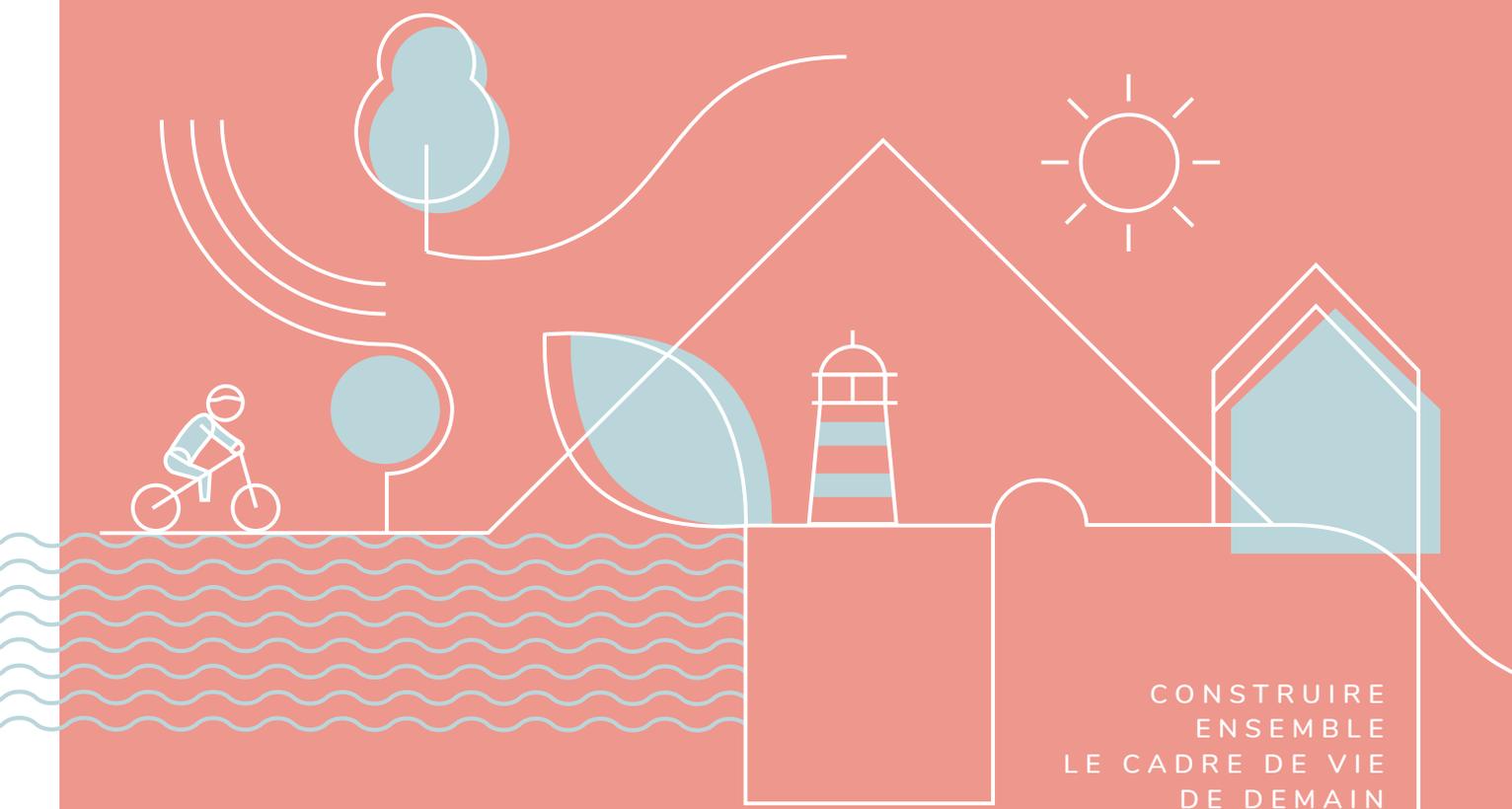
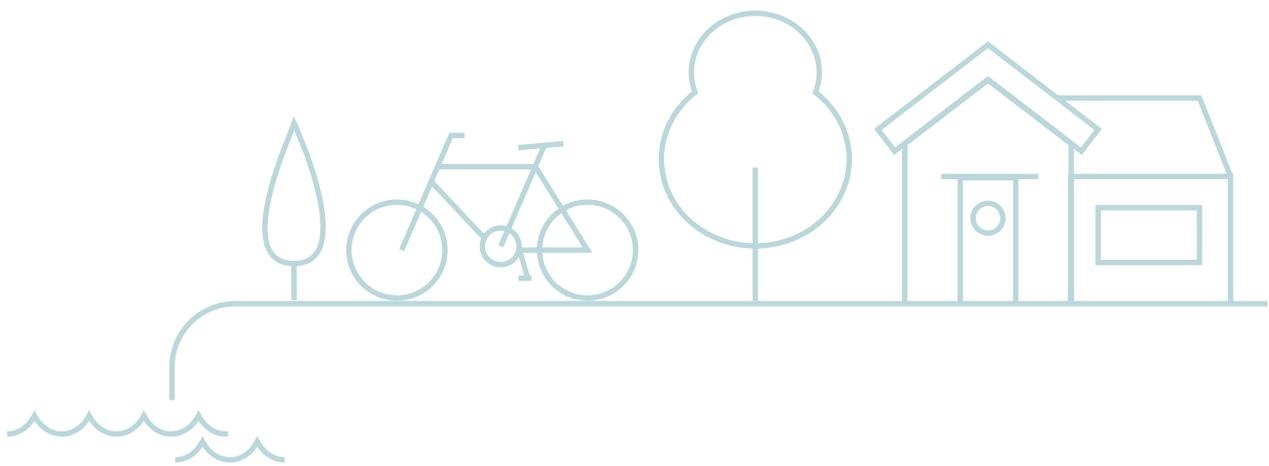


