



Etude auprès de la clientèle britannique

- Lot 1 : Etude mère sur les touristes britanniques qui viennent en Normandie -



- Moyenne saison 09/10 -

INTRODUCTION

Contexte

Objectifs généraux de l'étude

Objectifs du Lot 1

Méthodologie du Lot 1

RESULTATS

1. CLIENTELE TOURISTIQUE BRITANNIQUE EN NORMANDIE

1.1 Contexte de visite

1.2 Caractéristiques de la visite / du séjour

2. MODE DE VOYAGE

2.1 Profil de la clientèle

2.2 Comportement d'achat

POINTS CLES A RETENIR ET RECOMMANDATIONS

ANNEXES

Echantillon

Questionnaire

Introduction

Contexte de l'étude

- Le **Comité Régional du Tourisme de Normandie** a défini de nouvelles orientations de la stratégie Marketing 2006-2010 pour la région (Calvados : 14 – Eure : 27 – Manche : 50 – Orne : 61 – Seine Maritime : 76) en partenariat avec les 5 CDT de la région, les Offices de tourisme ainsi que les acteurs touristiques de cette région.
- Cette nouvelle stratégie, basée sur les expériences du passé, a hiérarchisé les marchés prioritaires de cette région. Il ressort que la clientèle britannique, bien qu'en léger recul depuis plusieurs années reste leur 1er marché étranger.
- En effet, la Normandie reste un « passage incontournable » du continent pour une grande partie des Britanniques en raison de la proximité des points de passage transmanche.
- Dans ce contexte, le **CRT Normandie** souhaitait mener une étude ayant pour objectif de **mesurer et de qualifier les flux de passagers transmanche allant en Normandie**, en excursion, en transit ou en séjour **afin d'adapter, dans la stratégie marketing de la région, des propositions en adéquation avec les besoins et attentes de cette cible prioritaire** (conquête / reconquête, fidélisation, images, positionnement, communication, stratégies commerciales et de développement de l'offre de l'ensemble des acteurs normands intéressés par le marché britannique).

Objectifs généraux de l'étude

(1/2)

- **Pouvoir adapter et optimiser les stratégies marketing de reconquête de la clientèle britannique** pour tous les acteurs normands concernés par ce marché et en particulier :
 - les stratégies d'image et de positionnement de la Normandie
 - les stratégies de communication auprès des britanniques
 - les stratégies commerciales et de développement de l'offre
- Plus précisément, les responsables du **CRT Normandie** souhaitent que cette **étude soit réalisée de mai 2009 à fin octobre 2010 et en 2 lots** d'études indissociables, comme suit :
 - **Lot 1 (de mai 2009 à avril 2010) : Etude mère sur les touristes britanniques qui viennent en Normandie**
 - Identification des différents profils de ces touristes, sur 12 mois, et des caractéristiques principales du voyage (transport, destination - Normandie ou pas -, type de séjour, etc)
 - **Lot 2 (de mai à septembre 2010) : Etude comportementale des touristes britanniques en Normandie**
 - Auprès d'un échantillon de la population mère, décrire et comprendre les motivations et freins (mode de transport, destination, séjour), les comportements touristiques et les attentes de façon à définir une stratégie qui les Britanniques inciteraient à choisir la Normandie comme destination et/ou les fidéliser

Objectifs du Lot 1

Etude mère sur les touristes Britanniques qui viennent en Normandie

- Identifier les différents profils de touristes britanniques qui viennent en Normandie (en transit, en séjour).
- Définir les différentes caractéristiques du voyage et du séjour, comme :
 - le mode de transport transmanche utilisé (maritime, terrestre ou aérien) ainsi que la liaison choisie le cas échéant,
 - (si Ferry) le type de passagers (voiture, car, caravane/camping-car, fourgonnette),
 - le motif (loisir ou professionnel), le type et la durée de séjour (jour, weekend ou vacances, voyage organisé ou privé, circuit ou non),
 - la ou les destinations, étapes en France et en particulier, auprès des visiteurs, la durée de séjour/visite/transit en Normandie.
- Constituer une base de données (fichier mère) exploitable par tous les partenaires et servant à définir les critères d'identification de la population à interroger pour le lot 2 et en particulier le profil et la segmentation de la population.

Méthodologie

Préambule

- Cette phase s'appuie sur une méthodologie mixte compte tenu des contraintes d'interviews sur site et des accords obtenus par les partenaires des différents modes de transport retenus :
 - au niveau des ferry : enquête sur site
 - au niveau de l'avion, Eurostar et Eurotunnel : enquête online

- On notera que préalablement, une phase online a été réalisée auprès d'une population représentative des Britanniques dans le but de :
 - calibrer la phase du Lot 1 en identifiant les principales portes d'entrées / mode de transport en France et leur part relative
 - et ainsi fixer un plan de Sondage précis par porte d'entrée / mode de transport

Méthodologie

	Passagers Ferry	Passagers Avion, Eurostar et Eurotunnel
Méthode de recueil	<ul style="list-style-type: none"> Enquête sur site en face à face en auto-administré contrôlé : <ul style="list-style-type: none"> recrutement par un enquêteur-bilingue distribution et collecte du questionnaire rempli par l'interviewé lui-même 	<ul style="list-style-type: none"> Enquête auto-administrée sur Internet : <ul style="list-style-type: none"> recrutement via Access Panel
Cible	<ul style="list-style-type: none"> Passagers Britanniques au départ du port : <ul style="list-style-type: none"> (si port en dehors de la Normandie) déclarant avoir séjourné, visité, fait un arrêt ou juste passé par la Normandie 	<ul style="list-style-type: none"> Passagers Britanniques : <ul style="list-style-type: none"> déclarant avoir séjourné, visité, fait un arrêt ou juste passé par la Normandie (au cours des 2 derniers mois)
Lieux d'enquête / Couverture géographique	<ul style="list-style-type: none"> 4 ports de Normandie : Caen, Le Havre, Dieppe et Cherbourg 3 ports Hors Normandie : Calais, Boulogne et Saint Malo 	<ul style="list-style-type: none"> Royaume-Uni : <ul style="list-style-type: none"> Angleterre, Pays de Galle, Irlande du Nord, Iles Anglo-Normandes
Echantillonnage (cf. structure détaillée de l'échantillon P9)	<ul style="list-style-type: none"> Echantillon global de 1 880 passagers , dont : <ul style="list-style-type: none"> 1 669 passagers Ferry (nombre de questionnaires réalisés sur 101 vacances*) * 1 vacation = 1 départ / 1 traversée 	<ul style="list-style-type: none"> 80 passagers par avion 71 passagers par Eurostar 60 passagers par Eurotunnel
	<ul style="list-style-type: none"> Les résultats ont été pondérés de façon à attribuer le poids réel de chaque sous-échantillon 	
Questionnaire	<ul style="list-style-type: none"> Durée de 8 à 10 minutes 	
Dates d'enquête	<ul style="list-style-type: none"> Moyenne saison : Juin, Septembre et Octobre 2009 + Mai / Juin 2010 	<ul style="list-style-type: none"> Août 2009 pour des voyages réalisés en Juin / Novembre 2009 pour des voyages en Septembre et Octobre / Juillet 2010 pour des voyages en Mai et Juin 2010

Structure détaillée de l'échantillon

TOTAL ECHANTILLON			1 880	% vs Total	Poids réel *
ST FERRY			1 669	89%	52%
Total Normandie			883	47%	17%
Caen	Portsmouth	Brittany Ferries	333	18%	5%
Le Havre	Portsmouth	LD Lines	254	13%	3%
Dieppe	Newhaven	Transmanche ferries	136	7%	2%
Cherbourg	Poole	Brittany Ferries	160	9%	5%
Granville ⁽¹⁾	St Hélier	Manche Iles Express	-	-	1%
Total Hors Normandie			786	42%	35%
Boulogne	Douvres	LD Lines	257	14%	3%
Saint Malo	Portsmouth	Brittany Ferries	28	1%	3%
Calais	Douvres	Sea France et P&O	501	27%	26%
Dunkerque ⁽³⁾	Douvres	Norfolk Lines	-	-	2%
Roscoff ⁽³⁾	Plymouth	Brittany Ferries	-	-	1%
ST AVION			80	4%	14%
ST EUROSTAR			71	4%	15%
ST EUROTUNNEL			60	3%	19%

(1) Trop peu de monde par traversée : les enquêtes ont été stoppées

(3) Pas d'autorisation d'enquêtes

* Résultats issus de la phase préalable

Résultats

1. CLIENTELE TOURISTIQUE BRITANNIQUE EN NORMANDIE

1.1 Contexte de visite

1.2 Caractéristiques de la visite / du séjour

2. MODE DE VOYAGE

2.1 Profil de la clientèle

2.2 Comportement d'achat

Nature de la destination

En moyenne saison, tous modes de transport confondus, 1 passager sur 2 a séjourné au moins une nuit en Normandie alors qu'1 passager sur 3 n'a fait que transiter

N=1880

Q13. Dans le cadre de ce voyage, diriez-vous que la Normandie était ... ?

Calcul sur la base totale N : **x%**
Recalcul sur la base du sous-échantillon N-1 (x%)

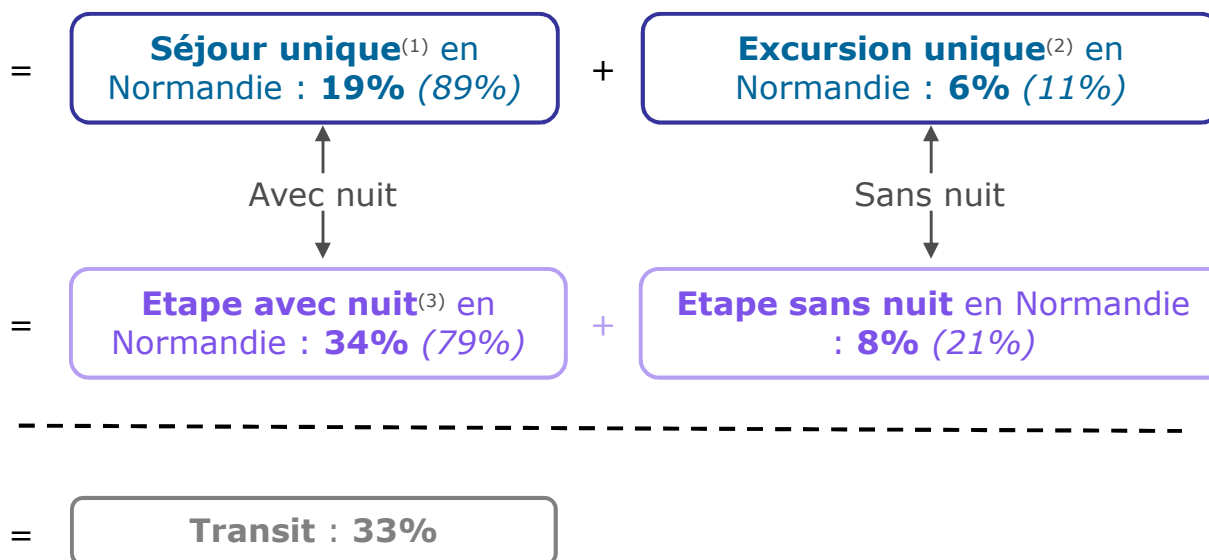
La Normandie est une ...

