

PROFIL DES TOURISTES EN LOIRE-ATLANTIQUE SELON LEUR PROVENANCE



PROFIL DES TOURISTES EN LOIRE-ATLANTIQUE

SELON LEUR PROVENANCE

Le regard de Loire-Atlantique développement :

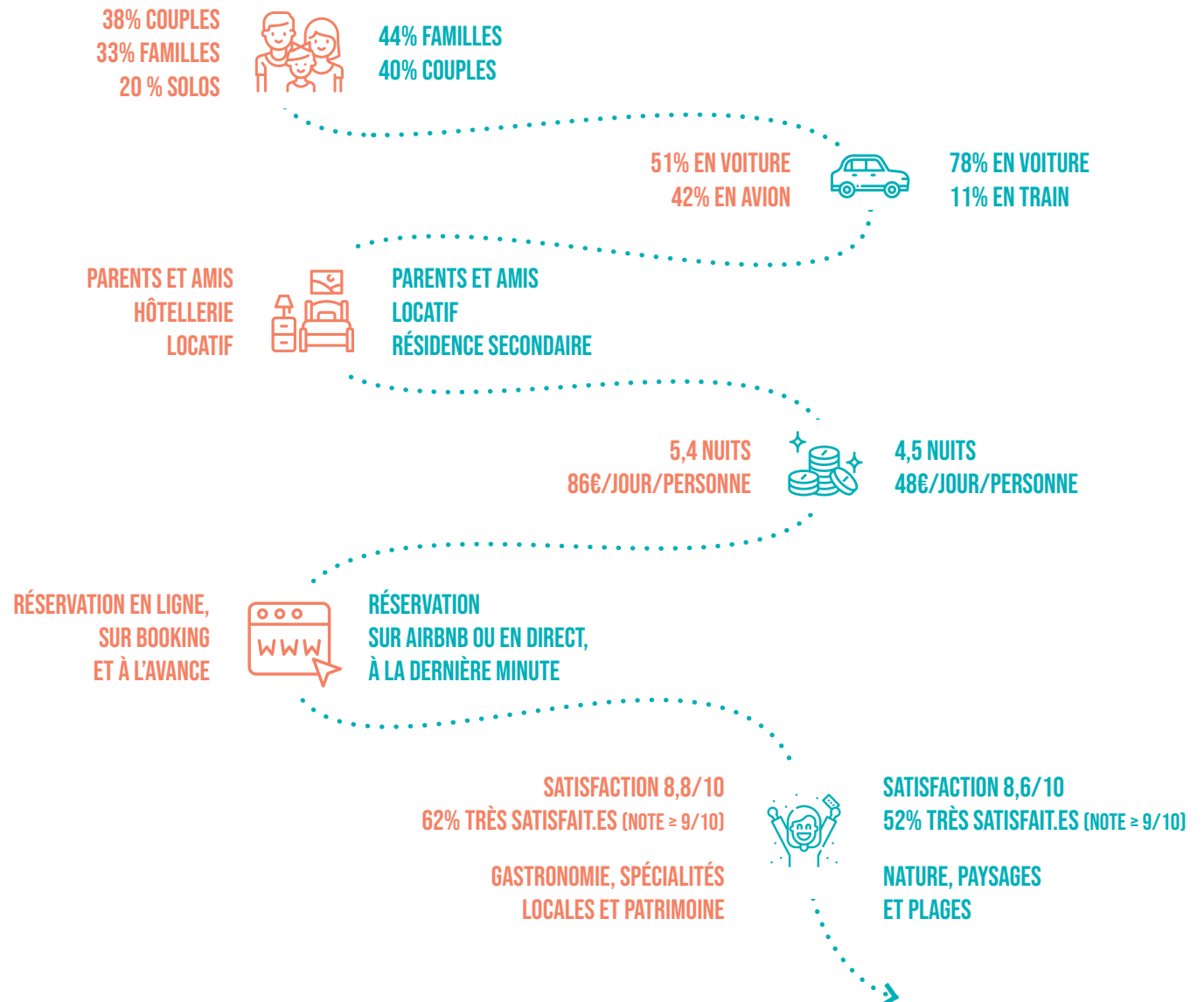
Parmi les **modes de transport** les plus empruntés par les touristes se rendant en Loire-Atlantique, figurent d'importants émetteurs de carbone (avion, voiture). Bien sûr, les mobilités douces ne se substitueront pas, à grande échelle, aux transports motorisés, en particulier pour les déplacements grande distance. Mais une alternative intéressante existe : le train. En plus de leur intérêt écologique, les petites lignes régionales sont aussi une manière de découvrir le territoire et profitent aux habitants. Cependant, plusieurs freins demeurent : accessibilité pour les familles, intermodalité dans les gares, capacité d'accueil des vélos, tarification élevée et/ou peu lisible, mobilités du dernier km, etc. Ainsi, une réflexion globale favorisant ce mode de transport devra être engagée en partenariat avec les acteurs du tourisme, les opérateurs ferroviaires et les collectivités locales concernées.