enquête - bilan 2019

LA FRÉQUENTATION DES SITES DE VISITE EN LOIRE-ATLANTIQUE



CONSTRUIRE
ENSEMBLE
LE CADRE DE VIE
DE DEMAIN



ÉDITO .

Le département de Loire-Atlantique est riche d'une pluralité de sites de visite répartis sur le territoire, aux thématiques variées, à l'image des différentes destinations du département. Musées, châteaux, parcs à thème ou encore parcs animaliers, ces sites sont vecteurs d'attractivité et de retombées économiques sur le département.

Avec plus de 5.2 millions de visiteurs en 2019, les sites de visite de Loire-Atlantique attirent à la fois les touristes, les excursionnistes mais aussi les habitants en quête de culture, de divertissement, d'apprentissage ou de découverte.

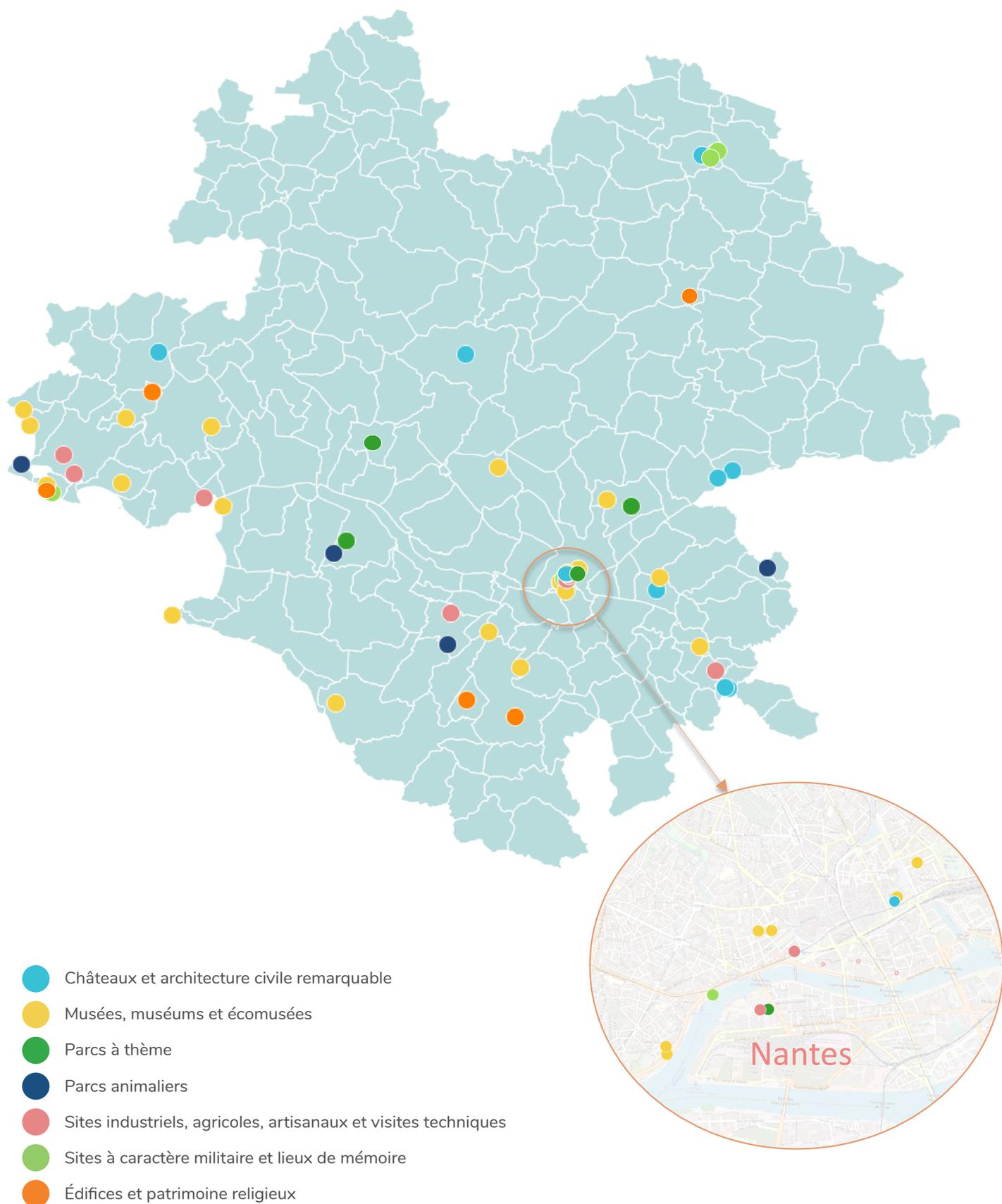
MÉTHODOLOGIE.

Chaque année, Loire-Atlantique développement interroge les sites de visites de Loire-Atlantique sur leurs données de fréquentation.