Destination finale :
25%

Région d'étape :
42%

Région de passage :
33%

Ci-dessous description des différentes catégories de voyage au sein de chaque type de destination



→ Soit une **typologie des touristes britanniques** répartie comme suit :

- ✓ **53% en séjour** (au moins une nuit) = 19% séjour unique + 34% étape avec une nuit
- ✓ **14% en excursion** (sans nuit) = 6% excursion unique + 8% étape sans nuit
- ✓ **33% de « passage »**

(1) A passé son séjour en Normandie uniquement
(2) Est venu en Normandie uniquement mais n'a fait qu'un aller retour dans la journée
(3) 1 nuit ou plus

Nature de la destination

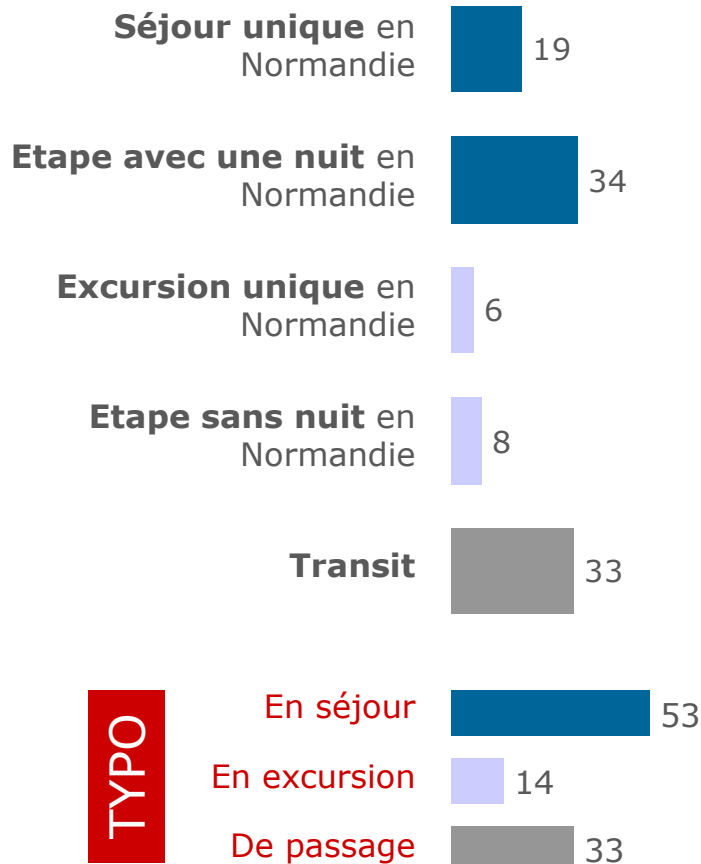
Par mode de transport

Les passagers en séjour unique sont plus nombreux en proportion lorsqu'ils ont pris l'avion ou l'Eurotunnel. En revanche, les passagers en transit se trouvent principalement parmi les passagers ayant quitté la France en ferry

Q13. Dans le cadre de ce voyage, diriez-vous que la Normandie était ... ?

Résultats en %

N=1880



TYPO

	Ferry N=1669	Avion N=80	Eurostar N=71	Eurotunnel N=60
Séjour unique en Normandie	13	27	18	32
Etape avec une nuit en Normandie	17	66	68	50
Excursion unique en Normandie	10	1	-	1
Etape sans nuit en Normandie	8	3	8	12
Transit	52	3	6	5
En séjour	30	93	76	82
En excursion	18	4	8	13
De passage	52	3	6	5

↳ Un taux proche de celui de la haute saison (55%) mais inférieur à celui de la basse saison (71%)

Les signes + et - indiquent une différence significative entre le sous-échantillon concerné et la somme des 3 autres

Nature de la destination

Selon le port utilisé pour le retour

Le taux de passagers en transit est le plus élevé parmi les passagers en ferry au départ de Calais
C'est sur les lignes de Cherbourg et de Dieppe que le taux de passagers en séjour est le plus élevé

Q13. Dans le cadre de ce voyage, diriez-vous que la Normandie était ... ?

	FERRY	NOR- MANDIE	Caen	Cherbourg	Dieppe	Le Havre	HORS NOR- MANDIE	Boulogne	Calais
Résultats en %	N=1669	N=883	N=333	N=160	N=136	N=254	N=786	N=257	N=501
Séjour unique en Normandie	13	22	21	27	23	17	9	11	8
Etape avec une nuit en Normandie	17	18	17	20	20	17	16	26	11
Excursion unique en Normandie	10	4	4	6	3	3	12	6	15
Etape sans nuit en Normandie	8	10	12	9	7	11	7	10	7
Transit	52	46	46	38	47	52	56	47	59
En séjour	30	40	38	47	43	34	25	37	19
En excursion	18	14	16	15	10	14	19	16	22
De passage	52	46	46	38	47	52	56	47	59

↳ Après des passagers au départ des ports Normands, la répartition est plutôt stable tout au long de l'année

Origines de la clientèle (Port de départ)

Par typologie de séjour

Parmi les passagers de Ferry en séjour unique, 1 passager sur 2 a pris un ferry au départ de Normandie alors qu'ils ne représentent que 1 passager sur 4 parmi les passagers en excursion ou en transit

Q13. Dans le cadre de ce voyage, diriez-vous que la Normandie était ... ?

Base : Personnes voyageant en Ferry (port de départ)

Résultats en %	Séjour unique	Etape avec nuit	Excursion (sans nuit) *	De passage
	n=259	n=291	n=274	n=828
NORMANDIE	52	34	24	27
Caen	16	11	9	9
Cherbourg	22	13	9	8
Dieppe	6	4	2	3
Le Havre	7	6	4	6
HORS NORMANDIE	48	66	76	73
Boulogne	15	28	16	16
Calais	32	34	58	55
Saint Malo	2	4	1	2

* Excursion (sans nuit) = Excursion unique + Etape sans nuit

Motif principal de visite / de séjour

Par typologie de clientèle

Les vacances représentent le motif principal de la visite en Normandie, mais la possession d'une résidence secondaire compte toujours pour une part non négligeable au tourisme de la région sur la clientèle séjour

Q16. Pour quelle raison êtes-vous venu en Normandie ?

Base : Personnes ayant fait au moins une « excursion » en Normandie



	Séjour unique n=312	Etape avec nuit n=421	Excursion (sans nuit) * n=292
Loisirs, vacances organisées par l'interviewé	40	52	69
Visite (amis, famille)	18	21	11
Loisirs, vacances en résidence secondaire	26	13	7
Motif professionnel	8	3	9
Loisirs, vacances en voyage organisé	7	5	3
Autres raisons	1	6	1

* Excursion (sans nuit) = Excursion unique + Etape sans nuit

Motif principal de visite / de séjour

Par mode de transport

En moyenne saison, c'est parmi les passagers des avions que la possession d'une résidence secondaire compte le plus, après le motif des vacances

Q16. Pour quelle raison êtes-vous venu en Normandie ?

Base : Personnes ayant fait au moins une « excursion » en Normandie

Résultats en %	Ensemble	Ferry	Avion	Eurostar	Eurotunnel
	n=1042	n=841	n=77	n=67	n=57
Loisirs, vacances organisées par l'interviewé	52	66	28	49	49
Visite (amis, famille)	18	9	34	22	18
Loisirs, vacances en résidence secondaire	15	13	27	10	14
Motif professionnel	6	6	4	7	5
Loisirs, vacances en voyage organisé	5	4	6	6	7
Autres raisons	3	2	1	4	7

Un taux proche de celui de la haute saison (10%) mais en recul par rapport à celui de la basse saison (27%)

Fidélité de la clientèle

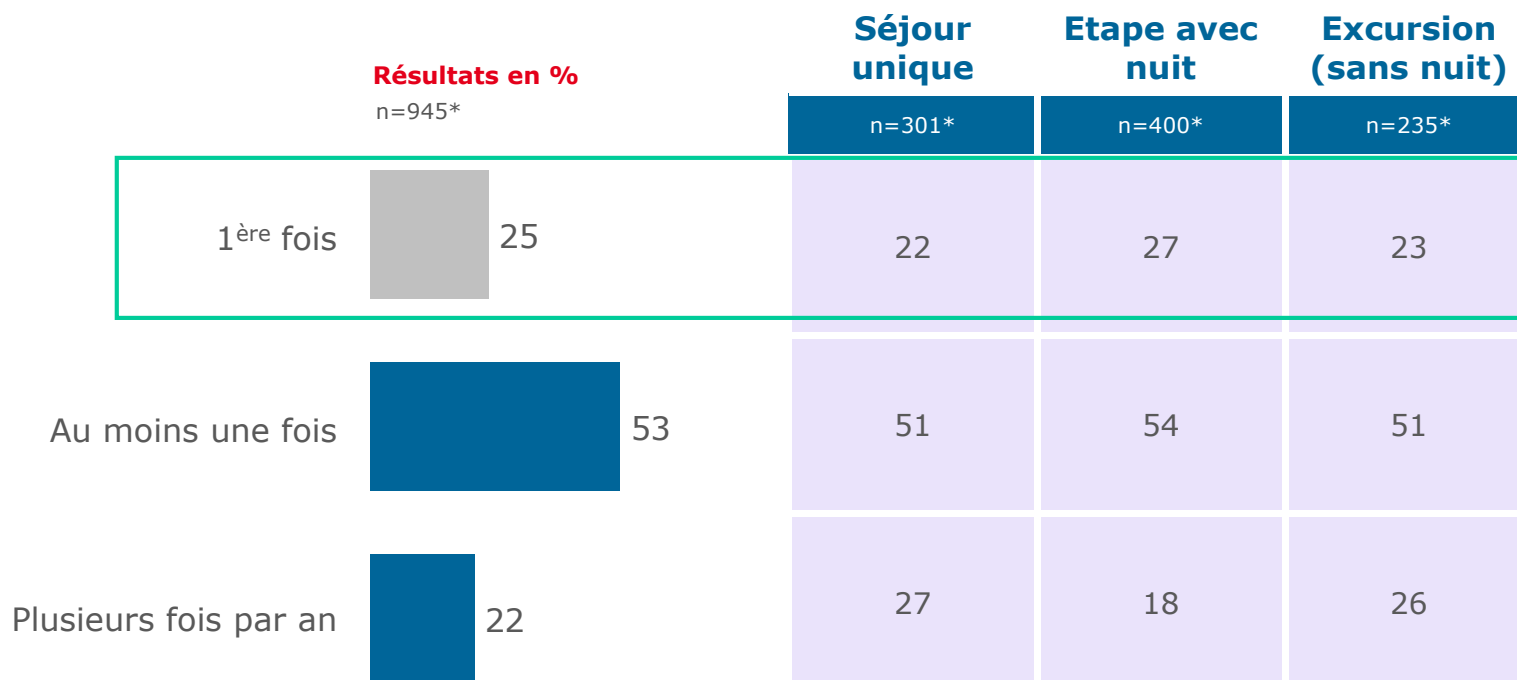
Par typologie de clientèle

En moyenne saison, la Normandie continue de fidéliser, mais elle réussit également à capter une proportion tout à fait intéressante de nouveaux clients : 1 visiteur sur 4 est un primo-visiteurs

Q20. Etes-vous déjà venu en Normandie pour séjourner ou pour faire une excursion, une visite ?

