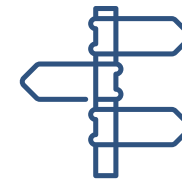
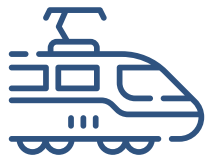




PROFIL DES TOURISTES EN LOIRE-ATLANTIQUE SELON LEUR MOYEN DE TRANSPORT



PROFIL DES TOURISTES EN LOIRE-ATLANTIQUE

SELON LEUR MOYEN DE TRANSPORT

Le regard de Loire-Atlantique développement :

Réduire le recours à l'avion pour l'environnement, l'économie locale et l'expérience touristique

Opter pour un mode de transport alternatif à l'avion n'est pas seulement un acte écologique, c'est aussi une décision qui soutient l'économie locale et enrichit l'expérience touristique. C'est une invitation à voyager de manière plus consciente, à découvrir les charmes de notre département et des régions traversées à un rythme qui respecte l'environnement et valorise les patrimoines.

D'un point de vue écologique, l'avion est l'un des moyens de transport les plus polluants. Dans un contexte d'urgence climatique faisant de l'objectif de réduction des émissions de CO2 une nécessité, encourager les voyages en train, en voiture partagée, à vélo ou même à pied pour les courts séjours est une démarche en cohérence avec les objectifs de développement durable. La Loire-Atlantique est particulièrement soumise aux effets du réchauffement climatique : recul du trait de côte, sécheresses à répétition, etc. Elle fait par ailleurs de la préservation de ses patrimoines naturels et paysagers l'une des pierres angulaires de sa stratégie de développement et favorise, en cela, une approche de découverte de son territoire respectueuse de l'environnement.

Enfin, l'expérience culturelle et le rythme de voyage sont profondément impactés par le choix du mode de transport. L'avion, souvent choisi pour sa rapidité, déconnecte le voyageur du territoire qu'il traverse. En revanche, un mode de transport plus lent offre une immersion progressive dans le cadre local, permettant de saisir l'essence de la Loire-Atlantique, de ses paysages fluviaux aux marais salants, en passant par ses vignobles, ses villes et stations balnéaires.

La voiture individuelle est utilisée dans près de trois voyages sur quatre pour se rendre en Loire-Atlantique. Là aussi, des alternatives peuvent être déployées pour proposer un accès moins carboné à notre département, richement doté en lignes ferroviaires et autres itinéraires cyclables !