La **satisfaction des touristes français** apparaît moins élevée que celle des étrangers. Les vacanciers hexagonaux peuvent avoir des normes élevées pour leur propre pays et être plus critiques envers les services et infrastructures touristiques locales, les comparant à leur propre expérience de vie quotidienne. Cette situation interroge par extension les liens entre habitants et touristes, en particulier dans les destinations populaires, générant d'intenses flux touristiques. Les voyageurs français peuvent avoir des attentes différentes car ils sont plus familiers avec la culture, la langue et les paysages de leur propre pays. Ils sont a priori moins susceptibles d'être surpris ou émerveillés par des éléments qui leur sont plus familiers, quand les touristes étrangers seront plus enclins à apprécier et à embrasser les différences culturelles.

Si sans surprise les touristes français viennent en Loire-Atlantique pour profiter des paysages et de la nature - en particulier de la plage, la satisfaction des touristes étrangers porte sur la gastronomie et le patrimoine. Ce constat peut sembler contre-intuitif à première vue, considérant que notre département, contrairement à d'autres destinations, ne jouit pas d'une forte visibilité concernant son patrimoine ou les arts de la table. Ces éléments confirment que la Loire-Atlantique profite de la marque « France » et nous invite à valoriser tout ce qui constitue la richesse de notre département : le « petit » patrimoine, les marchés, l'artisanat, etc. qui sont autant de motifs de satisfaction pour ces touristes.



ETRANGER FRANÇAIS



LES TOURISTES FRANÇAIS 1/2



82 % DES NUITÉES EN LOIRE-ATLANTIQUE



Mettons-nous dans la peau d'un.e touriste français.e en Loire-Atlantique pour mieux comprendre son parcours

QUI SUIS-JE ?

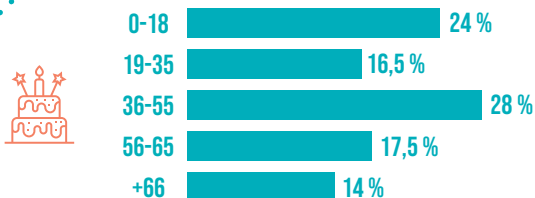
MON GROUPE



EN FAMILLE 44 %
EN COUPLE 40 %
ENTRE AMI-E-S 15 %
SEUL-E 7 %

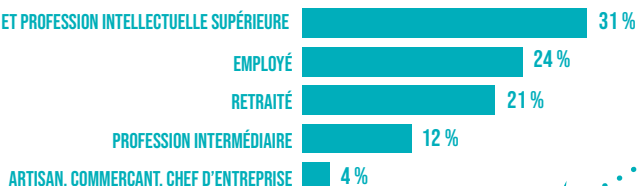
3 PERSONNES EN MOYENNE
37% DES SÉJOURS SONT RÉALISÉS AVEC DES ENFANTS

MON ÂGE



MA CATÉGORIE

SOCIO-PROFESSIONNELLE (TOP 5)

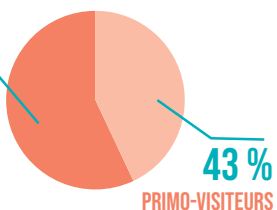


SUIS-JE DÉJÀ VENU-E ?

