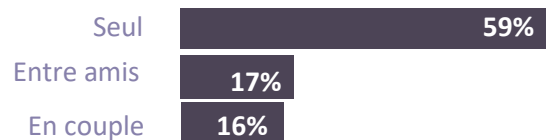
A noter pour les étrangers, l'image de Compostelle est souvent associée à l'Espagne; ils font souvent de la France un point de départ.

- Un public plutôt « urbain » provenant de départements disposant d'une ou plusieurs grandes villes (Paris, Lyon, Toulouse).
- Un public plutôt aguerri à la pratique de la marche ou de la randonnée dans sa vie quotidienne.
- 57% des personnes traversant les Landes réalisent pour la première fois un itinéraire des Chemins de Compostelle. 43% ont déjà pratiqué : une fidélisation au produit et/ou la capacité à le réaliser en plusieurs fois, de façons différentes.
- Dans plus de la moitié des cas le cheminement se pratique seul (un profil plus présent dans les Landes). Les groupes sont constitués « d'amis » ou des « couples » plutôt que des familles ce qui dénote une faible attirance du produit pour une clientèle avec enfants.

Pratique de la randonnée



Profil



Comportement en chemin

La pratique à pied est incontournable



Des randonneurs en totale autonomie: 82% des pratiquants ne font appel à aucun service payant pendant leur cheminement.

11% ont choisi le portage des bagages

5% ont utilisé des navettes dédiées (pré ou post cheminement)

Des outils de guidage variés

31% utilisent une carte sur smartphone (Google Maps...)

31% ont des topoguides

30% possèdent des brochures ou des guides dédiés

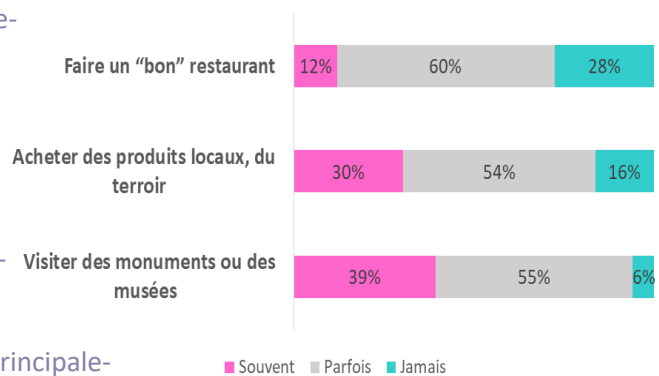
« Marcher » et « Avancer » sont les points d'orgue du comportement de 74% des pratiquants.

A noter un public plus curieux (14%) qui visite beaucoup et qui est plutôt constitué par des « habitués » du chemin.

Les visites « annexes », les « détours » ne sont pas pratiques courantes et semblent plus résulter d'opportunités (lorsqu'elles sont citées) que de volontés ou de recherches orientées.

Parmi les activités citées, en dehors de « marcher », on retrouve principalement les achats de produits locaux et les visites de monuments.

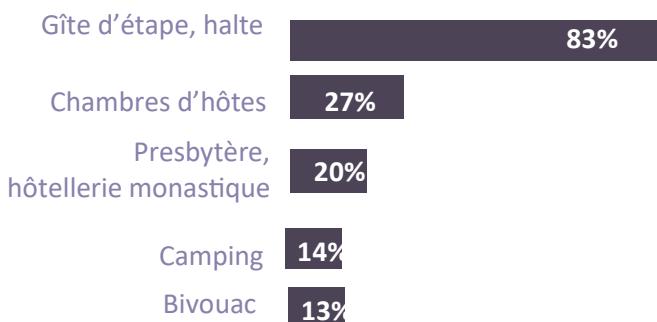
Les autres activités, couramment usitées par des clientèles touristiques (achats de souvenirs, manifestations, activités de loisirs...) sont quasi inexistantes.



L'hébergement

Gîtes d'étape et haltes compostellanes sont les plus utilisés

Mode d'hébergement



Le camping/bivouac arrive en 2ème position chez les moins de 45 ans.

Les cheminants traversant les Landes réservent au dernier moment alors que sur l'ensemble du territoire, la tendance majoritaire est à l'anticipation.

