

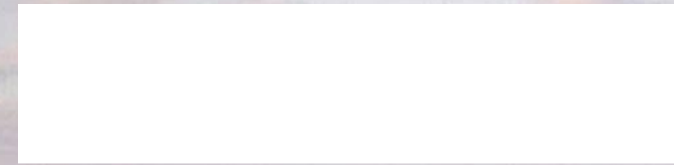
La fréquentation Touristique en Bretagne

M A I 2 0 2 3

Une étude



Tourisme
BRETAGNE BE



A photograph of two hikers walking along a dirt path on a grassy cliffside overlooking the ocean. The hiker in front is wearing a white hat and a backpack, while the second hiker is in a white t-shirt and dark pants. The water is a clear, vibrant blue.

= Sommaire

1. Présentation du dispositif

Partenaires

Méthodologie

2. Les principaux résultats

La fréquentation de la Bretagne

Les profils des visiteurs

Les caractéristiques des séjours

3. 2016 → 2022 : Les principales évolutions

Nouvelles pratiques, nouveaux comportements

Vers des vacances responsables...

La qualité de l'expérience

4. Enjeux et conclusions



01

Présentation du dispositif

Quelques éléments techniques avant d'entrer dans le vif du sujet

Les partenaires du dispositif

Une enquête régionale

Pilotage :



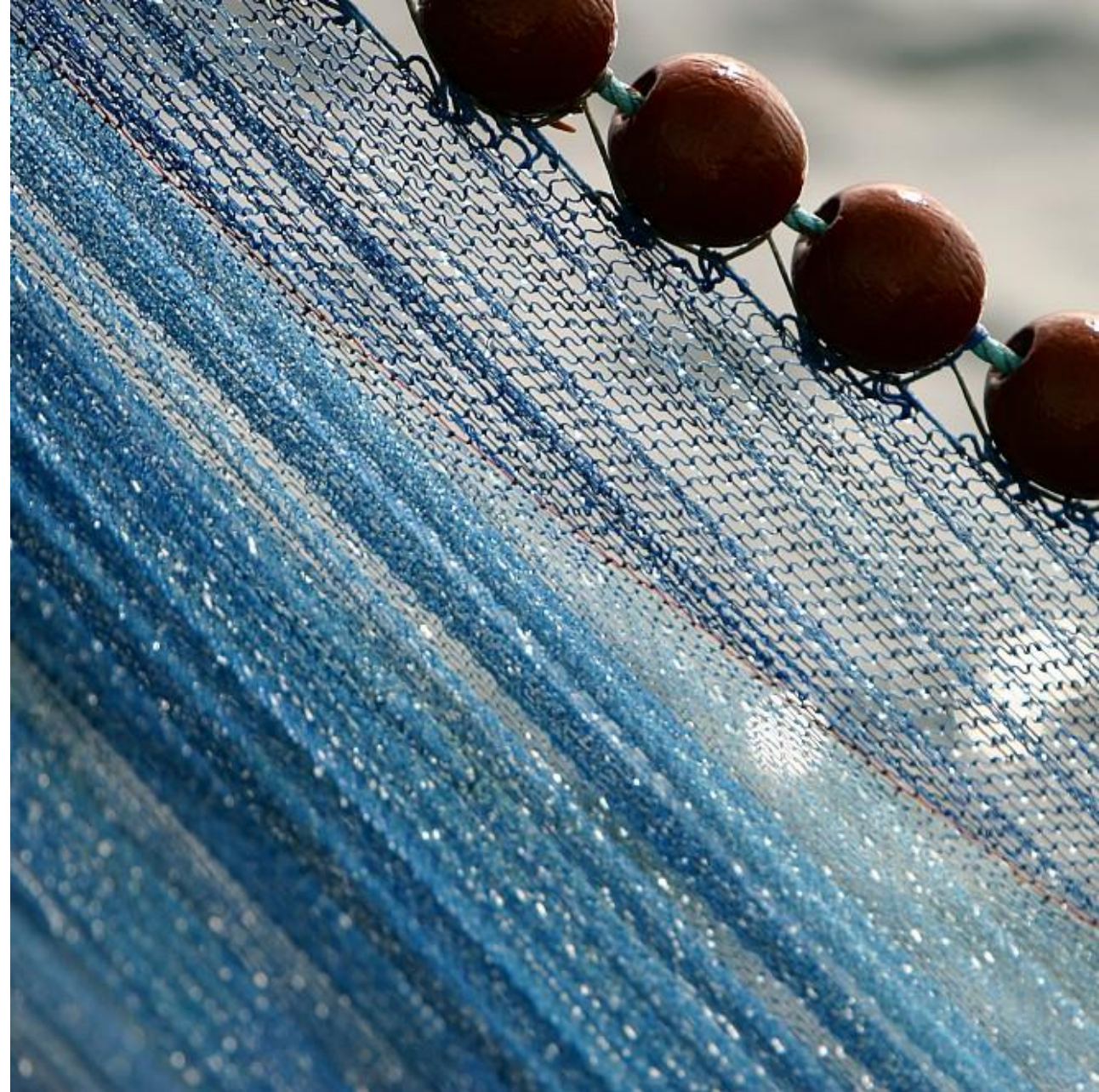
Cofinancement :