MON ORIGINE (TOP 3)

1. ILE-DE-FRANCE 30 %
2. BRETAGNE 16 %
3. PAYS DE LA LOIRE 13 %

57 %
DES VISITEURS SONT DÉJÀ VENUS EN LOIRE-ATLANTIQUE



MOTIF DE MON SÉJOUR



WEEK-END, VACANCES 70 %

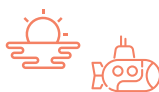


VISITE À LA FAMILLE 22,5 %

J'AI CHOISI LA LOIRE-ATLANTIQUE POUR...

TOP 5

LA NATURE ET LES PAYSAGES, LE LITTORAL 55 %



LA DÉCOUVERTE D'UN NOUVEL ENDROIT 38 %

LE PATRIMOINE CULTUREL ET HISTORIQUE 33 %



LES ATTACHES À LA RÉGION (ORIGINE, FAMILLE, SOUVENIRS...) 32 %

LES PLAGES 23 %



COMMENT SUIS-JE VENU-E ?

TOP 5



VOITURE 78 %



TRAIN 11 %



CAMPING-CAR, VAN OU FOURGON AMÉNAGÉ 5 %



AVION 4 %



VÉLO 3 %

QUEL EST MON HÉBERGEMENT ?

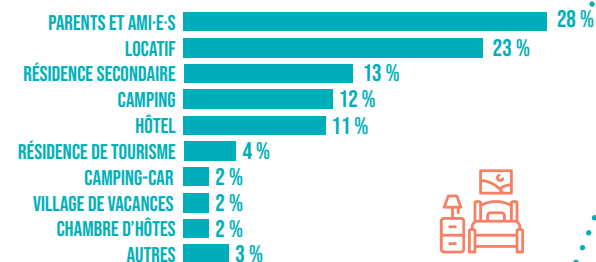
HÉBERGEMENT MARCHAND 55 %



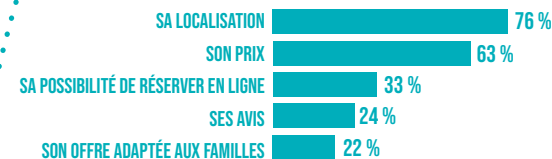
HÉBERGEMENT NON-MARCHAND 42 %



OÙ EST-CE QUE JE DORS ?



JE L'AI CHOISI POUR...



DURÉE DE SÉJOUR



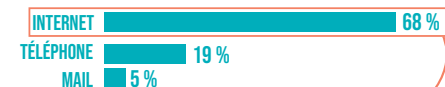
4,5 NUITS

PÉRIODE DE SÉJOUR

CŒUR DE SAISON 25 %
BORD DE SAISON 37 %
HORS SAISON 38 %

MA RÉSERVATION

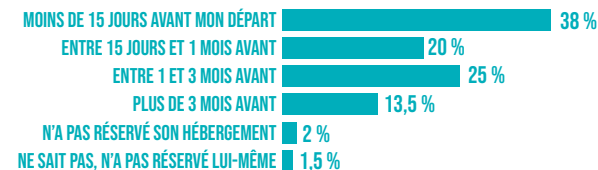
COMMENT ?



SUR QUEL SITE ? TOP 3

1. AIRBNB 27 %
2. SITE DE L'HÉBERGEUR 24 %
3. BOOKING 23,5 %

COMBIEN DE TEMPS À L'AVANCE ?



LES TOURISTES ÉTRANGERS 1/2

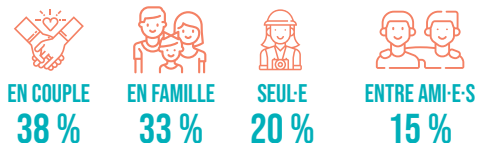
18 % DES NUITÉES EN LOIRE-ATLANTIQUE



Mettons-nous dans la peau d'un.e touriste étranger.e en Loire-Atlantique pour mieux comprendre son parcours

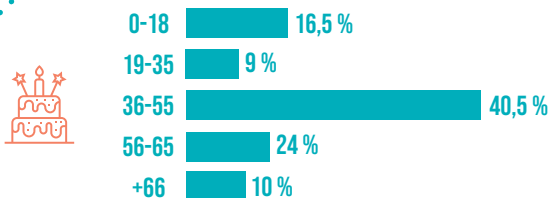
QUI SUIS-JE ?

