

Octobre 2010 - N° 89

Salon international des ULM Profil des visiteurs et impact économique Enquête réalisée les 4 et 5 septembre 2010

Loisir sportif en plein développement, le planeur Ultra Léger Motorisé compte en 2009 près de 14 000 licenciés au niveau national. Leur nombre s'est accru de 27 % au cours des 4 dernières années.

Manifestation unique en France, voire en Europe, car dédiée uniquement à ce type d'aéronefs, le Salon International des ULM a fêté cette année son trentième anniversaire. D'abord itinérant, il s'est fixé au Breuil. L'édition 2010 a accueilli les 4 et 5 septembre environ 8 500 personnes. La fréquentation est globalement stable depuis 2006.

Ce salon a rassemblé 130 exposants, constructeurs, vendeurs de machines d'occasion, fournisseurs de pièces détachées, fédération, etc. De nombreuses animations ont jalonné ces deux jours dont des présentations et essais en vol et des rétrospectives.

L'Observatoire de l'Économie et des Territoires de Loir-et-Cher a réalisé une enquête auprès des personnes rencontrées au hasard de la manifestation. L'objectif était de dresser le profil des visiteurs et d'approcher les retombées économiques du Salon. 383 réponses ont été collectées sur les deux jours.

La manifestation est sans conteste le rendez-vous des passionnés : 7 visiteurs sur 10 sont des pilotes et plus de 1 400 personnes sont arrivées au Breuil par les airs (1 visiteur sur 6).

La dimension nationale, voire internationale du Salon est avérée. En effet, parmi les personnes interrogées, 7 sur 10 n'habitent pas la région Centre ; 6 % viennent de l'étranger.

Les caractéristiques de la clientèle sont très marquées : essentiellement masculine, plutôt âgée, constituée pour une bonne part de retraités et de cadres et professions intellectuelles supérieures.

Ce rendez-vous annuel rassemble évidemment un grand nombre d'habités qui viennent avant tout s'informer des nouveautés du monde de l'ULM. Certains en profitent également pour effectuer des achats (un quart des répondants). Le budget moyen estimé au cours de ces deux journées n'a pas une grande signification dans la mesure où l'on constate une forte dispersion des dépenses (de 0 à 100 000 euros). Celle-ci s'explique par la nature des achats effectués, le prix d'une machine pouvant rapidement atteindre des sommes importantes.

Les organisateurs mettent à disposition un terrain permettant de planter sa tente ainsi que des installations sanitaires. Parmi ceux qui ont passé au moins une nuit en Loir-et-Cher, 4 sur 10 en ont profité. Un peu plus nombreux ont été ceux qui ont choisi l'hôtel. L'impact sur l'économie locale concerne essentiellement l'hébergement et la restauration. La dépense moyenne en la matière s'éleverait à 56 euros par jour et par personne, ce qui conduirait à estimer à environ 350 000 euros le budget global pour ces deux postes.

8 500 passionnés d'ULM au rassemblement du Breuil en 2010

Profil du visiteur	2
Une clientèle relativement âgée et masculine.....	2
Près de 4 visiteurs sur 10 sont à la retraite	2
Une forte proportion de pilotes	2
Une majorité de non régionaux	3
Habitudes et comportements des visiteurs	4
Un rassemblement d'habités.....	4
Une vitrine des nouveautés de l'ULM	4
Un faible attachement au lieu de la manifestation	4

Les retombées économiques de la manifestation	5
Estimations des dépenses sur le Salon	5
Impacts sur l'économie locale	5
Des retombées sur les hébergements marchands	5
Des retombées sur les sites touristiques	6
Les remarques des visiteurs	6
Mesure de la satisfaction de l'accueil des campeurs	6

Réalisé avec le concours financier du Conseil Général

Profil du visiteur

➤ Le salon International des ULM attire une **clientèle essentiellement masculine** comme l'atteste la forte proportion d'hommes parmi les personnes interrogées (**84 %**). Ce résultat est à rapprocher des statistiques de la Fédération Française d'ULM qui ne recense en 2009 que 4 % de femmes parmi l'ensemble des licenciés.

➤ La **moyenne d'âge** apparaît plutôt élevée (**54 ans**).

➤ **7 visiteurs interrogés sur 10 ont 50 ans et plus.**

➤ Les **retraités** constituent la première clientèle du salon (**39 % 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 : **36 % des visiteurs** contre 11 % au niveau national.