Établissement public national du Mont-Saint-Michel



Tourisme BRETAGNE BZH



Les cibles

Une photographie panoramique



Les touristes
dont les résidents secondaires



Les excursionnistes et les
résidents



Les voyageurs professionnels

Le dispositif

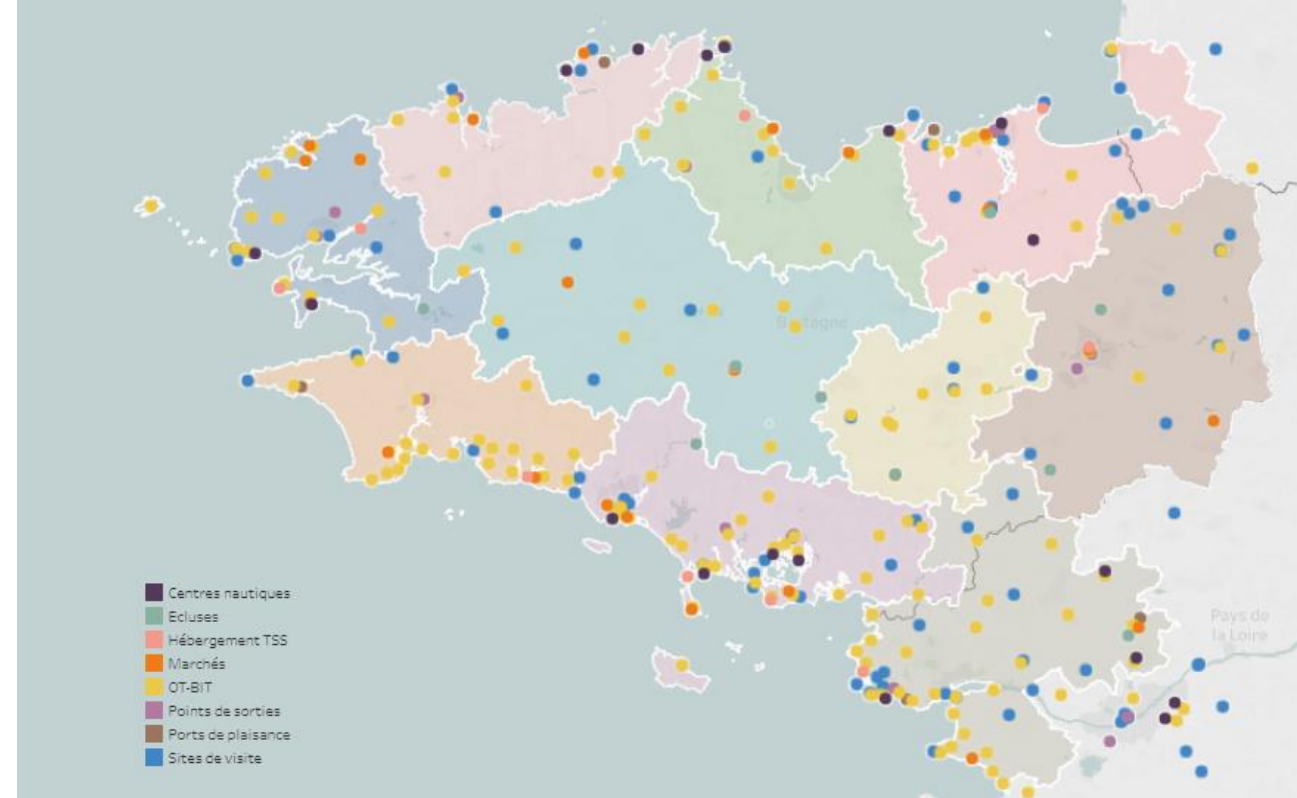
Une enquête en 2 étapes

Une enquête en face à face

- ≡ **76 sites avec la présence d'un enquêteur** : Sites de visites ; Marchés ; Points de sortie du territoire
- ≡ **265 sites partenaires, sans enquêteur** : Sites de visite ; Offices de tourisme ; Ports de plaisance ; Centres nautiques, Écluses ; Hébergements du TSS, Aires de camping-car

Une enquête en ligne post séjour

- ≡ Profil du visiteur
- ≡ Caractéristiques du séjour
- ≡ Dépenses
- ≡ Satisfaction