Réservation

41% réservent la veille pour le lendemain, voire le jour même

26% ont tout réservé à l'avance et pour l'ensemble du parcours

16% ont réservé à l'avance, juste sur quelques jours précis du parcours

44% des cheminants ont déclaré avoir eu des difficultés pour trouver un hébergement (cela diffère selon les voies)

La raison principale: manque d'hébergements dans la zone, mais aussi le manque de place dans les hébergements (Voie du Puy)

Les dépenses (ensemble du parcours du cheminant ayant traversé les Landes)

Des dépenses spartiates mais des budgets conséquents

Budget moyen*

41.4 €

/jour/pers

Budget moyen pour l'ensemble du parcours

1 803 €/pers

Dépense moyenne /pers/

Hébergement 23.8€

Nourriture / Restauration 13.9 €

Autres frais 3.6 €

- ▶ La dépense moyenne quotidienne est légèrement inférieure à la moyenne nationale 45.4 €.
- ▶ Les dépenses sont essentiellement basées sur des dépenses basiques « dormir » (58% du budget) et « manger » (34% du budget).
- ▶ Le budget total du cheminement est lié à la durée du cheminement: il est plus élevé pour un cheminant traversant les Landes (1 803 € vs 1 154 €) en raison d'une durée de parcours plus longue.

*Ne sont pris en compte ici que les dépenses engagées pendant le cheminement, hors frais pour se rendre sur son point de départ et/ou revenir à son domicile.



Des cheminants satisfaits



Marcher sur les chemins



Les notions de beauté des paysages et de qualité de l'environnement constituent le gros point positif de l'expérience vécue sur les Chemins.

A noter la sécurité des biens et des personnes, très bien notée surtout par le public féminin.

Globalement, la qualité des chemins pratiqués ainsi que le balisage et la signalétique sont bien évalués par les pratiquants.

Insatisfaction par rapport à la couverture réseau et surtout les carences en aménagement de bases sur les chemins (points d'eau, WC, bancs..).

Traverser une ville, un village...



Le meilleur critère concerne l'accueil fait aux cheminants par les populations locales ainsi que la diversité de l'offre touristique.

Les points d'insatisfaction se concentrent sur la présence et/ou la facilité d'accès à certains services que le cheminant s'attend à trouver dans le bourg.

Faire une halte pour dormir



Le moment de « la halte pour dormir » est celui qui recueille les meilleurs taux de satisfaction.

L'accueil dans les hébergements est particulièrement apprécié, ainsi que la sécurité ressentie dans ces lieux.

A noter le fait très apprécié de pouvoir recharger ses appareils électroniques lors de ces haltes.

Les critères les moins bien notés concernent la possibilité de se connecter à Internet, le rapport qualité/prix et la restauration proposée...mais ces critères restent malgré tout appréciés.

Clés de lecture:

La satisfaction est...

3.5 à 4: bonne à très bonne

3 à 3.4: moyenne à bonne

2.5 à 2.9: plutôt mauvaise

0 à 2.4: très mauvaise

Fidélisation

Des intentions de retour sur les chemins très élevés 83%

Certainement pour reprendre un cheminement non terminé ou pour emprunter d'autres voies.

Intention de séjour/vacances

Oui c'est possible ,
mais il faut que j'y réfléchisse 55%

Oui sans aucun doute,
et je sais déjà où! 34%

Non je ne pense pas 11%

A noter les intentions de retour en mode « touriste » ou « vacances » clairement exprimées pour 1 cheminant sur 3






Pour 55% des cheminants cette intention de retour est moins claire même si elle est aussi présente.

- ▲ Le bon niveau de satisfaction témoigne de la **cohérence entre la promesse faite** (l'imaginaire avant de partir) **et la réalité de l'expérience vécue**.
- ▲ De façon générale, **le très bon niveau de satisfaction** est encore plus marqué **chez les primo-pratiquants** et ceux qui visitent les sites, les lieux, les monuments présents sur le Chemin.
- ▲ Les chemins apparaissent comme de très forts « **prescripteurs** » de **séjours touristiques**.



Pour aller plus loin ...