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

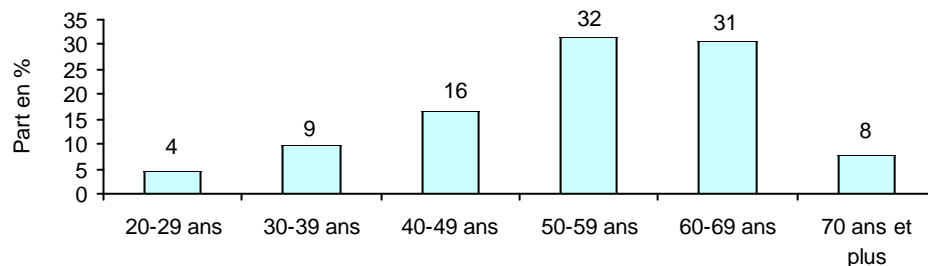
➤ Parmi les personnes interrogées, **69 % sont pilotes.**

➤ Parmi ces derniers, 15 % fréquentent régulièrement la plateforme du Breuil.

➤ Soulignons que selon les statistiques fournies par les organisateurs du salon, **plus de 1 400 personnes** (pilotes et passagers) **sont arrivées** sur la manifestation **par les airs** à bord d'ULM, de paramoteurs ou d'avions. Un système d'inscription sur Internet avait été mis en place pour l'occasion.

Une clientèle relativement âgée et masculine

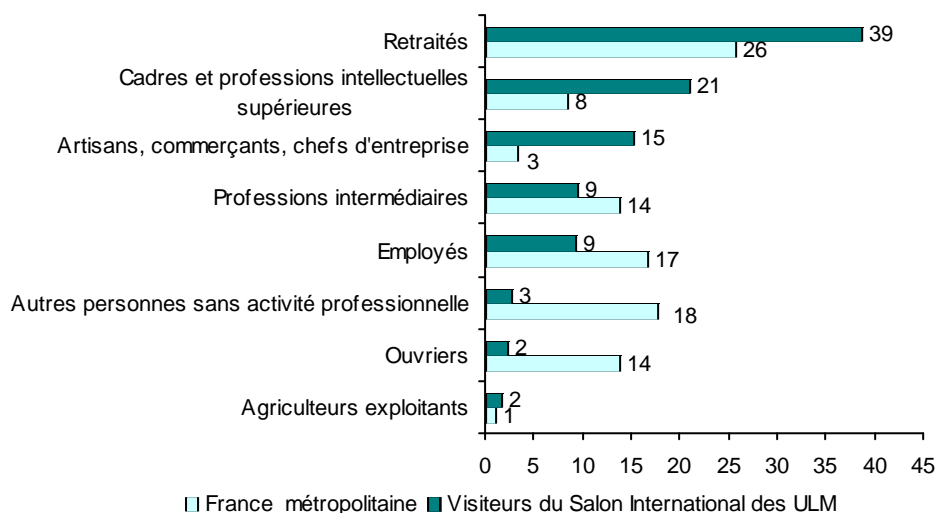
Répartition des visiteurs du Salon International des ULM 2010 par classe d'âge (en %)



D'après sources : Enquête Observatoire

Près de 4 visiteurs sur 10 sont à la retraite

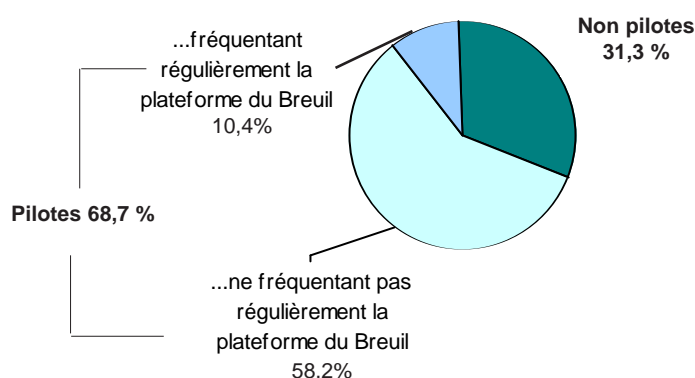
Répartition des visiteurs du Salon International des ULM 2010 selon la catégorie socioprofessionnelle (en %)



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

Une forte proportion de pilotes

Répartition des visiteurs du Salon International des ULM 2010 entre pilotes et non pilotes (en %)