Cette enquête en ligne a été réalisée durant le premier semestre 2020, afin de récolter les résultats de l'année 2019 des sites de visite d'environ 3 000 visiteurs et plus. Sur 65 sites de visite interrogés, 55 ont répondu au questionnaire, soit un taux de réponse de 85%.

Analyser ces données consolidées permet d'avoir une photographie annuelle des tendances touristiques et de positionner ces offres dans un environnement touristique global.

55 SITES DE VISITE RÉPONDANTS .



LES DONNÉES .

5,2 millions de visiteurs en 2019

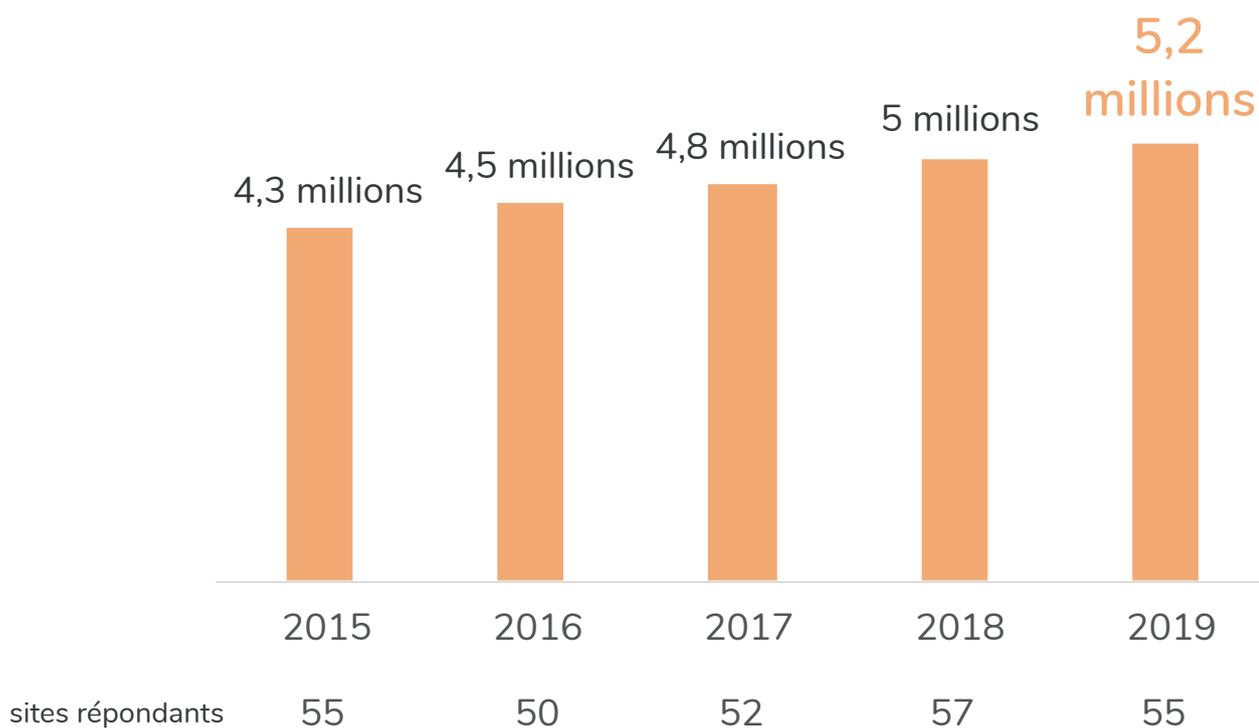
Avec **5 219 097** visiteurs comptabilisés en 2019 dans les **55 sites de visites** répondants, la Loire-Atlantique rayonne et attire grâce à son offre variée sur tout le territoire.

La fréquentation étrangère est estimée à **12% de la fréquentation annuelle globale** selon les 22 sites de visites ayant répondu à cette question. ■

À panel équivalent, cette fréquentation a connu une hausse de **3,9% de visiteurs** par rapport à 2018.



Évolution du nombre d'entrées (gratuites et payantes) depuis 2015



Top 10 des sites de visite

		Nombre de visiteurs* :
1	Château des ducs de Bretagne Cour du château Nantes	1 537 370
2	Les Machines de l'Île Nantes	738 795
3	Saint-Nazaire Roversante Saint-Nazaire	342 232
4	Château des ducs de Bretagne Musée d'histoire de Nantes Nantes	308 740
5	Musée d'arts de Nantes Nantes	298 776
6	Planète sauvage Port-Saint-Père	287 183
7	Domaine de la Garenne Lemot Grand patrimoine de Loire-Atlantique Gétigné - Clisson	252 681
8	Océarium du Croisic Le Croisic	248 095
9	Zoo de la Boissière du Doré La Boissière du Doré	142 685
10	Muséum d'histoire naturelle Nantes	105 362

