



**LES ACTUALITES
NAUTIQUES
DEPARTEMENTALES**



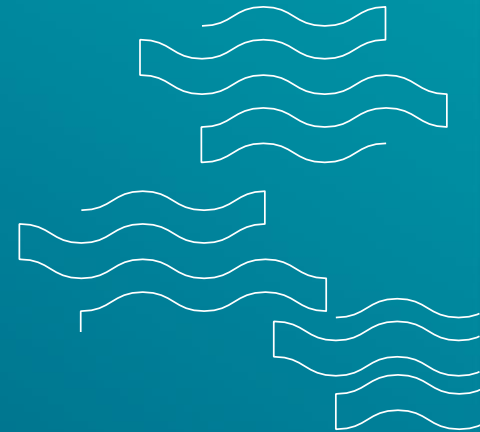
Les ports
de Loire-Atlantique



LES PORTS DE LOIRE-ATLANTIQUE

Une porte ouverte sur le territoire et la mer

24 février 2022



Qui sont les Ports de Loire-Atlantique

Un Syndicat mixte créé au 1^{er} janvier 2020, qui compte en membres actuels:

- Le département de la Loire-Atlantique
- Les communes de Piriac, La Turballe, Le Croisic, Saint Michel-Chef-Chef, La Plaine sur Mer, Préfailles, Pornic et Pornic Agglo Pays de Retz

L'autorité compétente sur 13 ports maritimes et fluviaux

Quelles sont ses missions

Fédérer les acteurs portuaires pour mieux agir

- Aménager, entretenir, gérer et exploiter les ports relevant de sa compétence
- Porter et réaliser des travaux
- Proposer et développer des services aux usagers
- Protéger l'environnement et le cadre de vie
- Gérer les espaces publics dans les interfaces ville-port