D'après source : Enquête Observatoire

Une majorité de non régionaux

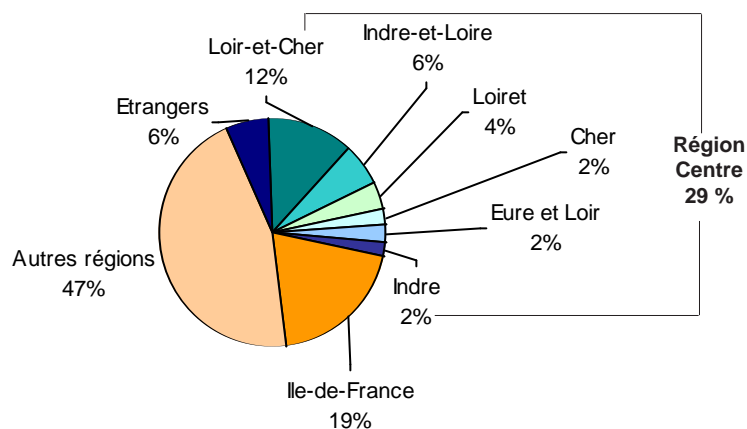
➤ Le salon revêt **une dimension nationale, voire internationale.**

➤ La **région Centre** constitue bien sûr le socle de la clientèle de la manifestation, **3 personnes sur 10** en étant originaires (**12 % pour les Loir-et-chériens**).

➤ On note aussi **une forte présence de Franciliens (2 visiteurs sur 10)** et dans une moindre mesure, des personnes venant des régions Pays de la Loire (6 %) et d'Aquitaine (5,2 %)

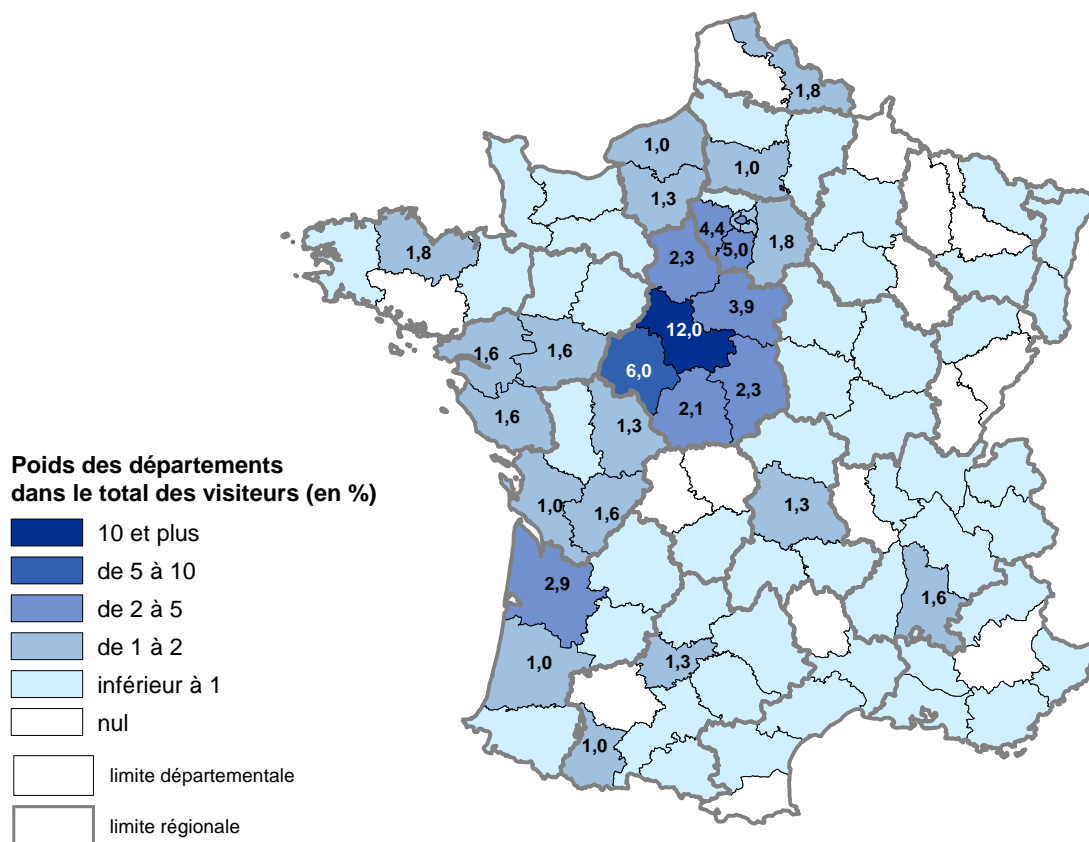
➤ Le Salon a accueilli également **des étrangers (6 % des personnes interrogées)**. Ils étaient originaires principalement de Belgique, de Grande Bretagne et de Suisse.