Quelques chiffres

Un dispositif d'envergure

Pour...
40 000
questionnaires exploités

14

*Vagues d'enquête entre
février et décembre 2022*



76

Sites avec enquêteurs



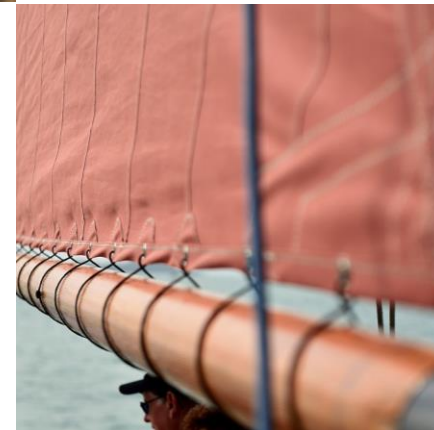
85 267

Emails valides collectés



265

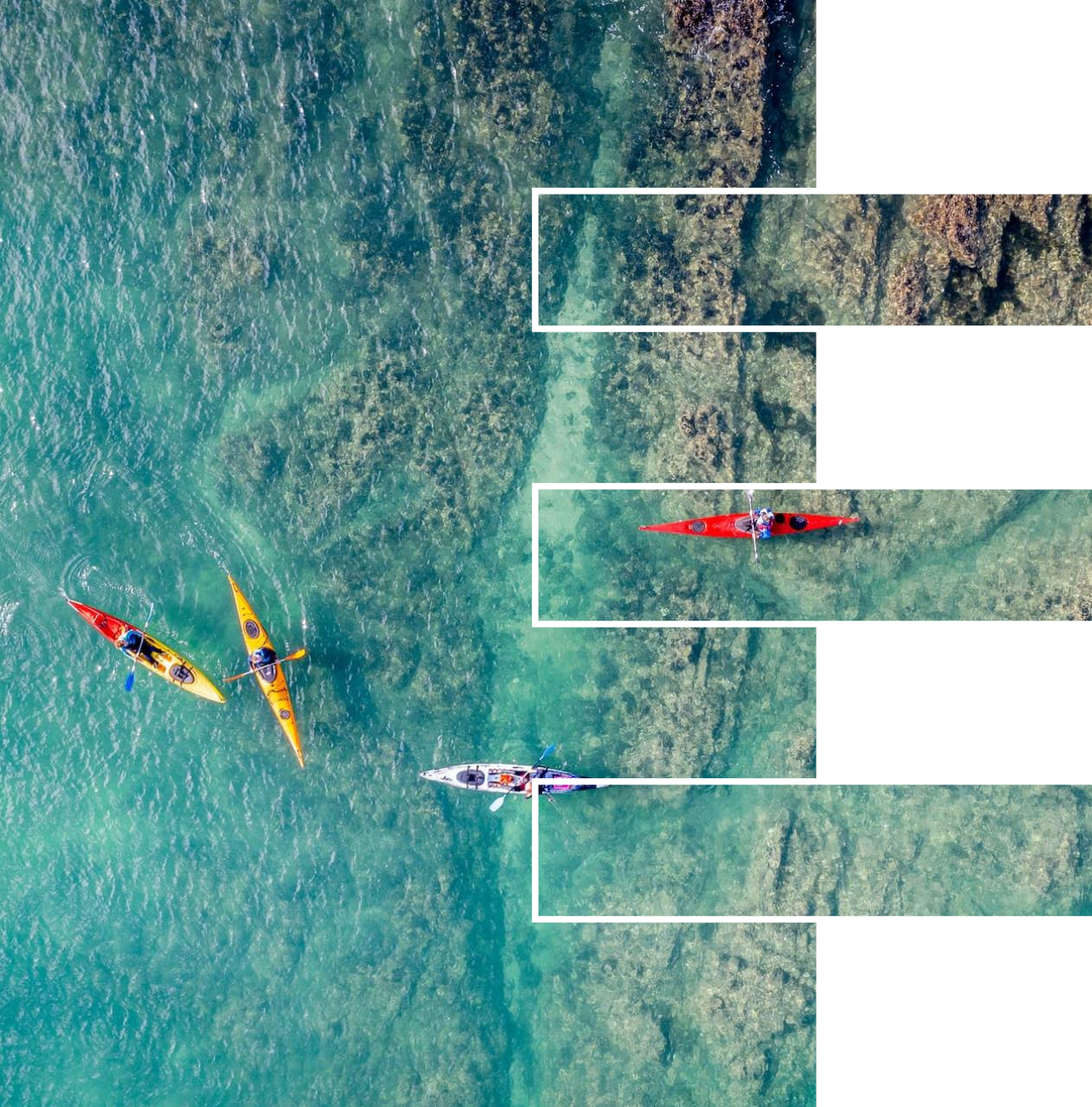
*Sites partenaires, sans
enquêteur*



959

Journées d'enquête





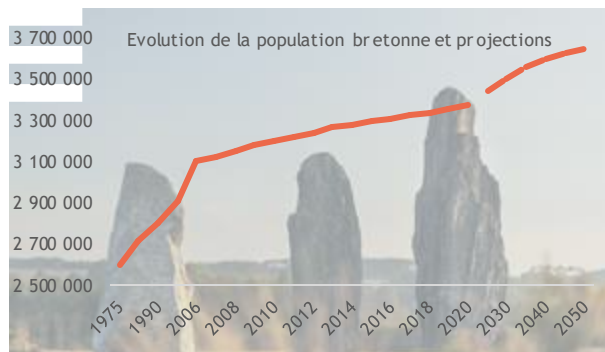
02

Les principaux résultats

Une photographie détaillée du tourisme en Bretagne

La fréquentation de la Bretagne

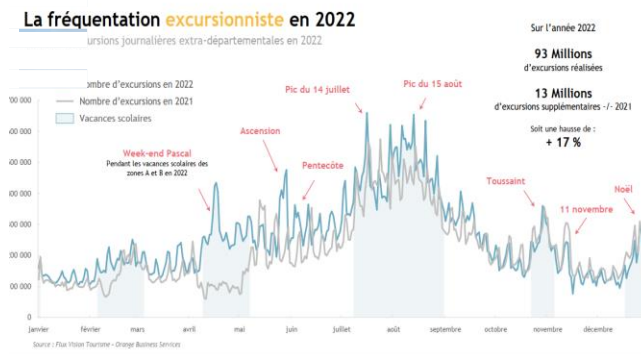
L'art de la cohabitation



Les habitants

3,3 millions

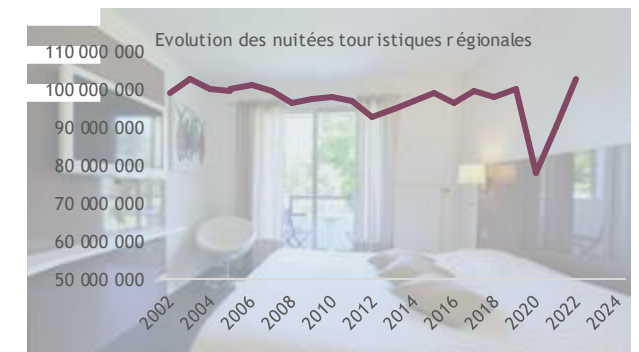
+ 450 000 résidents en Bretagne
en 20 ans



Les excursionnistes

Les visiteurs à la journée,
n'occasionnant pas de nuitées =
Les balades des Bretons en
Bretagne

93 millions d'excursions en 2022
+ 17 % en 2021 et 2022



Les touristes

Ils passent au moins une nuit sur
le territoire

109 millions de nuitées en 2022

Une fréquentation relativement
stable depuis 20 ans

Le tourisme, un secteur économique important pour la région

En termes d'emplois mais aussi de retombées économiques

80 900

Emplois touristiques en Bretagne, dont 74 100 liés à la présence de touristes



8 %

Du PIB régional au regard de la consommation touristique

La consommation touristique en Bretagne

Les dépenses réalisées par les touristes et excursionnistes en séjour dans la région

Cela comprend les dépenses en matière de :

- ≡ Hébergement (pour les touristes)
- ≡ Restauration & Alimentation
- ≡ Visites & Loisirs
- ≡ Transport & Déplacements sur place
- ≡ Entretien, rénovation (pour les résidents secondaires)

Les excursionnistes répondent quant à eux aux dépenses en matière de :

