

# La fréquentation touristique de l'Aquitaine en 2015

Un portrait des touristes dans la région











# Mieux connaître nos clients pour adapter nos stratégies

ans la presse et les différents débats qui animent la filière, les évolutions de la consommation touristique et les modifications des comportements vacanciers sont régulièrement évoquées : importance d'internet et des avis des consommateurs, croissance du tourisme urbain, nouvelle accessibilité des destinations, raccourcissement de la durée de séjour, besoin de ressourcement, etc... Si de nouvelles tendances apparaissent, il est important de savoir comment elles se retrouvent sur le territoire régional.

Dans le cadre des travaux demandés lors du contrat de plan 2000-2006, une enquête de cadrage de la clientèle touristique - durant l'été 2004 et le hors saison 2006-2007 - avait été réalisée en Aquitaine. Afin de réactualiser ces données et d'apporter un éclairage particulier sur les nouvelles pratiques touristiques, le CRTA, avec le soutien financier du Conseil régional, a travaillé, dès 2013, à la conception d'une nouvelle grande enquête de cadrage. Après publication d'un cahier des charges et audition des candidatures, la société BVA a été sélectionnée en décembre 2014 pour mener à bien cette mission.

L'objectif était de mettre à jour la base de connaissance des clientèles touristiques, d'évaluer et de quantifier les nouvelles tendances du marché et les nouvelles pratiques, d'apporter des indications sur l'origine des clientèles, leur apport économique, la répartition dans les hébergements marchands et non-marchands, leurs motivations, les activités pratiquées, la satisfaction et la durée du séjour...

Quand ce travail et la réflexion méthodologique qui en découle ont été lancés, il n'était pas question que l'Aquitaine fusionne avec d'autres régions. C'est la raison pour laquelle les résultats présentés dans ce document ne concernent qu'une partie de l'actuel territoire régional.

Ce type d'étude, très « lourde »¹, est en quelque sorte l'équivalent du recensement de la population à l'échelle touristique. Les données ainsi recueillies permettront de structurer les plans de sondages ultérieurs pour des études de moindre ampleur. Ces éléments de cadrage permettront aussi de réactualiser des données dans les prochaines années.

Cette publication restitue les principaux résultats de cette étude, mais de nombreuses autres données par filière, par territoire, par type de clientèle, sont disponibles et feront l'objet de communications ultérieures.

Depuis la création de la Nouvelle-Aquitaine, nos équipes travaillent à un rapprochement de l'observation touristique. Souhaitons que ces premiers résultats, riches d'enseignements, viennent alimenter les réflexions à venir au service du développement de l'ensemble du nouveau territoire.

Ce travail n'aurait pu être réalisé sans l'apport technique et théorique de JPC Consultant et de BVA, sans la collaboration de partenaires historiques qui nous aident pour l'élaboration de séries statistiques : l'INSEE, les Directions Interrégionales des Routes, les services infrastructures routières des Conseils Départementaux, la société des Autoroutes du Sud de la France, les aéroports régionaux, la SNCF, le BET François Marchand, Kantar TNS ainsi que tous les gestionnaires d'hébergements qui répondent aux enquêtes mensuelles.

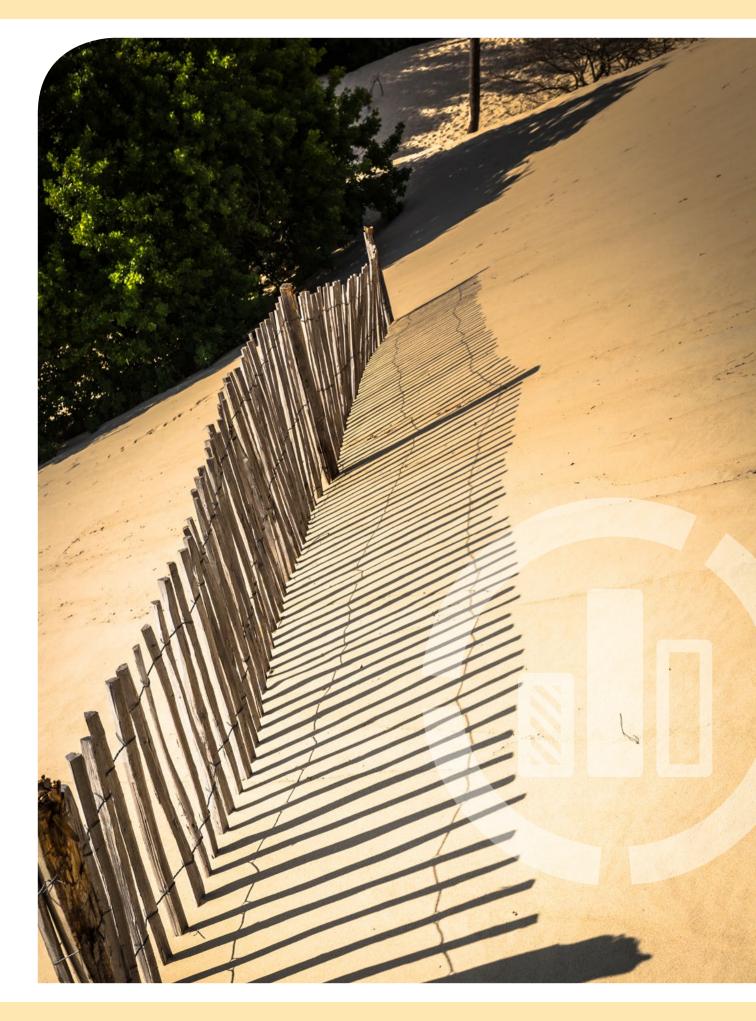
Nos remerciements vont également au Conseil Régional, aux CDT et ADT et aux Conseils Départementaux qui ont activement suivi le processus et financé ces travaux.

Enfin, nous adressons nos remerciements aux 50 structures offices de tourisme, maisons des vins, PNR, hébergeurs, musées, qui ont participé à la collecte des informations, comme aux 500 opérateurs privés qui ont aussi permis de rassembler des questionnaires et contribué à faire, de cette étude, une réussite.

#### Régine Marchand

Présidente du Comité régional du tourisme de Nouvelle-Aquitaine

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> L'enquête s'est déroulée de mai 2015 à juin 2016. Plus de 20 000 questionnaires ont été collectés soit en face-à-face, soit avec l'aide de partenaires territoriaux tant institutionnels que privés.



# Les principes de collecte

Afin d'assurer l'organisation technique de l'enquête, un groupe projet associant les CDT / ADT, la société BVA et le pôle observatoire du CRTA a été mis en place. Il a suivi les différentes étapes du travail jusqu'à la fin de la collecte.

Durant le 1<sup>er</sup> trimestre 2015, le dispositif d'enquête proposé par BVA a été validé puis le planning d'enquête sur sites a été élaboré avec BVA.

Celle-ci s'est déroulée de mai 2015 à juin 2016 selon un dispositif de collecte multi-sources. Le dispositif de collecte s'articule autour :

- **D'enquêtes sur sites :** 150 dates d'intervention sur une centaine de sites hautement touristiques, dans les gares et aéroports, soit 945 vacations ont permis de collecter 16 655 questionnaires. Parallèlement, un dénombrement qualifiant été effectué par les enquêteurs.
- D'un dispositif complémentaire d'interrogations CAWI (enquêtes web), pour répondre à un double objectif:

- > 4 000 interrogations pour évaluer la part de résidents régionaux, leur fréquence de départ dans la région ainsi que la fréquence d'accueil réalisé par les Aquitains hébergeant des touristes non marchands.
- > 300 propriétaires français de résidences secondaires en Aquitaine interrogés pour évaluer la part de séjours non marchands dans des résidences secondaires.

Ces deux dispositifs ont permis de décrire 1 241 séjours.

- Un troisième dispositif complémentaire de collecte a été mis en place avec des partenaires territoriaux : offices de tourisme, sites touristiques, musées, hébergeurs (hôtels, campings, chambres d'hôtes et meublés). Il a permis de collecter 1 728 questionnaires.
- Au total 20 184 questionnaires ont été collectés sur l'ensemble de la période d'étude décrivant 24 216 séjours.