Base : Personnes ayant fait au moins une « excursion » en Normandie

(* Base répondants (hors NSP/SR : Total = 6%, Séjour unique = 2%, Etape avec nuit = 2%, Excursion sans nuit = 17%))



Fidélité de la clientèle

Par mode de transport

C'est parmi les passagers des avions et de l'Eurostar que la proportion de primo-visiteurs est la plus élevée. Les passagers en ferry sont les plus fidèles : 82% sont déjà venus en Normandie

Q20. Etes-vous déjà venu en Normandie pour séjourner ou pour faire une excursion, une visite ?

Base : Personnes ayant fait au moins une « excursion » en Normandie

(* Base répondant (hors NSP/SR : Total = 6%, Ferry = 14%))

Résultats en %	Ensemble	Ferry	Avion	Eurostar	Eurotunnel
	n=945*	n=744*	n=77	n=67	n=57
1ère fois	25	18	37	36	18
Au moins une fois	53	53	46	48	63
Plusieurs fois par an	22	29	17	16	19

↳ Une répartition semblable à celle de la haute saison

Un taux de primo-visiteurs supérieur à celui de la basse saison (11%) et donc proche de celui de la haute saison (22%)

Préparation du séjour/de la visite

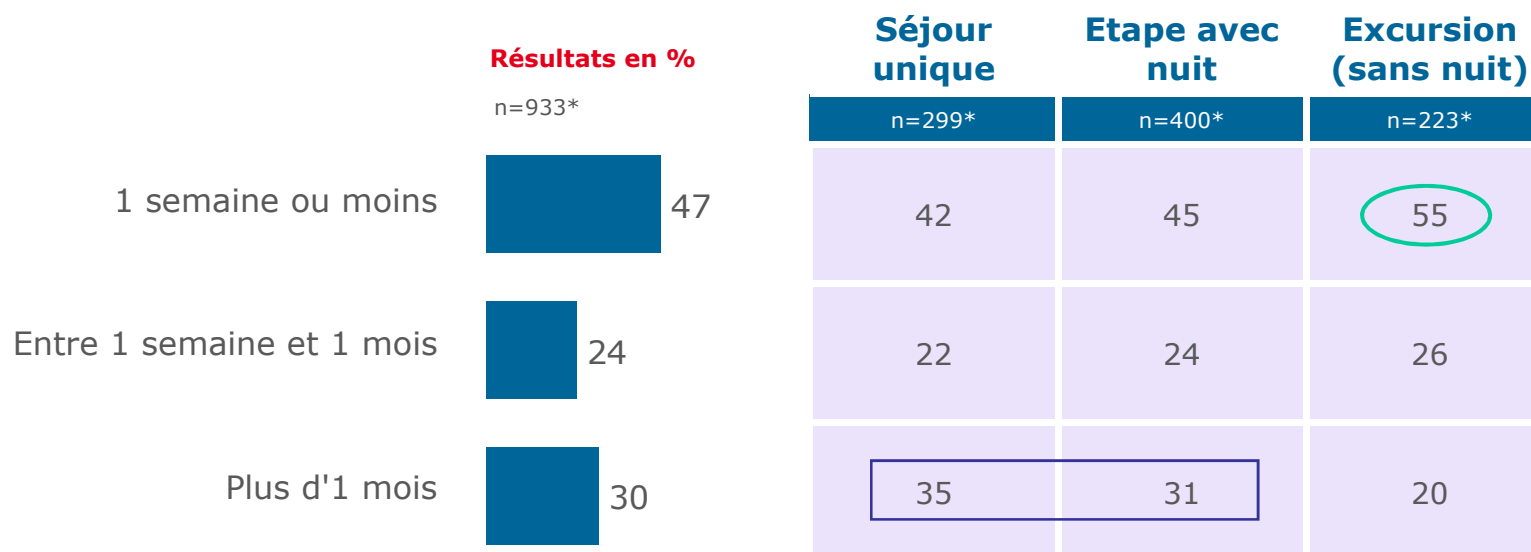
Par typologie de clientèle

Un temps de préparation peu différent selon le type de visite mais toutefois toujours plus long pour les séjours d'au moins 1 nuit que pour celui des excursions

Q14. Combien de temps à l'avance avez-vous commencé à préparer votre séjour/visite en Normandie ?

Base : Personnes ayant fait au moins une « excursion » en Normandie

(* Base répondants (hors NSP/SR : Total = 7%, Séjour unique = 2%, Etape avec nuit = 2%, Excursion sans nuit = 22%))



Préparation du séjour/de la visite

Par mode de transport

Q14. Combien de temps à l'avance avez-vous commencé à préparer votre séjour/visite en Normandie ?

Base : Personnes ayant fait au moins une « excursion » en Normandie

(* Base répondants (hors NSP/SR : Total = 7%, Ferry = 15%))

Résultats en %	Ensemble	Ferry	Avion	Eurostar	Eurotunnel
	n=933*	n=733*	n=77	n=67	n=57
1 semaine ou moins	47	40	63	51	39
Entre 1 semaine et 1 mois	24	20	21	31	25
Plus d'1 mois	30	40	16	18	36

↳ Une répartition semblable à celle de la haute saison
Un temps de préparation plus « en avance » par rapport à la basse saison

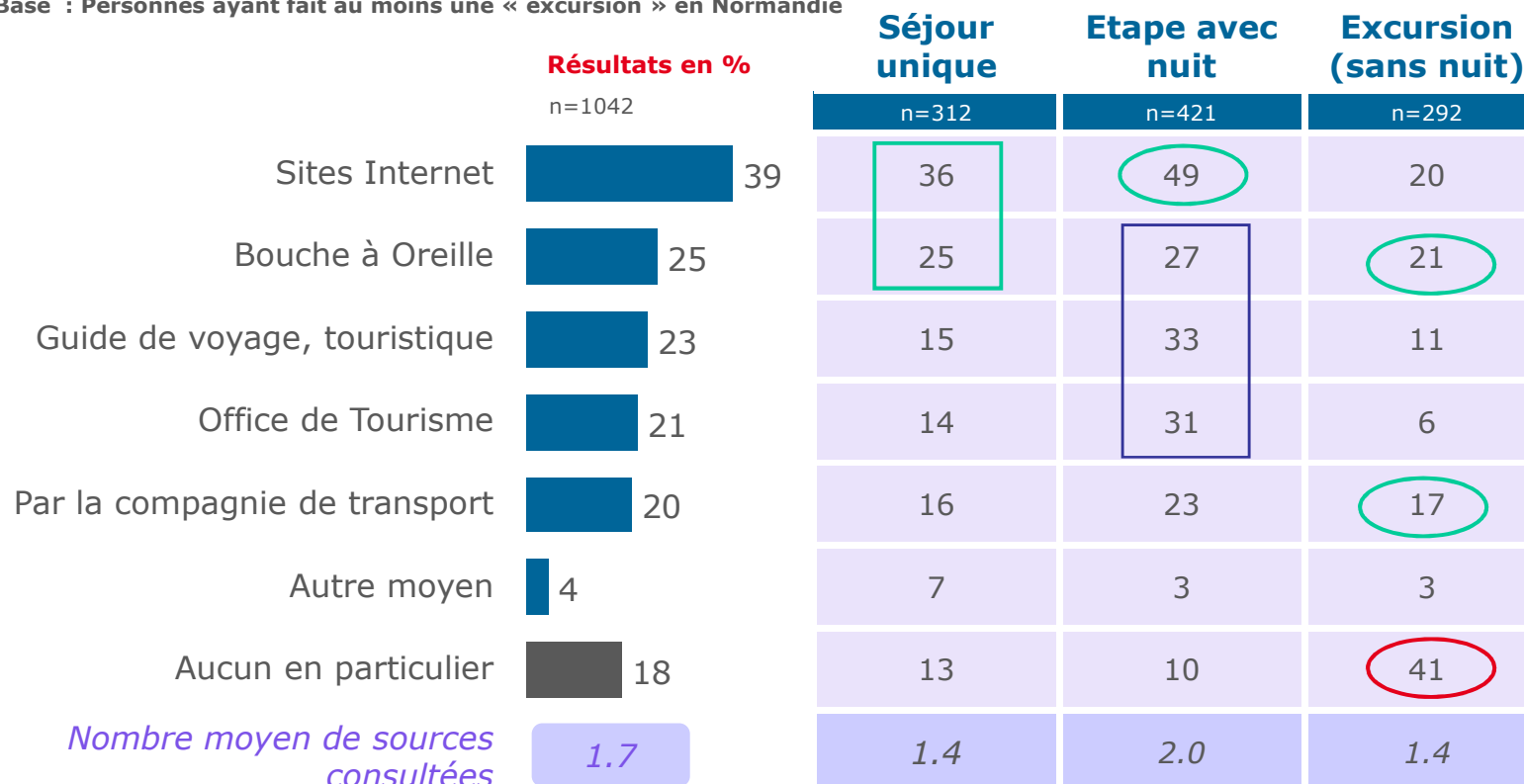
Moyens utilisés pour la préparation du séjour/de la visite

Par typologie de clientèle

Internet constitue le support principal d'information sur la région et le Bouche à Oreille une source complémentaire notamment auprès des excursionnistes (moins nombreux à s'être renseignés)

Q15. Quels moyens avez-vous utilisé pour organiser votre séjour/visite en Normandie ?