MON GROUPE



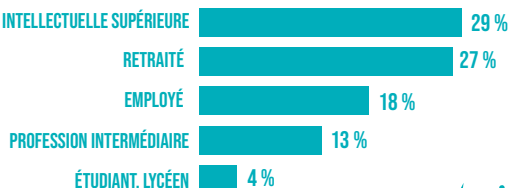
2,3 PERSONNES EN MOYENNE
20% DES SÉJOURS SONT RÉALISÉS AVEC DES ENFANTS

MON ÂGE



MA CATÉGORIE

SOCIO-PROFESSIONNELLE (TOP 5)

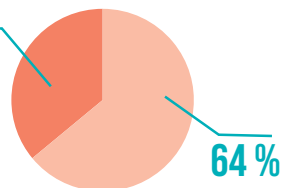


SUIS-JE DÉJÀ VENU·E ?

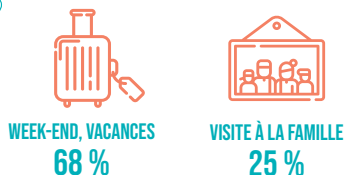
MON ORIGINE (TOP 3)

1. ALLEMAGNE 13 %
2. ROYAUME-UNI+IRLANDE 11 %
3. BELGIQUE+LUXEMBOURG 7 %

36 % DES VISITEURS SONT DÉJÀ VENUS EN LOIRE-ATLANTIQUE

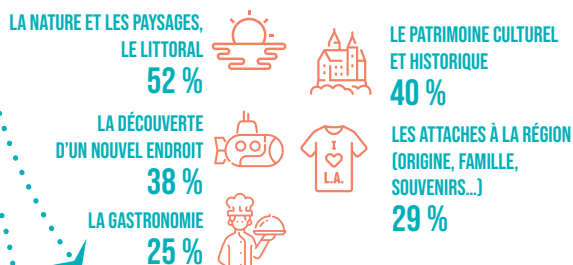


MOTIF DE MON SÉJOUR



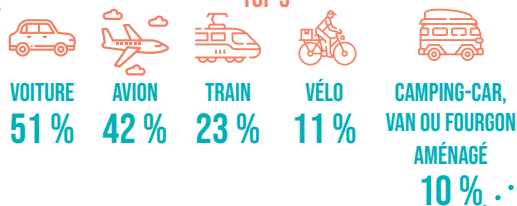
J'AI CHOISI LA LOIRE-ATLANTIQUE POUR...

TOP 5

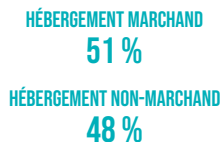


COMMENT SUIS-JE VENU·E ?

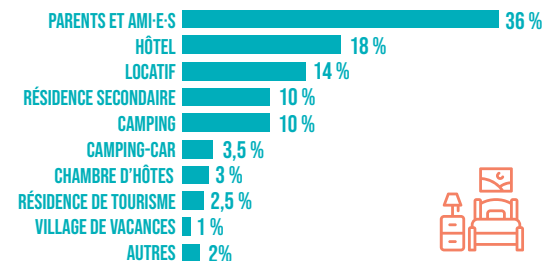
TOP 5



QUEL EST MON HÉBERGEMENT ?



OÙ EST-CE QUE JE DORS ?



JE L'AI CHOISI POUR...



DURÉE DE SÉJOUR

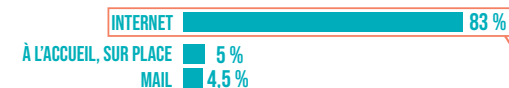


PÉRIODE DE SÉJOUR



MA RÉSERVATION

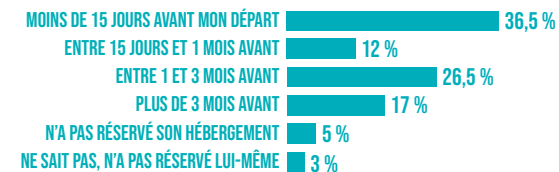
COMMENT ?



SUR QUEL SITE ? TOP 3

1. BOOKING 49 %
2. AIRBNB 29 %
3. SITE DE L'HÉBERGEUR 13 %

COMBIEN DE TEMPS À L'AVANCE ?



