

RESTITUTION 2023 - ENQUÊTE REFLET CCCE



DINARD  
CÔTE D'ÉMERAUDE  
TOURISME

# /présentation

INDICATEURS | 2022

- /01 profil des visiteurs
- /02 organisation et préparation de séjour
- /03 le séjour
- /04 l'hébergement
- /05 les activités
- /06 les indicateurs clés

## /introduction

Une enquête de fréquentation touristique d'envergure régionale a été menée en 2022 auprès des touristes bretons par Tourisme Bretagne : l'enquête REFLET « Région Enquête Fréquentation Loisirs Et Tourisme ».

Qu'est-ce que l'enquête Reflet ?

Cette enquête permet de disposer d'une photographie actualisée et détaillée des touristes ayant séjournés en Bretagne en 2022 : profils des touristes, consommation touristique, caractéristiques des séjours et activités pratiquées.

***Découvrez les premiers résultats à l'échelle de la Communauté de communes Côte d'Émeraude.***

### ***14 vagues d'enquête***

Territoire observé	<u>Bretagne</u>	<u>CC Côte d'Émeraude</u>
Volume de questionnaires	27 985	1 231
Précision	+/- 0,6 pt(s)	+/- 2,9 pt(s)



## ORIGINE DE LA CLIENTÈLE FRANÇAISE | REFLET

/01 profil des visiteurs

/02 organisation et  
préparation de séjour

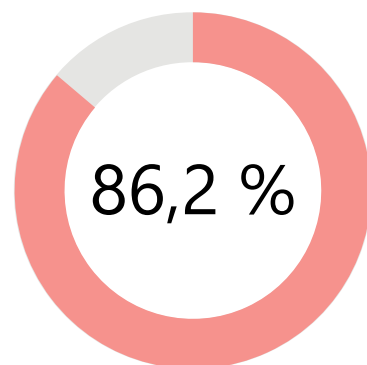
/03 le séjour

/04 l'hébergement

/05 les activités

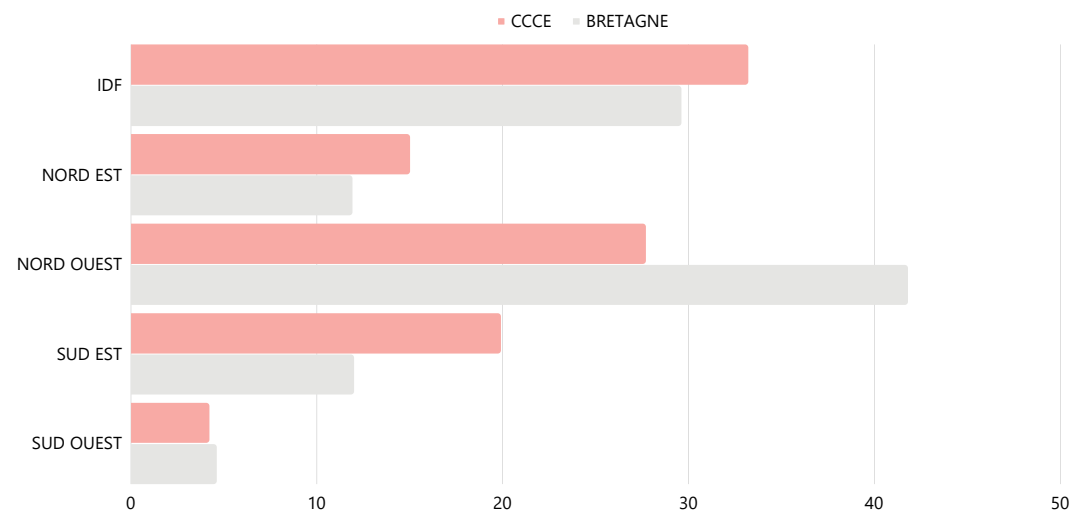
/06 les indicateurs clés

POIDS DE LA CLIENTÈLE FRANÇAISE



80 % en 2016

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE



COMPARAISON AVEC LES CHIFFRES BRETAGNE

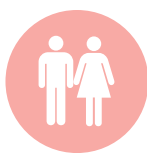
## ORIGINE DE LA CLIENTÈLE FRANÇAISE | REFLET

- /01 profil des visiteurs
- /02 organisation et préparation de séjour
- /03 le séjour
- /04 l'hébergement
- /05 les activités
- /06 les indicateurs clés

### ILS SÉJOURNENT :



5.2 %  
SEUL(E)



