



19 septembre 2018

Conférence de presse



Eté 2018

Un contexte national et international favorable aux départs*

Des projets de vacances en hausse d'un point pour les européens (64%)

La France avec **69% d'intention de départ** (+4 points) **est en tête des pays européens** devant :

- l'Autriche (=), la Suisse (=) et le Royaume-Uni (+1 point) à 66%,
- l'Allemagne à 64% (+1 point)
- la Belgique à 63% (+3 points)
- l'Italie à 62% (=).

Des projets de vacances en augmentation de 2 points à 68% aux Etats-Unis et au Brésil.

Des taux également très élevés en Chine (67%) et en Inde (64%).

Des Français plus enclins à partir à l'étranger (43% contre 36% en 2017). Leurs destinations étrangères préférées sont l'Espagne (16%, +4 points), l'Italie (8%, -1) et le Portugal (7%, +2).

La France est la destination étrangère préférée des Espagnols (12%, +2 points) et des Belges (34%, +2).

Elle arrive en **2ème position** pour les Britanniques (11%, +2 points).

Elle est au **3ème rang** pour les Italiens (8%, =), les Suisses (18%, -1), les Portugais (9%), les Américains (3%, +1), les Brésiliens (5%, =).

*Etude Europ Assistance



La France accueille de plus en plus d'étrangers

En 2018 la France va certainement dépasser les 90 millions de visiteurs étrangers (+4% par rapport à 2017) et dépassera l'objectif de 100 millions en 2020. Elle restera la première destination mondiale.

Paris va battre tous les records avec une très forte augmentation des marchés asiatiques en particulier chinois et japonais.

Fréquentation internationale en hausse sur l'ensemble du territoire.

La baisse du tourisme des français en France limite l'impact de la croissance du secteur et perturbe les prévisions les plus optimistes.

Les résultats décevant du printemps et du mois de juillet s'expliquent: grèves, climat, calendrier scolaire et du mois de juillet (nombre de samedi et pont du 14), coupe du monde, hausse des carburants, mais aussi une offre plus attractive à l'international (Compagnies à bas-couts, prix cassés sur le bassin méditerranéen, etc.)





En 2017: 28,1 millions de touristes et 175 millions de nuitées en Nouvelle-Aquitaine

Une activité en croissance sur deux ans: + 4% des touristes et + 3% des nuitées

Près de 3,4 millions de touristes étrangers et 23 millions de nuitées étrangères

1^{ère} destination des touristes français en 2017: 12,1 % des nuitées françaises

1^{ère} destination des touristes français en camping: 22,6 % des nuitées françaises



Les hôtels de Nouvelle-Aquitaine attirent de plus en plus de clients étrangers

57 000 clients étrangers supplémentaires entre janvier et juillet 2017 et 2018 (+7%)

128 000 nuitées étrangères gagnées depuis le début de l'année (+9%)

Une activité hôtelière en hausse au mois d'août (environ +7 %) selon la Banque de France



Une hausse des principales clientèles européennes de janvier à juillet

Allemagne	+12%
Belgique	+2%
Espagne	stable
Italie	+14%
Pays-Bas	+10%
Royaume-Uni	+9%
Suisse	+6%
Irlande	+16%



De très bon scores sur les marchés lointains de janvier à juillet

États-Unis	+22%
Canada	+21%
Australie	+9%
Japon	+21%
Chine	+19%
Proche et moyen orient	+55%
Afrique	+16%

NUITÉES	Janvier à juillet 2018	Variation de janv. à juillet 2017/2018
Ensemble	8 830 765	-2%
France	7 243 229	-4%
Étranger	1 587 537	9%



Les locations privées de vacances en forte hausse

Plus de 1,5 millions de touristes dans les hébergements locatifs pendant la saison d'été

Une croissance supérieure à 25% par rapport a 2017

Creuse, Haute-Vienne et Corrèze ont des progressions supérieures à 40%

Plus de 165 nationalités ont visité la Nouvelle-Aquitaine par l'intermédiaire des plateformes digitales

Royaume Uni, Espagne et Etats-Unis TOP 3 des clientèles étrangères.



L'opinion des professionnels du tourisme: une saison 2018 à la hauteur des records de 2017

Haute saison a été à la hauteur des attentes des professionnels. 58% sont satisfaits de leur fréquentation de juillet-août (68% sur le littoral et 66% dans les grandes villes). Le bilan est plus mitigé dans l'intérieur (43%). La canicule a accentué les contrastes territoriaux.

L'arrière-saison devrait tenir toutes ses promesses, avec un indice de satisfaction de 70% et une tendance à la hausse de la fréquentation française et étrangère.