LES TOURISTES D'ÎLE-DE-FRANCE 1/2

30 % DES NUITÉES EN LOIRE-ATLANTIQUE



Mettons-nous dans la peau d'un.e touriste francilien.ne en Loire-Atlantique pour mieux comprendre son parcours

QUI SUIS-JE ?

MON GROUPE

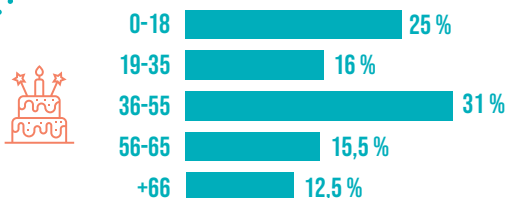


EN FAMILLE 52 %
EN COUPLE 31 %
ENTRE AMI-E-S 15,5 %
SEUL-E 8 %

3,5 PERSONNES EN MOYENNE

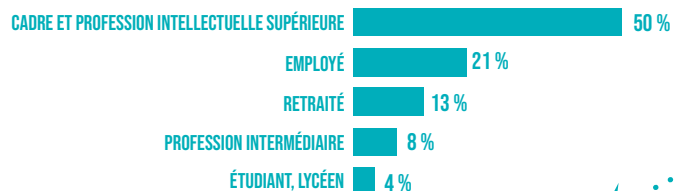
47% DES SÉJOURS SONT RÉALISÉS AVEC DES ENFANTS

MON ÂGE



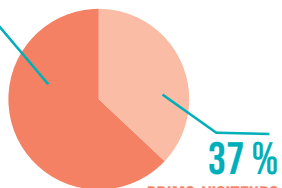
MA CATÉGORIE

SOCIO-PROFESSIONNELLE (TOP 5)



SUIS-JE DÉJÀ VENU-E ?

63 %
DES VISITEURS SONT DÉJÀ VENUS EN LOIRE-ATLANTIQUE



MOTIF DE MON SÉJOUR



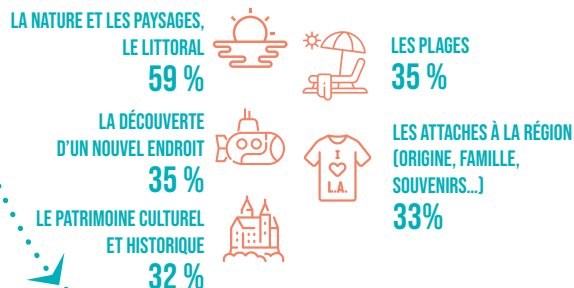
WEEK-END, VACANCES
76,5 %



VISITE À LA FAMILLE
20 %

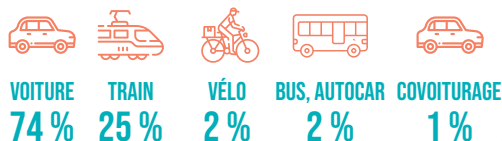
J'AI CHOISI LA LOIRE-ATLANTIQUE POUR...

TOP 5

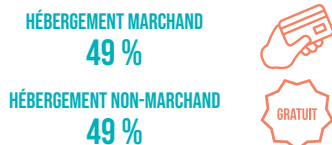


COMMENT SUIS-JE VENU-E ?

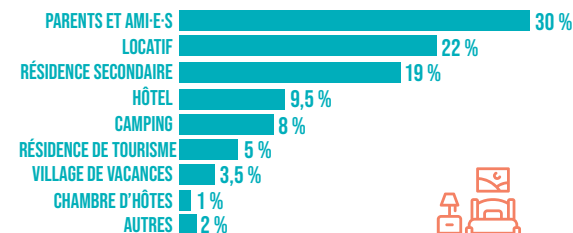
TOP 5



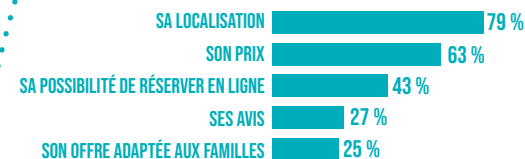
QUEL EST MON HÉBERGEMENT ?