Répartition des visiteurs du Salon International des ULM 2010 selon leur département ou région d'origine (en %)



D'après source : Enquête Observatoire

Répartition des visiteurs français du Salon International des ULM 2010 selon leur département d'origine (en %)



D'après source : Enquête Observatoire

Habitudes et comportements des visiteurs

- La plupart des visiteurs sont **des habitués** : 68 % ont en effet **déjà participé** à l'une au moins des précédentes éditions de la manifestation. Le salon 2010 est le 30^e rassemblement.
- Le nombre de participations est de 7 en moyenne.

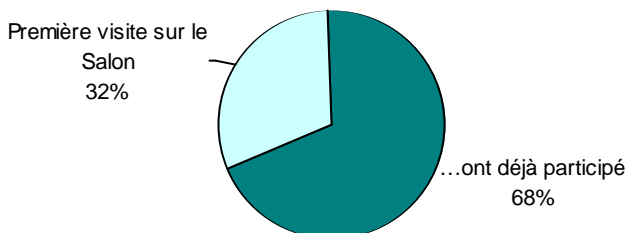
- Les médias (notamment la presse spécialisée) et le bouche à oreille constituent les principaux vecteurs d'information de la manifestation.
- Seulement 12 % des visiteurs ont cherché l'information sur le web.

- Les **deux-tiers** des visiteurs se sont déplacés sur le salon pour **s'informer des nouveautés de l'ULM**.
- Les démonstrations en vol sont également citées par 3 visiteurs sur 10.
- Plus d'**un quart** des personnes interrogées sont venues **pour effectuer des achats**.

- Dans l'ensemble, la localisation actuelle de la manifestation ne constitue pas un atout particulier, puisque 3 visiteurs sur 4 n'hésiteraient pas à se déplacer dans un lieu différent.

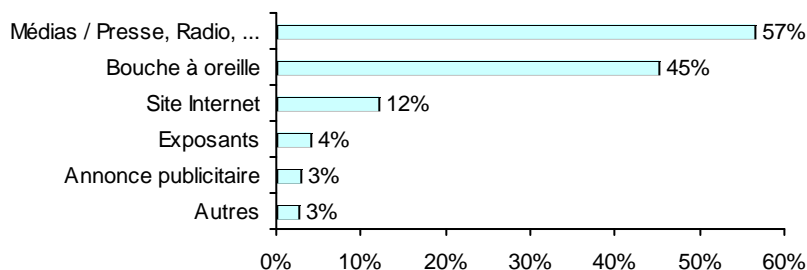
Un rassemblement d'habitué

Répartition des visiteurs du Salon International des ULM 2010 selon la participation antérieure à la manifestation (en %)



D'après source : Enquête Observatoire

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



D'après source : Enquête Observatoire

Une vitrine des nouveautés de l'ULM

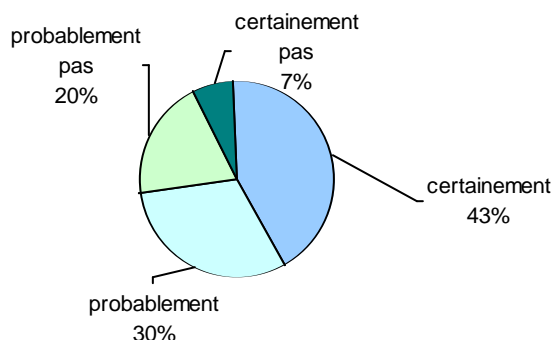
Les principales motivations des visiteurs du Salon International des ULM 2010
Pourcentage de réponses positives (plusieurs réponses possibles)

Part des réponses (en %)	
S'informer sur les nouveautés de l'ULM	66 %
Par curiosité	47 %
Assister aux démonstrations	30 %
Faire des achats	26 %
Autres	4 %

D'après source : Enquête Observatoire

Un faible attachement au lieu de la manifestation

Si cette manifestation se déroulait dans un autre lieu que Blois/Le Breuil y assisteriez-vous ?