- ≡ Restauration & Alimentation
- ≡ Visites & Loisirs
- ≡ Transport

53,5



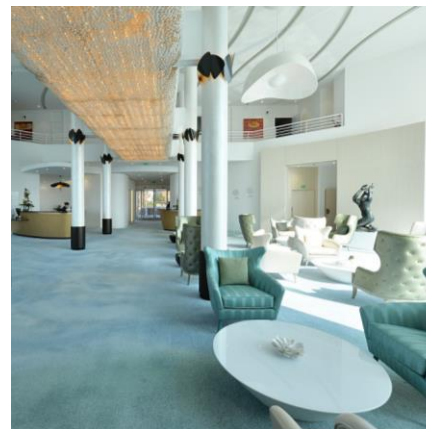
jour/personne pour les touristes



30,0



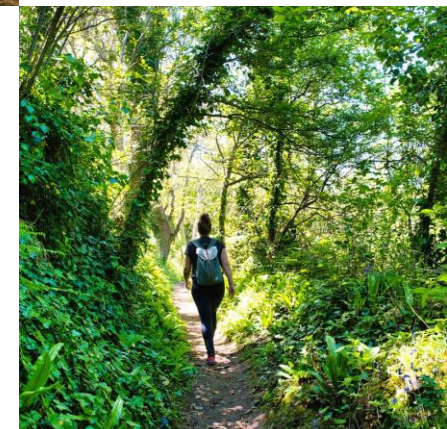
excursionnistes



9,1 milliards



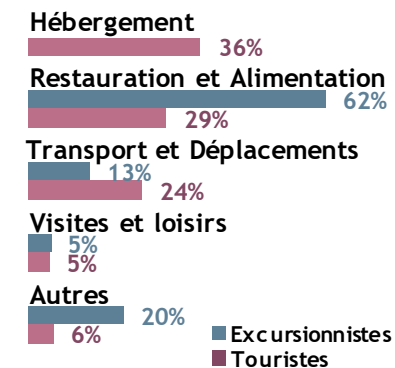
Consommation touristique totale



6 000

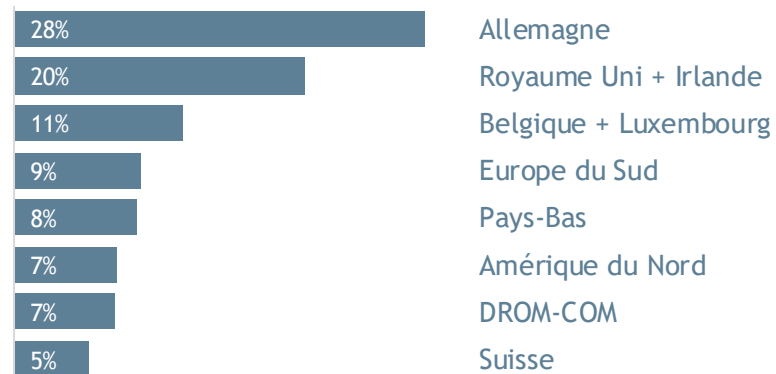
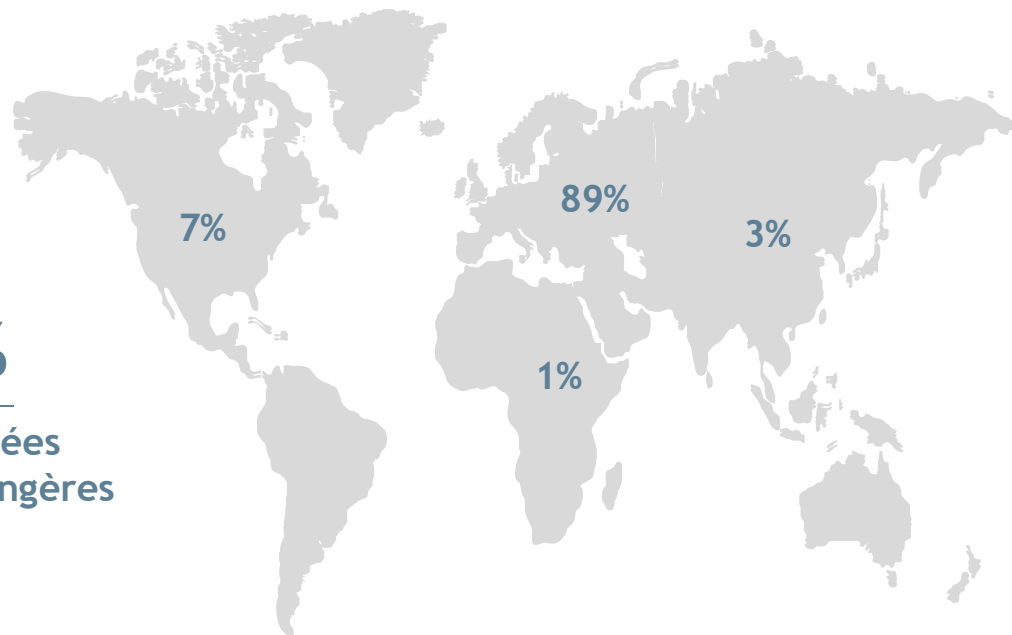
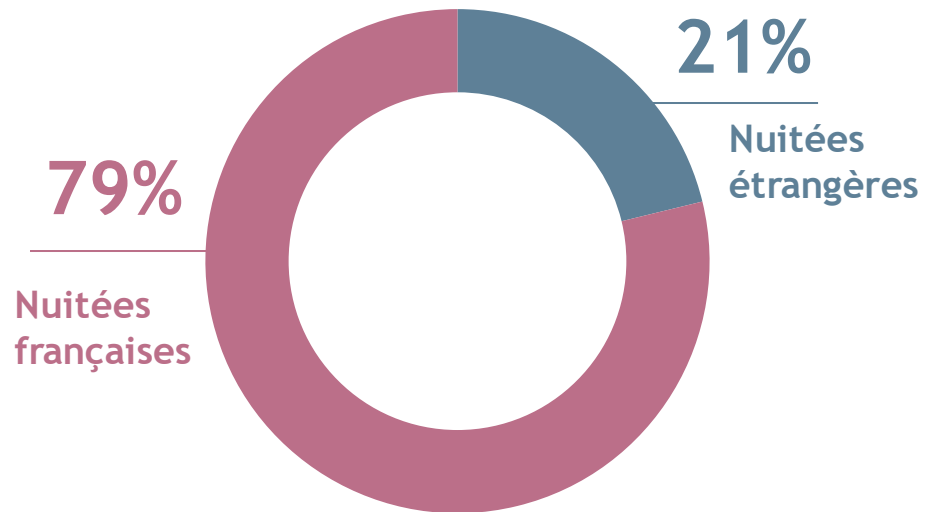
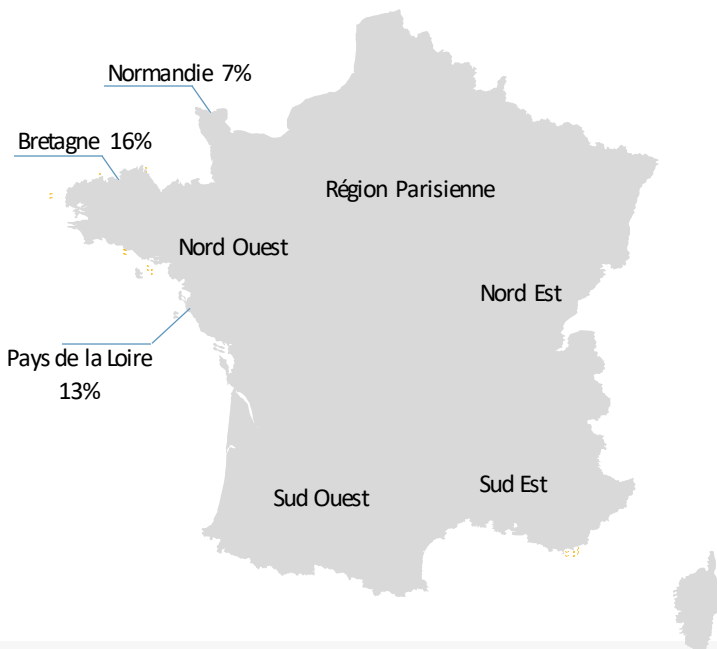


/ an en matière d'entretien, rénovation pour les résidences secondaires



D'où viennent les touristes séjournant en Bretagne ?