OÙ EST-CE QUE JE DORS ?



JE L'AI CHOISI POUR...



DURÉE DE SÉJOUR



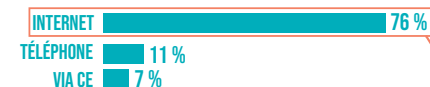
6,1 NUITES

PÉRIODE DE SÉJOUR

CŒUR DE SAISON 26,5 %
 BORD DE SAISON 34,5 %
 HORS SAISON 39 %

MA RÉSERVATION

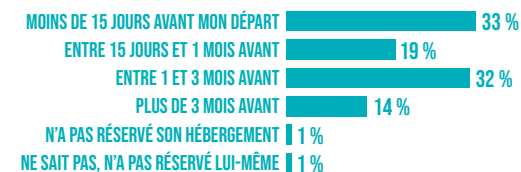
COMMENT ?



SUR QUEL SITE ? TOP 3

- AIRBNB 29 %
- SITE DE L'HÉBERGEUR 22 %
- BOOKING 21 %

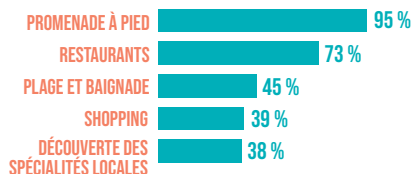
COMBIEN DE TEMPS À L'AVANCE ?



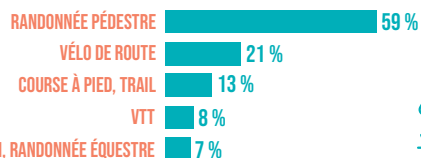


QU'AI-JE FAIT DURANT MON SÉJOUR ?

99% PRATIQUENT DES LOISIRS (TOP 5)



57% FONT DU SPORT (TOP 5)



93% FONT DES VISITES (TOP 5)



COMBIEN AI-JE DÉPENSÉ ?



46 €

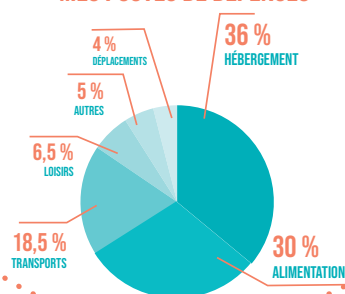
PAR JOUR / PERSONNE



968 €

PAR SÉJOUR / GROUPE

MES POSTES DE DÉPENSES



AI-JE PROTÉGÉ MON ENVIRONNEMENT ?



88% DES TOURISTES DÉCLARENT AGIR POUR DIMINUER L'IMPACT DE LEUR SÉJOUR SUR L'ENVIRONNEMENT



77 %

RESPECTUEUX SUR LES SITES



70 %

TRI SÉLECTIF



65 %

RAMASSAGE DE SES DÉCHETS EN DÉPLACEMENTS



56 %

MODE DE TRANSPORT DOUX



48 %

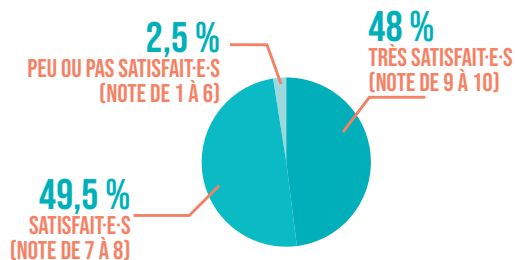
CONSOMMATION RESPONSABLE/LOCALE

AI-JE AIMÉ MON SÉJOUR ?



8,5/10

NOTE DE SATISFACTION GLOBALE



CE QUI PLAÎT LE PLUS (TOP 5)

1. CHEMINS DE RANDONNÉE, VOIES RÉSERVÉES AUX VÉLOS...
2. ACCUEIL DES LOCAUX
3. PROPRETÉ DES LIEUX PUBLICS
4. GASTRONOMIE ET PRODUITS LOCAUX
5. PATRIMOINE HISTORIQUE (MONUMENTS, MUSÉES...)

