

Septembre 2010 - N° 87

## L'édition 2010 du Game Fair en Loir-et-Cher Profil des visiteurs et impact économique

Enquête réalisée du 18 au 20 juin 2010

Depuis 1987, le Game Fair a élu domicile dans le cadre prestigieux du Domaine de Chambord. L'édition 2010 s'est déroulée du 17 au 20 juin. Elle a rassemblé **275 exposants** ayant un lien direct ou indirect avec la chasse (fédérations et associations, armuriers, éleveurs de chiens, équipementiers spécialisés, etc.). Elle a attiré **54 000 visiteurs** au cours des trois journées. Par ailleurs, environ 24 000 personnes ont assisté au spectacle du samedi soir.

Renouvelant l'opération menée en 1998, l'Observatoire de l'Économie et des Territoires de Loir-et-Cher a réalisé une **enquête** auprès de personnes rencontrées au hasard sur la manifestation. L'objectif était de dresser le profil des visiteurs et d'approcher les retombées économiques du Game Fair en Loir-et-Cher. Durant les trois jours, **840 réponses** ont été collectées.

Globalement, les principales **caractéristiques** de ces visiteurs sont **très voisines** de celles mises en évidence en 1998. Ce constat est logique dans la mesure où ce salon attire une très **grande part d'habités**. Ils viennent des quatre coins de la France, **plus de la moitié résidant hors de la région Centre**. Sans surprise, ils sont de catégories socioprofessionnelles plutôt supérieures et prioritairement des hommes. **Les trois-**

**quarts sont des chasseurs.**

Pour les Loir-et-chériens, il s'agit davantage d'un événement local qui se goûte en famille ou entre amis.

Parmi les répondants, **4 sur 10** sont venus **avec l'intention de réaliser des achats**. Les dépenses réelles ou envisagées s'élèveraient **en moyenne à 226 euros par famille** sur la manifestation (262 euros pour les chasseurs).

### Une clientèle d'habités

Une évolution par rapport à 1998 est à souligner car particulièrement intéressante pour l'économie locale : **45 % des visiteurs non Loir-et-chériens ont séjourné au moins une nuit dans le département** contre 25 % seulement il y a 12 ans. De surcroît, la durée du séjour s'est allongée.

Pour la clientèle concernée, la **dépense moyenne** par personne et par jour pour l'**hébergement et la restauration** est estimée à **58 euros** environ. Une extrapolation de ces résultats conduirait à des **retombées** comprises entre **2,5 et 3,5 millions d'euros pour l'économie locale sur ces postes**.

Tous les hôteliers du département dans un rayon de 30 km autour de Chambord ont accueilli des participants à la manifestation (visiteurs, exposants, etc.).

Profil du visiteur .....	2
Une clientèle masculine.....	2
Une clientèle de catégories socioprofessionnelles plutôt supérieures .....	2
Les trois-quarts des visiteurs sont chasseurs .....	2
Près de 6 visiteurs sur 10 n'habitent pas la région .....	3
Habitudes et comportements des visiteurs .....	4
Une clientèle fidèle .....	4
Les activités cynégétiques ne sont pas la seule motivation .....	4

Chambord et son cadre, un attrait supplémentaire pour les visiteurs extérieurs au département .....	4
<b>Les retombées économiques de la manifestation .....</b>	<b>5</b>
Estimations des dépenses sur le Game Fair .....	5
Impacts sur l'économie locale .....	5
<i>Des retombées sur les hébergements marchands .....</i>	<i>5</i>
<i>Le sentiment des hôteliers .....</i>	<i>6</i>
<i>Des retombées sur les sites touristiques .....</i>	<i>6</i>

Réalisé avec le concours financier du Conseil Général

# Profil du visiteur

➤ Le Game Fair attire **une clientèle essentiellement masculine** comme l'atteste la forte proportion d'hommes parmi les personnes interrogées (près de 8 visiteurs sur 10).

➤ **La moyenne d'âge est plus élevée que celle constatée en 1998** (47 ans contre 40 ans).

➤ La moitié des visiteurs est âgée de 40 à 59 ans.

➤ Les **retraités et les employés** constituent **43 % des visiteurs**.