42.8 %  
EN COUPLE

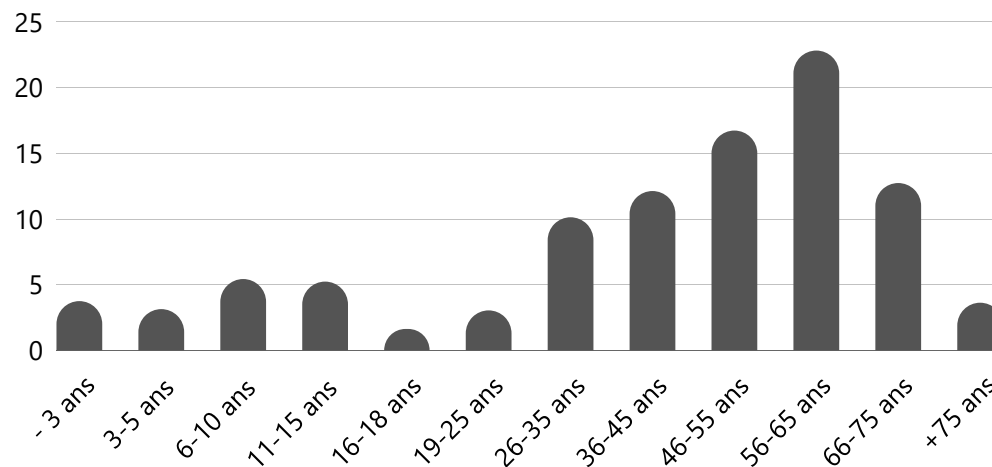


44.8 %  
EN FAMILLE

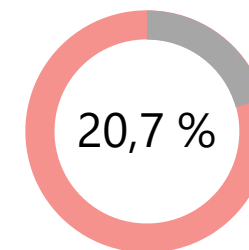


11.4 %  
avec des amis

### RÉPARTITION PAR ÂGE :



### PRÉSENCE D'ENFANT(S) PENDANT LE SÉJOUR :

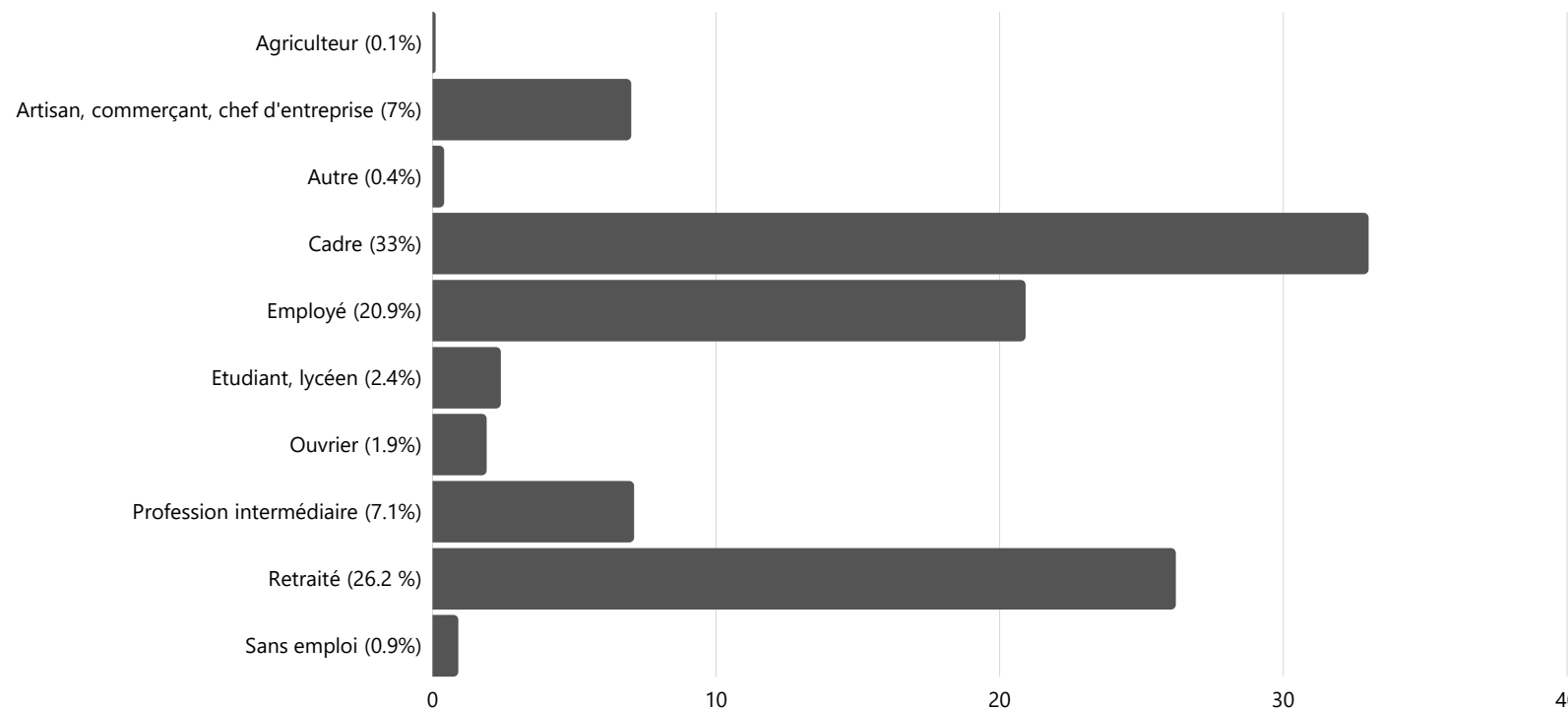


## ORIGINE DE LA CLIENTÈLE FRANÇAISE | REFLET

- /01 profil des visiteurs
- /02 organisation et préparation de séjour
- /03 le séjour
- /04 l'hébergement
- /05 les activités
- /06 les indicateurs clés