*Travelsat Index 2021 - TCI Research - Loire-Atlantique développement

COMMENT EST-CE QUE JE ME DÉPLACE ? POUR VENIR EN LOIRE-ATLANTIQUE



VOITURE
73 %

TRAIN
13 %

AVION
11 %



CAMPING-CAR,
VAN OU FOURGON
AMÉNAGÉ
6 %

VÉLO
5 %

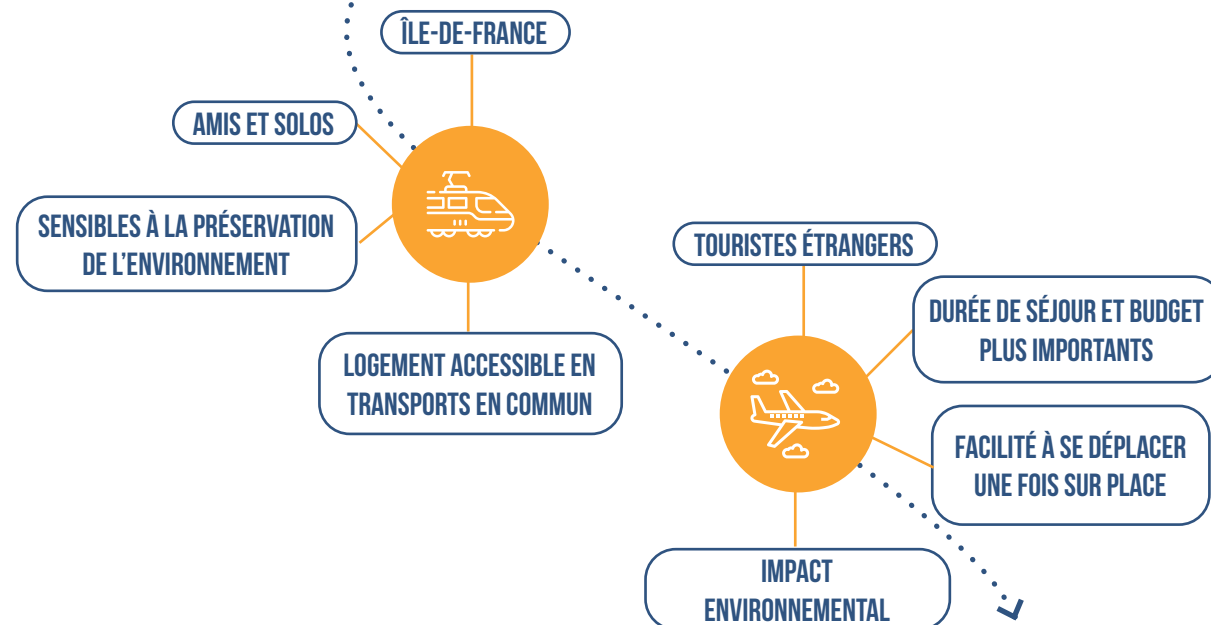
FREQUENCE D'UTILISATION DURANT MON SÉJOUR

45 % UTILISENT LEUR VÉHICULE
PERSONNEL TOUS LES JOURS

55 % SE DÉPLACENT À PIED
OU À VÉLO TOUS LES JOURS

69 % N'UTILISENT JAMAIS LES TRANSPORTS
EN COMMUN DURANT LEUR SÉJOUR

85 % N'UTILISENT JAMAIS LE TRAIN / TER
DURANT LEUR SÉJOUR



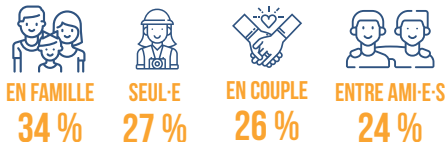
LES TOURISTES VENANT EN AVION 1/2



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

QUI SUIS-JE ?

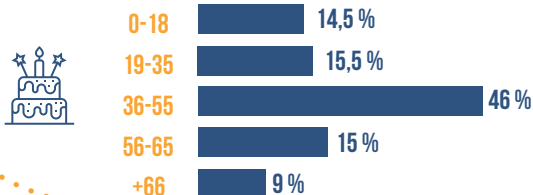
MON GROUPE



2 PERSONNES EN MOYENNE

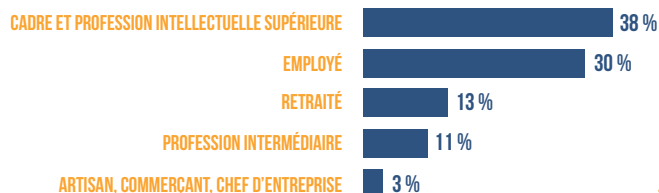
17% DES SÉJOURS SONT RÉALISÉS AVEC DES ENFANTS

MON ÂGE



MA CATÉGORIE

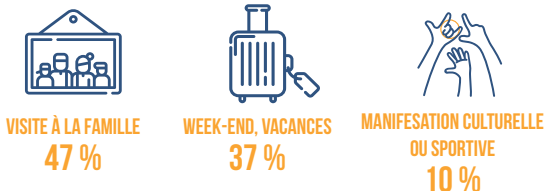
SOCIO-PROFESSIONNELLE (TOP 5)



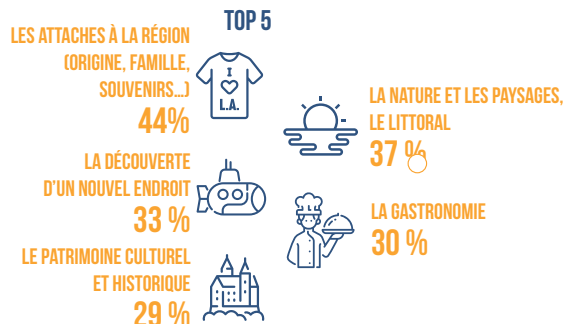
MON ORIGINE (EN % DE NUITÉES)