Une équipe de 14 personnes au service des ports

13 ports maritimes

Délégation de service public



Piriac



La Turballe



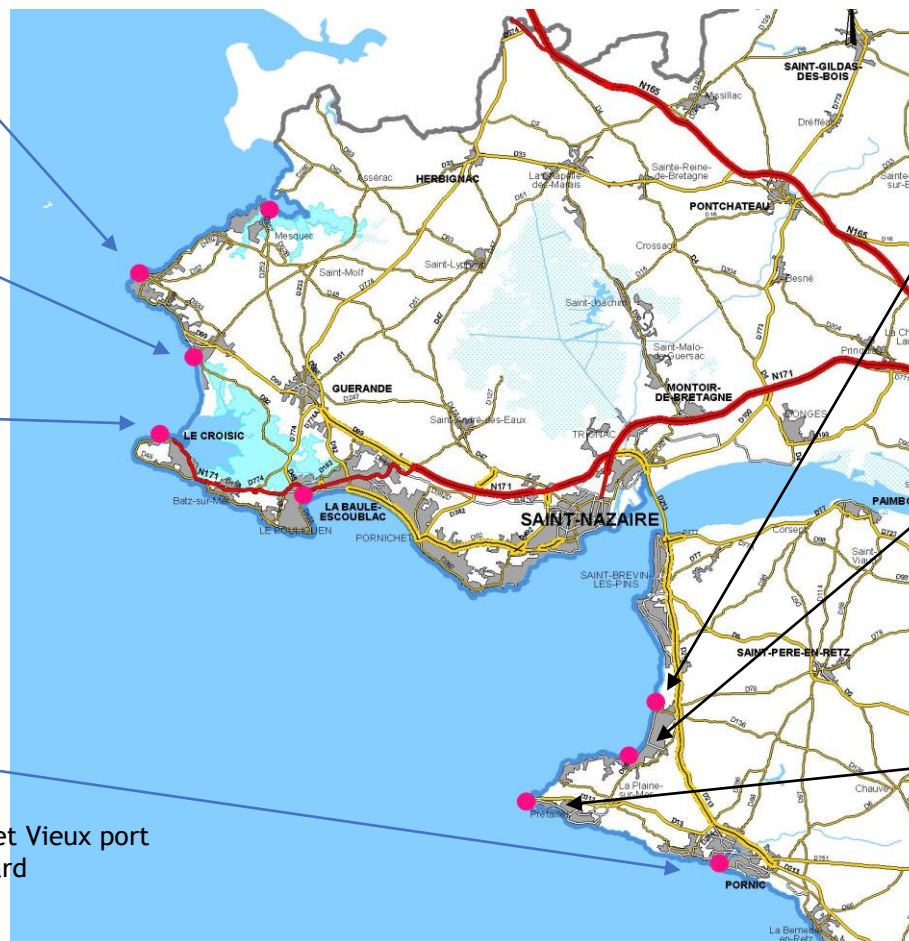
Le Croisic



Pornic



Avant-port et Vieux port
La Noëveillard



Régie

Saint Michel Chef-Chef



La Plaine sur Mer



Préfaïlles



4 ports fluviaux

En délégation de service public



Un des objectifs des Ports de Loire-Atlantique

Développer une offre de services cohérente et mutualisée qui s'appuie aussi sur les complémentarités des sites fluviaux et maritimes.

LES PARTENARIATS



Une plateforme qui met en relation les plaisanciers et randonneurs

- Une rencontre entre terre et mer
- Sensibiliser et responsabiliser les voyageurs et plaisanciers au respect de l'environnement
- Dynamiser les ports
- Mettre en valeur le patrimoine



Mise à disposition de terrepleins, sur le port de Préfailles, pour entreposer leur matériel afin qu'ils puissent organiser en milieu maritime:

- des stages sur la période estivale
- des régates d'entraînement interclubs durant la saison hivernale

Un des objectifs des Ports de Loire-Atlantique

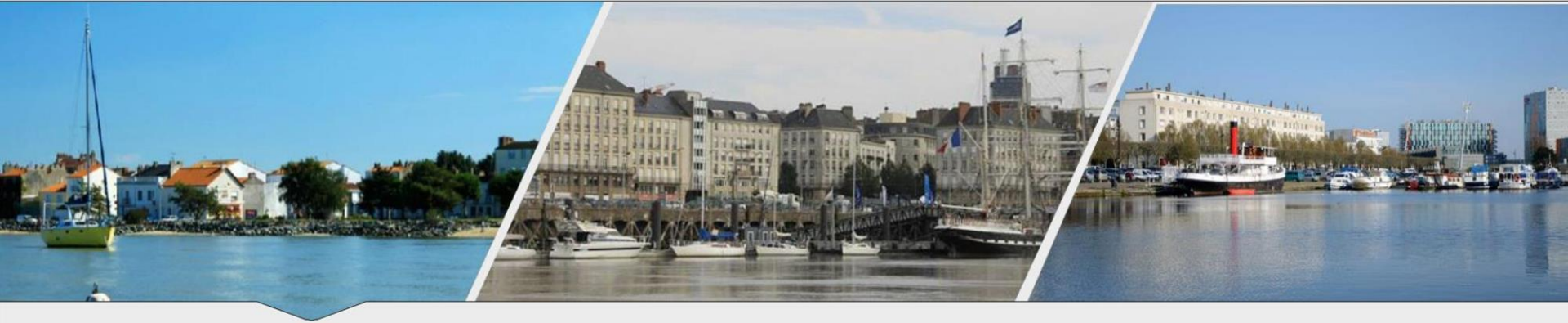
Développer une offre de services cohérente et mutualisée qui s'appuie aussi sur les complémentarités des sites fluviaux et maritimes, notamment pour accroître la pratique de la navigation en croisant les cultures

LES PROJETS

LES ECHAPPEES NAUTIQUES

Animer les bassins de navigation et les ports de la Loire-Atlantique

- o 3 jours de navigation maritime et fluviale (navigation en escadre pour tous les navires +/- 5 Kts)
- o Petites étapes (2 à 3 h de navigation par jour)
- o Agréger une cause caritative
- o Plaisance à voile et à moteur
- o Coaching plaisance
- o 25 à 30 bateaux en année 1 (4 bateaux par port)
- o Ports d'escale différents chaque année
- o Période ciblée : septembre ou juin (pluri annuel ?)
- o Escales conviviales et culturelles :
 - > découverte et visite des sites d'escale
 - > Soirée des équipages