### RÉPARTITION PAR ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE :



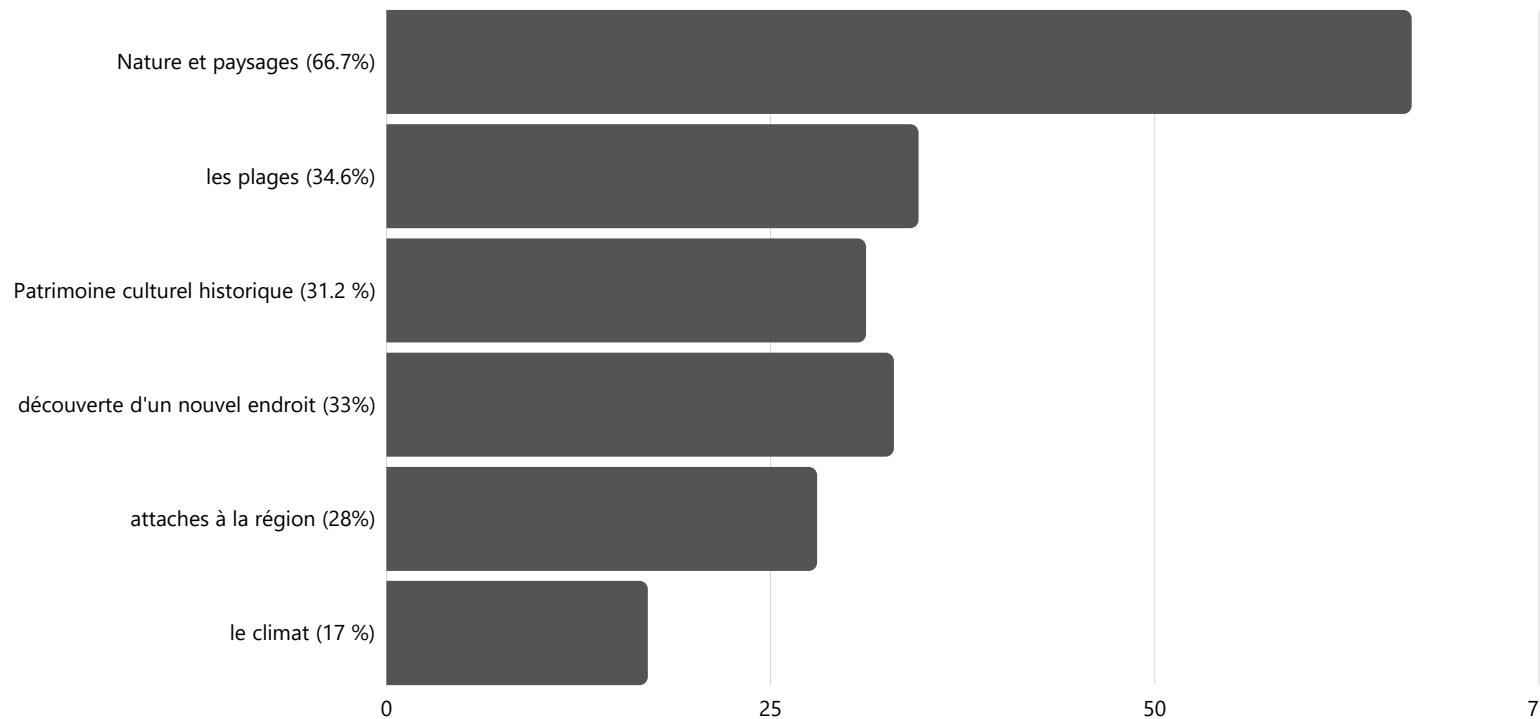


## ORGANISATION ET PRÉPARATION DE SÉJOUR | REFLET

- /01 profil des visiteurs
- /02 organisation et préparation de séjour
- /03 le séjour
- /04 l'hébergement
- /05 les activités
- /06 les indicateurs clés



### 5 PRINCIPALES RAISONS D'AVOIR CHOISI LA CÔTE D'ÉMERAUDE

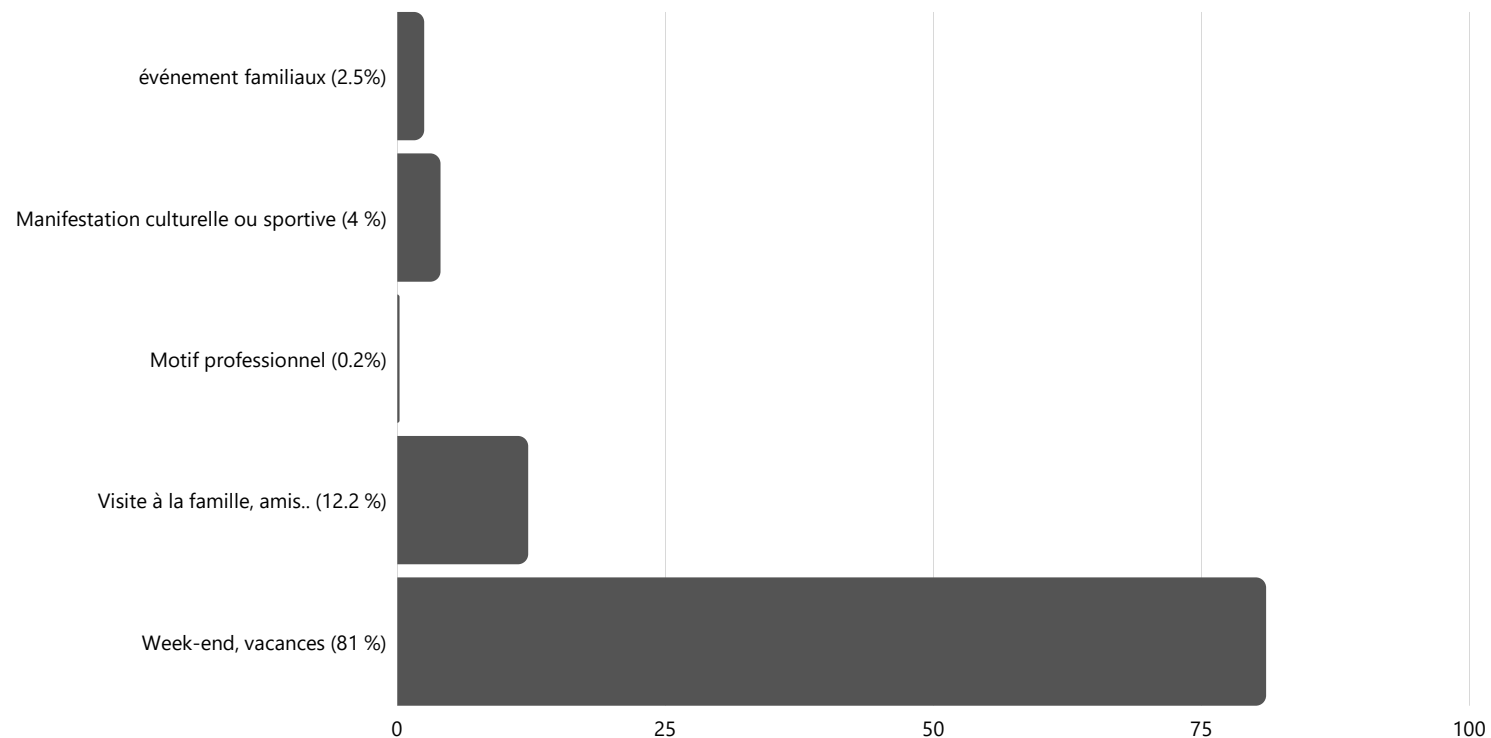


## ORGANISATION ET PRÉPARATION DE SÉJOUR | REFLET

- /01 profil des visiteurs
- /02 organisation et préparation de séjour**
- /03 le séjour
- /04 l'hébergement
- /05 les activités
- /06 les indicateurs clés