POINTS DE REPÈRE SUR L'ENSEMBLE DES ITINÉRAIRES DE COMPOSTELLE EN FRANCE

-  Typologie des pratiquants
-  Les forces des Chemins
-  Les faiblesses des Chemins
-  Les opportunités à saisir
-  Les menaces



Points clés (niveau national)

5 grandes typologies qui caractérisent les pratiquants des Chemins de Compostelle

- LA PASSION
- LA TRANSITION
- LA SPIRITUALITE
- LA DECOUVERTE
- LE DEFI

Ces « familles » de pratiquants se différencient principalement par un mix de 3 types de critères et de comportement:

- d'une motivation de défi ou de challenge à de l'introspection ou de la spiritualité
- De beaucoup d'organisation en amont à très peu ou pas d'organisation du tout
- De l'objectif de marcher seulement à celui de découvrir et d'explorer

LA DECOUVERTE- « Les curieux »

Des « cheminants-touristes », ils s'appuient sur le Chemin pour découvrir un territoire d'une façon originale avec la connotation du défi ou de l'originalité de la marche pour y parvenir. Ils sont dans une volonté assumée, décalée par rapport au touriste classique.

LA PASSION-« les Aficionados »

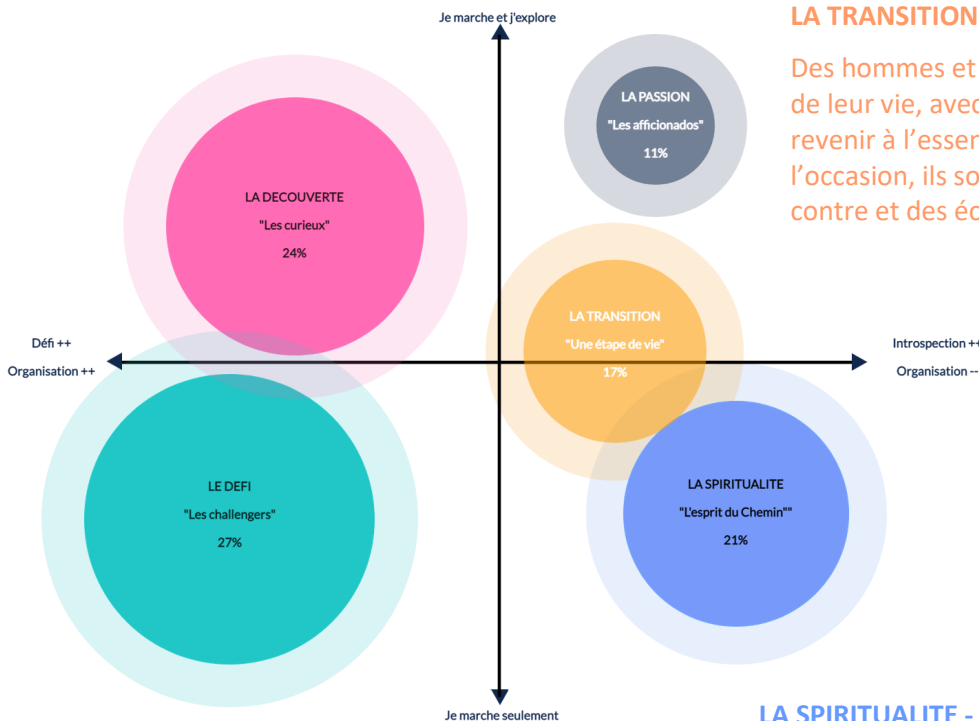
Habités et grands connaisseurs des Chemins, ils les ont souvent fait plusieurs fois et pour des raisons différentes. Ils le refont en poussant plus loin la découverte des territoires et deviennent de véritables « référents » et de vrais ambassadeurs.

LA TRANSITION - « une étape de vie »

Des hommes et des femmes à un moment particulier de leur vie, avec le besoin de passer un cap et/ou de revenir à l'essentiel. Ils marchent et visitent aussi à l'occasion, ils sont marqués par le plaisir de la rencontre et des échanges.

LA SPIRITUALITE - « L'esprit du Chemin »

Une motivation personnelle profonde et/ou religieuse pousse ces pratiquants souvent motivés par un besoin de « revenir à l'essentiel ». La découverte des territoires traversés et de leurs richesses passent bien après l'assouvissement de ce besoin très personnel.



LE DEFI- « Les challengers »

Des challengers d'eux-mêmes avant tout, avec le besoin de « se prouver que je suis capable », clairement à la recherche d'un défi (physique ou plus personnel) ils sont concentrés sur leur objectif et sur le Chemin qui devient le vecteur de leur défi intérieur.