Depuis le début de l'année 2018, plusieurs destinations de la Nouvelle-Aquitaine ont augmenté leur activité : La Rochelle-Île de Ré (57% de satisfaits) et le littoral médocain (65%), Périgueux (75%), les Deux-Sèvres (68%) et l'intérieur de la Haute-Vienne (58%).

Dans une moindre mesure, la part de satisfaits est toujours supérieure aux déçus : Agen et son agglomération, Pau, la Gironde des vignobles, l'intérieur des Landes.





Une offre de sièges en hausse sur les aéroports de Nouvelle-Aquitaine

+ **13%** pour l'offre en sièges de janvier à août 2018 (/janv-août 2017)

+ **16%** pour l'offre de septembre à novembre 2018 (sept/nov 2017)

Une progression de l'offre supérieure à celle observée dans les principales plates-formes (sept-nov 2018 / sept-nov 2017)

+ 10% à Lyon / +7% à Marseille / +4% à Nice / +2% à Toulouse

Un poids croissant de Bordeaux (69%). De janvier à août 2018, +8% pour le trafic passagers total et **+20%** pour le trafic international sur l'aéroport de Bordeaux (Arrivées + départ) (/janv-août2017)



Hausse des arrivées* pour les clientèles internationales

Une hausse des arrivées* de 1% sur les 12 derniers mois, à la suite d'un 1^{er} semestre 2017 déjà très positif.

Un tassement des arrivées* au cours de l'été (-8% en août), similaire à la plupart des grandes plates-formes françaises (-9% à Lyon et Marseille / -8% à Nice et Toulouse).

+ 3% de réservations à destination pour la Nouvelle Aquitaine pour les 3 prochains mois

Les marchés internationaux dynamiques sur les 12 derniers mois, Canada (+6%), Japon (+3%), Australie (+16%), Grande-Bretagne (+9%)

Une reprise estivale pour le marché chinois, +5% en juillet-Août.

Le différentiel entre les très fortes hausses des hébergements et la baisse des arrivées dans la région par voie aérienne s'explique par l'utilisation d'autres modes de transport TGV, route et en moindre mesure les compagnies à bas-coûts non identifiables.



* Arrivées via les GDS (global distribution system) qui sont des plates-formes technologiques de distribution servant d'intermédiaires entre les agences de voyages et leurs fournisseurs (compagnies aériennes, hôtels, loueurs de voitures)



Les lieux de visite résistent malgré la canicule, quelques exemples:

Lascaux: -15% de janvier à juillet, stable en août. L'objectif de 400 000 visiteurs annuels sera atteint avec l'arrière-saison.

Cité du Vin: 50 000 visiteurs en août; -19% clientèle française / **+22% clientèle étrangère**

Musée d'Aquitaine: affiche une hausse de 14% au mois d'août.

Futuroscope: -5% janvier - juillet, Août positif. **Etrangers +5% (+19% espagnol en été)**

Evènementiels en Corrèze (+30% pour Brive Festival, +18% pour le Festival aux champs à Chanteix).

Croisières fluviales (janvier à août) + 4%

Maison du Tourisme et du Vin (Pauillac) +12%

Monuments souterrains de St-Emilion +5%

Château de Cadillac +22%

CAPC Musée d'Art Contemporain +35%

Abbaye de St-Savin. Baisse des visiteurs totaux - hausse des étrangers (+3% en CA).



La Nouvelle-Aquitaine, une nouvelle marque qui s'installe

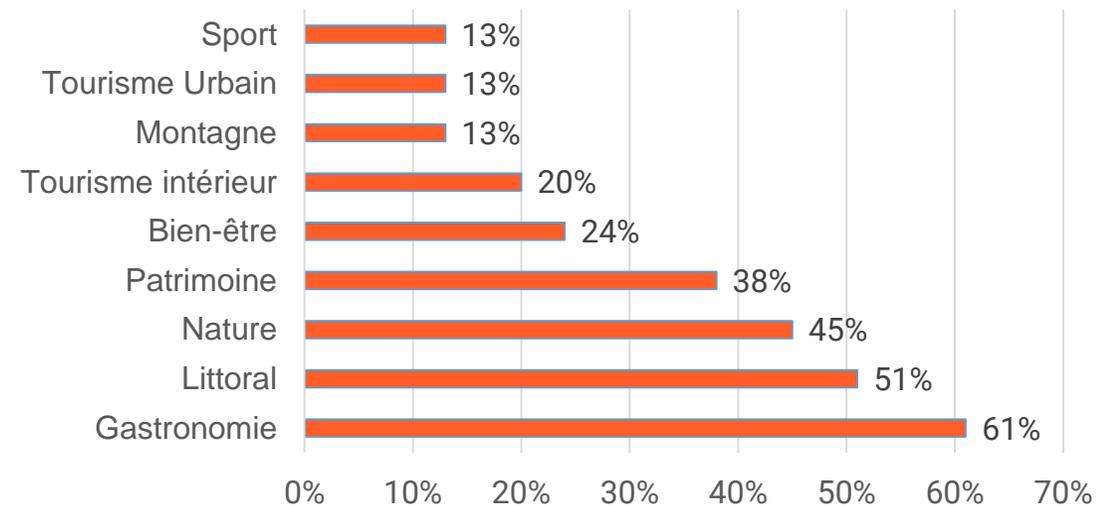
41,5% des Français connaissent la destination touristique Nouvelle-Aquitaine