### MOTIF PRINCIPAL DU SÉJOUR





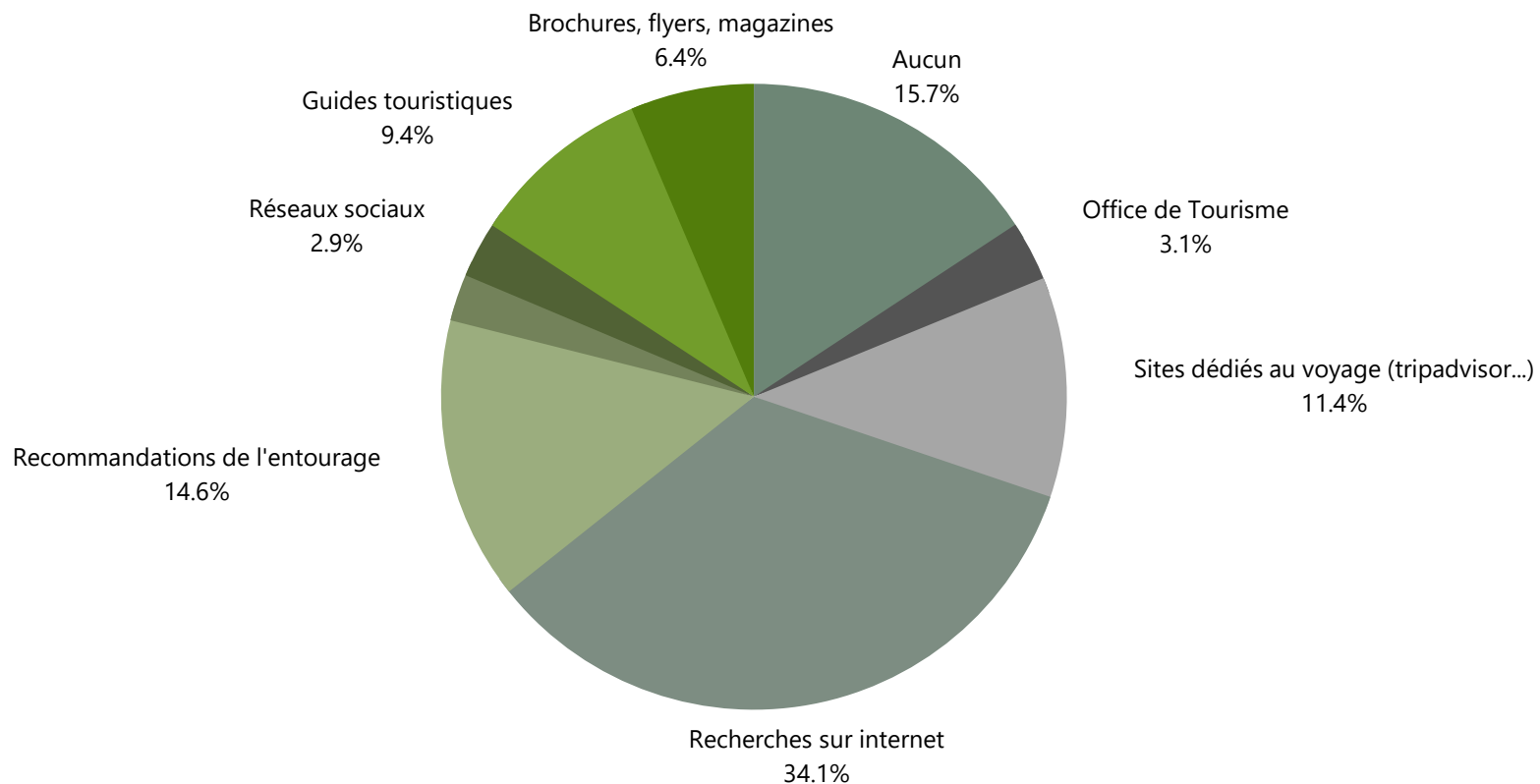
## ORGANISATION ET PRÉPARATION DE SÉJOUR | REFLET

- /01 profil des visiteurs
- /02 organisation et préparation de séjour
- /03 le séjour
- /04 l'hébergement
- /05 les activités
- /06 les indicateurs clés



QUEL(S) MOYEN(S) UTILISÉ(S) POUR PRÉPARER LE SÉJOUR :

**2016 :**  
18% OT – 53 % site web – 24%  
recommandations – 18% guides  
touristiques



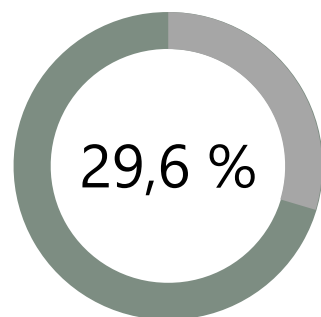


## ORGANISATION ET PRÉPARATION DE SÉJOUR | REFLET

- /01 profil des visiteurs
- /02 organisation et préparation de séjour**
- /03 le séjour
- /04 l'hébergement
- /05 les activités
- /06 les indicateurs clés



ALLEZ-VOUS DÉPOSER DU CONTENU  
(PHOTOS, VIDÉOS, AVIS...) SUR INTERNET  
CONCERNANT VOTRE SÉJOUR :



Oui

21 % en 2016

PARMI LES RÉPONDANTS OUI :

Oui, sur les réseaux - 70.4 %



Oui, sur des sites de voyageurs - 5.9 %

Oui, sur des sites de réservation d'hébergement - 18.4 %

Oui, sur d'autres sites - 1.9 %

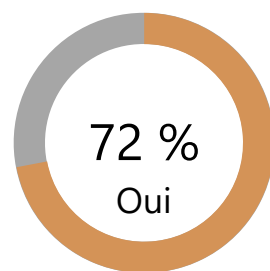


## LE SÉJOUR | REFLET

- /01 profil des visiteurs
- /02 organisation et préparation de séjour
- /03 le séjour
- /04 l'hébergement
- /05 les activités
- /06 les indicateurs clés




AVEZ-VOUS DÉJÀ SÉJOURNÉ  
DANS LA RÉGION ?