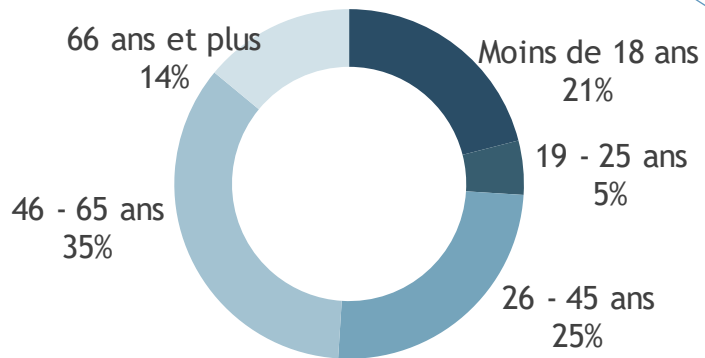
Les clientèles de proximité bien présentes



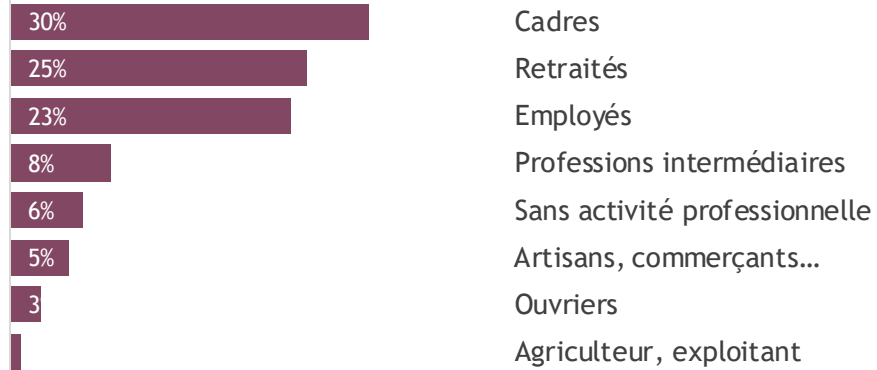
A quoi ressemblent-ils ?

Familles 42 %
Couples 40 %

Age moyen : 41,1 ans



Actifs : 70 %



Couples actifs sans enfant : 33 %

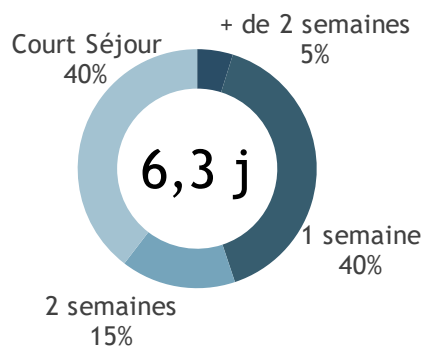
Familles avec enfants : 29 %

Retraités : 22 %

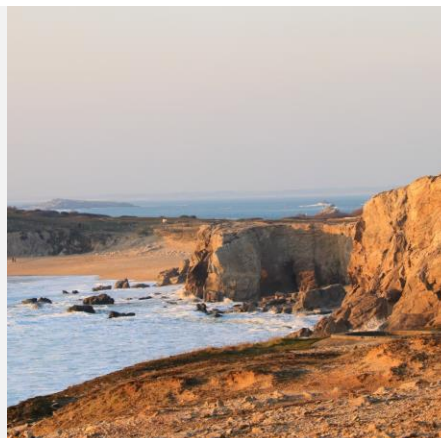
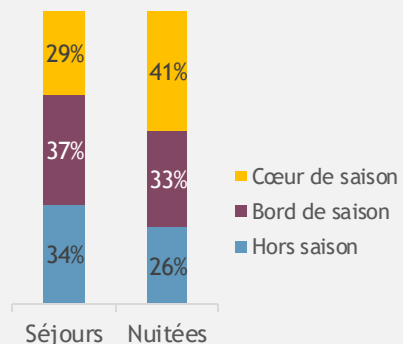
Primo visiteurs 32 %