FRANÇAIS 21 %
ÉTRANGERS 79 %

MOTIF DE MON SÉJOUR



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

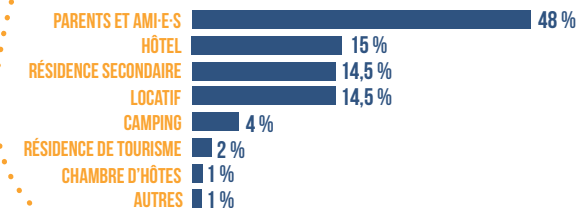


QUEL EST MON HÉBERGEMENT ?

HÉBERGEMENT MARCHAND 36 %
HÉBERGEMENT NON-MARCHAND 63 %



OÙ EST-CE QUE JE DORS ?



DURÉE DE SÉJOUR

6,2 NUITS

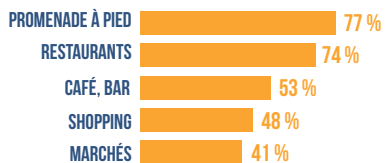
PÉRIODE DE SÉJOUR

CŒUR DE SAISON 14,5 %
BORD DE SAISON 30,5 %
HORS SAISON 55 %

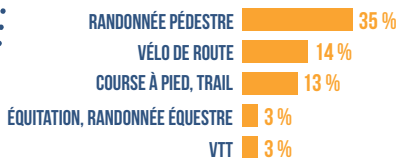
LES TOURISTES VENANT EN AVION 2/2

QU'AI-JE FAIT DURANT MON SÉJOUR ?

99% PRATIQUENT DES LOISIRS (TOP 5)



39% FONT DU SPORT (TOP 5)



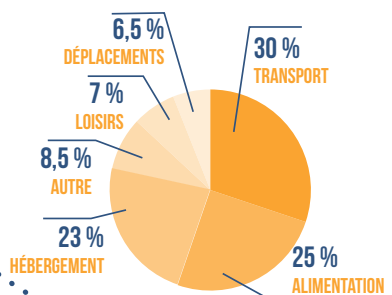
80% FONT DES VISITES (TOP 5)



COMBIEN AI-JE DÉPENSÉ ?

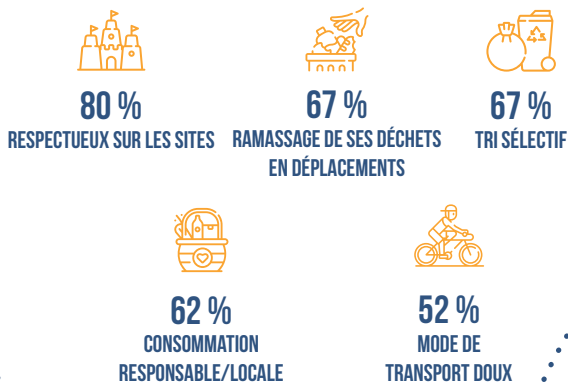


MES POSTES DE DÉPENSES



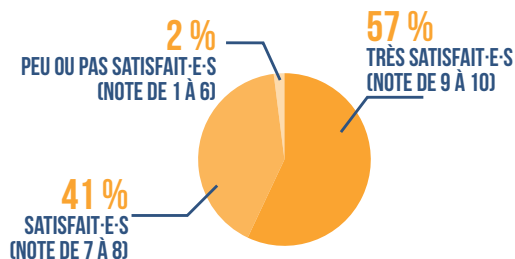
AI-JE PROTÉGÉ MON ENVIRONNEMENT ?

76 %
 DES TOURISTES DÉCLARENT AGIR POUR DIMINUER L'IMPACT DE LEUR SÉJOUR SUR L'ENVIRONNEMENT



AI-JE AIMÉ MON SÉJOUR ?