QUAND AVEZ-VOUS SÉJOURNÉ EN  
BRETAGNE ?

BORD DE SAISON - 40.7 % 

COEUR DE SAISON - 22.2 % 

HORS SAISON - 37.1 % 

**2016 : 18% hors saison**

MODES DE TRANSPORT POUR LES DÉPLACEMENTS :

Plusieurs fois au cours du séjour



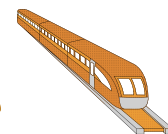
véhicule personnel  
72 %



transports en  
commun  
9.5 %



à pied / à vélo  
86.4 %



train / TER  
2.7 %

COMMENT ÊTES-VOUS VENU SUR VOTRE LIEU  
DE SÉJOUR ?



voiture  
82.9 %



moto  
0.5 %



covoiturage  
1.1 %



camping-car  
ou van - 4.2 %



bus  
2.4 %



train  
10.3 %



avion  
5.3 %



bateau  
4.5 %



vélo  
2.5 %





## LE SÉJOUR | REFLET

- /01 profil des visiteurs
- /02 organisation et préparation de séjour
- /03 le séjour
- /04 l'hébergement
- /05 les activités
- /06 les indicateurs clés



AVEZ-VOUS FAIT QUELQUE CHOSE POUR DIMINUER L'IMPACT DE VOTRE SÉJOUR SUR L'ENVIRONNEMENT ?

non, vous n'avez rien fait de particulier - 9.5 %

**2016 : 65%**

oui, vous avez privilégié des modes de transport doux (vélo, etc...) - 57.2 %

oui, vous avez utilisé les transports collectifs - 19.1 %

oui, vous avez pratiqué le tri sélectif - 68 %

oui, vous avez ramassé vos déchets lors de vos déplacements - 67.2 %

oui, vous avez consommé responsable ou local - 56.8 %

oui, vous avez eu un comportement respectueux des sites - 74.5 %

oui, vous avez limité votre consommation d'énergie (eau, électricité, etc...) - 36.7 %

oui, vous opté pour un hébergement éco labellisé - 2 %





## L'HÉBERGEMENT | REFLET

- /01 profil des visiteurs
- /02 organisation et préparation de séjour
- /03 le séjour
- /04 l'hébergement
- /05 les activités
- /06 les indicateurs clés



QUEL ÉTAIT VOTRE MODE D'HÉBERGEMENT ?



Hôtel  
12 %



Camping  
6.3 %



Locatif  
30.6 %



Résidence  
secondaire  
12.4 %



Parents / amis  
25.1 %



Autre non marchand  
0.1 %



Chambre d'hôte  
1.7 %



Résidence  
de tourisme  
5.1 %



Village  
vacances  
1.7 %



Autres marchands  
0.3 %

TOTAL MARCHAND  
57.7 %

TOTAL NON-MARCHAND  
37.6 %



Camping-car  
1.4 %

Autres  
3.8 %

## L'HÉBERGEMENT | REFLET

- /01 profil des visiteurs
- /02 organisation et préparation de séjour
- /03 le séjour
- /04 l'hébergement**
- /05 les activités
- /06 les indicateurs clés



### COMMENT AVEZ-VOUS RÉSERVÉ VOTRE HÉBERGEMENT ?

- À l'accueil, sur place - 1.3 %
- Autre - 0.4 %
- En agence - 1.7 %
- Par mail - 8.5 %
- Par téléphone - 12.9 %
- Sur Internet - 72 %
- Via CE - 1.3 %
- Via CE en ligne - 1.9 %

### SUR QUEL SITE INTERNET AVEZ-VOUS RÉSERVÉ VOTRE HÉBERGEMENT ?

- Abritel - 4.2 %
- Accor - 0.1 %
- AirBnB - 35.9 %
- Amivac - 0.1 %
- Autre - 0.8 %
- Booking - 23.2 %
- camping.com - 0.1 %
- clévacances - 0.1 %
- échange de maison - 0.4 %
- Direct, site hébergeur - 18.6 %
- Gîtes de France - 5.1 %
- Hôtel.com - 0.8 %
- Je ne sais pas - 1 %
- Le boncoin - 1.4 %
- papvacances - 0.3 %
- plateforme locations meublés - 3.8 %
- plateforme réservation camping - 0.4 %
- Sites de ventes privés de voyages - 0.9 %
- Site du comité d'entreprise - 1.4 %





## L'HÉBERGEMENT | REFLET

- /01 profil des visiteurs
- /02 organisation et préparation de séjour
- /03 le séjour
- /04 l'hébergement**
- /05 les activités
- /06 les indicateurs clés



### AUPRÈS DE QUI AVEZ-VOUS RÉSERVÉ VOTRE HÉBERGEMENT ?

Directement chez l'hébergeur - 53.6 %

Autre - 0.5 %

Un comité d'entreprise - 11.3 %

Une agence de voyage - 6.3 %

Une agence immobilière - 0.2 %

Une centrale de réservation - 18.9 %

un office de tourisme - 2.9 %

Un particulier - 6.2 %

### COMBIEN DE TEMPS À L'AVANCE AVEZ-VOUS RÉSERVÉ VOTRE HÉBERGEMENT ?

Au cours de la semaine précédente - 12.5 %

Entre 15 jours et un mois avant - 16.1 %

Entre 1 mois et 3 mois avant - 27.9 %

Entre 3 mois et 6 mois avant - 21 %

Entre 8 et 15 jours avant - 8.7 %

Je ne sais pas, ce n'est pas moi qui ai réservé - 0.6 %

Je n'ai pas réservé mon hébergement - 3.1 %

Le jour même ou la veille de votre arrivée - 5.1 %

Plus de 6 mois à l'avance - 5 %



## L'HÉBERGEMENT | REFLET

- /01 profil des visiteurs
- /02 organisation et préparation de séjour
- /03 le séjour
- /04 l'hébergement**
- /05 les activités
- /06 les indicateurs clés



QUELS ONT ÉTÉ LES 5 PRINCIPAUX CRITÈRES DE CHOIX DE VOTRE HÉBERGEMENT ?