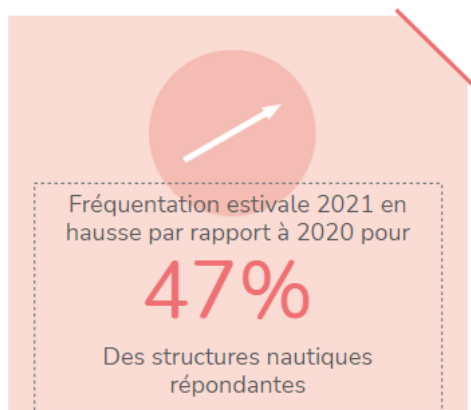


MERCI





UN ÉTÉ MEILLEUR QU'EN 2020



UN ÉTÉ MARQUÉ PAR LE PASS SANITAIRE



BILAN DE SAISON 2021

UN ÉTÉ « BLEU, BLANC, ROUGE »



- Pour 3/4 des professionnels interrogés la **FRÉQUENTATION FRANÇAISE** a été identique voire en hausse par rapport à 2020.



- Baisse de fréquentation des clientèles étrangères pour 40% des répondants. Retour timide des clientèles étrangères européennes (**ALLEMANDS, BELGES, ANGLAIS, NEERLANDAIS**)

DES TENDANCES QUI SE CONFIRMENT



DÉPENSES
STABLES VOIRE EN HAUSSE PAR RAPPORT À 2020



DES RÉSERVATIONS ET DES ANNULATIONS DE **DERNIÈRE MINUTE**



Des **FAMILLES** en priorité

ETUDE DE SATISFACTION DE LA DESTINATION



L'étude de référence mondiale

Solution de benchmarking de l'expérience visiteur

Expérience



Critères de choix d'une destination

TRAVELSAT® - Tous marchés, toutes destinations mondiales

TRAVELSAT® Competitive Index est l'étude mondiale indépendante de référence, endossée par l'OMT et mesurant la qualité d'expérience des visiteurs de manière standardisée.

En 2011, le programme TRAVELSAT® s'est vu décerner le prestigieux prix Ulysse de l'OMT en reconnaissance de son excellence et caractère innovant pour améliorer la gouvernance des destinations. Depuis, plus de 80 destinations et acteurs du tourisme dans le monde utilisent TRAVELSAT® avec succès, en faisant la plus grande plateforme de benchmarking!

TRAVELSAT® Index

Primée par UNWTO



- 
L'étude de référence mondiale et indépendante
 Endossée et utilisée par les autorités du tourisme (UNWTO, ETC, ECM, DGE...) et destinations touristiques (DMO's) nationales, régionales et locales.
- 
La confiance de clients sur les 5 continents
 Incluant des destinations de toutes tailles en Europe, dans les Caraïbes, Amérique du Nord, Moyen-Orient, Océanie et Asie - Pacifique.
- 
60+ critères couvrant l'ensemble du parcours visiteur
 Hébergement, transports, restauration, activités culturelles et de loisirs, shopping, sentiment de sécurité, paysages, patrimoine historique, accueil, propreté etc.
- 
Des opportunités de benchmarking inégalées
 Normes géographiques, par marchés, par segments de voyageurs ou géo-thématiques (familles, millennials, Business /MICE, city breakers, séjours culturels, séjours APN, balnéaires...).
- 
Une méthodologie éprouvée
 Permettant de générer des données fiables et des options avancées de segmentation, sans compromis sur la qualité !



