

# Veille des clientèles

de Loire-Atlantique

Synthèse des résultats 2009

---

# Synthèse des résultats

## Veille des clientèles 44

Loire-Atlantique – saison 2009

---

<b>Rappel méthodologique</b>	1
<b>Objectifs de l'étude</b>	1
<b>Participants</b>	1
<b>Résultats au niveau départemental</b>	1
<b>Résultats de la Loire-Atlantique 2009</b>	2
<b>Profil des répondants</b>	2
<b>Les âges</b>	2
<b>La composition des groupes</b>	2
<b>Les professions et catégorie sociales (PCS)</b>	4
<b>L'origine géographique des touristes</b>	4
<b>La préparation du séjour</b>	6
<b>Décision du séjour</b>	6
<b>La motivation du séjour</b>	6
<b>Moyens utilisés pour préparer le séjour</b>	7
<b>Réservation d'hébergement ou de prestation lors de la préparation des séjours</b>	7
<b>La durée du séjour hors de son domicile</b>	8
<b>Les pratiques de séjours</b>	9
<b>L'expérience du territoire</b>	9
<b>Les types d'hébergement utilisés</b>	9
<b>Les activités pratiquées</b>	10
<b>Résultats comparés du Pays de Retz-Atlantique et de la Presqu'île de Guérande 2009</b>	12

## Rappel méthodologique

### Objectifs de l'étude

Obtenir :

- Des données mensuelles
- Des tris croisés
- Plus de réactivité dans l'obtention des informations
- Des données départementales et infra-départementales

Cerner :

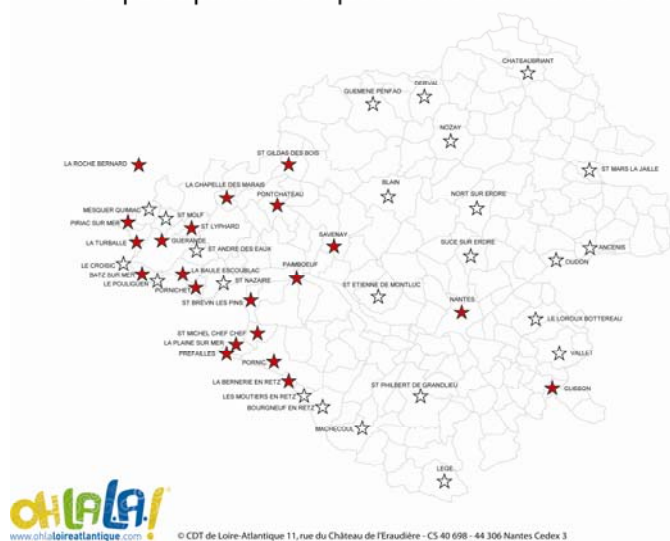
- Le profil des touristes français : origine géographique, âge, PCS, taille et composition du foyer
- Leur mode de consommation du territoire : lieu et mode d'hébergement, durée de séjour, fidélité au territoire, les activités pratiquées, les motifs de venues sur le territoire...

### Participants

- 20 OT participants

OT participants à l'enquête veille des clientèles 44 - 2009

- Distribution des enquêtes auto-administrées dans les OT au cours de la saison 2009 (mai à septembre)
- Plan de distribution en fonction de la fréquentation des accueils des OT (données CyvelStats)
- Possibilité de souscrire à une extension de panel afin d'obtenir des résultats sur le cœur de saison (juillet/août) et le reste de la saison (mai/juin et septembre)



Fond de carte ROUTE 5000 IGDH - Source des données : CDT 44

### Résultats au niveau départemental

2 753 questionnaires récupérés (les résultats n'ont pas été redressés) :

79% sur le littoral, 17% en intérieur et 4% pour l'agglomération nantaise sur la saison

Répartition de l'offre de lits marchands et non marchands : 81% sur le littoral, 5% sur l'agglomération nantaise et 14% en espaces ruraux.