➤ Les **cadres et professions intellectuelles supérieures, les artisans, commerçants et les chefs d'entreprises** apparaissent nettement **plus représentés** qu'au sein de la population française : **3 visiteurs sur 10** contre 12 % au niveau national.

➤ On peut également souligner la forte proportion d'agriculteurs exploitants (8 %).

➤ En revanche, le poids des ouvriers et des professions intermédiaires est beaucoup plus faible que les valeurs de référence.

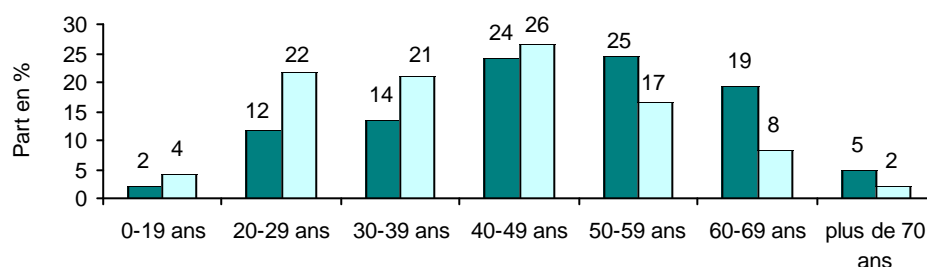
➤ Parmi les personnes interrogées, **74 % pratiquent la chasse**. Même constat qu'en 1998.

➤ Cette proportion est plus faible parmi les **Loir-et-chériens** (63 %) pour qui le Game Fair est certes le "rendez-vous des chasseurs" **mais aussi un événement local**. Près de 6 sur 10 y viennent d'ailleurs en famille ou avec des amis.

➤ 28 % des chasseurs rencontrés déclarent pratiquer leur loisir régulièrement dans notre département (13 % pour ceux qui n'habitent pas le Loir-et-Cher).

## Une clientèle masculine

Répartition des visiteurs du Game Fair 2010 par classe d'âge (en %)

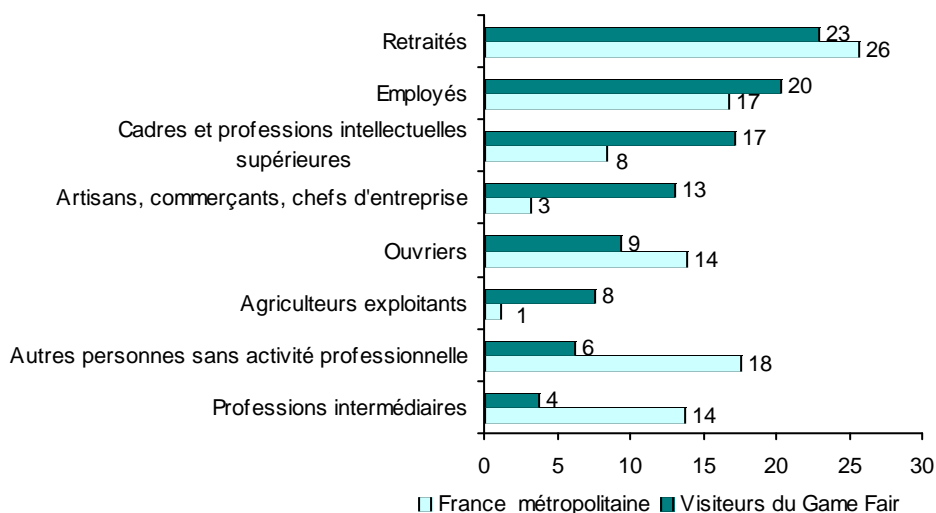


■ Visiteurs du Game Fair 2010 □ Visiteurs du Game Fair 1998

D'après sources : Enquête Observatoire et INSEE - RP 2007

## Une clientèle de catégories socioprofessionnelles plutôt supérieures

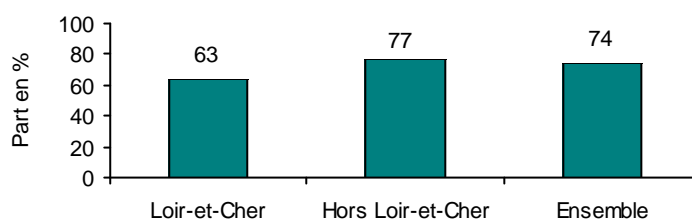
Répartition des visiteurs du Game Fair 2010 selon la catégorie socioprofessionnelle (en %)