Les caractéristiques des séjours en Bretagne

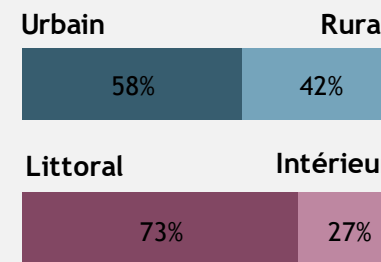
Durées des séjours



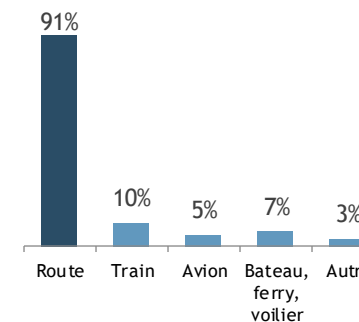
Périodes de réalisation



Lieux de séjour



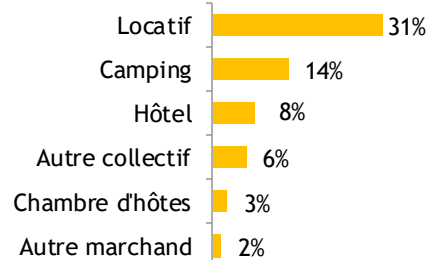
Modes de transport



Modes d'hébergement

62 %

de nuitées marchandes



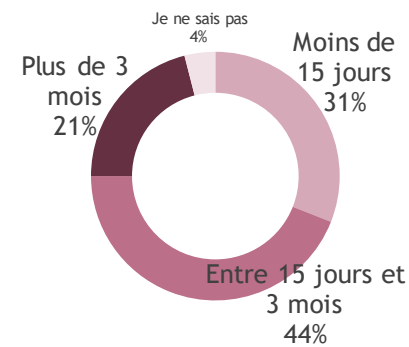
Moyens de réservation

70 %

Des réservations via Internet

1. Airbnb (27%)
2. Booking (25%)
3. Site de l'hébergeur (22%)
4. Gîtes de France (7%)
5. Abris (4%)

Délais de réservation

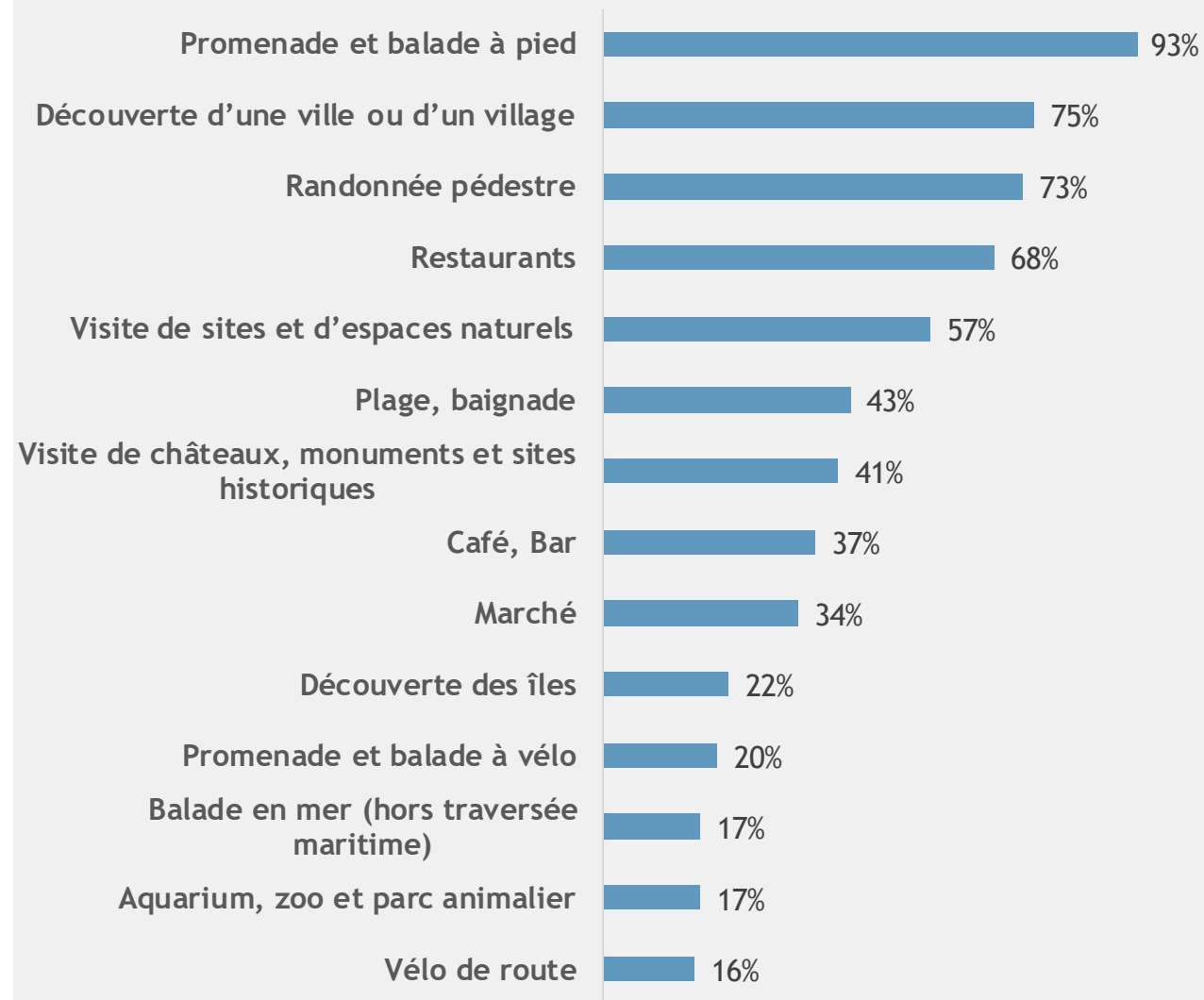


Les activités pratiquées

Les activités de pleine-nature plébiscitées ainsi que celles permettant la découverte de nos patrimoines :

- ≡ Naturel
- ≡ Culturel
- ≡ Gastronomique

Les activités pratiquées au cours du séjour





03

2016 → 2022 : Les principales évolutions

Brexit, crise sanitaire, arrivée de la LGV en Bretagne, développement des plateformes de location, prise de conscience environnementale, conflit en Ukraine et son impact sur le coût des carburants, reprise de l'inflation, ...

Ça bouge... en matière de profils de clientèle

On a +

≡ De clientèles de proximité

La part de marché des Bretons en Bretagne progresse de 6 pts / 2016.

On a -

≡ De Britanniques

Les Allemands deviennent la 1^{ère} clientèle étrangère de la Bretagne. La part de marché des Suisses et Néerlandais progresse.

≡ De personnes / groupe

La taille du foyer passe de 3,4 personnes en 2016 à 3,2 en 2022. La part des nuitées réalisées avec des enfants diminue.

+ 6 pts

De part de marché des Bretons en Bretagne depuis 2016



1^{ère} clientèle étrangère de la Bretagne

3,2 personnes

Taille du foyer moyen

↓
Des nuitées avec enfants

Ça bouge... en matière de caractéristiques des séjours

On a +

- ≡ De courts séjours, notamment en cœur de saison, signe d'une fragmentation des séjours.
- ≡ De nuitées en hébergement marchand, et notamment en hébergement locatif.
- ≡ De nuitées en Bretagne intérieure (+ 3 pts)
- ≡ De séjours réservés en dernière minute
- ≡ De pratique des activités de pleine nature (+ 25 pts pour la randonnée pédestre)
- ≡ De visites culturelles, musées, expositions... (+ 12 pts)
- ≡ De découverte de villes, villages (+9 pts)
- ≡ De séjours en itinérance, 29 % des séjours comptent plusieurs étapes dans la région (+ 9 pts)
- ≡ D'usage des outils digitaux :
En phase de préparation du séjour, pour la recherche d'informations (Internet + 15 pts), le choix d'un hébergement (+4 pts pour la lecture des avis clients), la réservation (Internet + 14 pts)

31 %
En hébergement
locatif
25 % en 2016



Airbnb
1^{er} site de réservation
27 % contre 11 %
en 2016



8,3
jours
Durée moyenne en été
9,8 jours en 2016



29 %
Des séjours en
itinérance
+ 9 pts
par rapport à 2016



57
Jours de délai
de réservation
62 jours en 2016

Vers des vacances responsables ?