8,7/10
 NOTE DE SATISFACTION GLOBALE



CE QUI PLAÎT LE PLUS (TOP 5)

1. FACILITÉ À SE DÉPLACER UNE FOIS SUR PLACE
2. GASTRONOMIE ET PRODUITS LOCAUX
3. RESTAURANTS
4. PATRIMOINE HISTORIQUE (MONUMENTS, MUSÉES...)
5. ACTIVITÉS CULTURELLES ET DE LOISIRS

CE QUI PLAÎT LE MOINS (TOP 5)

1. ARTISANAT LOCAL
2. ACTIVITÉS NAUTIQUES
3. NOMBRE DE VISITEURS
4. CHEMINS DE RANDONNÉE, VOIES RÉSERVÉES AUX VÉLOS
5. PRÉSERVATION DE L'ENVIRONNEMENT

JE RECOMMANDE LA LOIRE-ATLANTIQUE

62,5 %

DES TOURISTES QUI VIENNENT EN AVION SONT CERTAINS OU QUASI CERTAINS DE RECOMMANDER LEUR LIEU DE SÉJOUR À LEUR ENTOURAGE

À RETENIR

- 11% des touristes de Loire-Atlantique utilisent l'avion pour venir sur le département.
- Leurs profils sont très variés mais l'on retrouve en tête du classement les familles et les personnes seules, suivies des couples et des amis. Seulement 17% de leurs séjours sont réalisés avec des enfants.
- Près de la moitié d'entre eux ont entre 36 et 55 ans.
- Ils ont choisi la Loire-Atlantique comme lieu de séjour en raison de leurs attaches à la région, ils sont d'ailleurs près de la moitié à être hébergés chez leurs proches. Ils vont ensuite choisir l'hôtellerie comme premier hébergement marchand.
- Ils viennent également sur le département pour son patrimoine naturel et culturel, pour découvrir un nouvel endroit ainsi que pour sa gastronomie.
- 80% des nuitées réalisées par des touristes venant en avion sont le fait de touristes étrangers contre 20% de nuitées françaises.
- Ces touristes ont une durée de séjour plus longue que la moyenne et un budget plus conséquent notamment consacré pour près d'1/3 aux transports.
- Ces touristes sont particulièrement satisfaits de leur séjour et ce, pour la facilité à se déplacer une fois sur place, pour la gastronomie et les restaurants, le patrimoine ou encore les activités proposées sur le territoire.
- Ces touristes, qui ont choisi le mode de transport le plus polluant pour venir sur le territoire sont également moins nombreux que la moyenne à déclarer agir pour réduire leur impact environnemental durant leur séjour. L'impact de ces flux sur le territoire est donc à considérer pleinement dans les stratégies de développement touristique départementales.

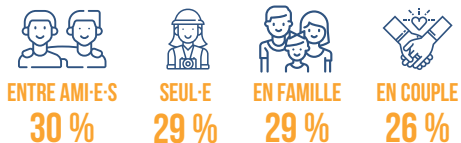
LES TOURISTES VENANT EN TRAIN 1/2



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

QUI SUIS-JE ?

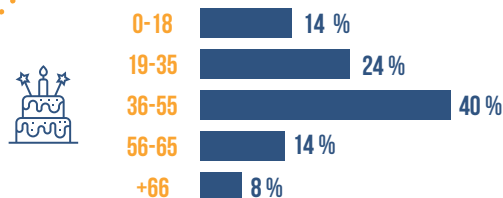
MON GROUPE



2,1 PERSONNES EN MOYENNE

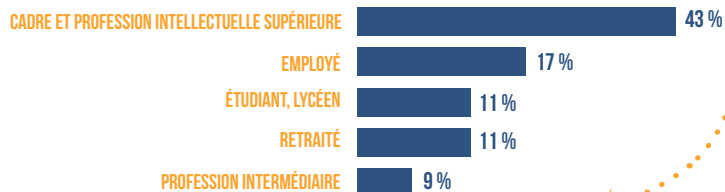
19% DES SÉJOURS SONT RÉALISÉS AVEC DES ENFANTS

MON ÂGE



MA CATÉGORIE

SOCIO-PROFESSIONNELLE (TOP 5)

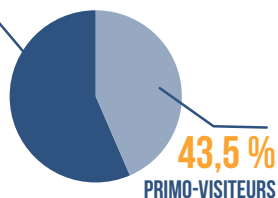


SUIS-JE DÉJÀ VENU-E ?