Le référentiel TRAVELSAT® Index

60+ critères de compétitivité couvrant l'ensemble du parcours visiteur



Expérience globale (KPI)

- Satisfaction globale à l'égard du séjour
- Intention de recommandation
- Intention de revisite
- Rapport qualité-prix du séjour
- Sécurité sanitaire générale perçue dans la destination

Expérience des hébergements

- Qualité générale
- Accueil du personnel
- Rapport qualité – prix
- Sécurité sanitaire dans le logement

Expérience de la restauration

- Qualité générale de la cuisine locale
- Diversité de la cuisine locale
- Accueil par le personnel
- Rapport qualité – prix
- Sécurité sanitaire dans les restaurants

Expérience des transports

- Coût des transports pour rejoindre la destination
- Accès aux transports publics (bus, etc.)
- Accueil dans les transports publics
- Prix des transports publics
- Accueil dans les points d'entrée (gare, aéroport etc.)
- Taxis
- Facilité de parking
- Infrastructures routières
- Accès à l'aéroport
- Signalétique / Capacité à trouver son chemin
- Sécurité sanitaire dans les transports en commun

Activités culturelles et de loisir

- Diversité des activités culturelles et de loisirs
- Théâtre, opéra, concerts
- Parcs de loisirs / Parcs à thème
- Prix des activités de loisirs
- Visites guidées, excursions
- Vie nocturne (bars, discothèques...)
- Sécurité sanitaire dans les lieux culturels, de loisir

Shopping

- Choix / Diversité offerte
- Accueil du personnel dans les magasins
- Rapport qualité – prix
- Jours / horaires d'ouverture
- Qualité de l'artisanat
- Sécurité sanitaire dans les magasins

Patrimoine historique (musées, monuments...)

- Richesse et diversité du patrimoine historique et des musées
- Entretien des sites et musées
- Accueil par le personnel dans les sites historiques et musées
- Prix des billets d'entrée des sites historiques et musées
- Confort de visite, foule, attente
- Sécurité sanitaire dans les musées

Centres d'informations visiteurs et services numériques

- Nombre de centres d'information disponibles
- Efficacité du personnel
- Jours / horaires d'ouvertures
- Qualité des services numériques et applications mobiles
- Qualité du site internet de la destination
- Facilité d'accès au WIFI

Environnement

- Beauté des paysages
- Propreté en ville
- Propreté en dehors des villes
- Qualité de l'architecture et du développement urbain
- Qualité de l'air

Plages

- Beauté des plages
- Diversité des plages
- Propreté des plages
- Sécurité de la baignade
- Activités nautiques

Accueil de la population et sentiment de sécurité

- Accueil par la population locale
- Facilité de communication
- Sentiment de sécurité

Analyses transversales (moyenne des critères concernés)

- Sécurité sanitaire
- Durabilité
- Accueil humain
- Diversité de l'offre
- Prix et rapport qualité - prix

Echantillonnage

Points de repères



Structure de l'échantillon

- Un total de **565 enquêtes complètes** menées auprès de visiteurs en séjour en Loire-Atlantique.
- Rappel de la **cible éligible** : touristes français ou étranger, âgés de 18 ans et plus, ayant séjourné au moins une nuit dans le département quel que soit le motif (tourisme d'agrément, affaire, affinitaire).
- **99% de visiteurs français et 1% de visiteurs étrangers** issus de 4 marchés : Belgique, Angleterre, Pays-Bas, Ecosse.
- Un total de **5 segments d'analyse retenus** : les jeunes (18-34 ans), les familles, les clientèles de 60 ans et plus, les séjours réalisés sur les **ailes de saison** et en **période estivale**.
- **2 normes de comparaison** des résultats : la norme France et la norme façade atlantique (destinations du littoral allant de la Bretagne aux Pyrénées-Atlantiques).



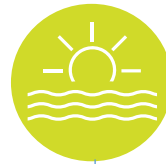


RAPPORT QUALITÉ/PRIX

Des activités de loisirs concurrentiel en Loire-Atlantique par rapport à la norme France et la façade atlantique
-> **un point positif pour cibler certains segments de clientèle habituellement sensibles comme les familles et les jeunes**



ACCUEIL PAR LES PROFESSIONNELS salué dans toutes les filières.
-> **Un accueil humain par les professionnels compétitif, chaîne d'accueil bien maîtrisée, levier puissant de satisfaction**