Base : Personnes ayant fait au moins une « excursion » en Normandie



Moyens utilisés pour la préparation du séjour/de la visite

Par mode de transport

En dehors d'Internet, le guide de voyage et les Offices de Tourisme sont plus fréquemment utilisés par les passagers des avions. La compagnie Eurostar contribue également pour une part importante à donner des informations à ses passagers sur la région

Q15. Quels moyens avez-vous utilisé pour organiser votre séjour/visite en Normandie ?

Base : Personnes ayant fait au moins une « excursion » en Normandie

	Ensemble	Ferry	Avion	Eurostar	Eurotunnel
Résultats en %	n=1042	n=841	n=77	n=67	n=57
Sites Internet	39	27	46	51	47
Bouche à Oreille	25	14	30	28	39
Guide de voyage, touristique	23	11	41	37	20
Office de Tourisme	21	5	55	28	16
Par la compagnie de transport	20	11	18	43	21
Autre moyen	4	5	-	4	5
Aucun en particulier	18	35	1	6	9
Nombre moyen de sources consultées	1.7	1.2	2.0	2.2	1.8

1. CLIENTELE TOURISTIQUE BRITANNIQUE EN NORMANDIE

1.1 Contexte de visite

1.2 Caractéristiques de la visite / du séjour

2. MODE DE VOYAGE

2.1 Profil de la clientèle

2.2 Comportement d'achat

Activités réalisées

Par typologie de clientèle

En moyenne saison, la pratique d'une activité spécifique est majoritaire auprès des personnes ayant passé au moins une nuit. Plus précisément, les activités ayant attiré à la pratique du Sport et dans une moindre mesure à l'évènementiel, regagnent de l'intérêt (par rapport aux autres saisons)

Q19. Plus précisément, qu'avez-vous fait en Normandie ?

Base : Personnes ayant fait un séjour, une étape ou une excursion en Normandie

Plusieurs réponses possibles

Résultats en %

n=1042

Séjour unique

n=312

Etape avec nuit

n=421

Excursion (sans nuit)

n=292

4 activités réalisées en moyenne

	Résultats en %	Séjour unique n=312	Etape avec nuit n=421	Excursion (sans nuit) n=292
Visites	61	66	73	29
Loisirs	43	44	50	27
Sports	37	39	44	18
Gastronomie	26	32	29	14
Evènements	12	10	16	6
Autres	3	5	3	2
Aucune	27	19	18	56
Dont juste du repos	10	12	8	9
Dont aucune activité en particulier	17	6	10	47

Activités réalisées (détail)

Par typologie de clientèle

En moyenne saison, l'intérêt pour le patrimoine historique, culturel et gastronomique de la Normandie est encore confirmé

La clientèle de court séjour est la plus grande consommatrice au regard du panel d'activités possibles

Q19. Plus précisément, qu'avez-vous fait en Normandie ?

Base : Personnes ayant fait un séjour, une étape ou une excursion en Normandie

Plusieurs réponses possibles

Résultats en %

n=1042

Activité	Résultats en %
Visite d'une ville	40
Shopping, brocante, antiquités	32
Visite plages du débarquement	31
Gastronomie	26
Visite d'un jardin, parc	25
Marche à pied, randonnée	25
Autre visite culturelle	22
Plage, baignage	20
Balade à vélo	14
Circuit découverte / itinérant	13
Activité nautique	11
Balade à cheval	11
Festival	10
Golf	7
Bal, soirée dansante	7
Evènement sportif	6
Autres activités	3

	Séjour unique n=312	Etape avec nuit n=421	Excursion (sans nuit) n=292
Visite d'une ville	41	51	14
Shopping, brocante, antiquités	29	38	23
Visite plages du débarquement	36	36	15
Gastronomie	32	29	14
Visite d'un jardin, parc	24	33	8
Marche à pied, randonnée	28	30	10
Autre visite culturelle	21	28	9
Plage, baignage	23	25	8
Balade à vélo	13	20	3
Circuit découverte / itinérant	9	19	4
Activité nautique	8	15	4
Balade à cheval	7	15	5
Festival	7	12	6
Golf	8	8	4
Bal, soirée dansante	5	9	4
Evènement sportif	4	9	2
Autres activités	5	3	2

- Visites
- Loisirs
- Sports
- Gastronomie
- Evènements
- Autres

Activités réalisées

Par mode de transport

Ce sont les passagers des avions et de l'Eurostar (plus grande proportion de primo-visiteurs) qui se montrent davantage attirés par les activités sportives et l'évènementiel dans la région
Les passagers en Ferry sont les plus petits consommateurs de tourisme : 1 sur 2 font une activité

Q19. Plus précisément, qu'avez-vous fait en Normandie ?

Plusieurs réponses possibles

Base : Personnes ayant fait au moins une « excursion » en Normandie

Résultats en %

	Ensemble n=1042	Ferry n=841	Avion n=77	Eurostar n=67	Eurotunnel n=57
Nombre d'activités réalisées en moyenne	4.0	2.5	4.6	5.4	4.2
Visites	61	43	75	84	68
Loisirs	43	27	60	54	51
Sports	37	21	59	49	39
Gastronomie	26	21	27	34	30
Evènements	12	4	26	22	9
Autres	3	4	1	3	4
Aucune	27	46	8	9	19
<i>Dont juste du repos</i>	10	12	6	6	11
<i>Dont aucune activité en particulier</i>	17	34	2	3	9

Un taux en recul par rapport à la basse saison (59%) mais toujours supérieur à celui de la haute saison (37%)

Activités réalisées

Par mode de transport - Détail

Q19. Plus précisément, qu'avez-vous fait en Normandie ?

■ Visites ■ Loisirs ■ Sports ■ Evènements ■ Autres

Plusieurs réponses possibles

Base : Personnes ayant fait au moins une « excursion » en Normandie

Résultats en %	Ensemble	Ferry	Avion	Eurostar	Eurotunnel
	n=1042	n=841	n=77	n=67	n=57
Visite d'une ville	40	21	52	66	47
Shopping, brocante, antiquités	32	19	39	42	44
Visite plages du débarquement	31	21	31	43	42
Gastronomie	26	21	27	34	30
Visite d'un jardin, parc	25	13	33	43	28
Marche à pied, randonnée	25	14	38	33	28
Autre visite culturelle	22	11	27	34	28
Plage, baignage	20	11	31	33	19
Balade à vélo	14	5	26	19	16
Circuit découverte / itinérant	13	3	18	25	19
Activité nautique	11	2	20	27	7
Balade à cheval	11	1	25	25	5
Festival	10	3	22	18	5
Golf	7	3	9	15	9
Bal, soirée dansante	7	2	15	13	5
Evènement sportif	6	1	8	18	5
Autres activités	3	4	1	3	4

Durée du séjour

Par typologie de clientèle

La clientèle britannique a passé en moyenne la moitié de son temps en Normandie (5 jours sur 10 au total passés en France) : elle passe à 7 jours pour un séjour unique (une durée stable tout au long de l'année)

Q18. Combien de temps votre séjour a-t-il duré (en Normandie et au total en France) ?

Base : Personnes ayant fait au moins une « excursion » en Normandie

Résultats en %	Ensemble	Séjour unique	Etape avec nuit	Excursion (sans nuit)
	n=1042	n=312	n=420	n=292
En Normandie				
Durée moyenne de séjour (en j.)	5	7	6	1
1 journée	21	-	-	100
2 à 3 jours	32	24	49	-
4 à 6 jours	25	33	31	-
1 semaine	15	34	11	-
2 semaines	5	9	5	-
Plus de 2 semaines	2	-	4	-
En France	n=989*	n=312	n=390*	n=281*
Durée moyenne de séjour (en j.)	10	7**	14	5
1 journée	10	-	-	47
2 à 3 jours	11	24	4	12
4 à 6 jours	22	33	20	14
1 semaine	31	34	36	17
2 semaines	15	9	22	8
Plus de 2 semaines	10	-	19	2

* Base répondants (Hors NSP/SR = Total: 3%, Etape avec nuit: 3%, Excursion (sans nuit) 2%)

** Par définition, le séjour total en France est le séjour unique en Normandie

Durée moyenne du « séjour unique » en Normandie :

En haute saison : 10 jours vs 9 jours en basse saison

Description du voyage en France

Par typologie de clientèle

En moyenne saison, la fréquentation de la haute et la basse Normandie est très proche quel que soit le type de visite et se couple principalement avec celle des régions limitrophes

Q17. Maintenant, dans le but de retracer votre itinéraire en France, vous allez indiquer, dans l'ordre, toutes les régions dans lesquelles vous êtes allé que ce soit pour y séjourner, visiter ou simplement pour vous y arrêter pour manger par exemple. (Quelle que soit la durée de votre étape)

Base : Personnes ayant fait au moins une « excursion » en Normandie	Résultats en % n=1042	Séjour unique	Etape avec nuit	Excursion (sans nuit)
		n=312	n=421	n=292
Haute Normandie	59	55	69	42
Basse Normandie	59	67	66	33
Nord-Pas de Calais	43	22	51	50
Région Parisienne	30	10	44	22
Picardie	27	13	36	25
Bretagne	24	7	38	13
Centre	23	5	34	19
Pays de la Loire	22	6	32	19
Sud-Ouest	20	-	29	17
Centre-Est	15	-	21	15
Sud-Est	14	-	22	11
Nord-Est	14	-	21	11
Corse	6	-	10	4

→ Soit 74% sont allés dans une autre région sur l'ensemble. Dans le détail, ils sont :

✓ 35% parmi les personnes en **séjour unique**, 100% parmi les personnes en **étape avec nuit** et 82% parmi les personnes en **excursion (sans nuit)**

Durée et description du séjour en France

Par typologie de clientèle

La clientèle de passage n'ayant que transité par la Normandie, s'est principalement déplacée vers les régions du Grand Ouest (en dehors du Nord pas de Calais qui représente la moitié de la clientèle britannique venue en France)

Q17. Maintenant, dans le but de retracer votre itinéraire en France, vous allez indiquer, dans l'ordre, toutes les régions dans lesquelles vous êtes allé que ce soit pour y séjourner, visiter ou simplement pour vous y arrêter pour manger par exemple. (Quelle que soit la durée de votre étape)

Q18. Combien de temps votre séjour a-t-il duré (en Normandie et au total en France) ?