Localisation (proche mer, gare, sites de visite...) - 82.9 %

Les avis de consommateurs - 25 %

La recommandation de votre entourage - 10.8 %

Une offre adaptée aux familles - 16.2 %

La présence d'une piscine - 11.5 %

La présence d'un spa, bien-être - 6.1 %

l'accessibilité en transports collectifs - 1.9 %

un hébergement respectueux de l'environnement - 5.2%



S'AGISSAIT-IL D'UN SÉJOUR PACKAGÉ, TOUT COMPRIS ?

Oui - 14.7 %

Non - 85.3 %



## LES ACTIVITÉS | REFLET



PARMI LES ACTIVITÉS DE LOISIRS SUIVANTES, QUELLES SONT TOUTES CELLES QUE VOUS OU UN MEMBRE DE VOTRE FOYEZ AVEZ PRATIQUÉES AU COURS DE VOTRE SÉJOUR ?

- /01 profil des visiteurs
- /02 organisation et préparation de séjour
- /03 le séjour
- /04 l'hébergement
- /05 les activités
- /06 les indicateurs clés



Promenade et balade à pied  
95.5 %



Promenade et balade à vélo  
15.3 %



Entretien, jardinage  
5.6 %



Festival, concert, théâtre...  
6.9 %



Plage, baignade..  
46.8 %



Pêche  
3.2 %



Shopping  
39.5 %



Découverte des spécialités locales  
39.7 %



Restaurants  
71.5 %



Thalasso  
3.2 %



Spa, massages, ...  
4.9 %



Café, bar  
36 %



Marché  
56 %



Foire, brocante  
7 %



Parcs de loisirs  
2.1 %



Aquarium, zoo, ...  
15 %



Escape game, géocaching  
0.9 %



Piscine municipale, centre aquatique  
2.3 %



Autres activités de loisirs  
7.7 %





## LES ACTIVITÉS | REFLET

- /01 profil des visiteurs
- /02 organisation et préparation de séjour
- /03 le séjour
- /04 l'hébergement
- /05 les activités**
- /06 les indicateurs clés



DANS QUEL(S) TYPE(S) DE RESTAURANT(S)  
VOUS ÊTES VOUS RENDU ?



Gastronomique, étoilé - 25.7 %  
Crêperie - 76.3 %  
Pizzeria, grill - 16.5 %  
Traditionnel, brasserie - 68.6 %  
Fast food - 5.7 %



P Parmi les activités de visite et de découverte suivantes, quelles sont toutes celles que vous ou un membre de votre foyer avez pratiquées au cours de votre séjour ?

Balade en mer - 22.7 %  
Croisières fluviales - 2.9 %  
Découverte d'une ville ou d'un village - 79.2 %  
Visites de musées, d'expositions - 21.8 %  
Art contemporain - 4.7 %  
Visite de châteaux, monuments et sites historiques - 43 %  
Visite de sites et d'espaces naturels - 54.8 %  
Visite d'entreprises, de sites techniques - 2.9 %  
Visite de parc et jardins - 27.6 %  
Découverte des îles - 8.5 %  
Visites de caves, brasseries, cidreries - 4.2 %  
Autres activités de découverte - 6.4 %  
Aucune de ces activités - 13.9 %

## LES ACTIVITÉS | REFLET

- /01 profil des visiteurs
- /02 organisation et préparation de séjour
- /03 le séjour
- /04 l'hébergement
- /05 les activités**
- /06 les indicateurs clés



PARMI LES ACTIVITÉS SPORTIVES SUIVANTES, QUELLES SONT TOUTES CELLES QUE VOUS OU UN MEMBRE DE VOTRE FOYEZ AVEZ PRATIQUÉES AU COURS DE VOTRE SÉJOUR ?



Équitation, randonnée équestre  
0.3 %



Randonnée pédestre  
71.2 %



Course à pied, trail  
12.3 %



vélo de route  
13.9 %



VTT  
2.8 %



Golf  
2.1 %



Activités nautiques glisse : surf, kite, ...  
1.1 %



Activités nautiques traditionnelles : kayak, ...  
1.7 %



Activités à sensations fortes : parachute, ...  
0.1 %



Autres activités sportives  
11 %

Aucune de ces activités  
42.2 %



## LES ACTIVITÉS | REFLET

- /01 profil des visiteurs
- /02 organisation et préparation de séjour
- /03 le séjour
- /04 l'hébergement
- /05 les activités**
- /06 les indicateurs clés



### COMMENT AVEZ-VOUS ORGANISÉ VOS ACTIVITÉS SUR PLACE ?

- Vous êtes allé(e) à l'Office de Tourisme - 34.9 %
- Vous vous êtes connecté à internet pour rechercher de l'information sur les choses à voir, à faire... - 49.3 %
- Vous avez consulté un guide touristique - 14.5 %
- Vous avez consulté les hébergeurs, commerçants - 12.3 %
- Vous avez consulté les avis clients - 5.1 %
- Vous n'avez rien fait de particulier - 17.9 %
- Grâce à mon entourage, à mes amis - 23.5 %



### VOUS N'AVEZ PAS PRATIQUÉ D'ACTIVITÉS NAUTIQUES AU COURS DE VOTRE SÉJOUR, POUR QUELLE(S) RAISON(S) ?

- Vous n'aviez pas le temps - 34.2 %
- La météo ne s'y prêtait pas - 26.5 %
- Le créneau souhaité était complet - 1.2 %
- L'eau était trop froide pour vous - 11.4 %
- C'était trop cher pour vous - 8.7 %
- L'offre proposée ne correspondait pas à vos attentes - 1.1 %
- Vous n'en n'aviez pas l'envie - 28.7 %
- Ce n'était pas possible sur votre lieu de séjour - 2.7 %
- Vous n'y avez pas pensé - 6.2%
- Vous ne pouviez pas (santé, ...) - 8.1 %
- Ce n'était pas possible - 7.9 %

## LES INDICATEURS CLÉS | REFLET

- /01 profil des visiteurs
- /02 organisation et préparation de séjour
- /03 le séjour
- /04 l'hébergement
- /05 les activités
- /06 les indicateurs clés



CONCERNANT VOTRE SÉJOUR, QUEL EST VOTRE NIVEAU DE SATISFACTION GÉNÉRALE ?