*Nombre d'entrées payantes et gratuites 2019

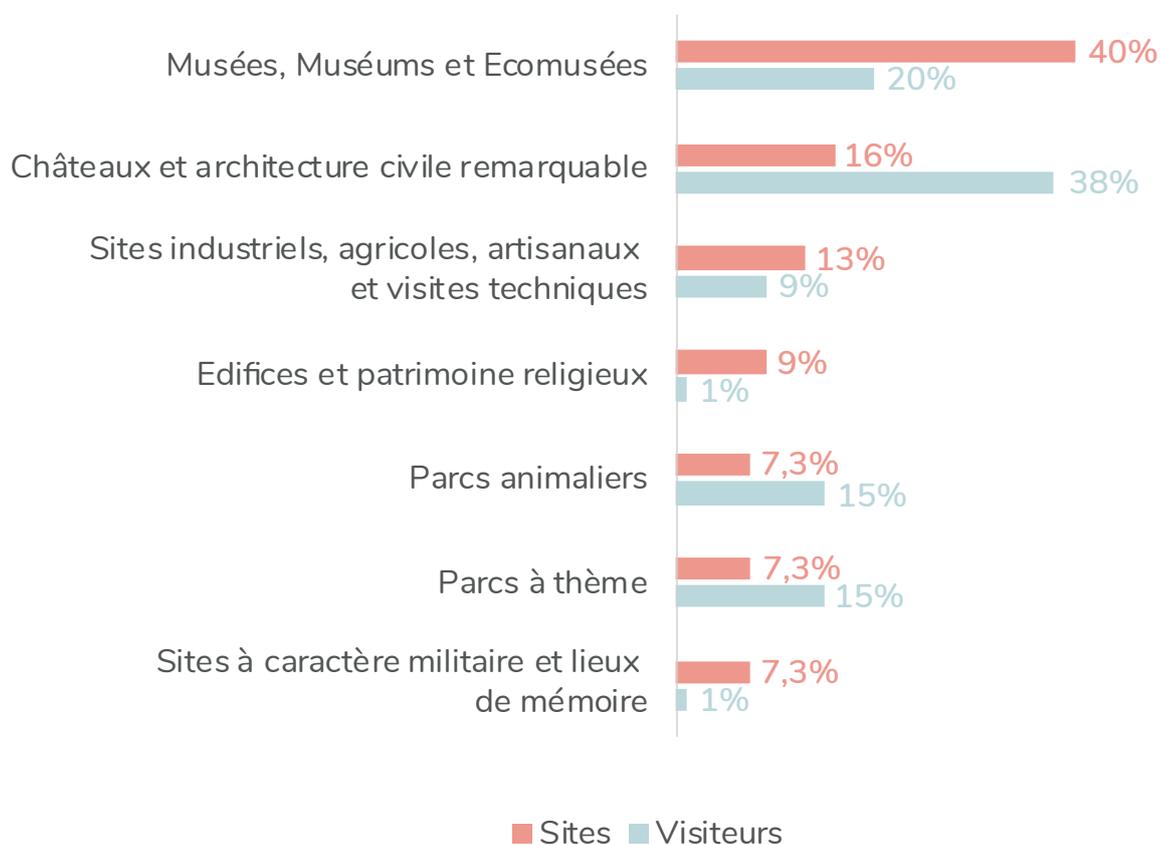
*Saint-Nazaire Roversante : Escal'Atlantic, Espadon, Ecomusée, EOL, Chantiers de l'Atlantique, AIRBUS, Grand port maritime, croisières estivales, visites patrimoniales incluant le Tumulus de Dissignac.

Une offre de visite riche et diversifiée

Les musées, muséums et écomusées constituent une part importante de l'offre de visite en Loire-Atlantique. Cette vingtaine de sites représente en effet 40% des sites de visite du département.

En revanche, en termes de fréquentation, ce sont les « Châteaux et architectures civiles remarquables » qui attirent le plus de visiteurs en 2019 (38%). Ils sont portés par la fréquentation du Château des Ducs de Bretagne de Nantes qui représente à lui seul 29% de la fréquentation des sites de visite du département en 2019.

Enfin, si les parcs animaliers et parcs à thème ne représentent que 14% des sites de visites du département, ils totalisent en revanche près d'un tiers de la fréquentation totale en 2019. ■