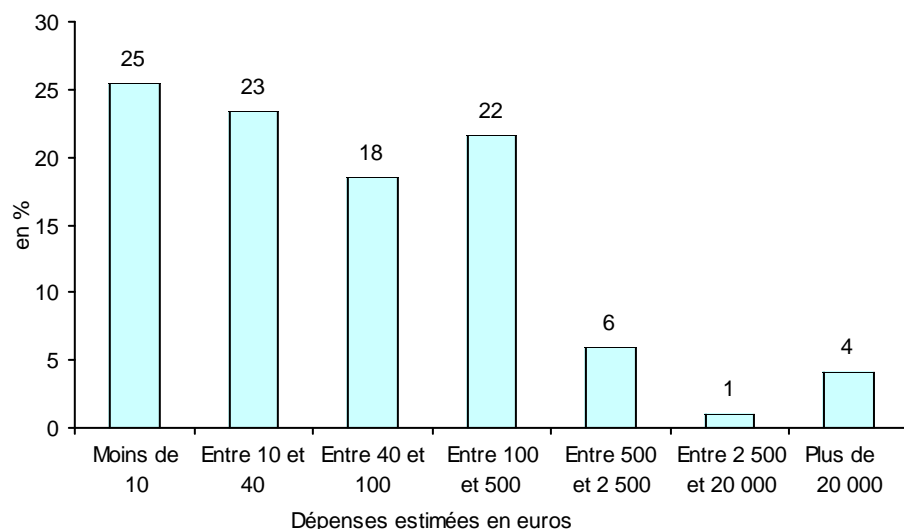
D'après source : Enquête Observatoire

Les retombées économiques de la manifestation

- Les trois-quarts des personnes interrogées ont estimé leurs achats.
- On observe une **dispersion** particulièrement **importante des dépenses** sur la manifestation. Elles varient en effet de 0 à 100 000 euros (hors prix du billet d'entrée).
- A titre d'illustration, on peut indiquer que le prix d'entrée de gamme d'un paramoteur se situe aux environs de 40 000 euros. Un multiaxe plus perfectionné dépasse les 100 000 euros.
- Ce type d'achats (réalisés ou projetés) tire la moyenne vers le haut (2 500 euros) alors que **la moitié environ des répondants** ont estimé leur budget à **moins de 40 euros**, les deux-tiers à moins de 100 euros.

Estimations des dépenses sur le Salon International des ULM 2010

Répartition en pourcentage des réponses selon le montant estimé des dépenses sur le Salon International des ULM 2010 (en euros)



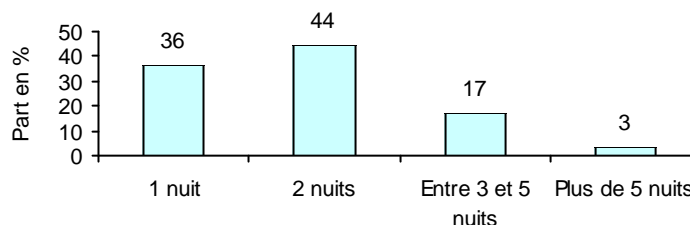
D'après source : Enquête Observatoire

Impacts sur l'économie locale

- **44 % des visiteurs** résidant hors du Loir-et-Cher **passent au moins une nuit dans le département à l'occasion du salon International des ULM.**
- Ils restent en moyenne **1,9 nuit.**
- Ils séjournent principalement **en couple** (dans 4 cas sur 10) ou **avec des amis** (28 %).
- Peu se sont déplacés en famille.

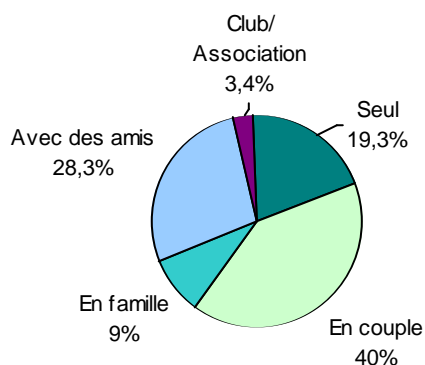
Des retombées sur les hébergements marchands

Répartition des séjours selon la durée à l'occasion du Salon International des ULM 2010 (en %)



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

Répartition des séjours selon le mode d'accompagnement choisi à l'occasion Salon International des ULM 2010 (en %)



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

➤ Les visiteurs du Salon séjournant au moins une nuit en Loir-et-Cher ont opté principalement pour **l'hôtel** (46 % des réponses) et **le camping installé sur le site même de la manifestation** (39 %).