Base : Personnes en transit (Base répondants : SR = 32%)

Résultats en %	De passage	
	En France	n=583*
Durée moyenne de séjour (en j.)		11
1 journée		-
2 à 3 jours		15
4 à 6 jours		24
1 semaine		35
2 semaines		18
Plus de 2 semaines		8

Base : Personnes en transit (Base répondants : SR = 21%)

Résultats en %	De passage	
		n=692*
Nord / Pas de Calais		48
Sud-Ouest		34
Centre		27
Picardie		27
Centre-Est		26
Région parisienne		20
Nord-Est		18
Pays de la Loire		18
Sud-Est		16
Bretagne		14
Corse		4

1. CLIENTELE TOURISTIQUE BRITANNIQUE EN NORMANDIE

1.1 Contexte de visite

1.2 Caractéristiques de la visite / du séjour

2. MODE DE VOYAGE

2.1 Profil de la clientèle

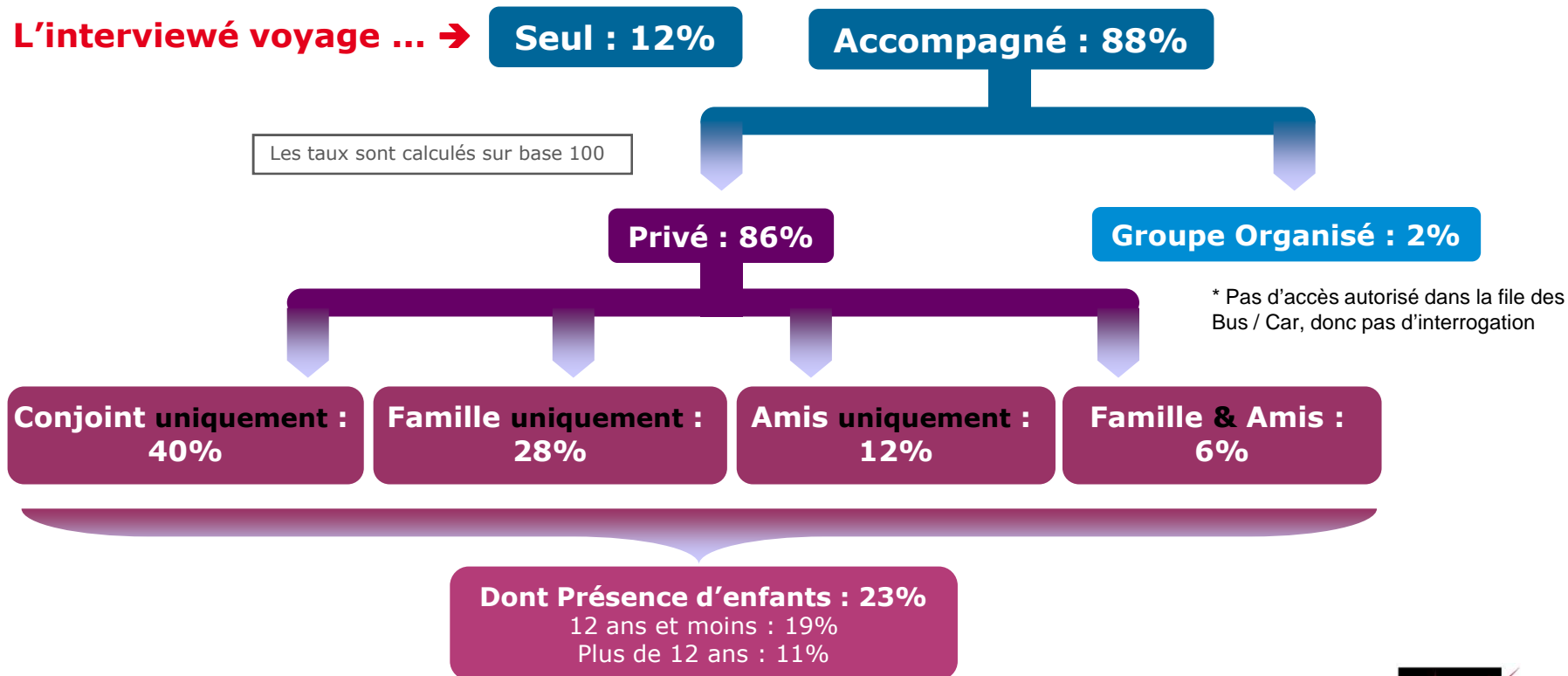
2.2 Comportement d'achat

En moyenne saison, la proportion des couples est plus importante que celle des familles (2 principales cibles de la haute saison)

Q8. Aujourd'hui, voyagez-vous ... ?; Q9. Voyagez-vous avec... ?; Q10. Veuillez indiquer le nombre total de personnes concernées par le voyage, incluant vous-même. ; Q11. Veuillez indiquer le nombre d'enfants qui vous accompagnent en fonction de leur tranche d'âge.

Résultats en %

* (Base répondants (Hors NSP/SR)) : n=1867



Accompagnement

Par mode de transport

C'est auprès des passagers des avions que les familles sont les plus nombreuses en proportion, alors que la clientèle Eurostar et Eurotunnel est plus mixte

Q8. Aujourd'hui, voyagez-vous ... ?; Q9. Voyagez-vous avec... ?; Q10. Veuillez indiquer le nombre total de personnes concernées par le voyage, incluant vous-même. ; Q11. Veuillez indiquer le nombre d'enfants qui vous accompagnent en fonction de leur tranche d'âge.

Les taux sont calculés sur base 100

* (Base répondants (Hors NSP/SR))

Résultats en %	Ensemble	Ferry	Avion	Eurostar	Eurotunnel
	n=1867*	n=1656*	N=80	N=71	N=60
Seul	12	11	20	17	8
Accompagnement privé	86	88	78	80	88
Dont conjoint uniquement	40	49	24	25	30
Dont famille uniquement	28	21	45	31	38
Dont amis uniquement	12	12	4	14	15
Dont famille & amis	6	6	6	10	5
Groupe organisé	2	1	2	3	4
Total Présence d'enfants	23	15	38	34	35
12 ans et moins	19	11	35	28	27
Plus de 12 ans	11	6	16	21	17

↳ % Conjoint uniquement vs famille uniquement :

Basse saison : 44% vs 25%

Haute saison : 42% vs 39%

Accompagnement

Selon le port utilisé pour le retour

C'est sur les lignes de Caen, Cherbourg et Calais que l'on retrouve les plus grandes proportions de familles, mais toujours inférieures à celle des couples

Q8. Aujourd'hui, voyagez-vous ... ?; Q9. Voyagez-vous avec... ?; Q10. Veuillez indiquer le nombre total de personnes concernées par le voyage, incluant vous-même. ; Q11. Veuillez indiquer le nombre d'enfants qui vous accompagnent en fonction de leur tranche d'âge.

Les taux sont calculés sur base 100

* (Base répondants (Hors NSP/SR))

	FERRY	NOR- MANDIE	Caen	Cherbourg	Dieppe	Le Havre	HORS NOR- MANDIE	Boulogne	Calais
Résultats en %	n=1656*	N=883	N=333	N=160	N=136	N=254	N=786	N=257	N=501
Seul	11	10	12	4	11	16	11	14	10
Accompagnement privé	88	90	87	96	89	84	88	84	88
Dont conjoint uniquement	49	49	47	53	53	45	48	56	45
Dont famille uniquement	21	20	23	22	17	15	22	11	25
Dont amis uniquement	12	12	12	13	8	15	13	12	13
Dont famille & amis	6	7	5	8	11	9	5	6	5
Groupe organisé	1	-	1	-	-	-	1	2	1
Total Présence d'enfants	15	15	16	18	12	12	15	7	17
12 ans et moins	11	11	11	14	6	9	11	5	13
Plus de 12 ans	6	6	7	4	9	6	5	3	6

↳ Comme en basse saison, un profil plus ciblé « couples »
vs un mix équilibré « couples » / familles en haute saison

Q12. Comment voyagez-vous ?

Base : Ferry et Eurotunnel uniquement

Résultats en %

n=1729

	n=1729	Ferry	Eurotunnel
		N=1669	N=60
Voiture seule	85	84	87
Camping car, fourgonnette, MiniVan / MiniBus	10	10	8
Voiture + caravane	2	2	3
Voiture + remorque	1	2	-
Autre	2	2	2

Moyen de transport personnel

Selon le port utilisé pour le retour

Q12. Comment voyagez-vous ?