DIVERSITÉ DES PLAGES soulignée notamment par les familles



BEAUTÉ, PROPRIÉTÉ, ET SÉCURITÉ DES PLAGES moins bien évaluées, surtout par les seniors
-> **point de vigilance**



Une satisfaction en dessous des normes pour les activités nautiques, notamment chez les jeunes
-> **S'assurer de la visibilité de l'offre, bien communiquer sur l'existant**

Touche pas à mon spot 2021



Le projet 2021 : un événement en deux temps :

1. **Une action pour les pros : Formation / Sensibilisation Nautisme Biodiversité et Pollution plastique** dispensée le 29 mars 2021 par Surfrider Foundation Europe et le pôle biodiversité de Loire-Atlantique développement
2. **Une action grand public : Une journée évènementielle** le 5 juin 2021 de ramassage des déchets à pied ou en embarcation **alliant le plaisir de la pratique nautique à la préservation de l'environnement.** Ceci impliquant de façon simultanée différents acteurs : office de tourisme, professionnels du nautisme et association environnementales en Loire-Atlantique,





SURFRIDER FOUNDATION EUROPE (1990)

Plusieurs milliers de bénévoles répartis sur 47 antennes locales et 12 pays européens



LES MISSIONS DE L'ASSOCIATION

1. **Sensibiliser** le plus grand nombre à la préservation des océans
2. **Mesurer** des pollutions dans le milieu naturel
3. **Plaidoyer** à la cause de l'océan et de l'environnement auprès des institutions décisionnelles



L'ANTENNE SFE DE LOIRE-ATLANTIQUE

- > Une vingtaine de bénévoles
- > **Initiatives Océanes, journées de sensibilisation, MER XXL, Plastic Origins Erdre (comptage des plastiques)**, animations scolaires et professionnelles, etc.

En 2020, **3 742 sacs de déchets** ont été collectés en France au cours des Initiatives Océanes *