Résultats Sofres 2006 : 60% des nuitées françaises sur le littoral, 20% en ville et 19% à la campagne sur l'année :

- Soit une sous-représentativité de l'espace urbain, même si dans l'enquête Sofres l'espace urbain est identifié via la déclaration des personnes interviewées et donc soumis à interprétation subjective des répondants.
- Les résultats du SDT Sofres sont sur l'année alors que l'enquête Veille des clientèles 44 a été réalisée sur la saison touristique, avec une prédominance de fréquentation estivale sur le littoral.

61% en Nord Loire et 35% en Sud Loire

Répartition de l'offre de lits marchands et non marchands sur le territoire départemental : 63% Nord Loire et 32% Sud Loire

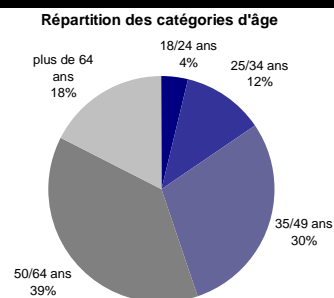
# Résultats de la Loire-Atlantique 2009

## Profil des répondants

### Les âges

Age	%	Tx de départ en vacances	% population française
18/24 ans	4%	59%	12%
25/34 ans	12%	70%	17%
35/49 ans	30%	68%	27%
50/64 ans	39%	65%	23%
65/69 ans	18%	66%	21%
70 ans et +		42%	

Sources : VdC44/INSEE



La catégorie d'âge 50/64 ans représente 39% des clients venus en Loire-Atlantique au cours de la saison 2009. Ils sont très largement sur représentés dans la clientèle touristique par rapport à leur part dans la population française de plus de 18 ans. En effet, le taux de départ en vacances de cette classe d'âge est de 65% et ils ont moins de contraintes temps et argent que les autres clientèles plus jeunes avec plus souvent des contraintes familiales. La part des 35/49 ans et des plus de 64 ans est approximativement celle de leur part dans la population française.

#### • Les 18/24 ans :

- 24% sont venus entre amis, 28% en famille et 29% en couple.
- 88% sont venus dans des groupes sans enfants<sup>1</sup>.

#### • Les 25/34 ans :

- 35% sont en couple et 42% en famille.
- 51% sont sans enfants et 47% avec un ou plusieurs enfants.

#### • Les 35/49 ans :

- 63% sont venus en famille (cette catégorie d'âge est très encline à voyager en famille) et 34% en couple.
- 37% seulement sont sans enfants et 59% avec un ou plusieurs enfants.

### La composition des groupes

#### • 1 seule personne 8% des répondants :

- 30% ont 50/64 ans ; 26% ont plus de 64 ans.

#### • 2 personnes 50% des groupes :

- 49% ont 50/64 ans (forte relation positive entre le fait d'avoir 50/64 ans et le fait d'être à deux) ; 24% plus de 64 ans et 15% ont 35/49 ans (forte relation négative entre le fait d'avoir 35/49 ans et le fait d'être à deux).
- 87% sont composés de 2 adultes et 4% d'un adulte et d'un enfant.

#### • 3 personnes 12% des groupes :

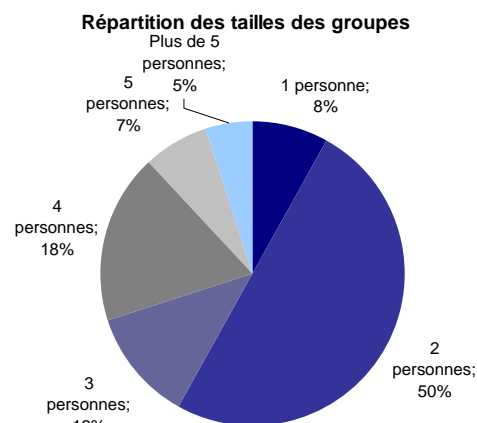
- 38% ont 35/49 ans ; 31% ont 50/64 ans et 17% 25/34 ans.
- 49% des groupes sont composés de 2 adultes et d'1 enfant (relation positive) ; 45% de 3 adultes et 5% d'1 adulte et de 2 enfants.