# Les redressements

Afin d'obtenir une représentativité parfaite des questionnaires décrivant des séjours sur l'ensemble de la période d'étude, sur l'ensemble des bassins touristiques et sur chaque type d'hébergements, ces questionnaires ont ensuite été redressés selon 4 étapes :

- Calage du type de jour sur les volumes de nuitées évalués par la méthode des flux dans les moyens de transports par strate (Saison X Type de jour -de week-end, de semaine, de vacances scolaires- X Département)
- Calage qualificatif: durée de séjour et origine des clients à partir des comptages et des données exogènes (Saison X Groupe de sites)
- Calage des volumes Intra/Extra/Etrangers à partir, pour les extrarégionaux de la méthode des

- flux, pour les intrarégionaux de l'histogramme des absences (Kantar-SOFRES), pour les étrangers d'estimations à partir des résultats de l'enquête et du dénombrement hors sites gare et aéroport.
- Calage par les marges sur les variables hébergement, origine, bassin de séjour, période, mode de transport, à partir de données exogènes à l'enquête. Ces données proviennent de différentes sources (enquêtes INSEE, enquêtes CRTA, données aéroports, données GDS...).

Ce dispositif a permis de redresser la collecte sur les 5 départements, 14 bassins touristiques, 4 périodes, 11 types d'hébergement et 8 nationalités.



# Sommaire

#### INTRODUCTION LES TOURISTES EN AQUITAINE À L'ANNÉE Le tourisme en Aquitaine, un secteur économique majeur et en croissance ......p16-17 L'Aquitaine attire d'abord ses voisins français et étrangers ......p 18 Le littoral, un pôle d'attractivité majeur ......p 19 Une répartition entre les hébergements marchands et non marchands équilibrée ......p 21 Un profil touristique en phase avec une destination familiale de longs séjours ......p 24 Des touristes très satisfaits p 25 L'Espagne, 4<sup>ème</sup> marché étranger pourvoyeur de touristes en Aquitaine ......p 31 FOCUS SAISON / HORS SAISON Un tourisme plus affinitaire hors saison, un tourisme plus marchand en saison ......p 36-37

NB: Dans ce document, lorsqu'il est fait référence à la saison, la période inclut les mois de mai à octobre. La période hors saison correspond aux mois de novembre à avril. Dans certains cas, le questionnaire autorisait plusieurs réponses pour une même question, certains totaux sont donc supérieurs à 100%.

Les bulles + 5 pts et - 2 pts indiquent les évolutions significatives par rapport à 2009.

# LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE DE L'AQUITAINE EN UN COUP D'ŒIL



En 2015, **l'Aquitaine a accueilli 15 millions de touristes,** pour une fréquentation totale de 95,9 millions de nuitées, dont 16,1 millions de nuitées de touristes étrangers. Un touriste sur cinq vient en Aquitaine pour la première fois, ce qui représente 15,3 millions de nuitées de primo-visiteurs.

**Les touristes ont dépensé 5,1 milliards d'euros** durant leurs séjours, un demimilliard de plus qu'il y a dix ans, grâce à une dépense moyenne par jour et par personne qui s'élève à 53,70€ en augmentation de 5€ par rapport à 2009.

#### SUR 10 TOURISTES EN AQUITAINE :

- > 1,5 sont étrangers pour 8,5 Français dont 2,5 Aquitains
- > 2 viennent pour la fois en Aquitaine.
- > 4 séjournent sur le littoral pour 6 dans l'intérieur des terres PPPA.
- > 5 viennent en famille vier ou en famille avec des amis.
- > 4 sont des CSP+, pour 3 inactifs.
- > 5 viennent pour vacances/agrément , 1 pour motif professionnel , et près de 4 pour motif affinitaire (visite à la famille et/ou aux amis).
- > 5 résident en hébergement marchand € (dont 1 à l'hôtel 📰 et 2 au camping 🛝).
- > 7 séjournent entre mai et octobre % \(\tilde{\to}\)- \(\frac{\to}{\to}\).
- ▶ **4** restent dans la région moins de **4** nuits (...
  - ★★★★ **Et tous sont satisfaits!** (dont **6** très satisfaits)

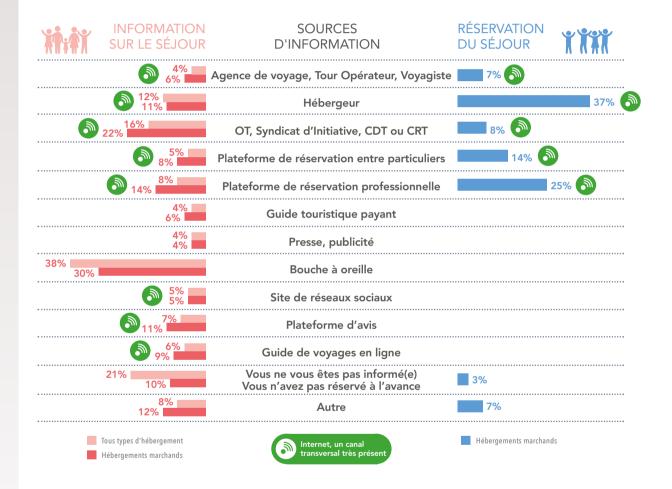
#### Une constance dans les fondamentaux du tourisme aquitain

- **Une fréquentation saisonnière :** 79% des nuitées se déroulent de mai à octobre. L'été (juillet-août) concentre 32% des séjours et 51% des nuitées aquitaines.
- Le littoral, 10% du territoire, hautement attractif, attire 45% des nuitées; trois bassins sont prépondérants dans cette fréquentation touristique: le littoral landais, Bordeaux et son agglomération (en progression sensible par rapport à 2009) et le littoral basque, captant à eux trois plus du tiers des nuitées. A noter toutefois que parmi les touristes repeaters\* (73% de l'ensemble des touristes du territoire), 38% vont et ne reviennent que sur littoral alors que 40% ont changé de type de destination au cours de leurs différents séjours.
- L'Aquitaine attire d'abord ses voisins français et étrangers : sur l'ensemble de l'année, 83% des nuitées sont d'origine nationale. Les clientèles de proximité représentent plus d'un séjour français sur deux. Les résidents aquitains contribuent à la fréquentation touristique du territoire régional, à hauteur d'un quart des séjours, sensiblement moins en termes de nuitées. 17% des nuitées à l'année sont le fait de clientèles internationales, à 80% européennes.
- Un profil de clientèle en phase avec une destination familiale: un touriste sur deux vient en famille ou famille et amis, cette composition s'accentuant l'été. Ce tourisme familial se confirme aussi dans les structures d'âge puisque 31% des touristes ont moins de 25 ans. Les plus de 55 ans représentent ¼ des séjours en Aquitaine, avec, là aussi, des fortes fluctuations selon les saisons. La venue en couple concerne ¼ des touristes et s'accélère en dehors de la pleine saison, particulièrement en automne.
- Des touristes aux CSP plutôt aisées bien représentés.
- Des séjours plutôt longs qui répondent en premier lieu à des considérations personnelles (90%), particulièrement, les vacances / loisirs : 60% des séjours dépassent 3 nuits, pour une durée moyenne de 7 jours. Sur l'ensemble de l'année, la moitié des séjours correspond à des motivations de vacances / loisirs, même si les visites affinitaires sont à l'origine d'une part importante de séjours (35%).

<sup>\*</sup> Ayant effectué plus d'un séjour en Aquitaine ces dernières années.

#### Principales caractéristiques des séjours aquitains

- Tourisme affinitaire oblige, la famille, les amis et la disponibilité d'une résidence secondaire se retrouvent dans les éléments déclencheurs d'un séjour aquitain, mais l'océan, le soleil et climat et la douceur de vivre restent les 1ers atouts touristiques de l'Aquitaine. La mer, l'océan, sont des éléments clés dans la réalisation d'un séjour dans les départements côtiers, la culture et l'affinitaire dans les départements intérieurs.
- Le bouche à oreille est toujours privilégié pour s'informer sur les vacances (38%), mais Internet est aujourd'hui un canal transversal très présent à l'heure de s'informer (63% des séjours) et de réserver son séjour (86%).