Base : Ferry et Eurotunnel uniquement

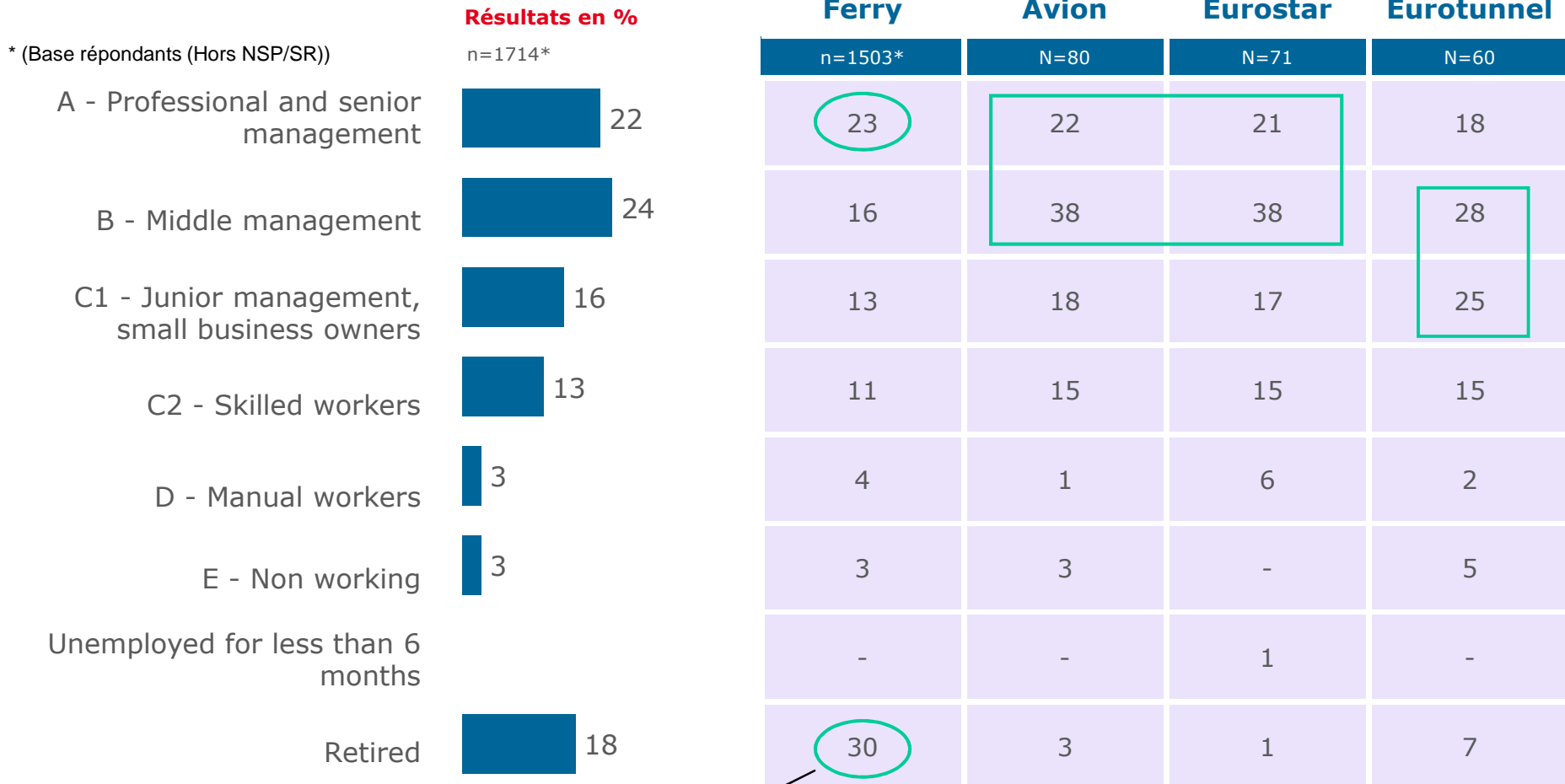
	FERRY	NOR- MANDIE	Caen Brittany Ferries	Cherbourg Brittany Ferries	Dieppe Transmanche Ferries	Le Havre LD Lines	HORS NOR- MANDIE	Boulogne LD Lines	Calais Seafrance
Résultats en %	N=1669	N=883	N=333	N=160	N=136	N=254	N=786	N=257	N=501
Voiture seule	85	84	82	88	84	79	84	89	82
Camping car, fourgonnette, MiniVan / MiniBus	10	7	6	6	5	12	11	8	13
Voiture + caravane	2	3	6	-	2	3	2	-	2
Voiture + remorque	1	2	3	1	2	2	2	1	2
Autre	2	4	3	5	7	3	1	2	1

Profession du chef de famille

Par mode de transport

En moyenne saison, la clientèle britannique se constitue encore principalement des CSP + et +/-
Parmi les passagers de ferry, on retrouve également une part importante de retraités (comme en basse saison)

Q24. Quelle est la profession du chef de famille ?



Taux de retraités comparable à celui de la basse saison mais plus élevé que celui de la haute saison (11%)

Profession du chef de famille

Selon le port utilisé pour le retour

Q24. Quelle est la profession du chef de famille ?

* (Base répondants (Hors NSP/SR))

	FERRY	NOR- MANDIE	Caen Brittany Ferries	Cherbourg Brittany Ferries	Dieppe Transmanche Ferries	Le Havre LD Lines	HORS NOR- MANDIE	Boulogne LD Lines	Calais Seafrance
Résultats en %	n=1515*	n=820*	n=312*	n=145*	n=125*	n=238*	n=695*	n=240*	n=430*
A - Professional and senior management	23	25	24	26	26	26	21	14	23
B - Middle management	16	13	12	12	16	15	18	14	20
C1 - Junior management, small business owners	13	11	10	10	10	14	14	13	14
C2 - Skilled workers	11	10	14	8	6	9	12	12	12
D - Manual workers	4	4	4	3	4	5	4	5	4
E - Non working	3	2	3	3	2	2	3	4	3
Retired	30	34	34	37	36	29	28	38	24

↳ Taux de retraités le plus proche de celui de la basse saison (26%) que celui de la haute saison (18%)

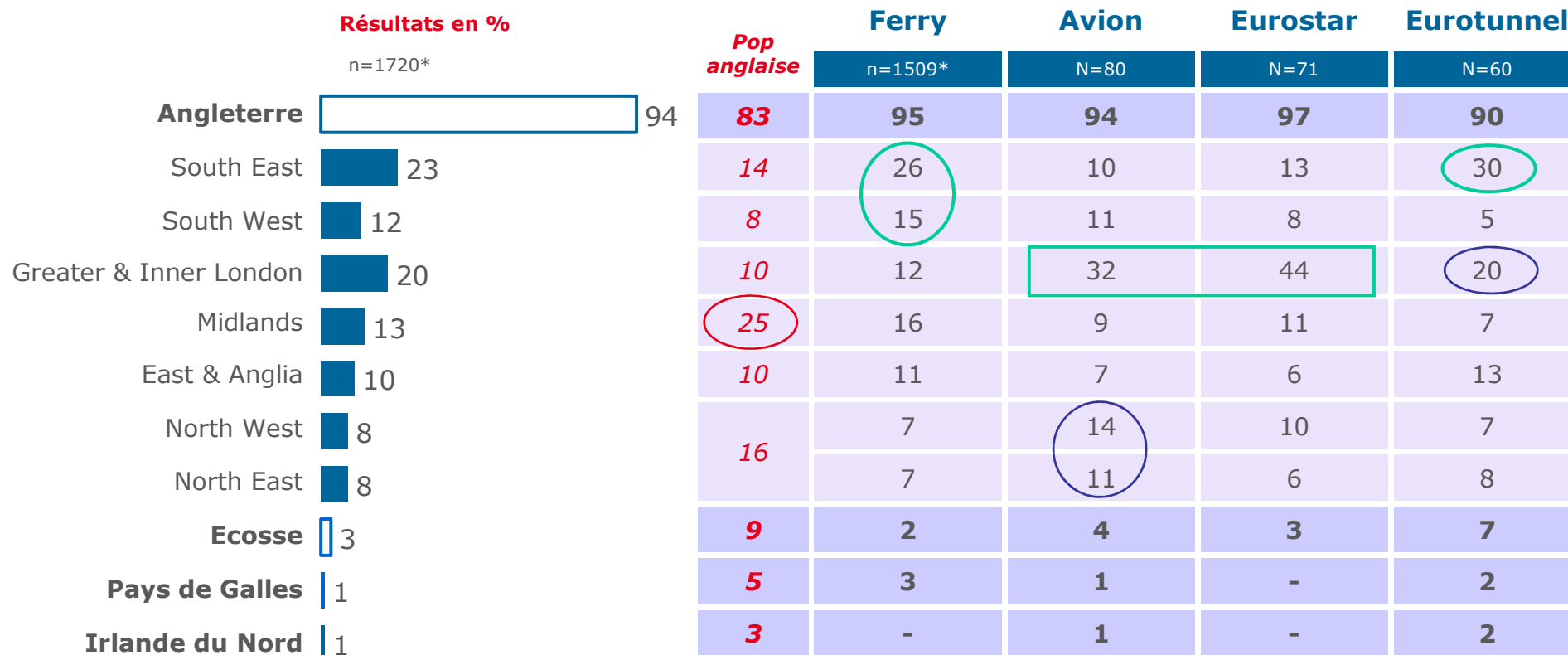
Lieu de résidence

Par mode de transport

A chaque mode de transport sa zone de chalandise : une complémentarité des modes de transport
Une clientèle principalement anglaise et résidant dans la moitié Sud du pays

Q21. Dans quel pays/région résidez-vous ?

* (Base répondants (Hors NSP/SR) : Total : 6%, Ferry : 11%)



Lieu de résidence

Selon le port utilisé pour le retour

Les lignes de Normandie captent essentiellement des résidents proches du port de départ
Les lignes de Boulogne, Calais mais aussi Caen et Le Havre dans une moindre mesure, font voyager des passagers aux origines plus diversifiées

Q21. Dans quel pays/région résidez-vous ?

	FERRY	NOR- MANDIE	Caen Portsmouth	Cherbourg Poole	Dieppe Newhaven	Le Havre Portsmouth	HORS NOR- MANDIE	Boulogne Douvres	Calais Douvres
Résultats en %	n=1509*	n=815*	n=304*	n=147*	n=126*	n=238*	n=694*	n=238*	n=431*
Angleterre	95	94	94	95	95	94	95	91	96
- South East	26	27	24	18	59	29	25	29	24
- South West	15	29	22	43	8	29	9	6	10
- Greater & Inner London	12	13	21	7	7	15	17	15	17
- Midlands	16	8	6	10	4	9	7	6	7
- East & Anglia	11	5	8	5	3	5	8	11	7
- North West	7	6	7	5	11	4	15	11	17
- North East	7	5	6	7	3	3	14	13	14
Ecosse	2	1	2	1	1	1	2	5	1
Pays de Galles	3	4	4	4	4	4	3	4	3

- ↳ Des origines plus diversifiées parmi les passagers des lignes de Caen et Le Havre comme constaté en haute saison
En basse saison, les passagers résident principalement dans les régions Sud du Pays

1. CLIENTELE TOURISTIQUE BRITANNIQUE EN NORMANDIE

1.1 Contexte de visite

1.2 Caractéristiques de la visite / du séjour

2. MODE DE VOYAGE

2.1 Profil de la clientèle

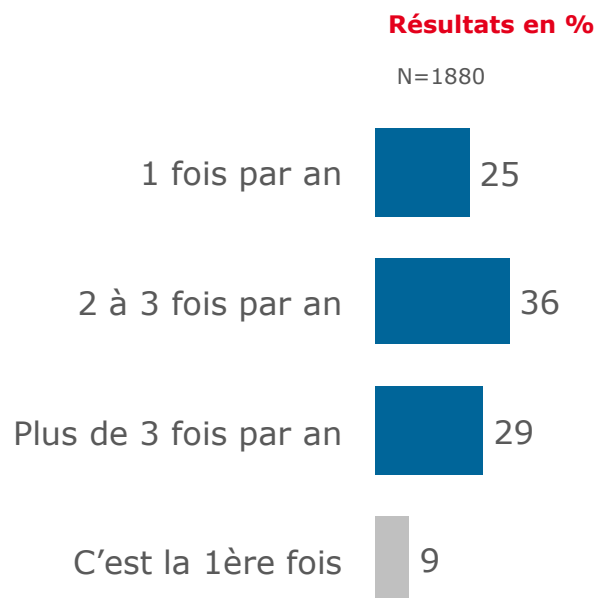
2.2 Comportement d'achat

Fréquence de voyage

Par mode de transport

Globalement, le mode de transport choisi est un mode de transport habituel
En moyenne saison, le taux de voyageurs fréquents est de 26% : un taux supérieur parmi les passagers des avions

Q1. A quelle fréquence voyagez-vous en ferry ?