Points clés (niveau national)

Les forces des Chemins



Forte notoriété et image en cohérence avec la réalité

- La puissance historique et symbolique des Chemins de Compostelle
- Très forte notoriété de la marque « Chemins de Compostelle »
- Une très forte différenciation par rapport aux autres GR en France (positionnement « spirituel » très marqué des Chemins)
- Cohérence entre l'image, la promesse des Chemins et la réalité vécue
- La voie du Puy = emblème très fort en termes d'image et de notoriété
- Communication « naturelle » très forte (partage, transmission, bouche à oreille, littérature...)

Des services, des équipements, un accueil de qualité

- La voie du Puy = beaucoup d'expériences, d'équipements, de prestataires...
- Des chemins de grande randonnée et totalement adaptés à des pratiques « douces »
- Le balisage et la signalétique des Chemins (souligné par les cheminants à pied)
- La qualité et l'entretien des Chemins (souligné par les cheminants)
- L'information, l'accès sur quelques points de départ majeurs (facilité pour démarrer le cheminement sur des points identifiés)
- L'accueil dans les hébergements (souligné par les cheminants)
- L'accueil par les populations locales des territoires traversés (souligné par les cheminants)
- La sécurité des biens et des personnes (souligné par les cheminants)



Points clés (niveau national)

Les forces des Chemins

Richesse et diversité « physique » des Chemins de Compostelle

- un réseau et un maillage de Chemins de grande ampleur et sillonnant quasiment toute la France
- La diversité des Chemins (paysages, géographie, organisation, niveaux d'expérience...)
- La beauté des paysages traversés, la préservation de l'environnement naturel (force relative selon les zones traversées)
- Des chemins encore « à taille humaine » (vs les Chemins en Espagne)
- La volonté exprimée de revenir en « vacances » sur des territoires traversés pendant un cheminement
- Une très forte différenciation par rapport aux autres GR en France (positionnement « spirituel » très marqué des Chemins)
- Cohérence entre l'image, la promesse des Chemins et la réalité vécue
- La voie du Puy = emblème très fort en termes d'image et de notoriété
- Communication « naturelle » très forte (partage, transmission, bouche à oreille, littérature...)



Une ADN claire, à vivre de manière différente par des publics différents

- Le cheminement en tant « qu'outil » ou « moyen » de développement personnel est une réalité (dimension spirituelle)
- Expérience vécue qui permet de réaliser un ressourcement, un recentrage
- Une clientèle jeune (20 ans) qui vient assez naturellement et se renouvelle d'année en années
- La clientèle sénior (retraités) qui vient historiquement, naturellement et en nombre sur les Chemins
- La fidélisation aux Chemins est très forte (faire en plusieurs fois, revenir, faire d'autres itinéraires...)
- La cohabitation possible de différentes pratiques (vélo & à pied)
- Des typologies de pratiquants bien marquées (adaptation de la communication, des offres...)

Points clés (niveau national)

Les faiblesses des Chemins

Des manques exprimés au niveau des services, d'équipements

- Trop peu d'accès publics à de l'eau potable sur les voies
- Trop peu d'aménagements publics et gratuits pour les cheminants (toilettes, abri sommaire, banc, tables...)
- Déséquilibre des aménagements entre les voies (Voie du Puy vs autres voies)
- Déséquilibre des prestations (hébergeurs, portage, navettes...) entre les voies (voie du Puy vs autres voies)
- Manque d'hébergement et/ou de points d'accueil (en dehors de la Voie du Puy)
- La difficulté pour se connecter à Internet (sur les Chemins et dans les hébergements) couverture du réseau de téléphonie mobile très hétérogène
- Gestion hétérogène, compliquée ou parfois absente des déchets ou produits pendant un acheminement
- Accès parfois compliqué à l'offre touristique de proximité (lieux, sites...)
- La plupart des hébergements proposés et typés « Chemins » sont peu adaptés aux clientèles « avec jeunes enfants »
- Le rapport qualité/prix de certains hébergements
- Le confort et l'hygiène de certains hébergements
- Trouver des commerces ouverts, de la restauration rapide
- La faible présence de banques, de DAB billets
- L'accès compliqué aux lieux de culte, aux offices religieux (horaires, lieux fermés)
- Peu d'accès à des soins (ou accès compliqués) en chemin (pharmacie, médecin...)