1 - 0 %	6 - 1.1 %
2 - 0.1 %	7 - 5.2 %
3 - 0 %	8 - 28.2 %
4 - 0 %	9 - 29.6 %
5 - 0.9 %	10 - 34.9 %



CONCERNANT VOTRE SÉJOUR ET POUR CHACUN DE CES CRITÈRES, QUEL EST VOTRE NIVEAU DE SATISFACTION ?



Gastronomie et produits locaux

8.8



Restaurants

8.2



Facilité à se déplacer sur place

8.3



Activités culturelles et de loisirs

8.1



Animations, ambiance

8



Shopping, magasins

7.9



Artisanat local

8.2



Patrimoine historique

8.7



Activités nautiques

6.9



Propreté des lieux publics

8.4



Accueil des locaux

8.7



Préservation de l'environnement

8.5



Chemins de randonnées, voies vélos

8.6



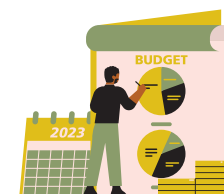
Nombre de visiteurs

7.2

Signalisation

8.2





### CHIFFRES BRETAGNE

Dépense par jour et par personne - <b>58.1 €</b>	53.5 €
Durée moyenne de séjour (en nuitée) - 5.7	6.3
Nombre de personnes - 3.3	3.2
Budget - 1 079.2 €	1 092.1 €

**2016 :**  
 Durée séjour : 6.2  
 Nombre pers. 3.7  
 Budget : 1125,20 € / séjour et 49;50€/jour

## LES INDICATEURS CLÉS | REFLET

- /01 profil des visiteurs
- /02 organisation et préparation de séjour
- /03 le séjour
- /04 l'hébergement
- /05 les activités
- /06 les indicateurs clés



SUR UNE ÉCHELLE DE 1 À 10, QUELLE EST LA PROBABILITÉ QUE VOUS RECOMMANDIEZ VOTRE LIEU DE SÉJOUR PRINCIPAL POUR UN SÉJOUR TOURISTIQUE À VOTRE ENTOURAGE (FAMILLE, AMIS, COLLÈGUES DE TRAVAIL...)

0 - 0.4 %	6 - 0.4 %
1 - 0 %	7 - 4.8 %
2 - 0 %	8 - 21.5 %
3 - 0.1 %	9 - 22.4 %
4 - 0.5 %	10 - 49 %
5 - 0.8 %	



QUEL A ÉTÉ LE BUDGET GLOBAL CONSACRÉ À CE SÉJOUR POUR L'ENSEMBLE DU FOYER ?



VOLUME DE TOURISTES, DE NUITÉES ET DE CONSOMMATION

TOURISTIQUE GLOBALE :	CHIFFRES BRETAGNE
Nombre de touristes - 545 118	17 365 496
Nombre de nuitées - 3 113 136	109 874 089
Consommation globale - 180 815 955 €	5 874 963 989 €



BRETAGNE

OBSERVATOIRE | PERSPECTIVES ET ENSEIGNEMENTS



DINARD  
CÔTE D'ÉMERAUDE  
TOURISME



## LES PRINCIPAUX RÉSULTATS | REFLET UNE PHOTOGRAPHIE DÉTAILLÉE DU TOURISME EN BRETAGNE

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**



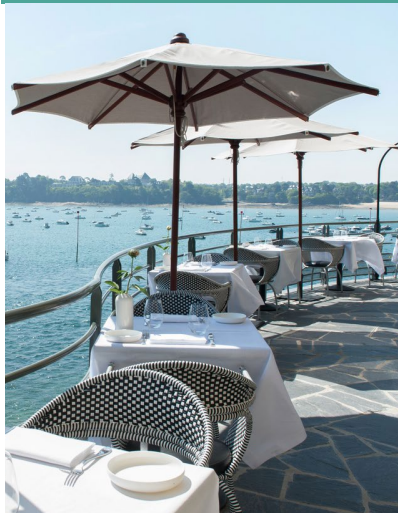
**9,1 milliards €**

**CONSOMMATION  
TOURISTIQUE  
totale**



**6 000 €**

**/ AN EN MATIÈRE  
D'ENTRETIEN,  
rénovation pour les  
résidences  
secondaires**



**30 €**

**JOUR/PERSONNE  
POUR LES  
EXCURSIONNISTES**





## LES INDICATEURS CLÉS | REFLET

### /01 2016 > 2022 les principales évolutions

/02 nouvelles pratiques,  
nouveaux comportements

/03 vers des vacances  
responsables...

/04 la qualité de  
l'expérience

/05 enjeux et conclusions

### 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<sup>ère</sup> clientèle étrangère de la Bretagne. La part de marché des Suisses et Néerlandais progresse.

#### On a - 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.

### ÇA BOUGE... EN MATIÈRE DE CARACTÉRISTIQUES DES SÉJOURS

On a + de courts séjours, notamment en cœur de saison, signe d'une fragmentation des séjours.

On a + de nuitées en hébergement marchand, et notamment en hébergement locatif.