EXPÉRIMENTATION 2020

42 PARTICIPANTS

181 KG DE DÉCHETS
RÉCOLTÉS

2 SPOTS

3 CLUBS
NAUTIQUES

2 ASSOCIATIONS
ENVIRONNEMENTALES
LOCALES

2 TYPES D'ACTIVITES
NAUTIQUES

EDITION 2021

284 PARTICIPANTS

1 TONNE DE DÉCHETS
RÉCOLTÉS

7 SPOTS

5 OFFICES DE TOURISME
PARTENAIRES

14 CLUBS
NAUTIQUES

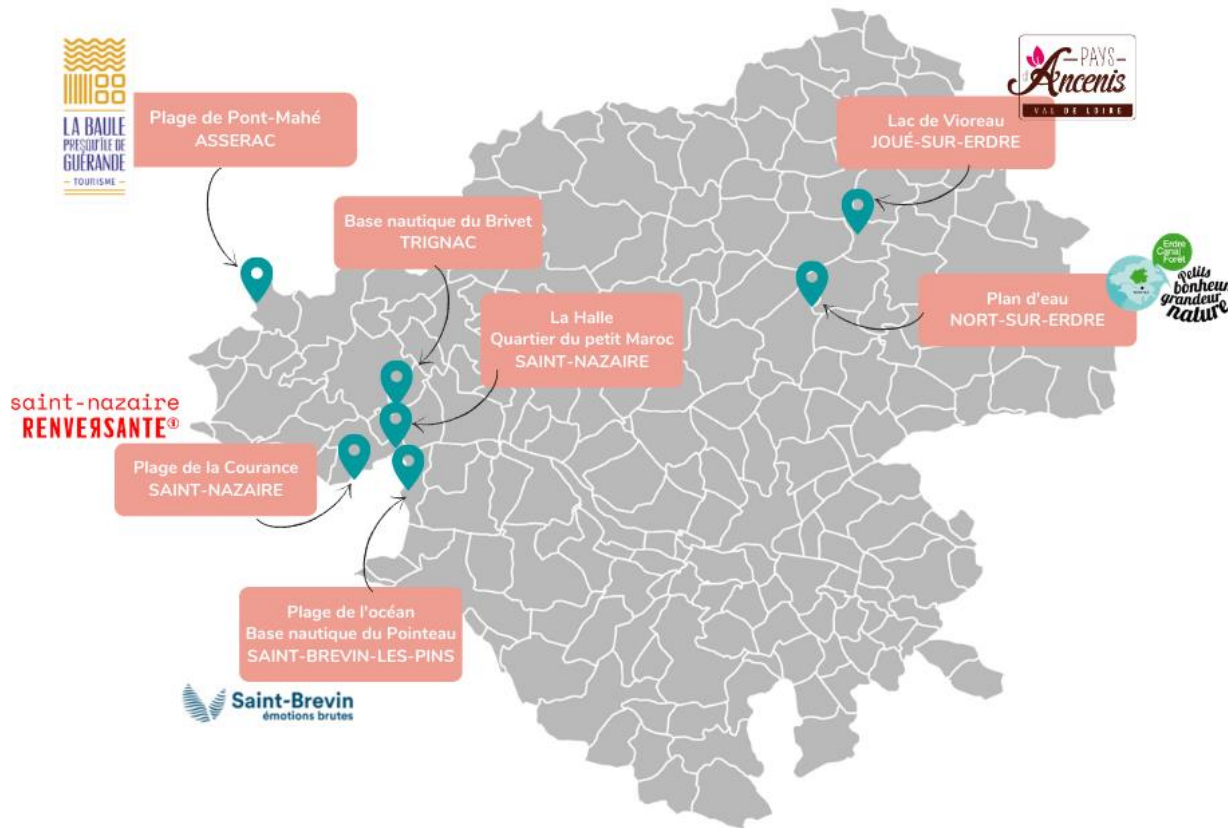
9 ASSOCIATIONS
ENVIRONNEMENTALES
LOCALES

6 TYPES D'ACTIVITES
NAUTIQUES

*Source : Surfrider Foundation Europe

5 JUIN 2021

LES SPOTS ET OFFICES DE TOURISME PARTENAIRES



TOUCHE PAS À MON SPOT ! | SAMEDI 5 JUIN 2021

ASSOCIEZ ACTIVITÉS NAUTIQUES ET RAMASSAGE DE DÉCHETS EN LOIRE-ATLANTIQUE !

Informations et liste des animations sur la page Facebook « Tourisme en Loire-Atlantique »

Logos: SURFRIDER, Loire-Atlantique développement

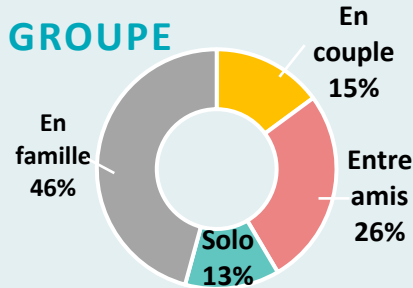
RETOURS LIES A L'EVENEMENT GRAND PUBLIC

100%
des participants sont
**satisfaits (14,5%) ou
très satisfaits (85,5%)**
de l'évènement.

100%
des participants sont prêts à
renouveler ce type d'activité

100%
des participants sont prêts à
recommander ce type d'activité

TYPE DE GROUPE



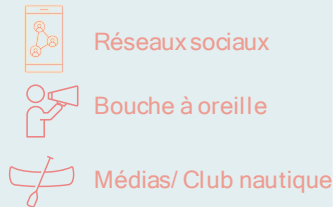
Communes d'origine

52%
Habitent sur la
commune du spot où
ils se sont rendus

Moyen de transport



Connaissance de l'action



Principale motivation

- 1 Sensibilisation à l'environnement
- 2 Un moment ludique
- 3 Un moment sportif

85%

Des participants considèrent
le **volet développement
durable comme un critère
de choix** dans leurs pratiques
de loisirs