- Pour venir séjourner en région, les modes de transport personnels restent très largement majo**ritaires,** en particulier pour le public français : 82% des touristes arrivent en voiture en Aquitaine.
- Les touristes de la région Aquitaine se répartissent entre hébergement marchand (53% des nuitées ou de séjours) et hébergement non marchand. Les clientèles étrangères optent plus fréquemment pour un hébergement marchand (65% des nuitées). L'hiver, le recours à l'hébergement non marchand est plus systématique.
  - En séjours, l'hôtel (16% de séjours) figure en bonne place de ces hébergements marchands suivi par le camping (14%) et la location de meublés (11%). En nuitées, le camping (19% des nuitées) devance l'hôtel (10%), la location d'appartement ou de maison occupant une place intermédiaire (14% des nuitées).
- 30% des nuitées en hébergement non marchand sont réalisées dans les résidences principales de parents ou amis, 12% dans une résidence secondaire personnelle, 6% dans une résidence secondaire de parents ou amis.
- Les touristes aquitains sont adeptes de repos et farniente, quel que soit leur département de séjour. Néanmoins, la plage, la baignade et la pratique du vélo sont les activités phares du séjour en Aquitaine. Au-delà, la découverte du territoire à travers les villages, cités de caractère, la visite des monuments et musées, des grottes remportent les suffrages auprès des publics étrangers.
- Au final, la durée du séjour Aquitain reste stable (7 jours) par rapport à 2009, mais est à moduler en fonction de la saison (logiquement, les séjours s'étirent en été : 11 jours), l'origine (les étrangers séjournent plus longtemps), enfin suivant le mode d'hébergement (de 4,2 jours en hôtel à 9,1 jours en camping).

#### HÉBERGEMENT MARCHAND

**53%** 



#### HÉBERGEMENT NON MARCHAND

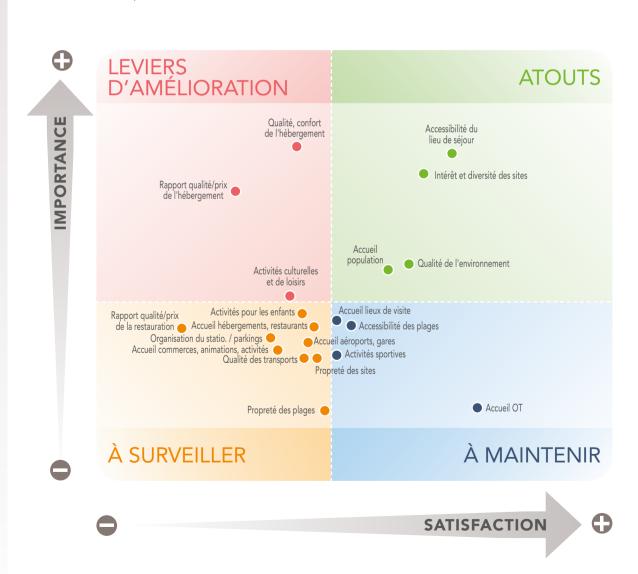
**47%** 





#### Une région qui satisfait et fidélise ses touristes

- Même si elle attire 23% de primo-visiteurs en été (35% parmi la clientèle internationale), l'Aquitaine est une destination qui fidélise : 80% des touristes y ont déjà séjourné. 41% y ont fait 5 séjours et plus.
- Les touristes reviennent en Aquitaine et témoignent d'une expérience très positive puisque 99% d'entre eux expriment une entière satisfaction par rapport à leur séjour, avec une proportion de jugements extrêmes (très satisfait) assez notable, puisqu'elle dépasse très largement la moitié de cette population (57%).
- Cette forte satisfaction se retrouve dans l'ensemble des publics, mais ces résultats sont à nuancer en fonction, notamment, des modes d'hébergement (le mode non marchand suscite une évaluation supérieure), de l'origine de la clientèle (les étrangers sont traditionnellement plus cléments, même si la clientèle
- néerlandaise se distingue affichant des opinions plus réservées), de la saison (les ailes de saison concentrent davantage de satisfaction par rapport à l'été), enfin du département de séjour (les départements intérieurs ont fait l'objet d'une évaluation supérieure).
- L'ensemble des critères qui ont fait l'objet d'une évaluation reçoivent des jugements fédérateurs, mais malgré tout, des nuances ont été exprimées :
  - l'accueil dans les lieux de visites, l'intérêt et la diversité des sites, l'accueil dans les Offices de Tourisme, la qualité de l'environnement suscitent des appréciations très positives.
  - > moins de ferveur est accordée à l'organisation du stationnement, la présence de parkings, la qualité des transports de la région, le rapport qualité / prix de la restauration, et celui de l'hébergement.

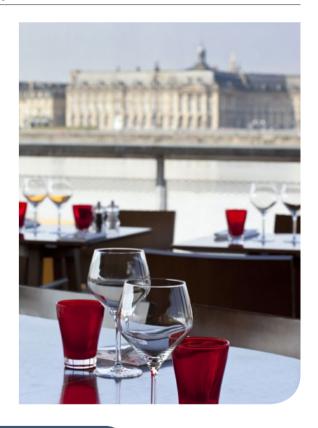


#### CE QUI BOUGE PAR RAPPORT À 2009

- **> Une légère progression des séjours** « hors vacances scolaires » (35% ; +4 points), des séjours « entre amis » (+5 points) et des longs séjours (+4 points pour les séjours de 8 à 15 nuits).
- **Davantage de nuitées internationales** (+2 points), notamment allemandes (+5 points).
- **Le train et l'avion** sont des moyens de transport en développement pour se rendre en Aquitaine (respectivement + 2 et + 5 points).
- **Les nuitées en hébergement marchand** ont également gagné des parts de marché, + 5 points en 7 ans.
- Des touristes plus dépensiers : 54€ de dépenses quotidienne par touristes, soit 5€ de plus en 7 ans.

#### Le tourisme, un secteur économique majeur et en croissance

- Le touriste aquitain dépense en moyenne 53,70€
   par jour avec des variations de 32€ à 161€ selon
   le contexte, une dépense pouvant aller du simple
   au triple selon les profils. On observe de fortes
   fluctuations de cette dépense selon :
  - > l'origine de la clientèle : 8€ séparent la dépense unitaire journalière des Français (52,40€) et des étrangers (60,30€). Parmi eux, les Américains du Nord en hôtel (161€) tirent la dépense vers le haut, inversement, celle des Néerlandais se situe à un niveau bien plus bas (48,90€).
  - > la saison : plus forte au printemps (63,90€), elle faiblit l'été (48€), en phase avec l'allongement de la durée des séjours ;
  - > le type d'hébergement retenu : logiquement, le touriste en hébergement marchand génère une dépense bien supérieure (71,20€ versus 33€ en hébergement non marchand).
  - > le département de séjour : sensiblement plus élevée dans les départements de Pyrénées-Atlantiques (58,80€) et Gironde (56,60€), elle est plus faible en Lot-et-Garonne (46,60€).
- De fait, le tourisme en Aquitaine génère en une année plus de 5 milliards d'euros, soit une progression significative d'un demi-milliard par rapport à 2009. La contribution à la dépense est plus importante pour certains segments de clientèle :





Les étrangers : 1 milliard de dépenses 🧷



Les hébergements marchands : 3,7 milliards de dépenses



Les touristes extra-régionaux : 4,3 milliards de dépenses







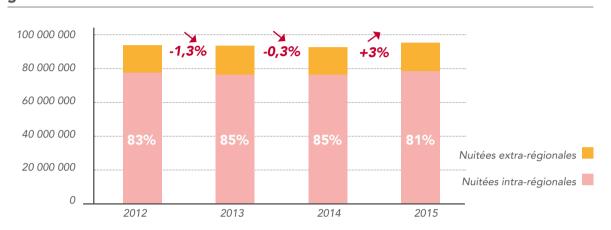


# LES TOURISTES EN AQUITAINE À L'ANNÉE

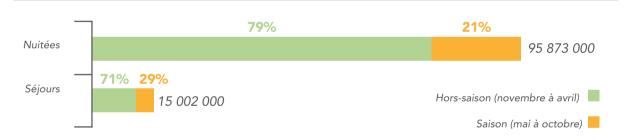


#### LE TOURISME EN AQUITAINE, UN SECTEUR ÉCONOMIQUE MAJEUR ET EN CROISSANCE

# Près de 96 millions de nuitées en Aquitaine, un volume de fréquentation globalement stable



#### Près de 4 nuitées sur 5 entre mai et octobre



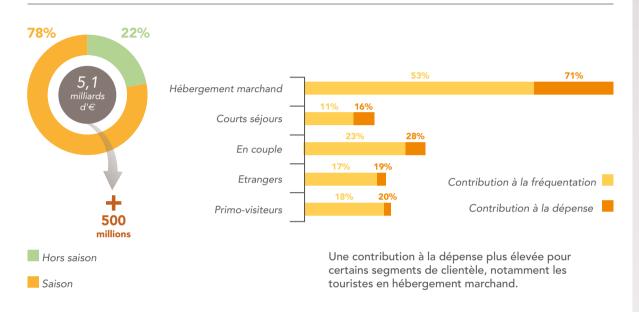
Près des deux tiers des nuitées réalisées pendant une période de vacances scolaires, avec une légère progression du « hors vacances scolaires »