On a + de nuitées en Bretagne intérieure (+ 3 pts)

On a + de séjours réservés en dernière minute

On a + de pratique des activités de pleine nature (+ 25 pts pour la randonnée pédestre)

On a + de visites culturelles, musées, expositions... (+ 12 pts)

On a + de découverte de villes, villages (+9 pts)

On a + de séjours en itinérance, 29 % des séjours comptent plusieurs étapes dans la région (+ 9 pts)

#### On a + 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)



## LES PRINCIPAUX RÉSULTATS | REFLET UNE PHOTOGRAPHIE DÉTAILLÉE DU TOURISME EN BRETAGNE

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

**57**  
Jours de délai de réservation  
62 jours en 2016



**31 %**  
EN HÉBERGEMENT  
locatif  
25 % en 2016



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



**AIRBNB**  
1ER SITE DE RÉSERVATION  
27 % contre 11 %  
EN 2016



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



## LES PRINCIPAUX RÉSULTATS | REFLET

### VERS DES VACANCES RESPONSABLES ?



#### 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

## LES PRINCIPAUX RÉSULTATS | REFLET

### LA PERCEPTION DU TOURISME PAR LES BRETONS

DES BRETONS CONSCIENTS  
DES BÉNÉFICES DU  
TOURISME, MAIS AUSSI DE  
SES LIMITES

#### Une vision très positive des impacts du tourisme pour notre région sur :

- La propreté des espaces publics
- La protection de l'environnement
- La qualité de vie des résidents
- Les infra. routières / les transports
- La sécurité
- L'identité locale
- L'aspect général de votre commune
- La préservation du patrimoine
- L'ambiance / Animation
- Le rayonnement de la destination
- L'économie locale

#### Critères de choix d'une destination touristique (Base : 30 000 visiteurs, toute origine, toute destination, 1er séjour)

- Recommandations de l'entourage - 41 %
- Destination "incontournable" - 26 %
- Informations vues sur Internet - 23 %
- Evènement particulier - 21 %
- Proximité géographique - 18 %
- Offre spéciale/promotion - 11 %
- Article lu dans un magazine - 7 %
- Conseils d'une agence de voyage - 7 %
- Publicité attractive - 6 %
- Film vu tourné dans le pays - 4 %
- Entendu parlé au journal TV - 2 %

70 %

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



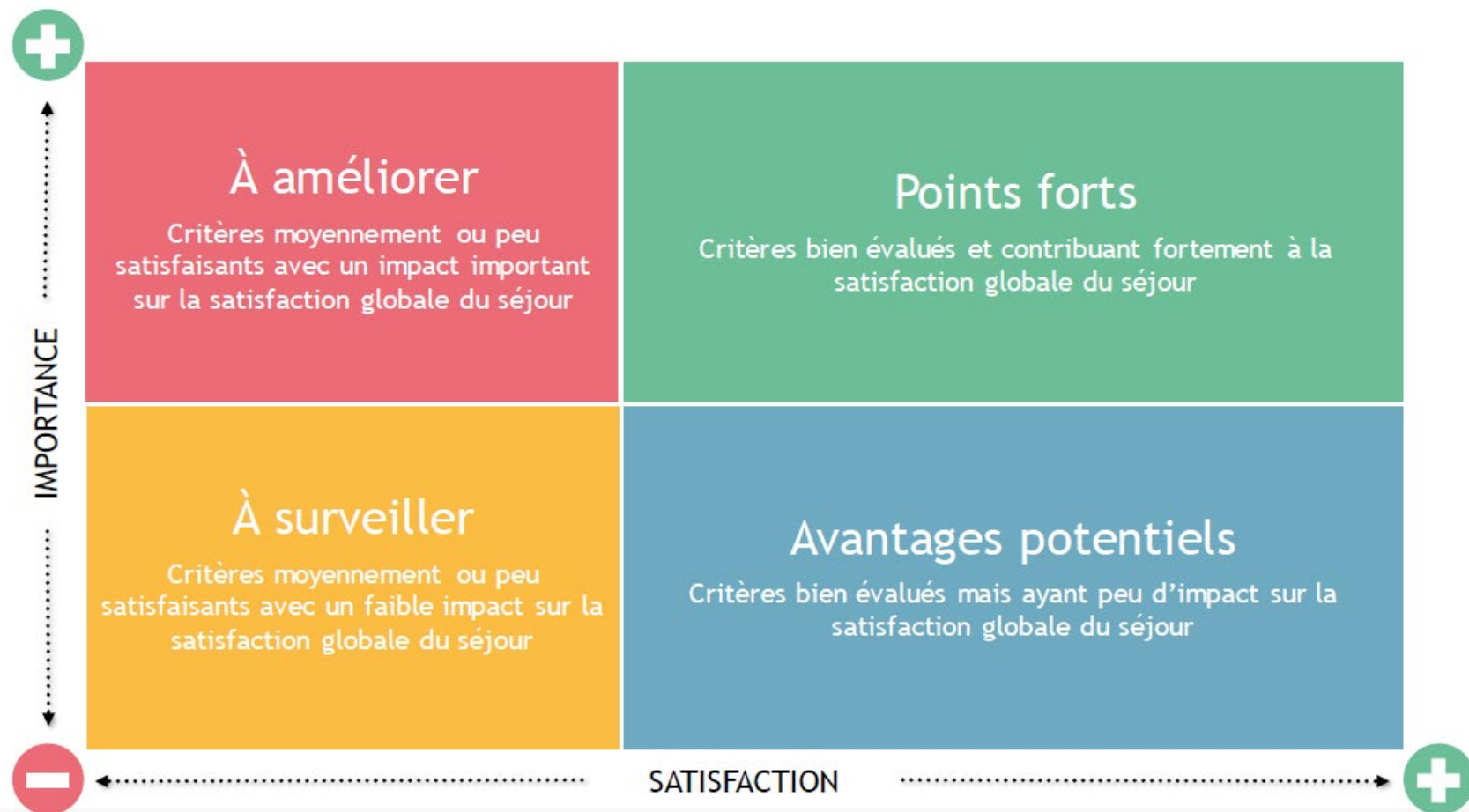
### LA QUALITÉ DE L'EXPÉRIENCE : UN ENJEU

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



## LES PRINCIPAUX RÉSULTATS | REFLET

LA QUALITÉ DE  
L'EXPERIENCE



## LES PRINCIPAUX RÉSULTATS | REFLET

### LA QUALITÉ DE L'EXPERIENCE





## LES PRINCIPAUX RÉSULTATS | REFLET

### ENJEUX ET CONCLUSIONS

#### UNE NÉCESSAIRE AGILITÉ

Pour répondre au besoin de  
l'immédiateté et de  
l'ultrapersonnalisation



#### 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