D'après sources : Enquête Observatoire et INSEE - RP 2007 Population de 15 ans ou plus (exploitation complémentaire)

## Les trois-quarts des visiteurs sont chasseurs

Part des visiteurs du Game Fair 2010 pratiquant la chasse selon leur département d'origine (en %)

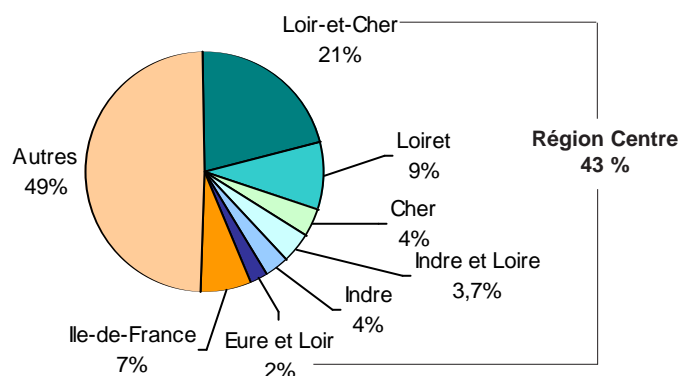


D'après source : Enquête Observatoire

## Près de 6 visiteurs sur 10 n'habitent pas la région

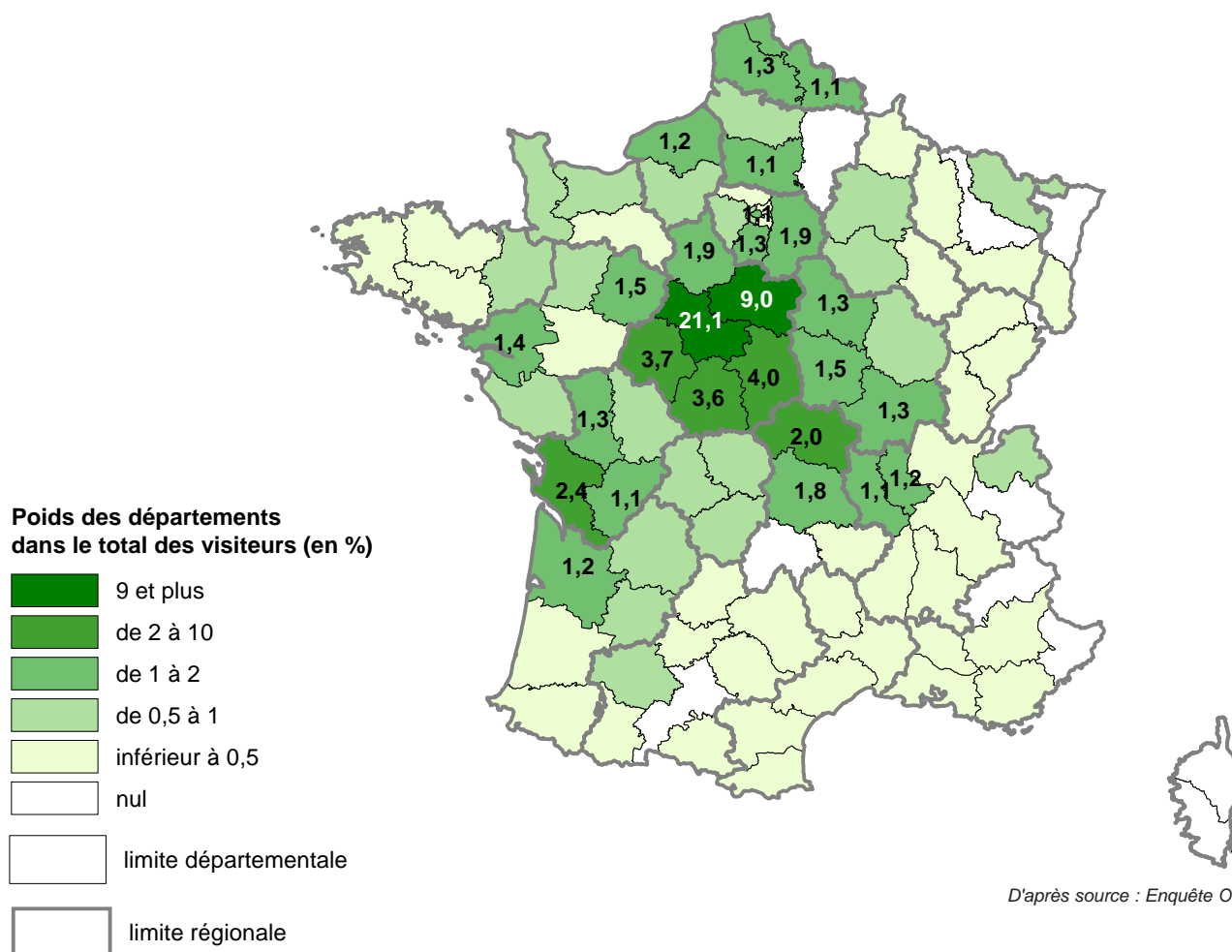
- Les visiteurs interrogés sont originaires de 84 départements différents.
- Sans surprise, **les habitants de la région Centre** sont les plus nombreux à arpenter les allées de la manifestation (**43 % de la clientèle**).
- **Un visiteur sur 5 est originaire du Loir-et-Cher, un sur dix du Loiret.**
- De par de sa position privilégiée, à moins de 2 heures de Paris, le Game Fair séduit également **un nombre important de Franciliens (7 % des visiteurs)**. Cette part est légèrement inférieure à celle observée en 1998 (12 %).
- On remarque aussi les fortes proportions des clientèles issues des régions Poitou-Charentes, Pays de la Loire et Bourgogne, représentant chacune respectivement 5 % du total.
- Quelques visiteurs étrangers ont également effectué le déplacement, de Belgique et de Grande-Bretagne notamment, mais leur présence demeure marginale (2 % environ).