CE QUI PLAÎT LE MOINS (TOP 5)

1. NOMBRE DE VISITEURS
2. ARTISANAT LOCAL
3. ACTIVITÉS NAUTIQUES
4. SHOPPING, MAGASINS
5. ANIMATION, AMBIANCE



JE RECOMMANDE LA LOIRE-ATLANTIQUE

62,5 %

DES TOURISTES D'ÎLE-DE-FRANCE SONT CERTAINS OU QUASI CERTAINS DE RECOMMANDER LEUR LIEU DE SÉJOUR À LEUR ENTOURAGE

À RETENIR

- L'Île-de-France est un des bassins de clientèles touristiques les plus importants en Loire-Atlantique
- Majoritairement des familles avec enfants.
- La moitié d'entre eux sont des cadres
- Clientèle fidèle qui vient sur le territoire pour ses paysages et surtout ses plages
- 1/4 d'entre eux vient en train
- Ils séjournent davantage en hébergement non-marchand (famille, amis, résidence secondaire) et sur des durées plus longues que les autres touristes français
- Ils sont plus exigeants, sont particulièrement sensibles à la propreté des lieux publics et au nombre de visiteurs
- Ils semblent davantage engagés pour diminuer leur impact sur l'environnement

LES TOURISTES DU NORD-OUEST 1/2

42 % DES NUITÉES EN LOIRE-ATLANTIQUE



Mettons-nous dans la peau d'un.e touriste du nord-ouest en Loire-Atlantique pour mieux comprendre son parcours

QUI SUIS-JE ?

MON GROUPE



EN FAMILLE 44 %
EN COUPLE 43 %
ENTRE AMI-E-S 14 %
SEUL-E 5 %

3 PERSONNES EN MOYENNE

37% DES SÉJOURS SONT RÉALISÉS AVEC DES ENFANTS

MON ÂGE



MA CATÉGORIE

SOCIO-PROFESSIONNELLE (TOP 5)



EMPLOYÉ 26 %

CADRE ET PROFESSION INTELLECTUELLE SUPÉRIEURE 24 %

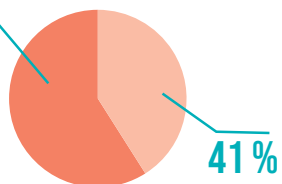
RETRAITÉ 22 %

PROFESSION INTERMÉDIAIRE 14 %

ARTISAN, COMMERÇANT, CHEF D'ENTREPRISE 4 %

SUIS-JE DÉJÀ VENU-E ?

59 %
DES VISITEURS SONT DÉJÀ VENUS EN LOIRE-ATLANTIQUE



41 %
PRIMO-VISITEURS

MOTIF DE MON SÉJOUR



WEEK-END, VACANCES
75 %



VISITE À LA FAMILLE
18 %

J'AI CHOISI LA LOIRE-ATLANTIQUE POUR...

TOP 5

LA NATURE ET LES PAYSAGES, LE LITTORAL
53 %



LA DÉCOUVERTE D'UN NOUVEL ENDROIT
40 %

LA PROXIMITÉ DU LIEU DE SÉJOUR
36 %



LE PATRIMOINE CULTUREL ET HISTORIQUE
34 %

LES ATTACHES À LA RÉGION (ORIGINE, FAMILLE, SOUVENIRS...)
27 %



COMMENT SUIS-JE VENU-E ?

TOP 5



VOITURE
83 %



CAMPING-CAR, VAN OU FOURGON AMÉNAGÉ
8 %



TRAIN
5 %



VÉLO
4 %



BUS, AUTOCAR
2 %

QUEL EST MON HÉBERGEMENT ?

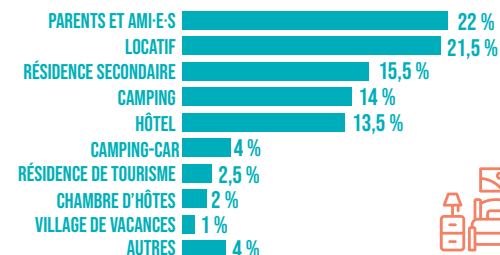
HÉBERGEMENT MARCHAND
58 %



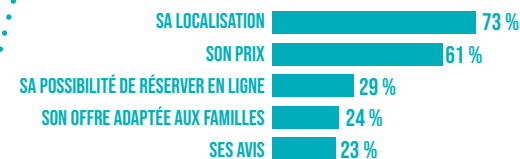
HÉBERGEMENT NON-MARCHAND
39 %



OÙ EST-CE QUE JE DORS ?