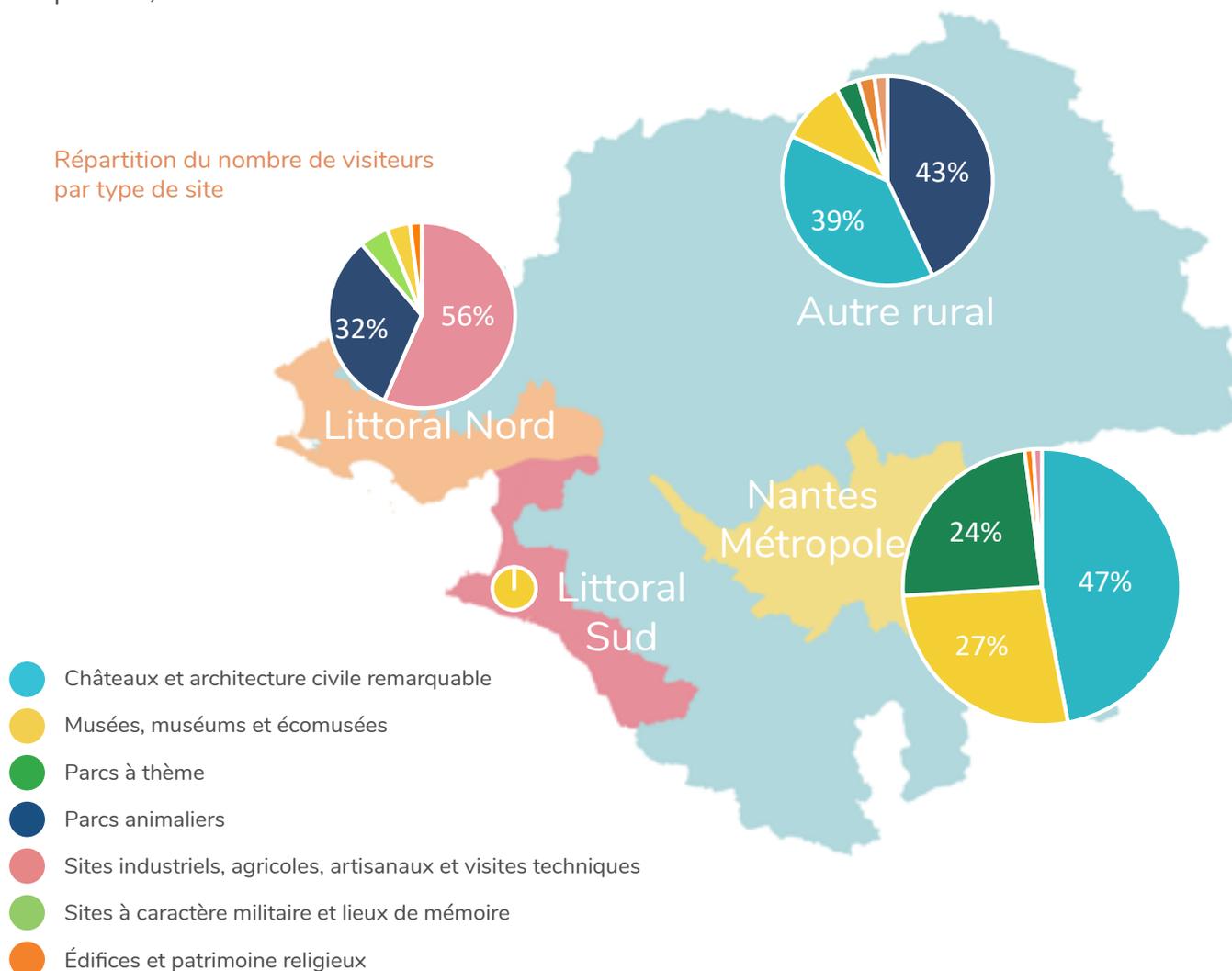
La métropole et le littoral nord, moteurs de la fréquentation

En ce qui concerne la répartition de l'offre de visite sur le département, deux territoires se démarquent par leur diversité de lieux de visite: **la métropole nantaise et le littoral nord**.

Avec un quart des sites de visites enquêtés, **l'agglomération nantaise** a reçu près de 62% des visiteurs en 2019, une fréquentation stable par rapport à 2018. Près de la moitié (48%) des visiteurs de l'agglomération nantaise se concentre dans la catégorie « **Châteaux et architecture civile remarquable** » : un seul site est présent dans cette catégorie, le château des Ducs de Bretagne, premier site de visite du département avec plus d'1,5 million de visiteurs en 2019.

Second pôle majeur, le **littoral nord**, qui a accueilli 15% des visiteurs du département sur ses 10 sites de visites (18% des sites enquêtés). Le littoral nord, qui a connu une hausse de fréquentation de 9,5% par rapport à 2018 est principalement fréquenté **pour ses musées et son parc animalier** (L'Océarium du Croisic) sur la presqu'île de Guérande et pour ses **sites industriels** sur la CARENE via les visites de Saint-Nazaire Rensversante (Escal'Atlantic, Airbus, les Chantiers de l'Atlantique...). ■