69%
avaient **déjà pratiqué du
ramassage de déchets**



39%
pratiquent des
activités nautiques
plusieurs fois par an

RETOURS PARTENAIRES : CLUBS NAUTIQUES ET ASSOCIATIONS ENVIRONNEMENTALES

60%

des participants sont prêts
à renouveler la formation
terrain

100%

ont apprécié participer à
cet événement *

100%

des participants seraient
partants pour une éventuelle
prochaine édition

POINTS FORTS



- « Pouvoir agir avec du public, enfin ! »
- « Lier la pratique du sport à la préservation de l'environnement »
- « Bon équipement pour les stands (tables, tonnelle). Lieu agréable »
- « Responsabiliser les personnes pratiquants une activité sportive sur les déchets »
- « Cohésion et partage »
- « La complémentarité des partenaires présents sur le site »
- « Présence de Surfrider »

POINTS FAIBLES



- « Jauges dues aux mesures sanitaires »
- « Absence d'un espace buvette pour la convivialité. »
- « Manque de matériel spécifique pour le ramassage en bateau »
- « La météo (manque de vent malheureusement) »

*15 répondants sur 20 au questionnaire

UNE ACTION POUR LES PROS : FORMATION / SENSIBILISATION NAUTISME BIODIVERSITÉ ET POLLUTION PLASTIQUE

14 PARTICIPANTS

2

Personnes
représentant
des **clubs
nautiques**

6

Personnes
représentant des
**associations
environnementales**

6

Personnes
représentant
des **institutions**

POINTS FORTS

« La partie que je connaissais moins présentée par Paule m'a apporté beaucoup **de nouvelles informations** »

« Utile d'avoir un **rafraichissement des connaissances liée à la pollution plastique** »

« Les **éléments concrets** liés à l'organisation de la journée du 5/6 : **collecte + respect de la biodiversité** lors de cette collecte »

100% ont déclaré avoir obtenu assez d'informations afin de pouvoir sensibiliser le public lors de la journée nautisme durable *

*8 répondants sur 14 questionnaires



Réseaux sociaux = 1^{er} moyen de connaissance de l'événement Touche pas à mon spot !

- Événement Facebook = plus de **530** personnes intéressées
- Instagram = relai en stories avant, pendant et après l'événement
- Campagne Facebook/Instagram sponsorisée = **56 800** personnes touchées dont 32 000 qui viennent du sponsoring (56%)
- Twitter et LinkedIn = relais institutionnels



Influenceurs = une communauté Instagram totale de + de **22.000 abonnés**

Participation de **5 influenceurs locaux** sur l'ensemble des spots



Retombées media = nombreuses et variées !

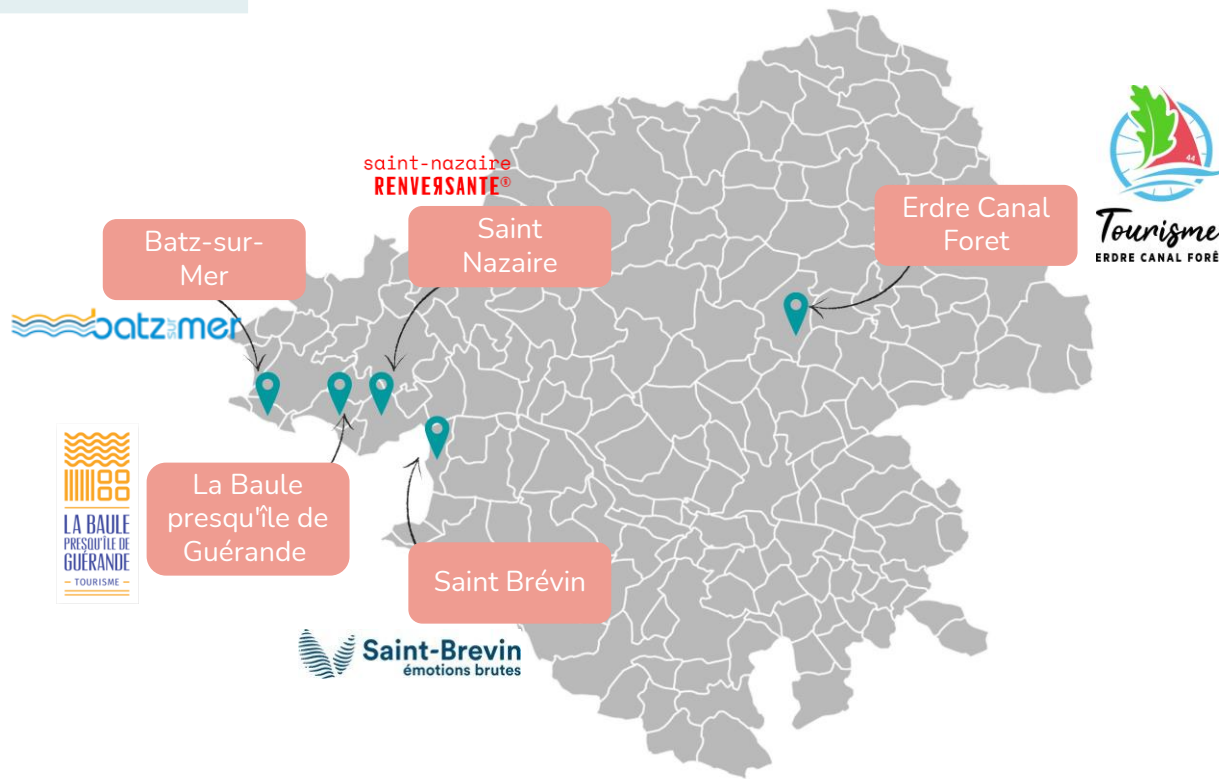
- Radio = **5 interviews**
- TV = **1 matinale**
- Presse écrite et digitale = **8 parutions**