➤ Ils avaient en effet la possibilité d'installer gratuitement leur tente ou leur camping-car sur un terrain mis à leur disposition.

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

➤ **La dépense moyenne par personne et par jour pour ces postes** ressortirait à **56 euros environ**.

➤ Sur cette base, une **extrapolation** de la dépense globale pour la **partie hébergement et restauration** peut être tentée. Elle pourrait avoisiner **350 000 euros**. Les résultats sont à considérer avec prudence, mais méritent d'être présentés pour l'éclairage qu'ils peuvent apporter sur les **retombées économiques locales**. Soulignons cependant que la restauration sur le lieu de la manifestation était assurée par une société normande.

➤ 93 remarques ont été recueillies sur l'organisation ou les installations du salon.

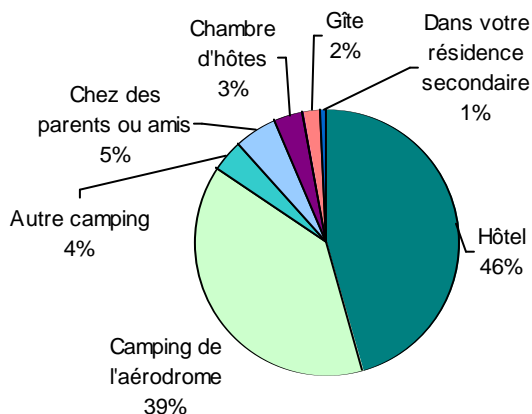
➤ Parmi les mécontentements exprimés, c'est particulièrement **le manque ou la mauvaise répartition des points de restauration ou des buvettes** qui est pointé (**1 citation sur 5**).

➤ Certains visiteurs ont souligné **les difficultés d'accès au salon et sa mauvaise signalisation** (**13 % des remarques**) : "Le Breuil est mal fléché, mal indiqué", "L'accès est mauvais aussi bien en voiture qu'en ULM", "Une navette Blois-Le Breuil serait la bienvenue"... Le problème des **installations sanitaires** (quantité, propreté) est également revenu dans les **mêmes proportions**.

➤ La "qualité" des exposants ou des stands ou "l'inadéquation à la demande des visiteurs" a été également évoquée : "Les paramoteurs ne sont pas assez représentés" ; "Les exposants ferment un peu tôt le dimanche après-midi" ; "Manque de stands avec une présentation de machines moins onéreuses"...

➤ Enfin, parmi les autres remarques formulées, on note celles relatives au parking "situé trop loin des stands", à la communication ou au site Internet "Difficulté pour imprimer le programme ou s'inscrire" et un souhait de pouvoir réaliser des baptêmes de l'air ou de tester les ULM.

Répartition des séjours selon le mode d'hébergement choisi à l'occasion Salon International des ULM 2010 (en %)



D'après source : Enquête Observatoire (personnes interrogées ayant séjourné au moins une nuit dans le département)
* y compris le camping-car

Des retombées sur les sites touristiques

➤ **95 % des visiteurs** résidant hors du Loir-et-Cher **déclarent être venus spécialement dans le département pour la manifestation**.

➤ **18 %** en profitent toutefois pour visiter un ou plusieurs sites touristiques.

Les remarques des visiteurs

Principales remarques formulées par les visiteurs du Salon International des ULM 2010 (plusieurs réponses possibles)

	Poids en %
Manque de points de restauration/buvette	20
Problèmes liés aux installations sanitaires	13
Mauvais fléchage/signalisation/accès	13
Remarques concernant les exposants, les stands	10
Remarques sur le parking	9
Manifestation bien organisée	6
Site Internet/communication	4
Installations du camping	4
Navette Blois/Le Breuil souhaitée	3
Prix d'entrée jugé élevé	3
Possibilité de réaliser des baptêmes de l'air	3
Manque d'animations	3
Autres remarques	8
Ensemble	100

D'après source : Enquête Observatoire (93 remarques recueillies)

Mesure de la satisfaction des campeurs

➤ En vue d'améliorer l'accueil des campeurs sur le site, des questions spécifiques leur ont été posées.

➤ Dans l'ensemble, **7 sur 10** se sont déclarés **satisfaits ou plutôt satisfaits des équipements et installations**.

➤ Les besoins d'amélioration exprimés portent principalement **sur les blocs sanitaires et la restauration** : "L'aire de camping est très éloignée des blocs sanitaires" ; "Manque de pression dans les douches" ; "Pas de boulangerie à proximité du camping"...