Répartition du nombre de visiteurs par type de site

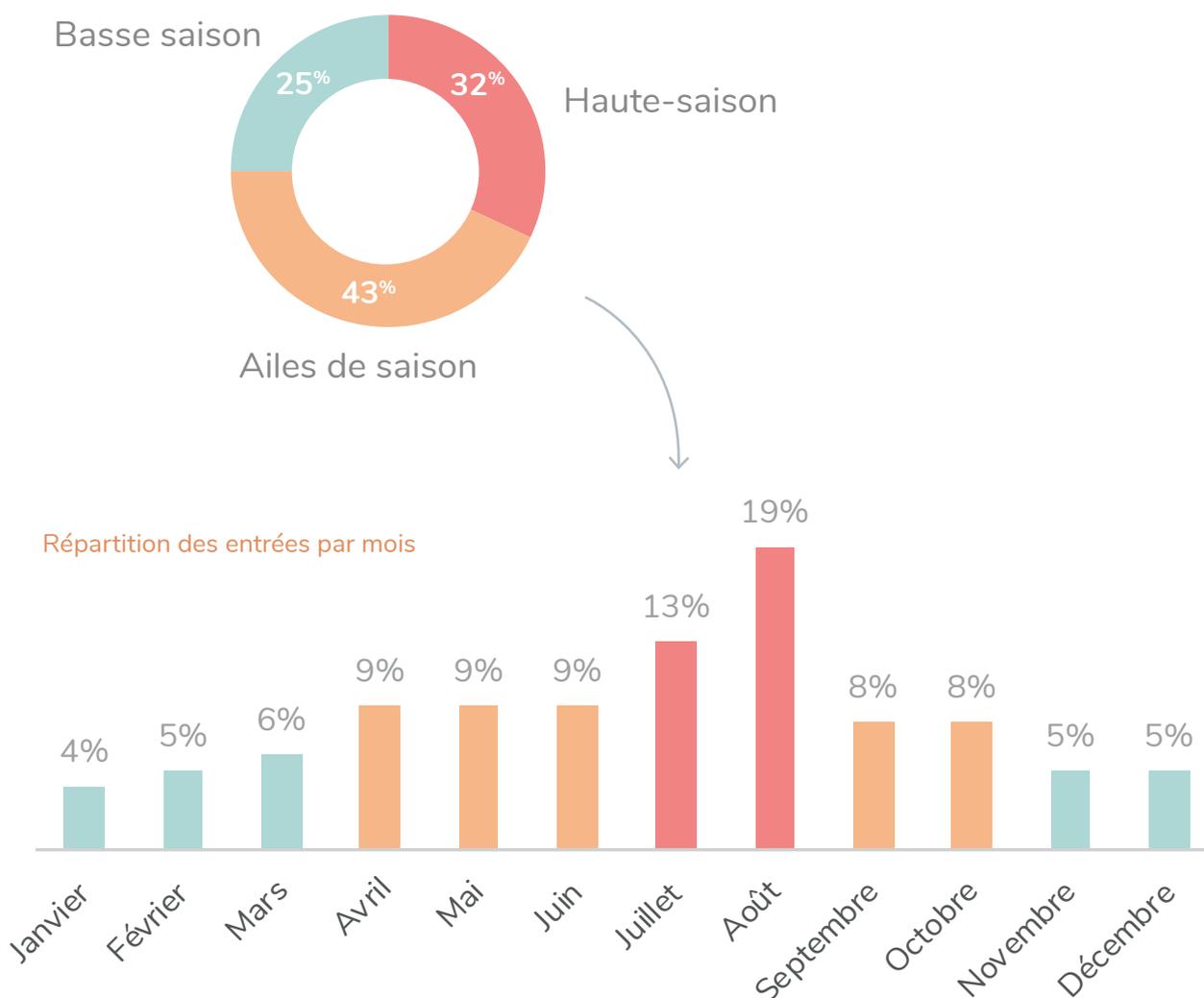


Une saisonnalité élargie

La fréquentation des sites de visite reste marquée par la haute saison qui représente sur **juillet et août**, 1/3 des **visites annuelles**, avec un pic de fréquentation en août. Cependant, les ailes de saison pèsent désormais jusqu'à **43% des visites annuelles**, avec une fréquentation équivalente sur les mois d'avril, mai, juin, septembre et octobre, totalisant chacun près 9% de la fréquentation annuelle. Ainsi, cette saisonnalité élargie enregistre 75% des visites.

Avec 48% de visiteurs entre juillet et août, les **parcs animaliers** ont la plus forte affluence en haute saison. En revanche, les musées et châteaux, qui permettent des visites en intérieur sont moins dépendants de la météo et connaissent donc une saisonnalité moins forte (26% de fréquentation en haute saison, en moyenne).

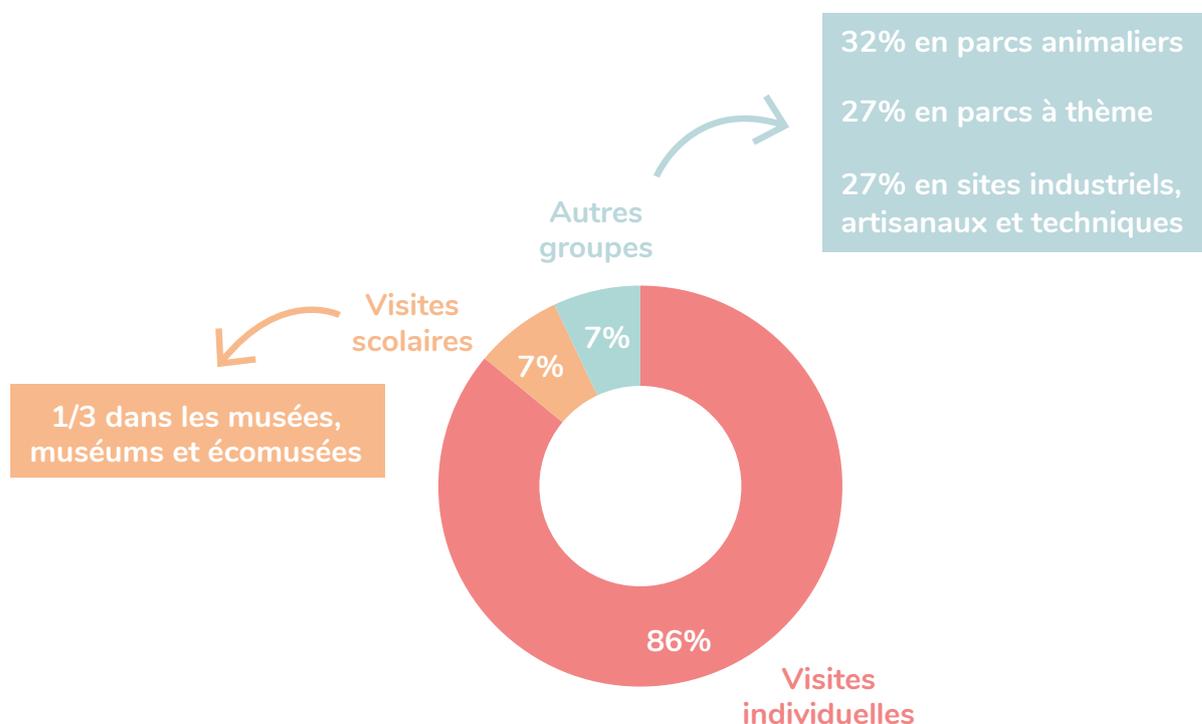
Les **zones littorales** captent 44% de leurs visiteurs en haute saison contre 27% sur la **métropole**. ■