Répartition des visiteurs du Game Fair 2010 selon leur département ou région d'origine (en %)



D'après source : Enquête Observatoire

Répartition des visiteurs du Game Fair 2010 selon leur département d'origine (en %)



D'après source : Enquête Observatoire

# Habitudes et comportements des visiteurs

➤ La plupart des visiteurs sont **des habitués** : plus de 6 sur 10 ont en effet déjà participé à l'une au moins des précédentes éditions de la manifestation.

➤ Les résidents hors Loir-et-Cher ne sont pas les moins assidus puisque plus de la moitié d'entre eux n'en sont pas à leur première visite.

➤ Les principaux vecteurs d'information de la tenue de la manifestation sont les médias et le bouche à oreille.

➤ Si la **curiosité** apparaît comme **motivation première**, plus d'un visiteur sur deux déclare venir également pour s'informer sur la chasse et la pêche.

➤ **4 sur 10 envisagent de réaliser des achats.**

➤ Les spectacles proposés n'apparaissent pas comme un facteur déclencheur (proposition citée 1 fois sur 5, 3 sur 10 en 1998).

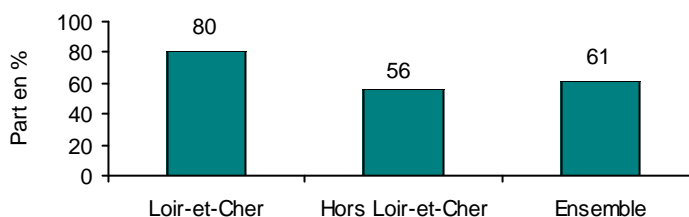
➤ Pour les visiteurs n'habitant pas le département, le cadre de Chambord apporte un attrait supplémentaire à la manifestation.

➤ Néanmoins, beaucoup d'entre eux (7 sur 10) n'hésiteraient pas à se déplacer dans un lieu différent.

➤ Parmi les Loir-et-chériens, 4 cas sur 10 seulement seraient prêts à se rendre dans un autre département si la manifestation y était organisée.