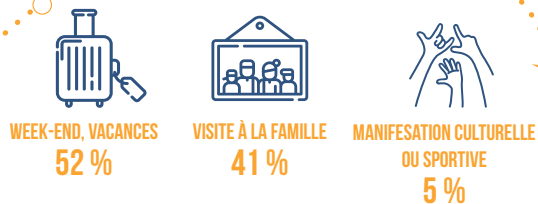
MON ORIGINE (EN % DE NUITÉES)

FRANÇAIS 66 % → DONT 56 % ÎLE-DE-FRANCE
ÉTRANGERS 34 %

56,5 % DES VISITEURS SONT DÉJÀ VENUS EN LOIRE-ATLANTIQUE

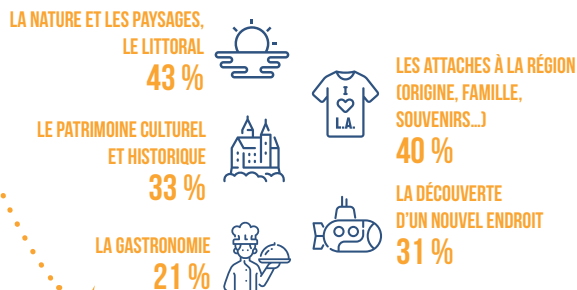


MOTIF DE MON SÉJOUR



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

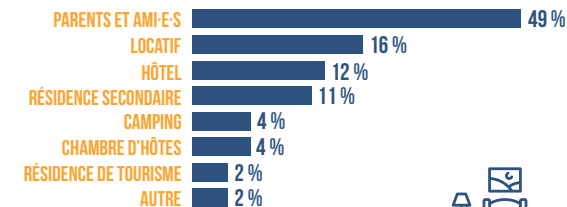
TOP 5



QUEL EST MON HÉBERGEMENT ?



OÙ EST-CE QUE JE DORS ?



JE L'AI CHOISI POUR...



DURÉE DE SÉJOUR

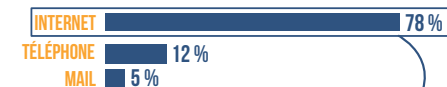


PÉRIODE DE SÉJOUR

CŒUR DE SAISON 27 %
BORD DE SAISON 37 %
HORS SAISON 36 %

MA RÉSERVATION

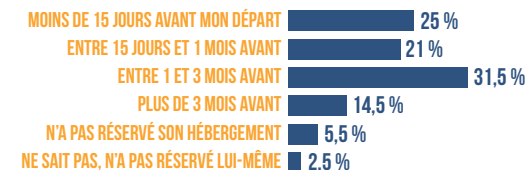
COMMENT ?



SUR QUEL SITE ? TOP 3

1. AIRBNB 37 %
2. BOOKING 33 %
3. SITE DE L'HÉBERGEUR 12 %

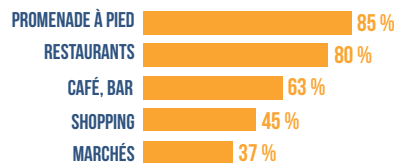
COMBIEN DE TEMPS À L'AVANCE ?



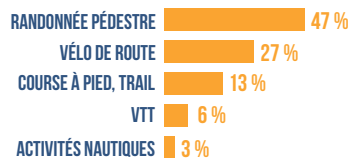
LES TOURISTES VENANT EN TRAIN 2/2

QU'AI-JE FAIT DURANT MON SÉJOUR ?