Près de 9 visites sur 10 sont des visites individuelles

Les visites individuelles représentent près de 9 entrées sur 10 (86%) en 2019. A celles-ci s'ajoutent les visites scolaires et les autres visites de groupes qui représentent chacune 7% de la fréquentation annuelle des sites de visites de Loire-Atlantique.

86% des visites de groupes se concentrent dans 3 types de sites : les parcs animaliers (32%), les parcs à thème (27%) et les sites industriels, agricoles, artisanaux et visites techniques (27%). Les musées, écomusées et muséums totalisent quant à eux 1/3 de la fréquentation scolaire 2019. ■

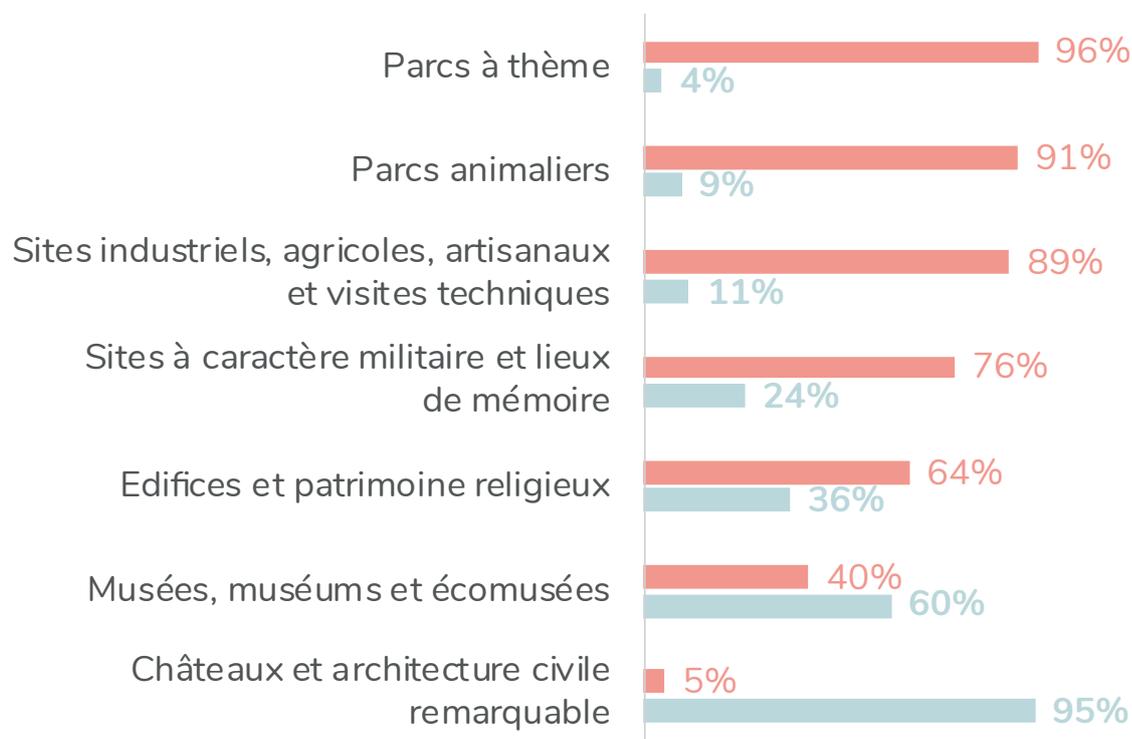
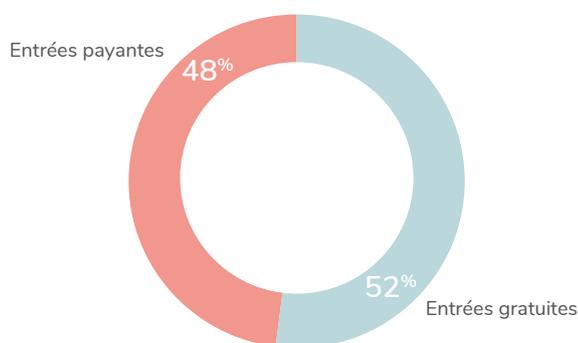


52% d'entrées gratuites

En Loire-Atlantique, **52% des entrées sont gratuites** contre 48% d'entrées payantes. La part des entrées gratuites est impactée par la forte fréquentation de la cour du château des ducs de Bretagne où l'entrée est libre. Si l'on ne prenait pas en compte ce dernier, les entrées payantes représenteraient alors 72% des entrées en 2019, contre 28% d'entrées gratuites.

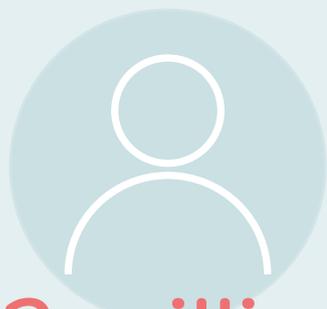
Les parcs à thème, parcs animaliers et les sites à vocation industrielle sont caractérisés par des entrées essentiellement payantes.