Des freins à la pratique ou aux attentes de certains publics

- Ne correspond pas aux attentes de purs pratiques sportives (dénivelés, records à battre...) vs GR20, GR TMB ou GR2 (Réunion)
- Ne répond pas aux attentes de pleine nature sauvage ou bien moins que d'autres parcours (GR5 Alpes, GR10 Pyrénées)
- Les clientèles étrangères s'orientent naturellement vers les voies en Espagne
- Faible part des clientèles en activité dans le tranche 30-45 ans—Logistique personnelle contraignante pour pouvoir faire un vrai cheminement (travail, enfants, budget, vie quotidienne...)
- Difficultés logistiques pour « boucler » un cheminement (revenir aisément à son point de départ)
- Budget global d'un cheminant élevé au final (durées longues de cheminement)
- Les pratiquants associent très peu leurs enfants à un cheminement

Points clés (niveau national)

Les faiblesses des Chemins

Des soucis liés aux fréquentations

- Déséquilibre des fréquentations entre les voies (Voie du Puy vs autres voies)
- La sur-fréquentation de certains tronçons de la voie du Puy à certaines périodes
- La saturation des hébergements disponibles à certaines périodes
- La « saturation » ressentie à certaines périodes par les populations locales traversées par des itinéraires
- Manque global de données et d'homogénéité dans l'observation statistique des Chemins (suivi des flux)



Points clés (niveau national)

Les opportunités à saisir

Des publics potentiels importants et diversifiés

- Un marché potentiel très important en volume: les européens de 30-45 ans en quête de « sens »
- La clientèle avec de jeunes enfants se tourne de plus en plus vers des produits type « itinérance » dans la nature
- Les jeunes étudiants européens : un marché déjà important et en augmentation
- Une population sénior de plus en plus apte physiquement à pratiquer la randonnée tard dans sa vie
- Part croissante des « créatifs culturels » dans la société (valeurs féminines, de respect, sociales, écologiques, durables...)
- La possibilité de proposer les Chemins à des clientèles locales ou de proximité (il y a partout un chemin à vivre...)



Une réponse à des attentes sociétales fortes

- Une demande touristique croissante pour un tourisme « différent », plus « vrai », plus respectueux des gens, des activités, des territoires
- Le développement de la demande touristique pour des séjours intégrant de l'itinérance à vélo (route, gravel, VAE)
- La demande croissante d'offres touristiques orientées vers les pratiques en bivouac, en autonomie
- Une forte demande pour un tourisme plus « expérientiel » (créer des sensations, des émotions, des souvenirs...)



- Un besoin sociétal de plus en plus marqué sur la quête personnelle de « sens », sur l'épanouissement personnel
- L'augmentation constantes des pratiques de type APN en Europe occidentale (dans la vie quotidienne et lors des séjours touristiques)

Points clés (niveau national)

Les menaces à surveiller

- La concurrence et la structuration « touristique » de beaucoup de GR en France et en Europe (concurrence en hausse)
- L'augmentation de la « consommation » des espaces naturels induit des nuisances et des contraintes multiples:
 - *gestion des flux, sur fréquentation à certains endroits...
 - *gestion des déchets en espaces sensibles ou éloignés...
 - *seuil d'acceptabilité de la population locale....
 - *partage des espaces: cohabitation pluriactivités (randonnées, chasse, agriculture, VTT...)



- Une sécurité sanitaire encore précaire (Covid) et des réglementations changeantes pouvant faire hésiter des clientèles touristiques à se déplacer
- Une situation géopolitique rendant peu attractifs les déplacements de clientèles touristiques lointaines vers l'Europe
- L'irrégularité de la consommation touristique induit des périodes d'inactivité et/ou de fermeture (hébergements, services, restauration...) dans les zones touristiques
- Les interactions de multiples acteurs, et/ou des manques de coordination entre eux, peuvent impacter la lisibilité et la cohérence de l'offre proposée



LANDES ATTRACTIVITE
4 avenue Aristide Briand
40000 MONT-DE-MARSAN
05 58 06 89 89

Contact: Fabienne DECONQUAND - 06 89 92 03 51
fabienne.deconquand@landesattractivite.com - www.tourismelandes.com