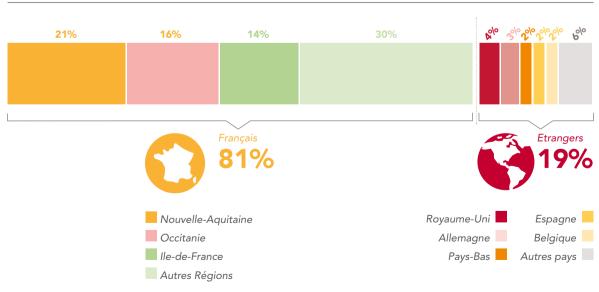
#### LE TOURISME EN AQUITAINE, UN SECTEUR ÉCONOMIQUE MAJEUR ET EN CROISSANCE



#### 5,1 milliards d'euros dépensés par les touristes en Aquitaine, +500 millions en 7 ans



# Les Néo-Aquitains et les étrangers sont les plus forts contributeurs à la dépense touristique d'Aquitaine

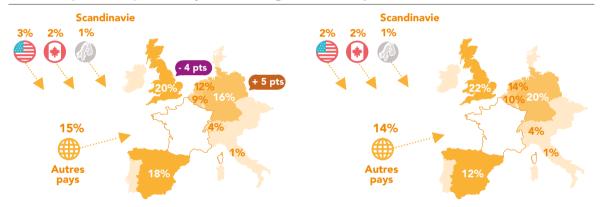


#### L'AQUITAINE ATTIRE D'ABORD SES VOISINS FRANÇAIS ET ETRANGERS

### Les clientèles étrangères de l'Aquitaine : 15 % des séjours et 17% des nuitées à l'année



#### Les Européens : quatre séjours étrangers sur cinq (1)

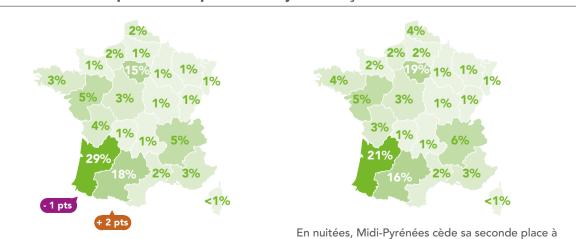


Parmi les touristes étrangers, 1 sur 5 est britannique, près d'1 sur 5 est espagnol, 1 sur 6 est allemand.

(1) En base 100 Etranger

En nuitées, le Royaume-Uni confirme sa place de leader, l'Espagne recule au profit de l'Allemagne et des Pays-Bas.

#### Les clientèles de proximité : plus d'un séjour français sur deux (2)



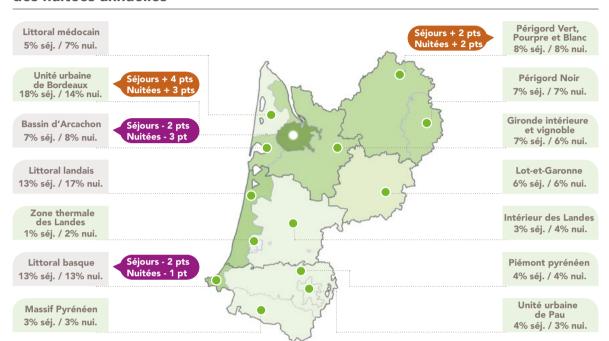
(2) En base 100 France

l'Ile-de-France.

# LE LITTORAL, UN POLE D'ATTRACTIVITE MAJEUR



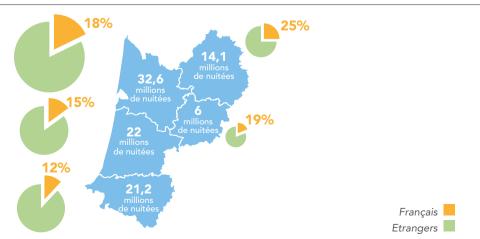
#### Le littoral: 10% du territoire, 4 séjours annuels sur 10, près de la moitié des nuitées annuelles



	% Séjours	% Nuitées
24 – Dordogne	14,6%	14,7%
33 – Gironde	37,6%	34%
40 – Landes	18,1%	23%
47 – Lot et Garonne	6,4%	6,2%
64 – Pyrénées Atlantiques	23,3%	22,1%

A l'année, près d'1 touriste sur 4 séjourne en Gironde, grâce au dynamisme de l'unité urbaine de Bordeaux et à l'attractivité du littoral en saison.

#### Des clientèles étrangères proportionnellement plus présentes dans les destinations de l'intérieur



# UNE DESTINATION BALNÉAIRE AUX COMPOSANTES ATTRACTIVES MULTIPLES

#### Océan, soleil et climat, douceur de vivre sont les 1er atouts de l'Aquitaine



La découverte culturelle au travers du patrimoine bâti et de la gastronomie participe également à son attractivité. A noter l'attrait de la campagne, du tourisme urbain et de l'œnotourisme pour les clientèles étrangères.

#### Dans les départements, les motivations principales de séjours sont à l'image des spécificités des territoires

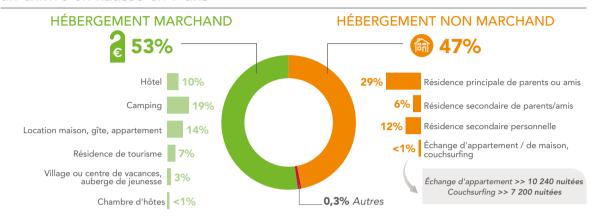


La mer, l'océan sont les éléments clés dans la réalisation d'un séjour dans les départements côtiers, la culture et l'affinitaire arrivent en tête dans les départements intérieurs.

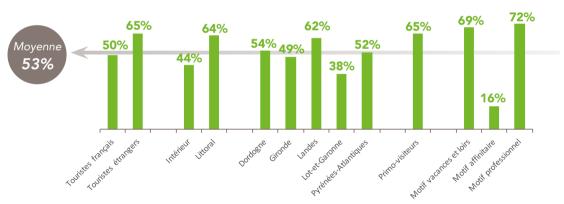
# UNE RÉPARTITION ENTRE LES HÉBERGEMENTS MARCHANDS ET NON MARCHANDS ÉQUILIBRÉE



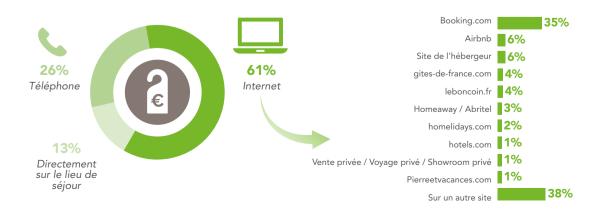
#### Un peu plus de la moitié des nuitées en hébergement marchand, un chiffre en hausse en 7 ans



# L'hébergement marchand plus souvent sollicité par les primo-visiteurs et par les étrangers ou lors des déplacements pour motif professionnel



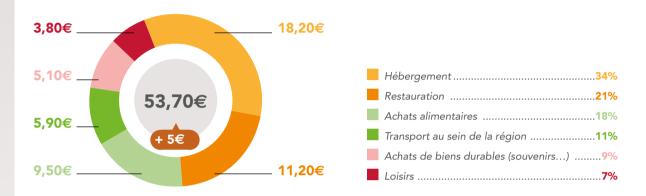
61% des touristes en hébergement marchand réservent leur séjour à l'aide d'internet.