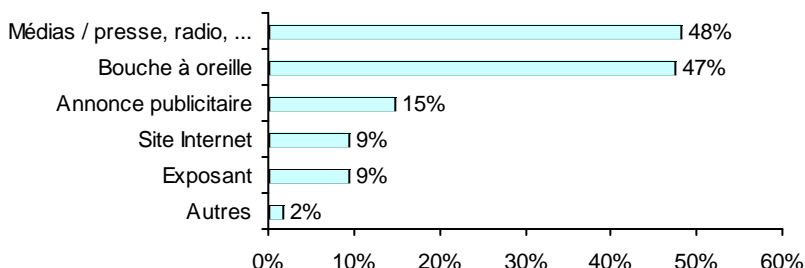
## Une clientèle fidèle

Part des visiteurs du Game Fair 2010 ayant déjà participé à la manifestation selon leur département d'origine (en %)



D'après source : Enquête Observatoire

Les principales sources d'information de la tenue de la manifestation  
Pourcentage de réponses positives (plusieurs réponses possibles)



D'après source : Enquête Observatoire

## Les activités cynégétiques ne sont pas la seule motivation

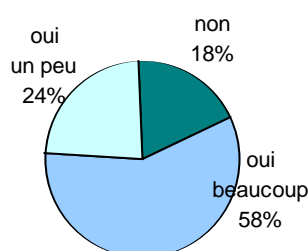
Les principales motivations des visiteurs du Game Fair  
Pourcentage de réponses positives (plusieurs réponses possibles)

	Edition 2010	Edition 1998
La curiosité	56 %	58 %
S'informer sur la chasse	53 %	49 %
Réaliser des achats	39 %	37 %
Assister aux spectacles	20 %	31 %
Autres	8 %	16 %

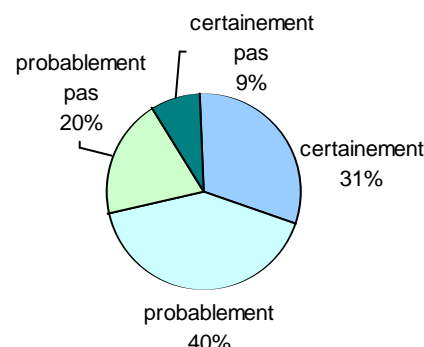
D'après source : Enquête Observatoire

## Chambord et son cadre, un attrait supplémentaire pour les visiteurs extérieurs au département

Le fait que cette manifestation se déroule à Chambord a-t-il joué un rôle dans la motivation de votre visite ?



Si cette manifestation se déroulait dans un autre lieu que Chambord, y assisteriez-vous ?



D'après source : Enquête Observatoire

# Les retombées économiques de la manifestation

➤ Rassemblant 275 exposants (armuriers, éleveurs de chiens, couteliers, agents de voyages...), le Game Fair génère des flux financiers importants.

➤ 86 % des personnes interrogées ont estimé leurs achats. Les **dépenses moyennes sur la manifestation** s'élèveraient à **226 euros** par famille (budget médian : 100 euros).

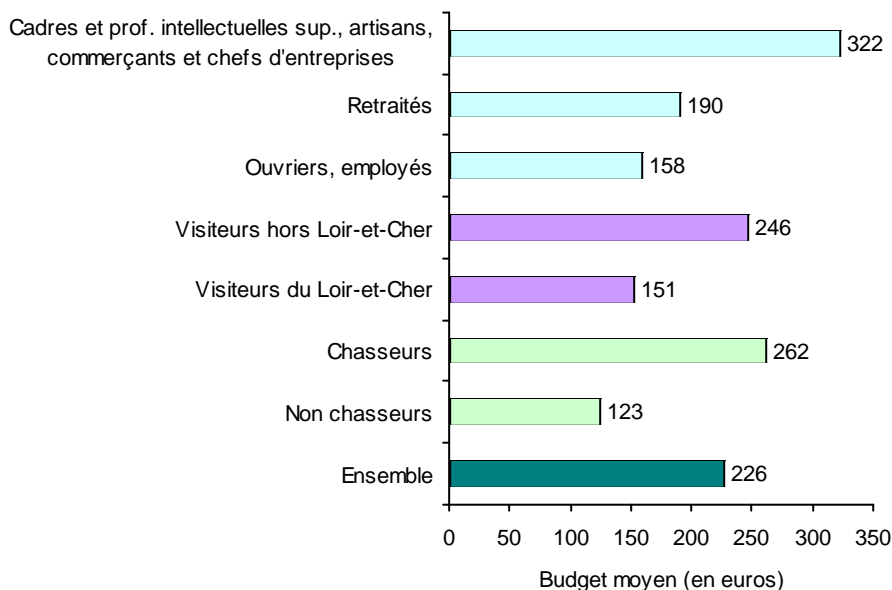
➤ Selon les visiteurs, le budget s'échelonne entre zéro euro (hors prix du billet d'entrée) et 10 000 euros.