Touche pas à mon spot 2022



5 territoires engagés



LE SAMEDI 11 JUIN
2022

FORMATION NAUTISME, BIODIVERSITÉ ET POLLUTION PLASTIQUE 2022

FORMATION « NAUTISME,
BIODIVERSITÉ ET POLLUTION
PLASTIQUE » 2022 – **OUVERT
A TOUS LES ACTEURS DU
NAUTISME**



**LES 22 MARS 2022 A NORT SUR ERDRE ET
LE 24 MARS 2022 A PIRIAC-SUR-MER**

GRATUIT & SUR INSCRIPTION

INTERVENANTS

- **Paule Gaudouin**, chargée de mission écologique à Loire Atlantique Développement
- **Théo Bouckaert** de Surfrider Foundation Europe, antenne de Loire-Atlantique
- **Gwendoline Monnier** de la Fédération des ami.e.s de l'Erdre
- **Emmanuelle Croizer** du CPIE Loire Océane

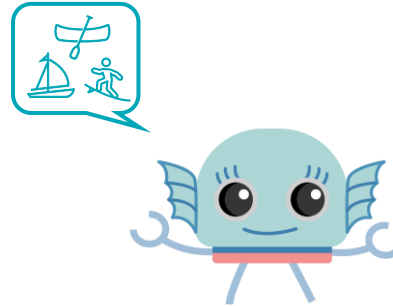
CONTENU

- **1H30 sur la biodiversité :**
 - Une partie théorique sur la biodiversité
 - Observation de la biodiversité locale.
 - Animation ludique
- **1H00 sur la pollution plastique :**
 - Rappel des chiffres clé et des étapes de la collecte de déchets
 - Observation des déchets sur site.

AELA



AELA – LE CHATBOT



Aela, c'est quoi ?

Un robot à qui l'on peut poser des questions sur l'offre nautique en Loire-Atlantique et qui **accompagne l'utilisateur dans sa démarche de choix d'activité/de prestataire, de manière simple et ludique.** Il est accessible depuis notre site et nos réseaux sociaux.

Aela, pourquoi ?

L'objectif d'Aela, c'est de **valoriser l'offre et les prestataires nautiques** en Loire-Atlantique et de rendre **l'expérience utilisateur plus agréable.**

Aela a besoin de vous !

Aela fait peau neuve, pour être plus simple, plus agréable, plus ludique !

L'objectif : **faciliter la rencontre entre le client et vous, les prestataires nautiques !**



Phase de test d'Aela :
du lundi 28 février au vendredi 4 mars inclus