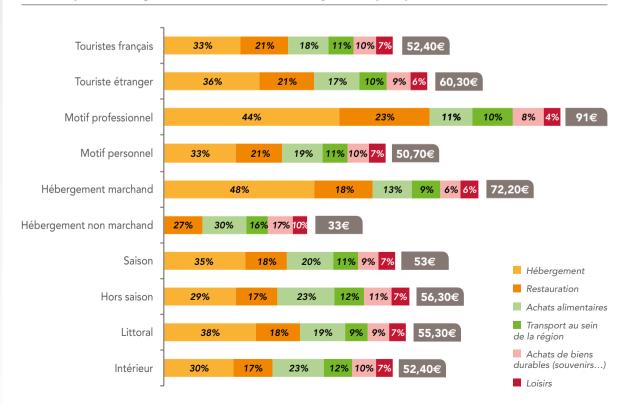
# G

# UNE DÉPENSE QUOTIDIENNE PAR TOURISTE EN PROGRESSION DE 10% PAR RAPPORT A 2009

# Près de 54€ dépensés quotidiennement par un touriste, les ¾ de cette dépense dédiés au logement et à la nourriture



#### Une dépense moyenne entre 33€ et 91€ jour et par personne selon le contexte



# UN BUDGET MOYEN TRES HÉTÉROGÈNE C



#### Une dépense moyenne par jour pouvant aller du simple au triple, un budget moyen de séjour\* de 1 008€ par groupe

Hôtel	120,50€
Motif professionnel	91€
Courts séjours	76,50€
Autre héb. marchand	67,70€
Autre groupe	63,90€
Couple	63,40€
Seul	62,90€
Entre amis	62,30€
Sans enfant	60,80€
Primo visiteur	60,60€
Moyens séjours	59€
Autre motif	58,60€
Vacances / loisirs	56,80€
CSP+	55,70€
Extra-régionaux	54,10€

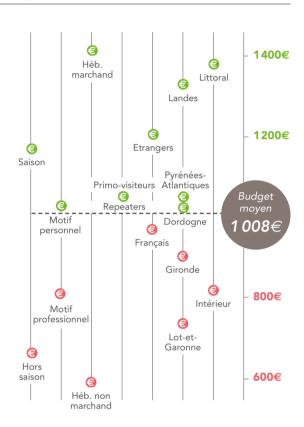


DÉPENSE TOTALE

53,70€

PAR JOUR & PAR PERSONNE

Camping	52€
Intra-régionaux	51,90€
CSP-	50,90€
Autres inactifs	49,80€
Plus de 5 séjours	48€
Longs séjours	47,70€
Famille	46,80€
Famille avec amis	46,30€
Avec enfant	45,90€
Visite famille / amis	38,50€
Héb. non marchand	32,90€

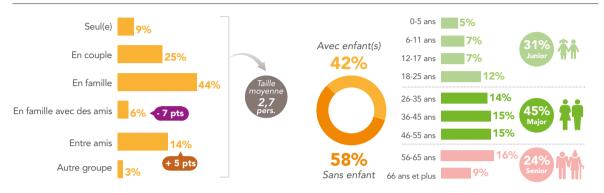


<sup>\*</sup> Le budget de séjour correspond à la dépense totale du groupe pour la totalité de son séjour. Cet indicateur fait intervenir les données de taille de groupe et de durée de séjour. Ces dernières étant très hétérogènes, la hiérarchie des budgets de groupe pour chaque segment de clientèle peut se révéler très différente de celle de la dépense par jour et par personne.



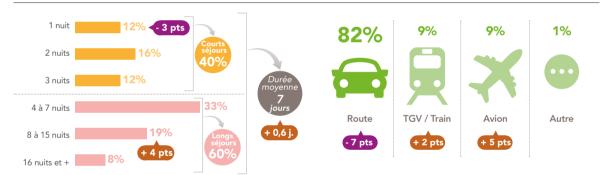
# UN PROFIL TOURISTIQUE EN PHASE AVEC UNE DESTINATION FAMILIALE DE LONGS SEJOURS

#### En famille



La prédominance des séjours en famille influe sur la taille moyenne de groupe, proche de 3 personnes. La présence d'enfants de moins de 18 ans concerne plus de 4 groupes de séjours sur 10, les moins de 18 ans 19% des touristes.

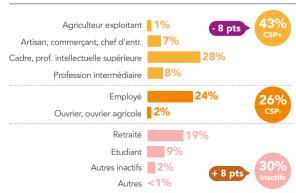
#### Des longs séjours en voiture



Des séjours plutôt longs, des longs séjours en progression.

Plus de 8 touristes sur 10 arrivent en voiture, mais le train et l'avion sont en progression.

#### Des touristes au CSP plutôt aisés



Sur 10 touristes en Aquitaine, près de 3 sont des cadres et professions intellectuelles, plus de 2 sont employés et 2 sont retraités.



1 touriste sur 5 déclare un revenu mensuel de ménage supérieur à 5 000 $\ensuremath{\in}$ .

### DES TOURISTES TRÈS SATISFAITS



#### Un véritable plébiscite pour l'Aquitaine : 99% des touristes satisfaits dont 57% très satisfaits

Une mention spéciale pour l'accueil (dans les lieux de visite, dans les offices de tourisme, dans les hébergements et les restaurants...).

Pas du tout satisfait	Peu satisfait	Satisfait	Très satisfait	Sous-tota Satisfaits	
Globalement, par rapport à votre séjour, vous êtes	<1% <1%		43% 57%	99%	78
L'accueil dans les lieux de visite	0% 3%		61% 36%	97%	64
L'intérêt et la diversité des sites	0% 3%		55% 42%	96%	67
L'accueil dans les Offices de Tourisme et les « Points Info Tourisme »	1% 3%		51% 45%	96%	68
La qualité de l'environnement	1% 4%		55% 40%	96%	65
L'accueil dans les hébergements, les restaurants	1% 4%		61% 34%	95%	62
L'accessibilité de votre lieu de séjour (en général)	1% 4%		51% 43%	95%	66
Les activités culturelles et de loisirs	1% 5%		62% 32%	95%	60
L'accueil dans les commerces, sur les animations ou activités	1% 4%		63% 31%	95%	60
Les activités sportives	1% 5%		59% 35%	94%	61
L'accueil de la population	1% 6%		54% 39%	93%	62
La qualité, le confort de l'hébergement**	1% 6%		60% 33%	92%	58
La propreté des sites (hors plages)	1% 7%		58% 34%	92%	58
L'accessibilité des plages	2% 7%		55% 36%	92%	59
Les activités pour les enfants	1% 8%		58% 33%	92%	58
La propreté des plages	1% 8%		56% 35%	91%	58
Le rapport qualité/prix de l'hébergement**	2% 10%		60% 28%	88%	51
L'accueil dans les aéroports, les gares	2% 10%		54% 34%	88%	54
Le rapport qualité/prix de la restauration	2% 12%		60% 25%	86%	47
La qualité des transports de la région (bus, trains)	4% 13%		49% 34%	83%	48
L'organisation du stationnement / les parkings	4% 15%		50% 31%	81%	44

<sup>\*\*</sup> Uniquement pour les hébergements marchands

#### Des avis toujours positifs mais plus nuancés chez les Néerlandais, très enthousiastes chez les Espagnols et les Britanniques

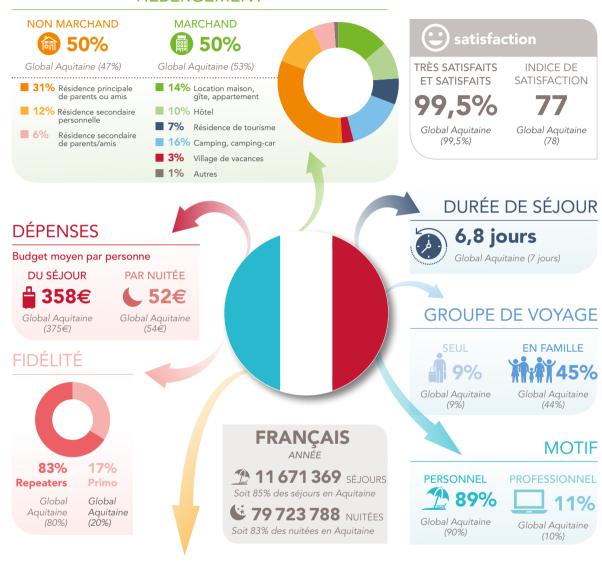


<sup>\*</sup> Calcul de l'indice : (% très satisfait + 1/2 % satisfait - 1/2 % peu satisfait - % pas du tout satisfait) Interprétation de l'indice : Exemple de norme : + de 60 -> Excellent, de 30 à 60 -> Assez bon, - de 30 -> Mauvais



#### LE MARCHÉ FRANÇAIS, SOCLE DE LA CLIENTÈLE TOURISTIQUE D'AQUITAINE

#### HÉBERGEMENT



#### **ACTIVITÉS**

#### L'océan, premier atout de l'Aquitaine pour attirer les touristes français



#### **MOTIVATIONS**

Repos, plage, vélo, visites et découvertes...