NSP/SR : 1

	Ferry	Avion	Eurostar	Eurotunnel
	N=1669	N=80	N=71	N=60
1 fois par an	30	13	15	20
2 à 3 fois par an	32	43	51	35
Plus de 3 fois par an	26	44	23	32
C'est la 1ère fois	9	-	11	13

↳ Un taux de voyageurs fréquents inférieur à celui de la basse saison (43%) mais supérieur à celui de la haute saison (16%)

NSP/SR : 3

Fréquence de voyage

Selon le port utilisé pour le retour

Q1. A quelle fréquence voyagez-vous en ferry ?

	FERRY	NOR- MANDIE	Caen	Cherbourg	Dieppe	Le Havre	HORS NOR- MANDIE	Boulogne	Calais
Résultats en %	N=1669	N=883	N=333	N=160	N=136	N=254	N=786	N=257	N=501
1 fois par an	30	35	37	36	34	32	28	25	29
2 à 3 fois par an	32	31	27	33	30	34	33	32	34
Plus de 3 fois par an	26	22	25	19	21	22	27	29	27
C'est la 1ère fois	9	10	9	11	13	10	9	13	7
NSP/SR	3	2	2	1	2	2	3	1	3

↳ **Auprès des passagers des ports normands :**

Un taux de voyageurs fréquents inférieur à celui de la basse saison (50%) mais supérieur à celui de la haute saison (15%)

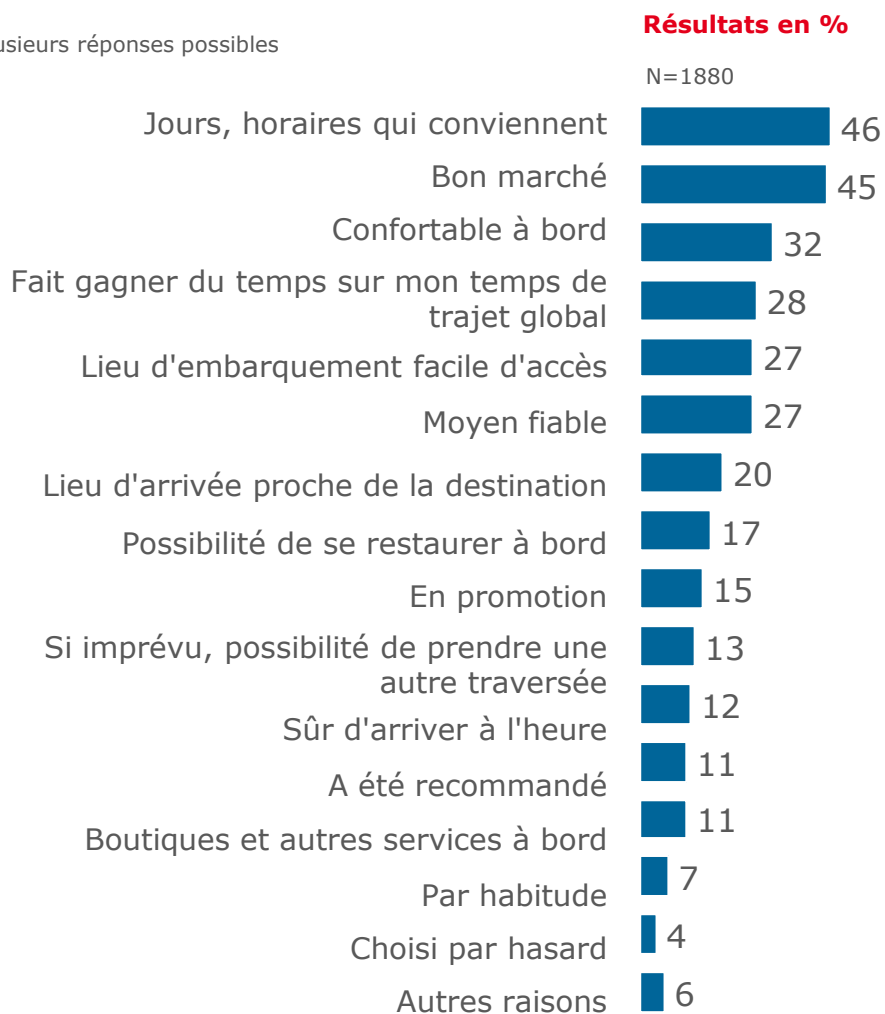
Raisons de choix du mode de transport

Par mode de transport

Chaque mode de transport fait valoir ses atouts : les horaires et l'accessibilité des prix pour le Ferry, l'offre tarifaire en général pour l'avion, le confort pour l'Eurostar et la praticité, la rapidité et la fiabilité pour l'Eurotunnel

Q2. Pour quelles raisons avez-vous choisi de voyager en ferry ?

Plusieurs réponses possibles



	Ferry 1h15 → 8h45 N=1669	Avion N=80	Eurostar 2h20 N=71	Eurotunnel 35 min N=60
Jours, horaires qui conviennent	48	30	41	53
Bon marché	50	42	45	28
Confortable à bord	28	30	52	32
Fait gagner du temps sur mon temps de trajet global	19	30	38	55
Lieu d'embarquement facile d'accès	27	24	35	23
Moyen fiable	20	25	39	47
Lieu d'arrivée proche de la destination	23	17	24	8
Possibilité de se restaurer à bord	18	21	23	8
En promotion	4	42	31	22
Si imprévu, possibilité de prendre une autre traversée	11	13	14	18
Sûr d'arriver à l'heure	8	14	24	15
A été recommandé	6	10	30	17
Boutiques et autres services à bord	11	17	17	5
Par habitude	7	12	4	7
Choisi par hasard	3	4	4	7
Autres raisons	4	4	7	12

Raisons de choix du mode de transport

Selon le port utilisé pour le retour

Les lignes de Dieppe et Le Havre bénéficient d'un atout prix (au même titre que celles de Boulogne et de Calais) alors que la ligne de Caen gagne en confort.

Les jours et horaires proposés pour les lignes de Caen et Cherbourg en font la particularité de leur offre

Q2. Pour quelles raisons avez-vous choisi de voyager en ferry ?

Plusieurs réponses possibles

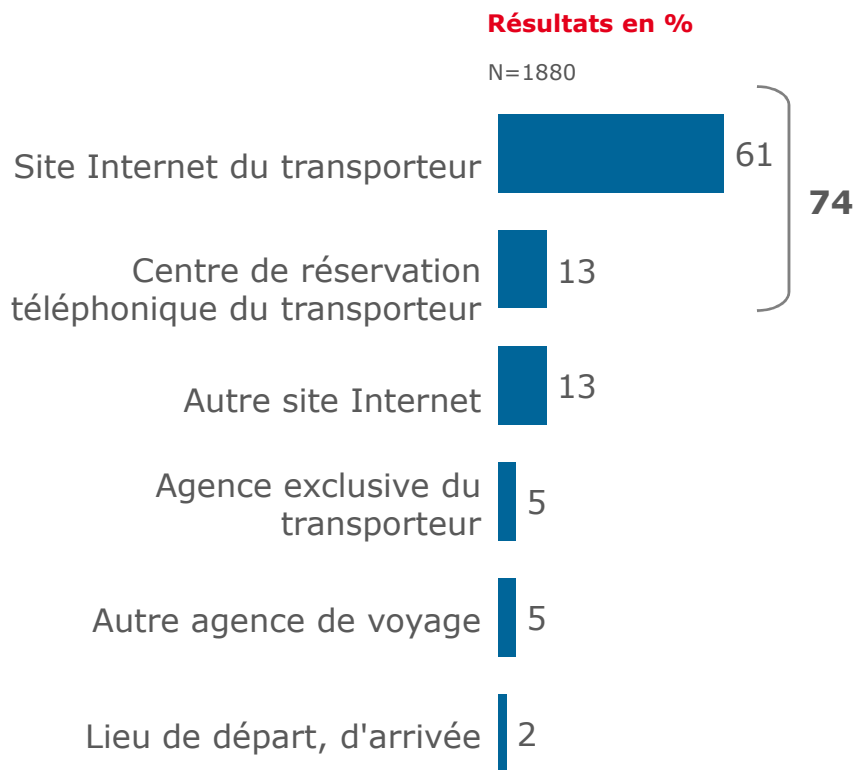
	FERRY	NOR-MANDIE	Caen Portsmouth 5h45	Cherbourg Poole 4h30	Dieppe Newhaven 4h00	Le Havre Portsmouth 5h30	HORS NOR- MANDIE	Boulogne Douvres 1h45	Calais Douvres 0h30
Résultats en %	N=1669	N=883	N=333	N=160	N=136	N=254	N=786	N=257	N=501
Bon marché	50	25	11	16	47	54	61	69	60
Jours, horaires qui conviennent	48	56	58	61	37	58	45	41	45
Confortable à bord	28	28	37	21	29	23	28	22	30
Lieu d'embarquement facile d'accès	27	36	34	31	47	41	24	26	23
Lieu d'arrivée proche de la destination	23	36	36	38	38	30	18	28	13
Moyen fiable	20	21	25	17	23	20	19	13	22
Fait gagner du temps sur mon temps de trajet global	19	24	16	33	21	24	17	32	11
Possibilité de se restaurer à bord	18	18	23	14	18	18	18	10	20
Si imprévu, possibilité de prendre une autre traversée	11	7	8	8	5	6	13	7	15
Boutiques et autres services à bord	11	9	12	6	6	9	11	7	13
Sûr d'arriver à l'heure	8	10	10	9	11	12	7	5	8
Par habitude	7	5	7	4	5	4	7	2	10
A été recommandé	6	6	4	4	6	12	7	9	6
En promotion	4	2	3	1	-	2	5	2	6
Choisi par hasard	3	3	2	3	2	4	4	7	3
Autres raisons	4	4	3	6	2	4	4	6	3

Lieu d'achat du billet

Par mode de transport

Un billet principalement acheté « à la source » et le plus souvent sur le site Internet du transporteur

Q3. Avez-vous acheté votre billet ... ?



NSP/SR : 1

	Ferry N=1669	Avion N=80	Eurostar N=71	Eurotunnel N=60
Site Internet du transporteur	62	49	65	63
Centre de réservation téléphonique du transporteur	13	15	10	12
Autre site Internet	13	19	8	10
Agence exclusive du transporteur	2	7	7	10
Autre agence de voyage	4	10	8	2
Lieu de départ, d'arrivée	2	-	2	3

NSP/SR : 4

Lieu d'achat du billet

Selon le port utilisé pour le retour

Q3. Avez-vous acheté votre billet ... ?