99% PRATIQUENT DES LOISIRS (TOP 5)



40% FONT DU SPORT (TOP 5)



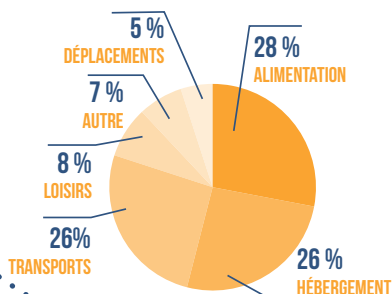
82% FONT DES VISITES (TOP 5)



COMBIEN AI-JE DÉPENSÉ ?



MES POSTES DE DÉPENSES



AI-JE PROTÉGÉ MON ENVIRONNEMENT ?



82%
DES TOURISTES DÉCLARENT AGIR POUR DIMINUER L'IMPACT DE LEUR SÉJOUR SUR L'ENVIRONNEMENT



74 %
RESPECTUEUX SUR LES SITES



74 %
MODE DE TRANSPORT DOUX



68 %
TRI SÉLECTIF



67 %
TRANSPORTS COLLECTIFS

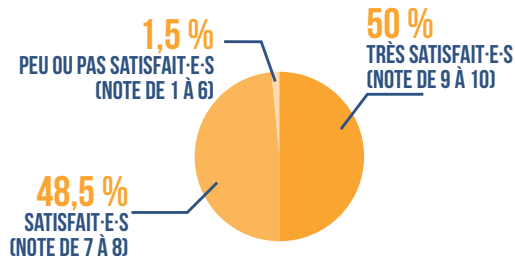


66 %
RAMASSAGE DE SES DÉCHETS EN DÉPLACEMENTS

AI-JE AIMÉ MON SÉJOUR ?



8,6/10
NOTE DE SATISFACTION GLOBALE



CE QUI PLAÎT LE PLUS (TOP 5)

1. FACILITÉ À SE DÉPLACER UNE FOIS SUR PLACE
2. GASTRONOMIE ET PRODUITS LOCAUX
3. RESTAURANTS
4. PATRIMOINE HISTORIQUE (MONUMENTS, MUSÉES...)
5. ACTIVITÉS CULTURELLES ET DE LOISIRS

CE QUI PLAÎT LE MOINS (TOP 5)

1. ARTISANAT LOCAL
2. ACTIVITÉS NAUTIQUES
3. SHOPPING, MAGASINS
4. ANIMATION, AMBIANCE
5. PRÉSERVATION DE L'ENVIRONNEMENT

JE RECOMMANDE LA LOIRE-ATLANTIQUE

63 %

DES TOURISTES QUI VIENNENT EN TRAIN SONT CERTAINS OU QUASI CERTAINS DE RECOMMANDER LEUR LIEU DE SÉJOUR À LEUR ENTOURAGE

À RETENIR

- 13% des touristes de Loire-Atlantique utilisent le train pour venir sur le département.
- Leurs profils sont très variés mais l'on retrouve en tête du classement les amis et les personnes seules, suivis des familles et des couples et seulement 19% de leurs séjours sont réalisés avec des enfants.
- 43% sont cadres, mais l'on observe une part significative d'étudiants plébiscitant ce moyen de transport comme mode d'hébergement.
- 1/3 des nuitées réalisées par des touristes venant en train sont le fait de touristes étrangers contre 2/3 de nuitées françaises. Parmi celles-ci, plus de la moitié sont réalisées par des habitants d'Ile-de-France.
- Ces touristes venant en train logent principalement chez leurs proches. En ce qui concerne l'hébergement marchand ils choisissent le locatif ou l'hôtellerie prioritairement. Il est important pour eux que leur hébergement soit facilement accessible en transports en commun.
- D'ailleurs, leur premier motif de satisfaction est la facilité à se déplacer une fois sur place. Ils apprécient également la gastronomie, les restaurants, le patrimoine culturel ou encore les activités proposées sur le territoire et sont particulièrement sensibles à la préservation de l'environnement, davantage challengée selon ces touristes.

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 360 - ILLE 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 - 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