#### LE TOURISME INTERNATIONAL, CŒUR DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE



#### HÉBERGEMENT

#### NON MARCHAND MARCHAND **70% 30%** Global Aquitaine (47%) Global Aquitaine (53%) 23% Résidence principale de parents ou amis





99,4% Global Aquitaine (99,5%)

TRÈS SATISFAITS

FT SATISFAITS

Global Aquitaine

INDICE DE

SATISFACTION

#### **DÉPENSES**

Budget moyen par personne

Résidence secondaire personnelle

Résidence secondaire de parents/amis

DU SÉJOUR

472€

Global Aquitaine

PAR NUITÉE 60€

Global Aquitaine

#### **FIDÉLITÉ**



Global

(20%)

Aquitaine

Repeaters

Global Aquitaine (80%)

**ÉTRANGERS** ANNÉE

**2** 2 061 991 séjours Soit 15% des séjours en Aquitaine

16 149 182 NUITÉES Soit 17% des nuitées en Aquitaine

#### DURÉE DE SÉJOUR



7,8 jours

Global Aquitaine (7 jours)

#### GROUPE DE VOYAGE

Global Aquitaine (9%)

EN FAMILLE 39%

> Global Aquitaine (44%)

#### **MOTIF**

PERSONNEL 93%

Global Aquitaine (90%)

**PROFESSIONNEL** 

Global Aquitaine (10%)

#### **ACTIVITÉS**

#### L'océan, le soleil et la campagne, les meilleurs atouts de l'Aquitaine pour les étrangers



#### **MOTIVATIONS**

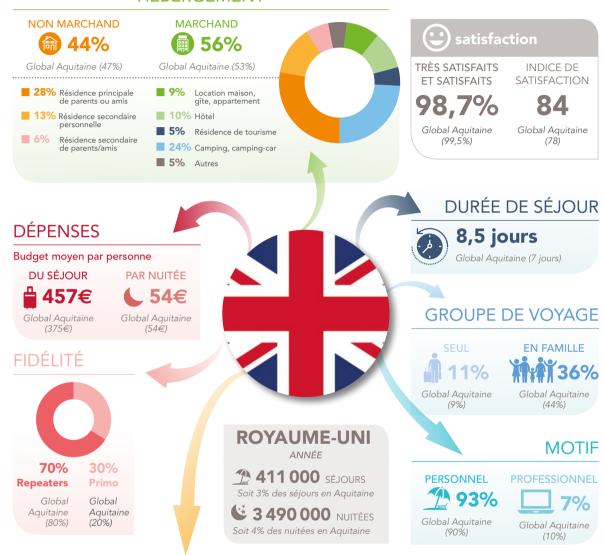
#### Les vacances des touristes étrangers en Aquitaine riment avec repos





### LES BRITANNIQUES, 1<sup>ERS</sup> CLIENTS ÉTRANGERS

#### **HÉBERGEMENT**



#### **ACTIVITÉS**

#### L'Aquitaine attractive pour le soleil, l'océan et la campagne



#### **MOTIVATIONS**

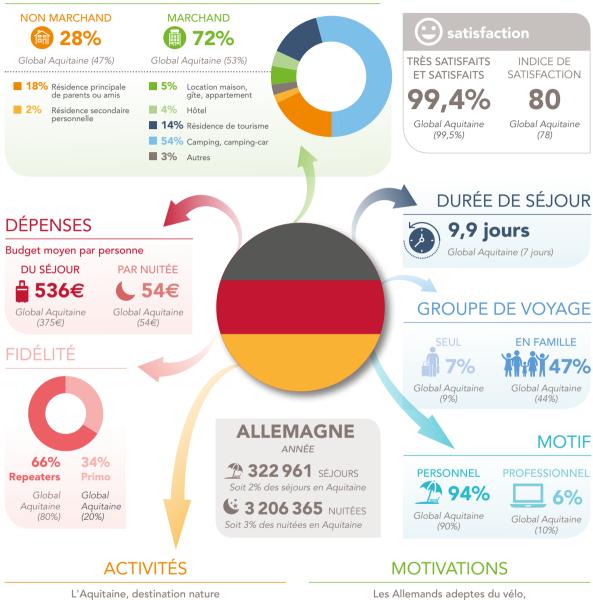
Les Britanniques profitent de leur séjour pour se détendre, visiter et pratiquer des activités sportives



### L'ALLEMAGNE, 2<sup>è</sup> MARCHÉ ÉTRANGER C



#### HÉBERGEMENT



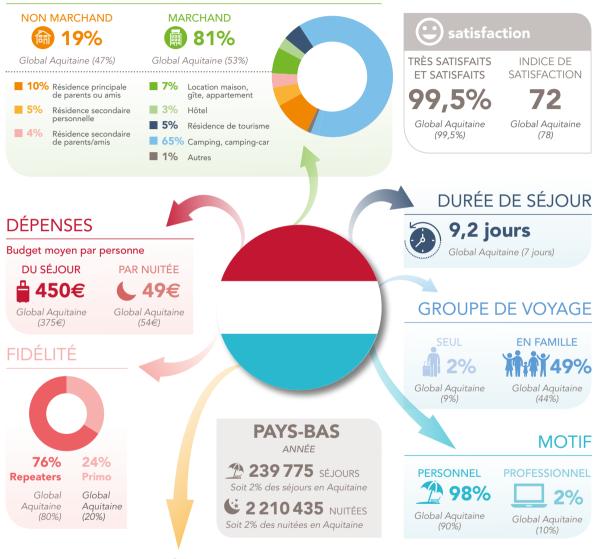
#### L'Aquitaine, destination nature Famille, amis, résidence secondaire Uniquement motif professionnel Les grands espaces préservés La montagne Les lacs Le patrimoine culturel (villages, châteaux) La découverte de la vigne et du vin Une activité / un événement spécifique La gastronomie, la restauration La douceur de vivre La découverte des villes Le soleil, le climat La campagne La mer, l'océan 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70%





#### LES NÉERLANDAIS AU 3<sup>è</sup> RANG DES MARCHÉS ÉTRANGERS

#### **HÉBERGEMENT**



#### **ACTIVITÉS**

#### Des Néerlandais attirés par le soleil et l'océan, mais aussi par la campagne



#### **MOTIVATIONS**

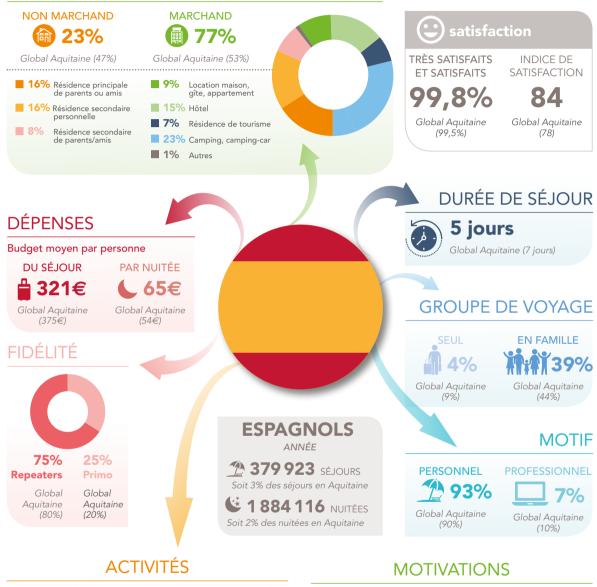
Repos et découverte des villages et cités de caractère au programme des touristes néerlandais



#### L'ESPAGNE, 4<sup>è</sup> PAYS ÉTRANGER POURVOYEUR DE TOURISTES EN AQUITAINE



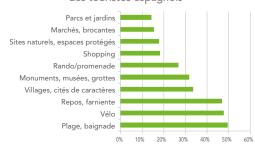
#### HÉBERGEMENT



Des Espagnols attirés par l'océan, la campagne, les villes et la douceur de vivre en Aquitaine