À l'inverse, les châteaux et architecture civile remarquable ainsi que les musées et muséums connaissent une fréquentation majoritairement portée par les entrées gratuites. ■



■ Entrées payantes ■ Entrées gratuites

À RETENIR .



5,2 millions

de visiteurs en 2019
(+4% vs 2018)

TOP 3

1

Château des ducs
de Bretagne

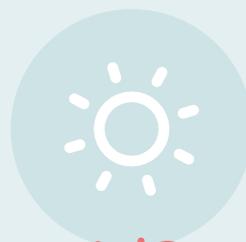
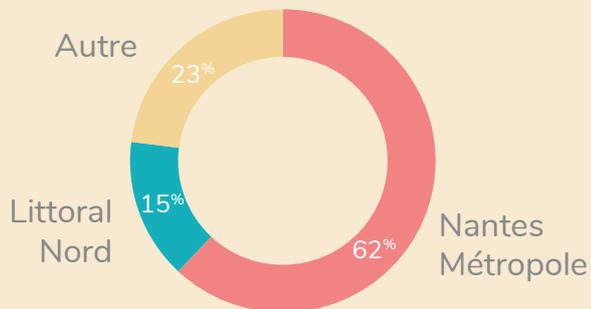
2

Les machines de l'île

3

Saint-Nazaire Renversante

62% de visiteurs
sur Nantes métropole



1/3

des visiteurs sur juillet / août

43 %

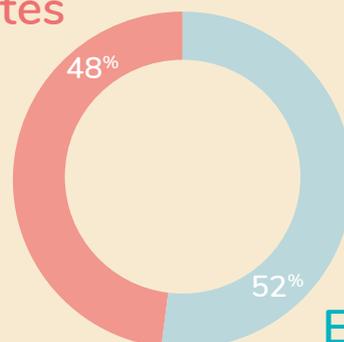
sur les ailes de saison

9/10

Sont des visites

individuelles

Entrées
payantes



Entrées
gratuites



LE REGARD DE LOIRE-ATLANTIQUE DÉVELOPPEMENT.

Une offre variée et dynamique sur une large saisonnalité

Grâce à la **variété de l'offre** existante sur le territoire notamment en secteur urbain, le département de Loire-Atlantique est de moins en moins une destination « climato-dépendante ». Avec 5,2 millions de visiteurs en 2019, la richesse de cette offre séduit les différents profils de clientèle, quelle que soit la météo et permet ainsi de lisser davantage la **saisonnalité touristique**.

Cependant avec 1/3 de la fréquentation annuelle, l'été reste tout de même la période la plus fréquentée de l'année. En 2019 les mois de juillet et août ont été **plus fréquentés qu'en 2018 (+4%)** malgré une météo caniculaire en juillet et plutôt contrastée pour la première quinzaine d'août. En effet, 70% des professionnels ont noté une hausse de fréquentation par rapport à l'été 2018.

Des visiteurs essentiellement français

Le bilan annuel de 2019 démontre que la richesse du département séduit avant tout une **clientèle française (88%)** conformément à la fréquentation touristique globale du département. Cette dernière dépend principalement des **clientèles de proximité** provenant de l'ouest français.

La qualité comme outil au service de la performance

Loire-Atlantique développement accompagne de nombreux sites de visite via l'animation du réseau de labellisation **Qualité Tourisme**.

En 2019, deux nouveaux sites ont été labellisés: EOL à Saint-Nazaire et La Maison des Pêcheurs de Grand-Lieu à La Chevrolière.

Au total, **20 sites de visite sont labellisés Qualité Tourisme** en Loire-Atlantique.

L'expérience au cœur de la visite

L'enjeu pour Loire-Atlantique développement est d'accompagner les sites dans leur structuration et leur développement grâce à de la mise en **réseau, du conseil, des projets...** Cela passe aussi par des expérimentations pour diversifier les offres par le biais de nouveaux services visant à optimiser les prestations. On peut notamment citer l'expérimentation, en collaboration avec Grand Patrimoine, de visites immersives en direct via un drone au Château de Clisson avec **Polydrone**, durant l'été 2019.

Le numérique, un virage essentiel pour la visibilité des sites de visite

Une évolution dans les équipements en outils numériques a été amorcée pour un grand nombre de sites de visite : le développement important de la **billetterie en ligne** par exemple permet de mieux anticiper les flux de visiteurs et ainsi d'améliorer la gestion des files d'attente. La nécessité de cette visibilité en ligne s'est fortement confirmée en 2020 avec le contexte du COVID-19.

L'offre également se diversifie : réalité virtuelle, réalité augmentée, chatbot, expériences sensorielles... autant de thématiques à explorer pour améliorer encore l'offre de visite en Loire-Atlantique qui se dessine immersive, expérientielle, ludique, technologique, pédagogique, et avant tout, humaine. ■

contact

Gwenaëlle Class

Chargée de mission site de visite

LD 02 40 99 00 52

g.class@loireatlantique-developpement.fr

Emeline Lozevis

Chargée de mission observation touristique

LD 02 40 99 00 67

e.lozevis@loireatlantique-developpement.fr