#### • 4 personnes 18% des groupes :

- 55% ont 35/49 ans (relation positive) ; 23% ont 50/64 ans et 14% ont 25/34 ans (relation négative).
- 50% sont composés de 2 adultes et 2 enfants (relation positive) ; 31% de 4 adultes ; 14% de 3 adultes et 1 enfant et 2% d'1 adulte et 3 enfants.

#### • 5 personnes 7% des groupes :

- 61% de 35/49 ans (relation positive).



**69% des groupes sont sans enfants** (de moins de 13 ans) et donc **31% avec un ou plusieurs enfants**. Dans la population française, les ménages sans enfants (de moins de 15 ans) représentent 56% de la population (31% de personnes seules et 25% de couples sans enfants). *Source Insee*

<sup>1</sup> Sont comptabilisés comme « enfants » les enfants de moins de 13 ans.

## Composition des groupes et hébergements

Les **groupes avec un ou plusieurs enfant(s) de moins de 13 ans** préfèrent séjourner en location ou en gîte rural (21% d'entre eux). 23% séjournent au camping, 20% chez des parents ou des amis et 16% en résidence secondaire. Les hébergements qu'ils plébiscitent le moins sont l'hôtellerie (5%), la chambre d'hôtes (4%) et le camping-car (2%).

Les **groupes sans enfants de moins de 13 ans** ont une préférence pour l'hôtellerie (15%). Ils séjournent également dans les campings (19%), en location (14%), chez des parents ou des amis (14%), en résidence secondaire (12%), en camping-car (10%) et en chambre d'hôtes (7%).

Les **personnes seules** préfèrent être hébergées chez des parents ou des amis (25%) ou en hôtellerie (23%).

## Comportements des consommateurs selon l'indicateur « situation de vie » du CREDOC

### • Les familles (48% des consommateurs)

Les caractéristiques communes à toutes les « familles » reposent essentiellement sur deux éléments :

- Tout d'abord, la **dimension sécurité dans leur consommation** : les individus qui représentent ces familles affichent des attitudes plutôt sécuritaires, tournées vers le bien être de leurs familles et de leurs enfants. Dans chacun des groupes, il y a un réel **attachement aux garanties d'hygiène et de sécurité**, et des priorités **d'achat orientées vers les dépenses pour les enfants**.
- D'autre part, la **forte sensibilité aux prix**. Les consommateurs présents dans ces groupes accordent une attention plus importante aux prix. Ils les comparent, profitent des soldes, des promotions, etc... On observe également deux aspirations souvent formulées (mais non systématique) par ces groupes :
  - o L'attrait particulier pour les produits de marque.
  - o La volonté de disposer de plus de temps libre.

Enfin, au-delà de ces attitudes communes, il est un critère qui segmente particulièrement ces « familles » en termes de comportement de consommation. Il s'agit de l'aisance financière des foyers. Ainsi, les individus ayant des revenus confortables tournent leur consommation davantage vers l'achat plaisir, l'achat spontané ; les priorités s'orientent vers les loisirs, les vacances, et ils manifestent leur volonté d'épargner. Ceux ayant des moyens plus modestes affichent une consommation plus fonctionnelle, davantage centrée sur la nécessité.

### • Les adultes sans enfants (11% des consommateurs)

Les caractéristiques communes à ce groupe :

- Les individus présents dans ces groupes sont **demandeurs de garanties** ; ils manifestent en particulier un **certain attrait pour la consommation « citoyenne »** (respect du droit des salariés, soutien à des causes humanitaires). Ils prêtent aussi une attention soutenue à l'origine des produits (avec une préférence pour les produits du terroir, et ceux d'origine française, voire européenne). L'ensemble de ces garanties constitue pour eux un moyen de se rassurer, d'asseoir leur confiance dans les produits.
- Ils affichent une certaine inquiétude vis-à-vis de leur avenir et des maux de la société en général.