La plage, le vélo, le repos et des visites au programme des touristes espagnols





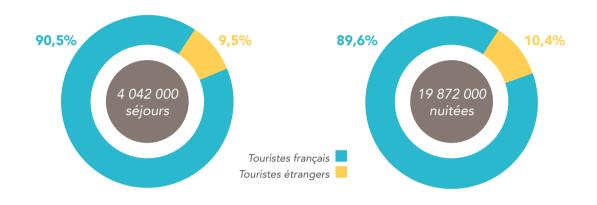




# G

# DES FRANÇAIS TOUTE L'ANNÉE...

#### Hors saison, 9 touristes sur 10 en séjour en Aquitaine sont français

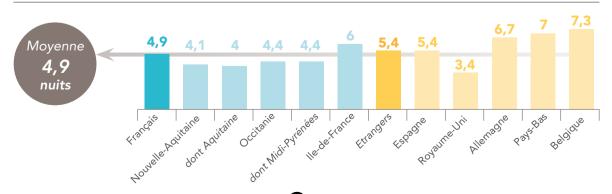


# Hors saison, la proximité joue un rôle fondamental dans la fréquentation touristique pour les Français comme pour les étrangers

Séjours	Part de marché des régions françaises <b>Nuitée</b>	
41,8%	Nouvelle-Aquitaine	35,5%
36,2%	dont Aquitaine	29,4%
21,6%	Occitanie	19,8%
19,9%	dont Midi-Pyrénées	17,8%
14,1%	Ile-de-France	17,3%
4,2%	Auvergne-Rhône-Alpes	4,8%
3,7%	Pays-de-Loire	4,1%
2,6%	Bretagne	3,2%
2,5%	Hauts-de-France	3,6%
9,5%	Autres régions	11,9%

Séjours	Part de marché des pays étrangers	Nuitées
25,6%	Espagne	16,2%
19,3%	Royaume-Uni	24,1%
7,6%	Allemagne	9,8%
6,6%	Pays-Bas	9,0%
5,6%	Belgique	6,4%
35,2%	Autres pays	34,6%

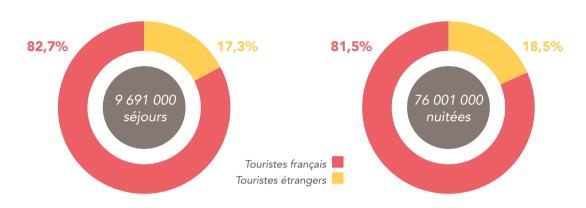
#### Hors saison, une durée de séjour raccourcie à moins de 5 nuits



### ...DES ÉTRANGERS PLUS NOMBREUX EN SAISON 🤩



#### En saison, deux fois plus de touristes étrangers qu'en hors saison



#### En saison, l'Aquitaine attire d'abord ses voisins français et étrangers

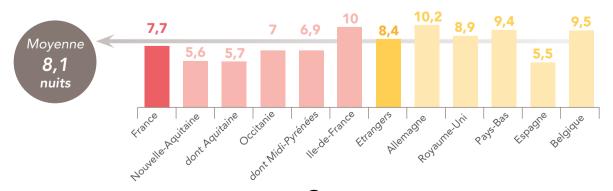
Séjours	Part de marché des régions françaises	Nuitées
31,1%	Nouvelle-Aquitaine	22,7%
26,0%	dont Aquitaine	19,1%
19,4%	Occitanie	17,6%
17,7%	dont Midi-Pyrénées	15,8%
14,8%	Ile-de-France	19,0%
6,9%	Auvergne-Rhône-Alpes	7,6%
4,8%	Pays-de-Loire	4,6%
4,3%	Bretagne	4,2%
4,2%	Hauts-de-France	6,8%
14,6%	Autres régions	17,5%

Séjours	Part de marché des pays étrangers	Nuitées
20,1%	Royaume-Uni	21,2%
17,5%	Allemagne	21,3%
16,8%	Espagne	11,0%
12,8%	Pays-Bas	14,4%
9,3%	Belgique	10,5%
5,0%	Etats-Unis et Canada	3,7%
3,8%	Suisse	3,7%
14,8%	Autres pays	14,1%

Nouvelle-Aquitaine et Occitanie, premiers bassins de clientèle française de l'Aquitaine.

Les 5 premiers marchés étrangers sont européens et génèrent ¾ des séjours internationaux.

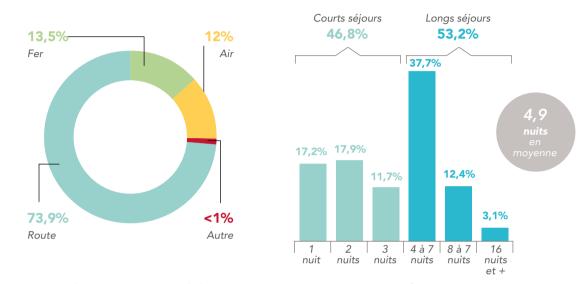
#### En saison, des séjours de 8,1 nuits en moyenne pouvant durer jusqu'à 10 nuits pour les Franciliens et les Allemands





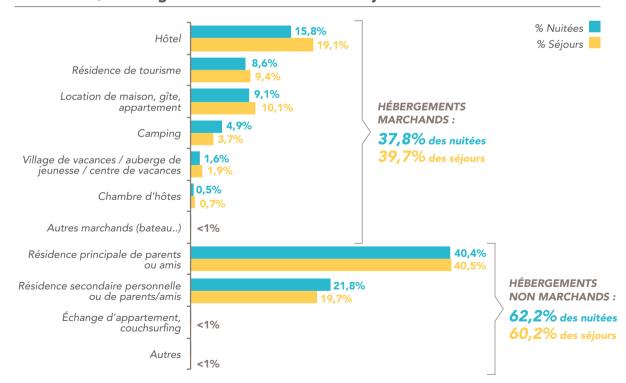
## UN TOURISME PLUS AFFINITAIRE HORS SAISON...

#### Hors saison, moins de voitures et plus de courts séjours



Presque autant de courts séjours que de longs et un recours accru aux transports ferroviaires et aériens.

#### Hors saison, l'hébergement non marchand est majoritaire

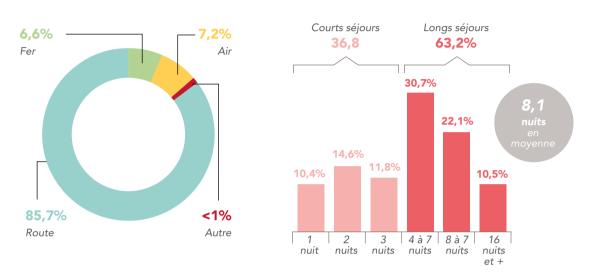


L'hôtellerie, avec 16% des nuitées totales est le premier hébergement marchand hors saison.

## ...UN TOURISME PLUS MARCHAND EN SAISON C

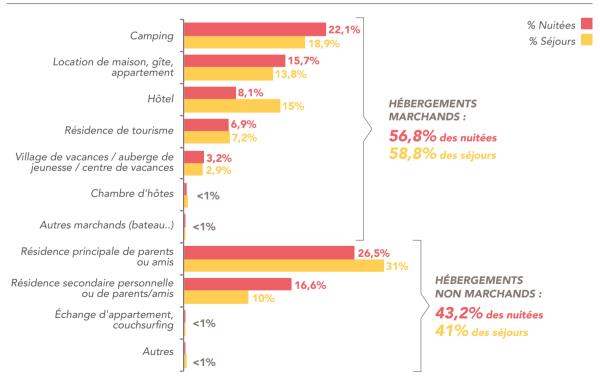


#### En saison, plus de voitures et plus de longs séjours



Une arrivée majoritairement par la route et deux fois plus de longs séjours que de courts séjours.

#### En saison, les hébergements marchands sont prépondérants

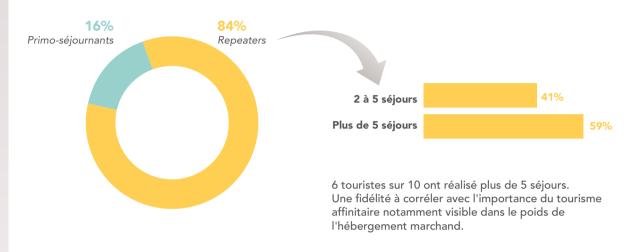


Représentant plus d'un cinquième des nuitées, le camping est le 1er type d'hébergement marchand en saison, devant les locations et l'hôtellerie.