Des indices qui ne trompent pas

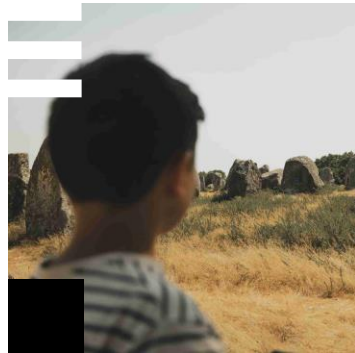


Des pratiques moins carbonées

Une clientèle de plus grande proximité

Davantage de séjours en train (+3 pts)

La mobilité douce renforcée au quotidien (3/4 des touristes)



Des visiteurs plus engagés

86 % des touristes déclarent agir pour diminuer l'impact de leur séjour sur l'environnement, une proportion multipliée par 2,5 en 6 ans



Des activités pratiquées en phase avec ces valeurs

Randonnée pédestre (+12 pts)

Visite de sites naturels (+6 pts)

Visites de parcs et jardins (+10 pts)

Découvertes des spécialités locales (+5 pts)



Des communautés satisfaites

Les touristes de leur séjour
Les excursionnistes de leur balade (95 % sont satisfaits voire très satisfaits)

Les locaux du tourisme en Bretagne : 80 % reconnaissent l'impact positif du tourisme pour la Bretagne



La recherche du confort prime en vacances !

Peur des contraintes, du manque de confort... le terme « Hébergement responsable » ne séduit pas : 7 % des touristes choisissent un hébergement parce qu'il est respectueux de l'environnement

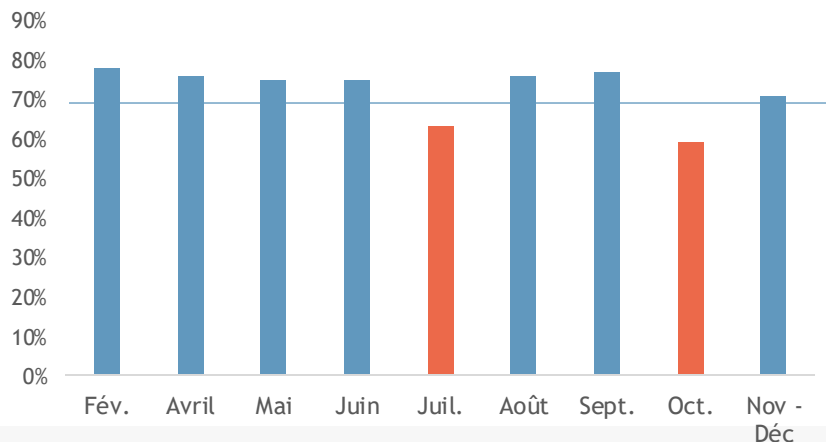
La perception du tourisme par les Bretons

Des Bretons conscients des bénéfices du tourisme, mais aussi de ses limites

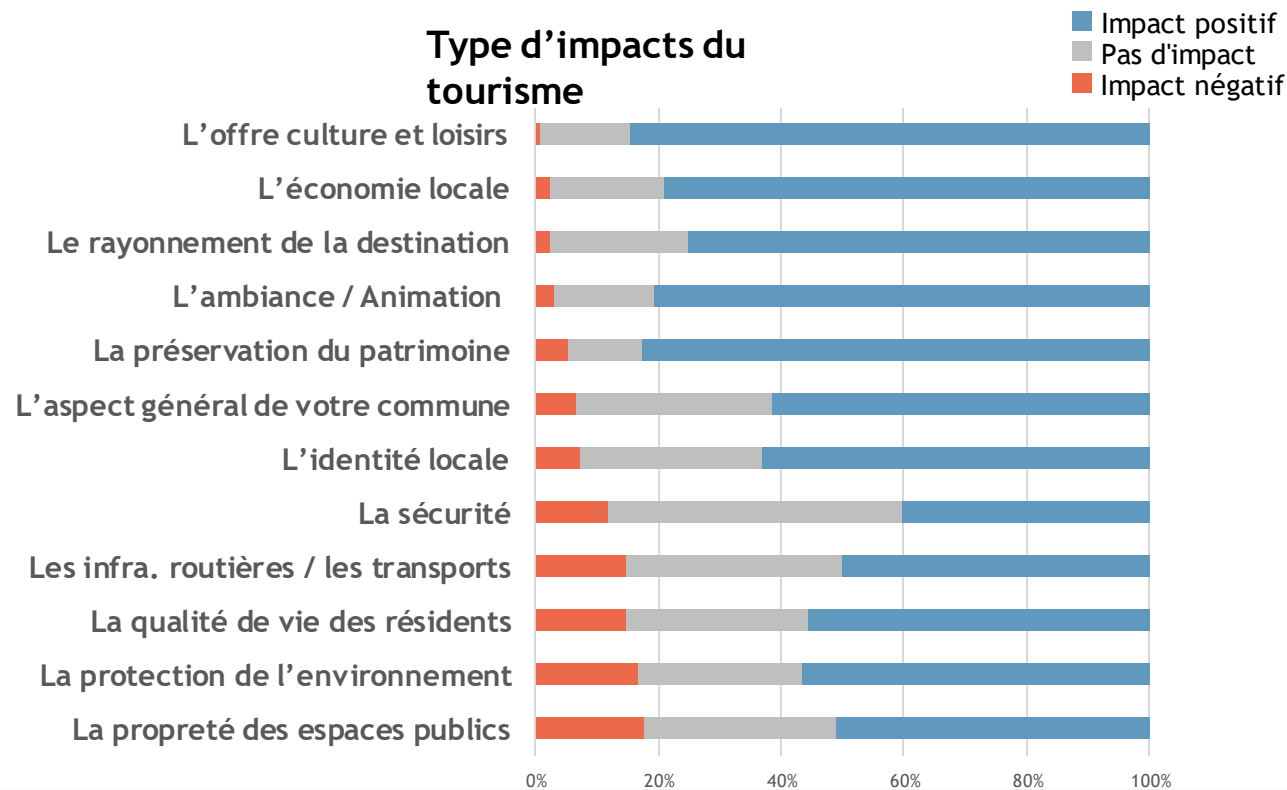
70 %

des Bretons satisfaits voire très satisfaits du développement du tourisme dans leur zone de résidence