JE L'AI CHOISI POUR...



DURÉE DE SÉJOUR



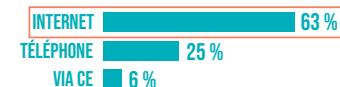
3,6 NUITES

PÉRIODE DE SÉJOUR

CŒUR DE SAISON 22 %
 BORD DE SAISON 36 %
 HORS SAISON 42 %

MA RÉSERVATION

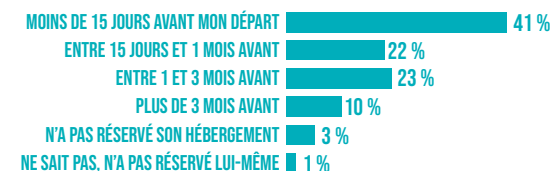
COMMENT ?



SUR QUEL SITE ? TOP 3

1. BOOKING 28 %
2. AIRBNB 26 %
3. SITE DE L'HÉBERGEUR 23 %

COMBIEN DE TEMPS À L'AVANCE ?



L'étude Région Enquête Fréquentation Loisirs Et Tourisme (REFLET) a été réalisée par Tourisme Bretagne, en partenariat avec Loire-Atlantique développement, entre février et décembre 2022. L'objectif de cette étude est de disposer d'une photographie du profil des touristes sur notre territoire après des années de profondes mutations dans ce secteur.

Avec 6 000 questionnaires analysés en Loire-Atlantique, cette étude permet une meilleure compréhension des comportements des touristes en Loire-Atlantique. Qui sont-ils ? Pourquoi viennent-ils ? Que font-ils ? Combien dépensent-ils ?... Autant de questions auxquelles cette étude apporte de nombreux éclairages, essentiels pour les cadrages stratégiques des professionnels - privés et publics - du secteur. Ce nouveau socle de données est un outil d'aide à la décision précieux pour construire des études de marché, mettre en place des stratégies de communication, de promotion, ou de développement touristique et approfondir notre connaissance du marché, dans une démarche de progression continue et de qualité.

Loire-Atlantique développement

MÉTHODOLOGIE

Un double dispositif mis en place en Loire-Atlantique durant 14 vagues d'enquêtes en 2022 :

- 15 points d'enquête prioritaires (sites de visite, gare, aéroport, marchés...) : les enquêteurs du cabinet Symetris ont réalisé du bâtonnage sur site, afin de collecter les adresses mails des visiteurs
- 50 points d'enquête complémentaires (offices de tourisme, autres sites de visites, bases nautiques...) : distribution de coupons dans le cadre d'un jeu concours.

Champ de l'analyse : ensemble des touristes ayant passé a minima une nuit au sein du département de Loire-Atlantique en 2022.

Le nettoyage et le traitement statistique des données ont été réalisés par Tourisme Bretagne. Ce document est réalisé par le service Observation et Données Touristiques de Loire-Atlantique développement.

UNE ENQUÊTE RÉALISÉE EN PARTENARIAT AVEC :
TOURISME BRETAGNE - CÔTES D'ARMOR DESTINATION - FINISTÈRE 360LLE ET VILAINE TOURISME - MORBIHAN
TOURISME LOIRE ATLANTIQUE DÉVELOPPEMENT - AURAY QUIBERON TERRE ATLANTIQUE GOLFE DU MORBIHAN
VANNES AGGLO - VITRÉ COMMUNAUTÉ BREST TERRES OCÉANES - COMMUNAUTÉ DE COMMUNES DE LESNEVEN CÔTE
DES LÉGENDES L'OFFICE DE TOURISME DE GRANVILLE TERRE ET MER ET PROGRAMME EXPERIENCE - INTERREG

LOIRE-ATLANTIQUE DÉVELOPPEMENT
2 BOULEVARD DE L'ESTUAIRE - CS 96201
44262 NANTES CEDEX 2

Contact observation : e.lozevis@lad44.fr
Contact presse : presse@lad44.fr

 Loire-Atlantique
développement