	FERRY	NOR- MANDIE	Caen	Cherbourg	Dieppe	Le Havre	HORS NOR- MANDIE	Boulogne	Calais
Résultats en %	N=1669	N=883	N=333	N=160	N=136	N=254	N=786	N=257	N=501
ST Centrale réservation du transporteur	75	77	73	82	68	81	74	78	72
Site Internet du transporteur	62	58	51	63	55	64	64	65	65
Centre de réservation téléphonique du transporteur	13	19	22	19	13	17	10	13	7
Autre site Internet	13	11	11	10	16	11	13	13	14
Agence exclusive du transporteur	2	3	2	3	5	3	2	1	3
Autre agence de voyage	4	6	11	4	1	3	4	2	5
Lieu de départ, d'arrivée	2	1	-	-	7	1	3	4	2

Achat de billets « package »

Par mode de transport

Comme pour la haute saison, la formule package est plus répandue auprès des passagers d'avion et d'Eurostar : le plus souvent, elle inclut un hébergement, voire une location de voiture

Q4. Avez-vous acheté votre billet dans le cadre d'une offre packagée : c'est-à-dire, par exemple, traversée + hébergement ?; Q5. Que contenait votre package ?

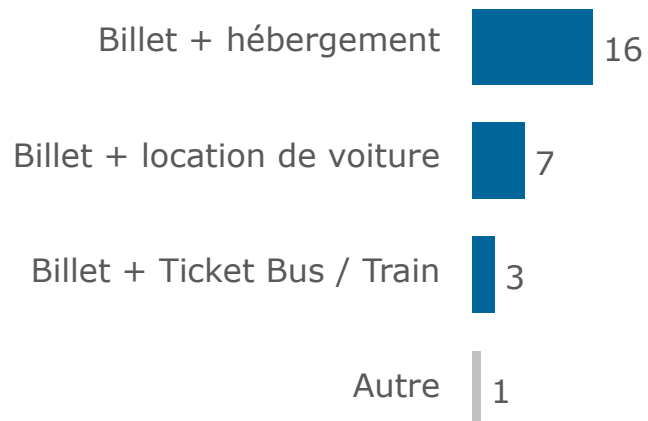
Résultats en %

N=1880

20% ont acheté un
« package »

Ferry	Avion	Eurostar	Eurotunnel
N=1669	N=80	N=71	N=60
9	61	42	12

Contenu du package



6	46	37	10
-	32	17	3
-	15	7	2
3	-	-	2

Achat de billets « package »

Selon le port utilisé pour le retour

Au sein des passagers ferry, 2 lignes dynamisent l'achat du package : Caen et Cherbourg (comme observé pour la haute saison)

Q4. Avez-vous acheté votre billet dans le cadre d'une offre packagée : c'est-à-dire, par exemple, traversée + hébergement ?; Q5. Que contenait votre package ?

	FERRY	NOR-MANDIE	Caen	Cherbourg	Dieppe	Le Havre	HORS NOR-MANDIE	Boulogne	Calais
Résultats en %	N=1669	N=883	N=333	N=160	N=136	N=254	N=786	N=257	N=501
Ont acheté un « package »	9	15	22	19	1	4	7	4	7

↳ Un taux d'achat de package davantage en ligne avec celui de la haute saison (19%, dont 30% pour Caen et 25% pour Cherbourg), toujours supérieur à celui de la basse saison (5%)

Contenu du package

Billet + hébergement	6	13	17	17	1	3	4	2	4
Autre	3	2	5	2	-	1	3	2	3

Type de billet acheté

Par mode de transport

*L'achat d'un billet aller-retour est le plus fréquent
Dans le cas contraire, le même mode de transport est majoritairement utilisé*

Q6. Plus précisément, quel type de billet avez-vous choisi ?; Q7. Par quel mode de transport êtes-vous venu en France pour ce voyage ?

Résultats en %

N=1880

Type de billet acheté		Ferry	Avion	Eurostar	Eurotunnel
		N=1669	N=80	N=71	N=60
Aller-Retour sur la même traversée	93	93	93	89	98
Aller différent du Retour	7	7	7	11	2

Par mode de transport utilisé à l'aller

Ferry	3	5	-	-	-
Avion	2	1	6	1	2
Eurostar	1	-	-	6	-
Eurotunnel	1	1	1	4	-

Type de billet acheté

Selon le port utilisé pour le retour

Q6. Plus précisément, quel type de billet avez-vous choisi ?; Q7. Par quel mode de transport êtes-vous venu en France pour ce voyage ?

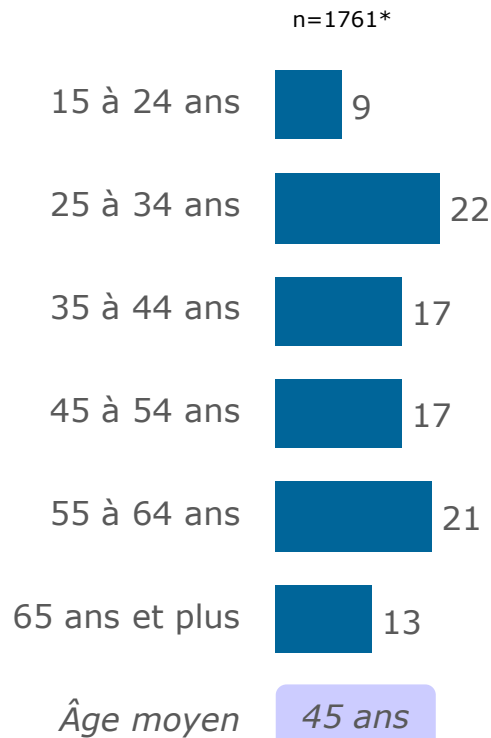
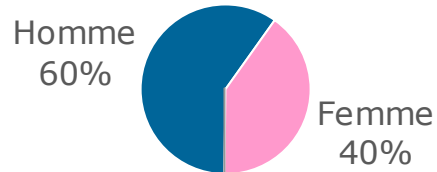
Résultats en %	FERRY	NOR-MANDIE	Caen	Cherbourg	Dieppe	Le Havre	HORS NOR-MANDIE	Boulogne	Calais
Type de billet acheté	N=1669	N=883	N=333	N=160	N=136	N=254	N=786	N=257	N=501
Aller-Retour sur la même traversée	93	89	85	88	96	93	95	88	97
Aller différent du Retour	7	11	15	13	4	7	5	12	3
Par mode de transport utilisé à l'aller									
Ferry	5	10	13	11	4	4	3	6	1
Eurotunnel	1	1	1	1	-	2	1	2	1
Avion	1	-	1	-	-	1	1	3	1

Annexes

Sexe et âge des interviewés

Selon le port utilisé pour le retour

(* Base répondants (hors NSP/SR) : n=1621



	Séjour unique n=283*	Etape avec nuit n=387*	Excursion (sans nuit) * n=239*	De Passage n=700*
Homme	55	59	62	62
Femme	45	41	38	38

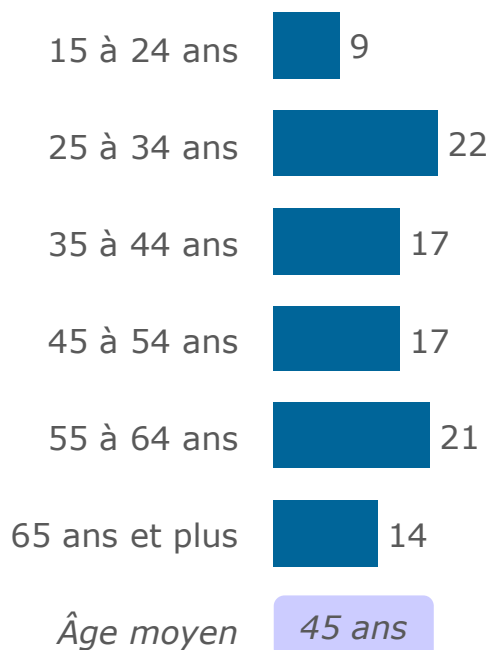
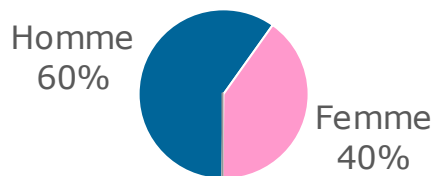
	n=301*	n=408*	n=274*	n=764*
15 à 24 ans	8	14	9	5
25 à 34 ans	29	29	19	10
35 à 44 ans	17	17	17	17
45 à 54 ans	17	14	19	20
55 à 64 ans	19	15	23	28
65 ans et plus	10	11	13	19
Âge moyen	43 ans	41 ans	46 ans	50 ans

Sexe et âge des interviewés

Par mode de transport

Q22. Vous êtes ... ?; Q23. Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

(* Base répondants (hors NSP/SR) : n=1621



	Ferry n=1410*	Avion N=80	Eurostar N=71	Eurotunnel N=60
Homme	64	56	62	47
Femme	36	44	38	53
n=1550*				
15 à 24 ans	3	23	21	8
25 à 34 ans	8	47	46	28
35 à 44 ans	15	20	17	22
45 à 54 ans	21	6	10	20
55 à 64 ans	31	4	3	17
65 ans et plus	22	-	3	5
Âge moyen	52 ans	32 ans	33 ans	41 ans

Sexe et âge des interviewés

Selon le port utilisé pour le retour

(* Base répondants (hors NSP/SR))

	FERRY	NOR- MANDIE	Caen	Cherbourg	Dieppe	Le Havre	HORS NOR- MANDIE	Boulogne	Calais
Sexe de l'interviewé	n=1410*	n=767*	n=283*	n=141*	n=114*	n=229*	n=643*	n=215*	n=403*
Homme	64	63	68	60	51	67	65	70	62
Femme	36	37	32	40	49	33	35	30	38

Âge de l'interviewé

15 à 24 ans	3	3	3	1	6	3	4	5	4
25 à 34 ans	8	6	6	6	9	5	9	7	10
35 à 44 ans	15	12	13	10	12	13	17	12	19
45 à 54 ans	21	20	20	22	10	23	21	18	21
55 à 64 ans	31	32	32	32	32	31	30	32	30
65 ans et plus	22	27	26	29	31	25	19	26	16
<i>Âge moyen</i>	<i>52 ans</i>	<i>55 ans</i>	<i>54 ans</i>	<i>55 ans</i>	<i>54 ans</i>	<i>54 ans</i>	<i>51 ans</i>	<i>54 ans</i>	<i>50 ans</i>