Un score globalement stable dans l'année, à quelques exceptions près



Une vision très positive des impacts du tourisme pour notre région



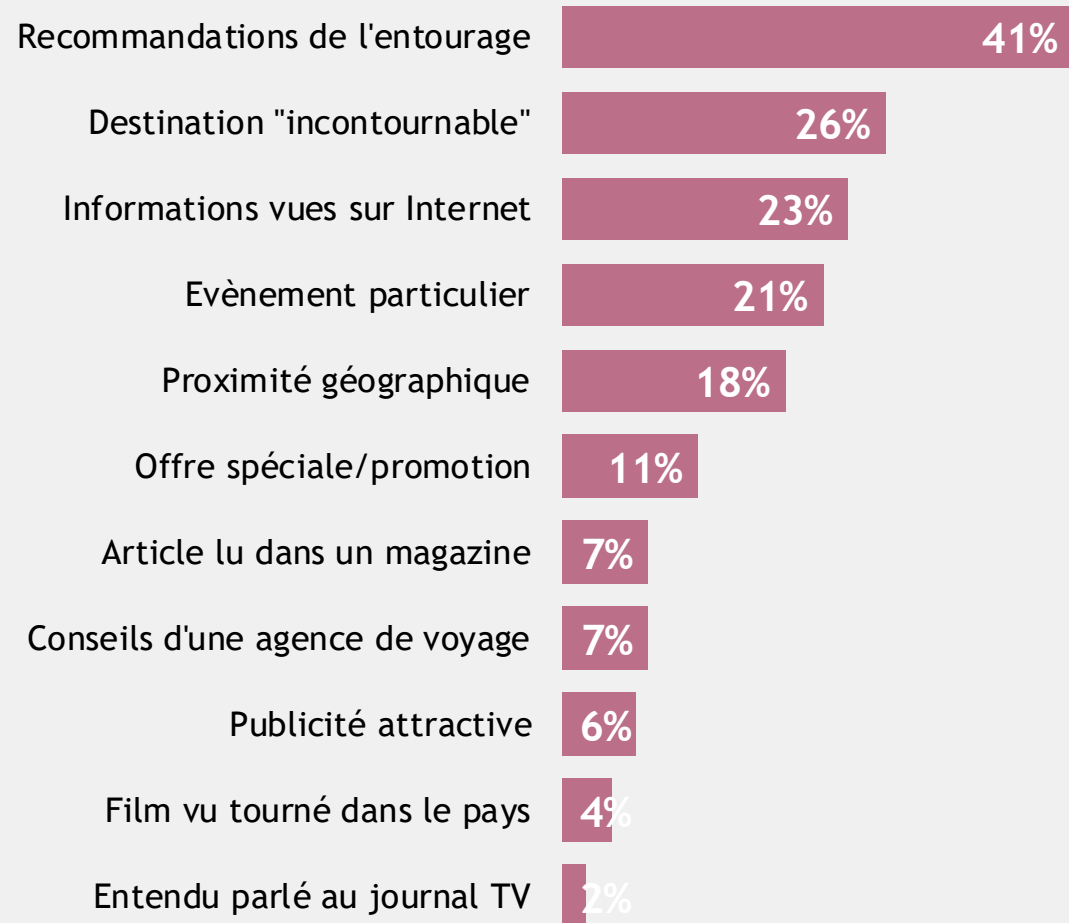
La qualité de l'expérience

Un enjeu pour Tourisme Bretagne

Un visiteur **satisfait aujourd'hui** recrute **les visiteurs de demain** et **façonne l'image** de la destination

Critères de choix d'une destination touristique

(Base : 30 000 visiteurs, toute origine, toute destination, 1^{er} séjour)



La qualité de l'expérience

Indicateurs clés de performance

	Indice de satisfaction globale	Indice de rapport qualité-prix	Intension de recommandation (NPS)	Intension de revisite*
Bretagne 2022	241	201	68	67
France (hors IDF)	195	145	41	44
Ecart vs Norme	+ 46 points	+ 56 points	+ 27 points	+ 23 points
<i>Bretagne 2017</i>	234	198	-	-
<i>Bretagne 2013</i>	216	176	-	-



.....
↑
IMPORTANCE
.....
↓

À améliorer
Critères moyennement ou peu satisfaisants avec un impact important sur la satisfaction globale du séjour

Points forts
Critères bien évalués et contribuant fortement à la satisfaction globale du séjour

À surveiller
Critères moyennement ou peu satisfaisants avec un faible impact sur la satisfaction globale du séjour

Avantages potentiels
Critères bien évalués mais ayant peu d'impact sur la satisfaction globale du séjour



.....

SATISFACTION

.....







03

Enjeux et conclusions

Il ne s'agit ici que des 1ers résultats de cette étude, mais d'ores et déjà Tourisme Bretagne se saisit de ces enseignements pour ajuster sa stratégie.

Les premiers enseignements pour Tourisme Bretagne

Une enquête riche qui n'a pas encore livré tous ses secrets



Une nécessaire agilité

Pour répondre au besoin de l'immédiateté et de l'ultra-personnalisation



La transition du secteur à poursuivre

Afin de maintenir une offre en adéquation avec les attentes des visiteurs



Une cohabitation habitants / visiteurs à conforter

Et donc un travail à poursuivre pour une meilleure répartition des flux dans le temps et l'espace



L'impact sur la stratégie de Tourisme Bretagne

Des inflexions nécessaires au regard des résultats





Tourisme
BRETAGNE

Reflet ENQUÊTE
TOURISME
2022

Tourisme Bretagne
1C, 1D avenue de Belle Fontaine
CS 71 777
35517 Cesson-Sevigné Cedex, France
Tél. +33 (0)2 99 28 44 30

—
[tourismebretagne.com](https://www.tourismebretagne.com) 🔍
pro.tourismebretagne.bzh 🔍



Suivez-nous sur les réseaux sociaux