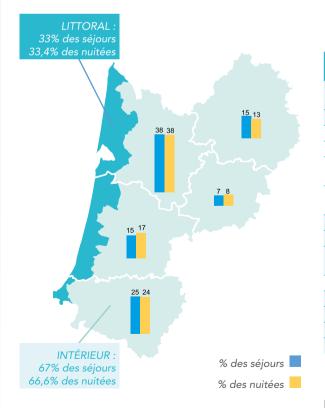


# UNE RÉGION QUI SAIT FIDÉLISER SES TOURISTES...

#### Hors saison, les touristes sont très fidèles à l'Aquitaine



#### Hors saison, le tourisme mieux réparti sur le territoire



Séjours	Bassin de séjour en hors saison	Nuitées
10,1%	Périgord Vert, Pourpre et Blanc	8,8%
4,7%	Périgord Noir	4,2%
6%	Bassin d'Arcachon	6,8%
3,7%	Littoral médocain	4%
6%	Gironde intérieure et vignoble	6,9%
22,8%	Unité urbaine de Bordeaux	20,5%
9,8%	Littoral landais	9,7%
3,9%	Intérieur des Landes	4,1%
1,5%	Zone thermale des Landes	3%
6,7%	Lot-et-Garonne	7,5%
13,5%	Littoral basque	12,9%
2,9%	Massif pyrénéen	3,1%
4%	Piémont pyrénéen	4,1%
4,5%	Unité urbaine de Pau	4,4%

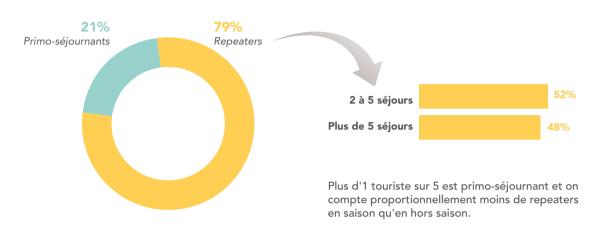
2/3 des séjours et des nuitées à l'intérieur du territoire.

La Gironde accueille 4 touristes sur 10, plus de la moitié d'entre eux séjournant dans l'unité urbaine de Bordeaux.

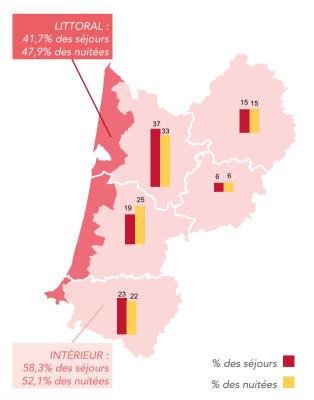
### ...EN TOUTES SAISONS



#### En saison, la clientèle se renouvelle davantage



#### En saison, le littoral gagne en attractivité



Le littoral concentre plus de 4 séjours sur 10 et presque la moitié des nuitées régionales.

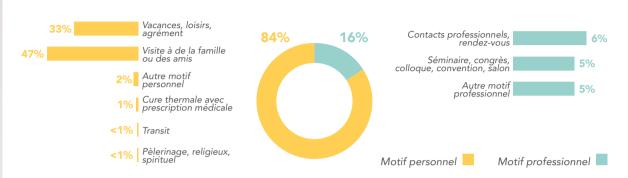
Séjours	Bassin de séjour en saison	Nuitées
7,6%	Périgord Vert, Pourpre et Blanc	7,6%
7,2%	Périgord Noir	7,6%
8%	Bassin d'Arcachon	8,4%
5,9%	Littoral médocain	7,5%
7,5%	Gironde intérieure et vignoble	5,2%
15,6%	Unité urbaine de Bordeaux	11,7%
14,7%	Littoral landais	18,8%
3,2%	Intérieur des Landes	3,6%
1,3%	Zone thermale des Landes	2,2%
5,7%	Lot-et-Garonne	5,9%
13%	Littoral basque	13,2%
3%	Massif pyrénéen	2,4%
3,6%	Piémont pyrénéen	3,4%
3,7%	Unité urbaine de Pau	2,5%

Le littoral landais est le bassin de séjour côtier le plus fréquenté en saison, presque 1 nuitée sur 5, l'attractivité de l'unité urbaine de Bordeaux se maintient.



# UNE DESTINATION DE VACANCES...

# Hors saison, 1 séjour sur 6 a lieu pour un motif professionnel et près d'1 sur 2 pour raisons affinitaires



## Hors saison, l'hétérogénéité des pratiques associe le repos et le farniente aux activités sportives et culturelles

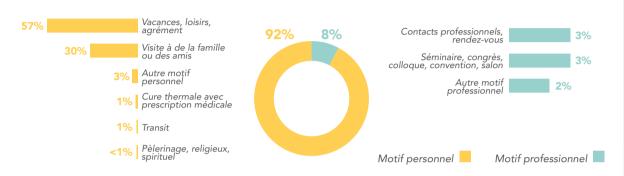
	Ensemble	Français	Etranger
Repos, farniente	52%	51%	63%
Vélo (toutes pratiques - balade, sport, itinérance)	27%	27%	28%
Randonnée pédestre, promenade	25%	25%	26%
Shopping	19%	19%	19%
Plage, baignade	17%	16%	21%
Découverte de villages, cités de caractères	17%	16%	22%
Marchés, brocantes	16%	16%	13%
Visite de monuments, musées, grottes	16%	15%	19%
Visite de sites naturels, espaces protégés	12%	12%	7%
Visite de parcs et jardins	11%	11%	12%
Autres activités	9%	9%	12%
Visite de caves, viticulteurs, dégustation, stage oenotourisme	8%	8%	7%
Thalassothérapie, remise en forme, balnéothérapie, bien-être	8%	8%	3%
Visite de producteurs du terroir	7%	7%	6%
Activités montagne en hiver (ski, surf des neiges, raquettes, luge)	7%	7%	5%
Evènement culturel	7%	7%	3%
Autres activités sportives	5%	5%	5%
Plaisance	5%	5%	8%
Stage d'activité spécifique	4%	4%	3%
Visite de sites préhistoriques	3%	4%	2%
Glisse nautique	3%	3%	5%
Evènement, manifestation festive, feria	3%	3%	4%
Golf	3%	3%	5%
Activités de montagne (randonnée pédestre, escalade, via ferrata, rafting, canyoning)	3%	3%	3%
Visite de parcs à thème, de loisirs, zoos	2%	2%	<1%
Evènement sportif	1%	1%	<1%
Canoë, kayak	1%	1%	1%

Totaux supérieurs à 100% car plusieurs réponses possibles

### ...AUX MULTIPLES FACETTES



# En saison, les séjours sont principalement motivés par une raison personnelle et plus particulièrement par les vacances et les loisirs



En saison, la baignade et la plage sont la première activité, suivie par le vélo et la découverte de villages et cités de caractère. Toutefois, repos et farniente restent le passe-temps favori.

	Ensemble	Français	Etranger
Repos, farniente	54%	54%	53%
Plage, baignade	45%	46%	41%
Vélo (toutes pratiques - balade, sport, itinérance)	39%	39%	42%
Découverte de villages, cités de caractères	30%	27%	42%
Visite de monuments, musées, grottes	28%	27%	32%
Randonnée pédestre, promenade	26%	26%	24%
Marchés, brocantes, visites d'artisans	24%	24%	22%
Shopping	20%	20%	22%
Visite de sites naturels, espaces protégés	19%	20%	16%
Visite de parcs et jardins	15%	15%	18%
Visite de producteurs du terroir	11%	12%	10%
Visite de caves, viticulteurs, dégustation, stage oenotourisme	11%	10%	16%
Visite de sites préhistoriques	8%	8%	11%
Glisse nautique	8%	7%	11%
Evènement culturel	7%	8%	5%
Canoë, kayak	7%	7%	10%
Evènement, manifestation festive, feria	7%	7%	5%
Autres activités sportives	5%	5%	5%
Plaisance	5%	5%	5%
Autres activités	5%	6%	2%
Visite de parcs à thème, de loisirs, zoos	4%	4%	4%
Thalassothérapie, remise en forme, balnéothérapie, bien-être	4%	4%	1%
Activités de montagne (randonnée pédestre, escalade, via ferrata, rafting, canyoning)	4%	4%	3%
Golf	3%	3%	3%
Evènement sportif	2%	2%	3%
Stage d'activité spécifique	2%	2%	2%
Activités montagne en hiver (ski, surf des neiges, raquettes, luge)	1%	1%	1%

Totaux supérieurs à 100% car plusieurs réponses possibles







#### COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME DE NOUVELLE-AQUITAINE

CS 31759 4 Place Jean Jaurès 33074 BORDEAUX CEDEX Tél: + 33 5 56 01 70 00 / Fax: + 33 5 56 01 70 07

observatoire@nouvelle-aquitaine-tourisme.com

Retrouvez toutes nos études sur : https://etudes.nouvelle-aquitaine-tourisme.com