➤ Le **budget moyen des chasseurs** est bien sûr nettement plus élevé (**262 euros** contre 123 pour les non chasseurs).

➤ Des **disparités importantes** apparaissent aussi **selon la catégorie professionnelle** : de 322 euros pour les cadres et professions intellectuelles supérieures, les artisans, commerçants et chefs d'entreprises à 158 euros pour les ouvriers et les employés.

## Estimations des dépenses sur le Game Fair

Dépenses moyennes estimées sur le Game Fair 2010 selon le profil (en euros)

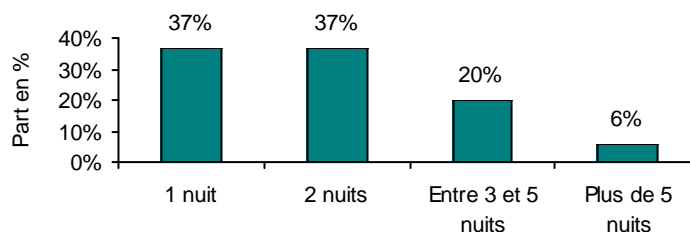


D'après source : Enquête Observatoire

## Impacts sur l'économie locale

### Des retombées sur les hébergements marchands

Répartition des séjours selon la durée à l'occasion du Game Fair 2010 (en %)



D'après source : Enquête Observatoire (personnes interrogées ayant séjourné au moins une nuit dans le département)

➤ **45 % des visiteurs** résidant hors du Loir-et-Cher **dorment une nuit dans le département à l'occasion du Game Fair**. Ils étaient **un quart en 1998**. Cette évolution est sans doute en lien avec la mise en place de la réduction du temps de travail (RTT) à partir de début 2000 qui a favorisé le développement des courts séjours et des départs en week-end prolongé.

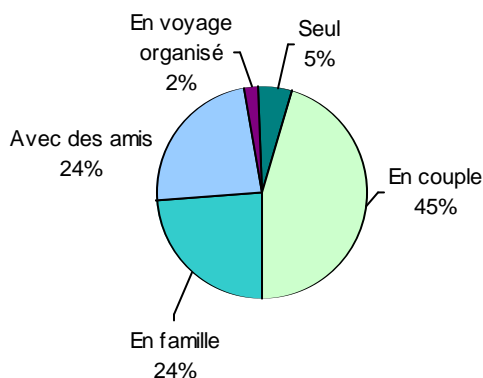
➤ **La durée de séjour apparaît également plus longue**. Ils restent en moyenne **2,3 nuits** (1,9 nuit en 1998).

➤ Cette proportion varie bien sûr selon l'éloignement de la région d'origine : 6 visiteurs de Poitou-Charentes sur 10 sont dans ce cas, un peu plus de 4 sur 10 d'Ile-de-France et de Bourgogne, un tiers environ des Pays de la Loire et 5 % des autres départements de la région Centre.

➤ Les visiteurs séjournant au moins une nuit dans le département **voyagent en couple** (45 %), en famille (24 %) ou entre amis (12 %).

➤ La taille moyenne d'un groupe est de 4 personnes.

Répartition des séjours selon le mode d'accompagnement choisi à l'occasion du Game Fair 2010 (en %)



D'après source : Enquête Observatoire (personnes interrogées ayant séjourné au moins une nuit dans le département)

➤ Les visiteurs séjournant en Loir-et-Cher privilégient en **premier lieu l'hôtellerie et le camping** (y compris le camping-car) comme mode d'hébergement.

➤ Pour les personnes ayant séjourné au moins une nuit dans le département, une approche du **budget hébergement et restauration** a été conduite.