Une meilleure notoriété :

- Dans l'ouest (54%) et le sud-ouest (66%)
- Auprès des 18-24 ans (49%), des 25-34 ans (53%) et des 35-49 ans (49%)
- Après des CSP+ : artisans, commerçants et chefs d'entreprise (57,5%) et cadres supérieurs et professions libérales (59%)

La Nouvelle-Aquitaine principalement associée à la gastronomie, au littoral et à la nature

Qualificatifs qui caractérisent le mieux la Nouvelle-Aquitaine (3 réponses possibles)



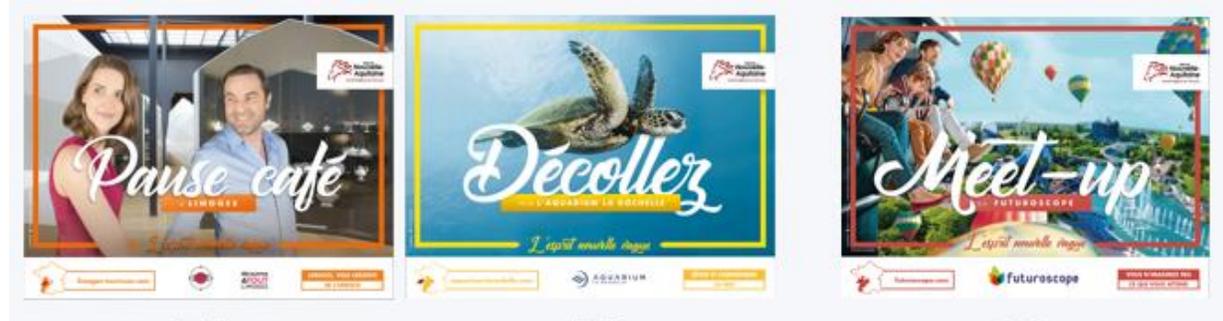
Qualibus juillet 2018 auprès d'un échantillon représentatif de 1 002 Français



Nos actions en cours

CAMPAGNE ILE-DE-FRANCE – VAGUE 3 Septembre-octobre

- près de **600 affiches** dans le métro parisien
- soit près de 2000 affiches sur 3 vagues
- 11 partenaires



Nos campagnes en cours



CAMPAGNE ILE-DE-FRANCE – VAGUE 3

- Volet online : facebook / tripadvisor



Nos actions en cours

RYDER CUP – PARIS 25 au septembre 2018

- promotion de nos **84 golfs** (avec un focus sur les destinations Biarritz Pays-Basque, Landes et Bordeaux)
- **500 affiches** dans les aéroports (CDG / Orly), dans le métro et dans le RER (stations desservant le site)
- 2 soirées de Networking et présence sur le Pavillon France

SALON DESTINATION VIGNOBLES - BORDEAUX 15 au 17 octobre

- **150 exposants**
- **158 tour-opérateurs**
- 6 éduc-tours dans nos vignobles

CAMPAGNE MASS MEDIA - USA Septembre – octobre

- En partenariat avec Atout France et Trainline
- Vague 1 : **23 millions d'impressions et plus de 1000 réservations de billets de train** (soit 79 000 € de volume d'affaires)
- Une 2^{ème} vague en cours...





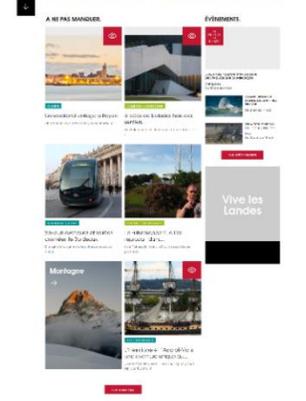
Un nouveau site internet pour promouvoir nos territoires

Sortie version Bêta : octobre

- Langues : Français, Anglais
- 150 articles médias (destinations, filières, infos pratiques, etc.)
- Un site partenarial qui met en valeur les partenaires du CRTNA

Sortie version définitive : fin d'année

- 3 langues sup. (allemand, espagnol, néerlandais) / 5 versions au total
- Dialogue avec France.fr et les Systèmes d'informations touristiques des départements (SIT)



Un nouveau site internet pour la promotion de nos territoires

[VIDEO](#)





**MERCI DE
VOTRE
ATTENTION**

