



Étude internationale sur le potentiel touristique de la Nouvelle-Aquitaine

En 2017, avec 28 millions de touristes générant 175 millions de nuitées en Nouvelle-Aquitaine, le tourisme joue un rôle majeur dans l'économie régionale. La Nouvelle-Aquitaine se classe au premier rang des régions d'accueil des Français. Les Français représentent 88 % de la fréquentation et les étrangers 12 %. Pour la fréquentation étrangère, elle se situe au cinquième rang derrière l'Île-de-France, PACA, Auvergne Rhône-Alpes et l'Occitanie.

Le CRT a pour objectif de développer la fréquentation étrangère. Il connaît les clients de la Nouvelle-Aquitaine mais a besoin de données pour séduire de nouveaux clients et améliorer la diffusion de la fréquentation vers les différentes destinations de la Nouvelle-Aquitaine.

Les objectifs de l'étude

Connaissance des freins et des leviers à la venue en Nouvelle-Aquitaine

Afin de développer ses marchés étrangers prioritaires (Grande-Bretagne, Pays-Bas, Espagne, Allemagne), il est important de cerner les représentations et d'appréhender des positionnements pour la destination Nouvelle-Aquitaine demain.

Connaissance des freins et des leviers dans les parcours intra régionaux pour les touristes étrangers présents en Nouvelle-Aquitaine (Grande-Bretagne, Pays-Bas, Espagne, Allemagne).

Les portes d'entrées et les points littoraux de la région concentrent l'essentiel de la fréquentation touristique. Cette étude montre donc les leviers qui permettront une meilleure diffusion et consommation de l'espace touristique régional.

Trois approches méthodologiques complémentaires

La plupart des résultats présentés sont **des données qualitatives**, issues des **focus groupes** et des **entretiens ethnographiques online**, réalisés et analysés par le cabinet Adjuvance.

Le CRT a souhaité compléter ce dispositif par **une enquête quantitative** réalisée en Nouvelle-Aquitaine auprès de primo-visiteurs, en juillet-août 2018.

Les résultats

Ce document présente à la fois :

- **des données communes aux 4 clientèles étudiées**
- **des données spécifiques au marché néerlandais.**



L'étude a permis de cerner :

- **Les facteurs de choix d'une destination de vacances** (imaginaires, sources d'inspirations, attentes, vision de la nature, vision de la culture, sources d'information...)
- **Les imaginaires et les projections autour de la France et de ses destinations** de vacances (leviers d'attractivité et pôles plébiscités)
- **Les freins et les leviers d'attractivité liés aux vacances en Nouvelle-Aquitaine aujourd'hui**
- **Les axes de développement** (parmi les 6 axes de positionnement testés : écotourisme, gastronomie, littoral famille, patrimoine, urbain et littoral luxe) **et les logiques de rayonnement pour la Nouvelle-Aquitaine demain.**



Quelques enseignements sur les touristes néerlandais

Durant les vacances, les touristes néerlandais font preuve d'une ouverture et d'un dynamisme modérés. Ils veulent profiter d'une nature apaisante ou d'une ville typique. Ils vivent la nature comme un environnement entre deux pôles urbains.

Leur choix de destination est thématique : chaque destination est associée à un ou plusieurs types d'activités.

Les touristes néerlandais associent la Nouvelle-Aquitaine à une nature paisible et un art de vivre à la française (gastronomie et luxe). La majorité des projections passe par le prisme de Bordeaux.

Les freins à leur venue en Nouvelle-Aquitaine sont principalement la difficulté d'accès, le manque d'activité et une offre d'hébergement limitée.



Les leviers d'attractivité sont la gastronomie, les plages et la grande variété des paysages.

Parmi les 6 axes de positionnement testés (écotourisme, gastronomie, littoral famille, patrimoine, urbain et littoral luxe), **les Néerlandais placent l'urbain en tête** (pour sa convivialité et son mix entre la modernité et l'héritage historique), **suivi par l'écotourisme et la gastronomie** (style de vie à la française).

Pour accéder à l'intégralité de l'étude, contactez le CRT : etudes@na-tourisme.com