➤ **La dépense moyenne par personne et par jour pour ces postes** ressortirait à **58 euros environ**.

➤ Sur cette base, une extrapolation des **retombées pour l'économie locale** peut être tentée. Elle se situerait **entre 2,5 et 3,5 millions d'euros pour la partie hébergement et restauration**. Les résultats sont à considérer avec une grande précaution, mais méritent d'être présentés pour l'éclairage qu'ils peuvent apporter.

➤ Afin de mesurer l'impact du **Game Fair** sur la fréquentation de l'hôtellerie départementale, **l'ensemble des établissements classés Tourisme du Loir-et-Cher ont été contactés par téléphone** dans la semaine suivant l'édition 2010.

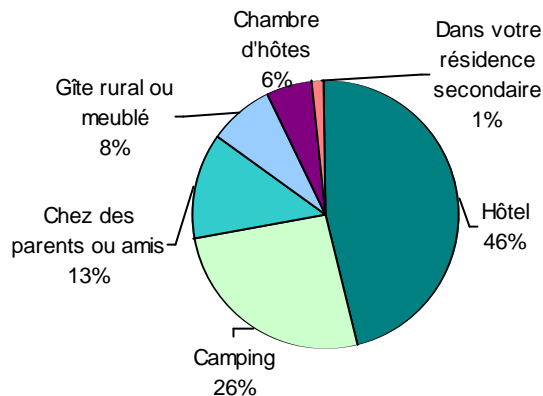
➤ 94 hôtels ont accepté de renseigner le questionnaire, soit un **taux de réponse de 77 %**.

➤ Parmi eux, plus de la moitié ont déclaré accueillir des participants à la manifestation. C'est le cas aussi pour la totalité de ceux situés dans un rayon de 30 km autour de Chambord (à l'exception de 2 établissements réservés exclusivement pour un mariage).

➤ La clientèle comprenait des visiteurs mais aussi des exposants et des journalistes. La durée du séjour estimée par les hôteliers confirme les résultats obtenus auprès des personnes enquêtées sur le salon. Les 2/3 des clients ont passé entre 2 et 3 nuits, les exposants restant un peu plus longtemps.



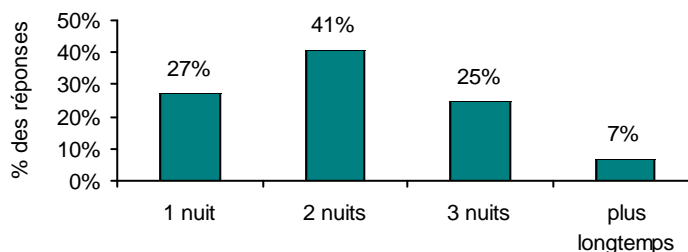
## Répartition des séjours selon le mode d'hébergement choisi à l'occasion du Game Fair 2010 (en %)



D'après source : Enquête Observatoire (personnes interrogées ayant séjourné au moins une nuit dans le département)

## Le sentiment des hôteliers

### Répartition des séjours selon la durée (en %) - Estimation des hôteliers



D'après source : Enquête Observatoire

## Des retombées sur les sites touristiques

➤ **Plus de 9 visiteurs sur 10** résidant hors du Loir-et-Cher déclarent être venus exclusivement en Loir-et-Cher pour le Game Fair.

➤ **Toutefois, 2 sur 10 en profitent pour visiter un ou plusieurs sites touristiques.** Cette proportion est identique à celle observée en 1998.

➤ **Le château de Chambord est bien sûr est le plus souvent cité.** Viennent ensuite par ordre décroissant les châteaux en général et plus particulièrement ceux de Blois et Cheverny, le zoo de Beauval, le domaine de Chaumont-sur-Loire...

➤ Selon les statistiques de fréquentation communiquées par le **Domaine de Chambord, l'impact du Game Fair sur la fréquentation est néanmoins limité.** La manifestation a en effet généré environ un millier d'entrées supplémentaires sur les trois journées. Soulignons que les détenteurs d'un billet d'entrée pour le Game Fair bénéficiaient de tarifs réduits pour découvrir le château de Chambord.

Directeur de la publication : Alain QUILLOUT  
Publication électronique  
Dépôt légal à parution  
ISSN 1625-4627