### • Les retraités (27% des consommateurs)

Les retraités constituent une « famille » importante en nombre (près de 30% de la population) et spécifique en matière de consommation.

Trois éléments caractérisent leurs comportements :

- Disposant aujourd'hui de plus de temps libre qu'en moyenne, ils aspirent à disposer de plus d'argent, et ce quelle que soit leur situation financière.
- Ce sont des **individus inquiets, préoccupés par l'insécurité et la pauvreté**, et qui sont pessimistes pour leur avenir. Ils sont peu sensibles aux enjeux de l'environnement, et sont peu tournés vers la consommation de produits verts ou bios.
- Ils ont **besoin de signes de réassurance** : les labels, le soutien d'une cause humanitaire et l'origine des produits importent beaucoup dans leurs décisions d'achat.

## Les professions et catégorie sociales (PCS)

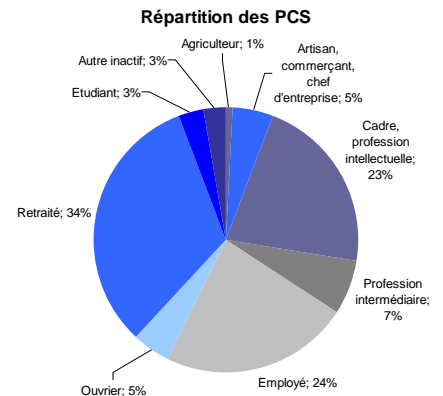
PCS	% Veille des clientèles	% SDT Sofres 2006 (nuitées <sup>2</sup> )	Taux de départ en vacances	% population française
Agriculteur	1%	0%	38%	0,4%
Artisan, commerçant, chef d'entreprise	5%	3%	67%	3%
Cadre, profession intellectuelle	23%	20%	90%	9%
Profession intermédiaire	7%	12%	78%	12%
Employé	24%	9%	63%	20%
Ouvrier	5%	9%	48%	12%
Retraité	34%	47%	53%	18%
Etudiant	3%		73%	23%
Autre inactif	3%		66%	

Sources : VdC44/INSEE

### PCS et origine géographique

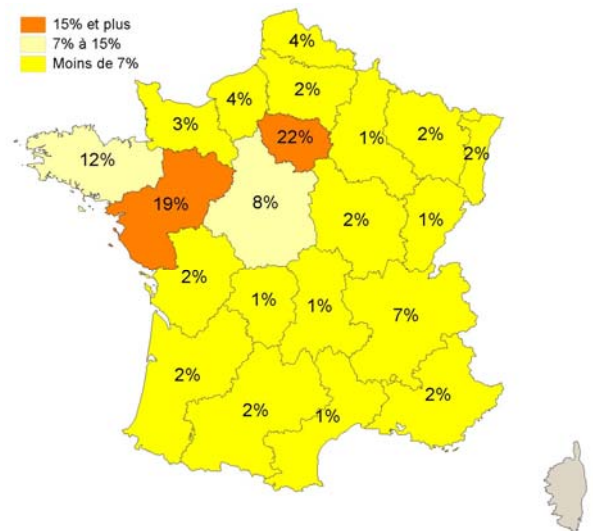
- Les **cadres** sont principalement originaires d'Ile-de-France (31%) et des Pays de la Loire (15%).
- Les **employés** viennent des Pays de la Loire (22%), de Bretagne (17%) et d'Ile-de-France (17%).
- Les **retraités** sont originaires d'Ile-de-France (22%), des Pays de la Loire (17%) et de Bretagne (17%).
- Les **ouvriers** viennent des Pays de la Loire (32%), du Centre (12%) et de Bretagne (9%).

La sur-représentation des cadres dans la clientèle touristique par rapport à leur part dans la population française s'explique par leur taux élevé de départ en vacances (90%) du fait notamment de leur plus fort pouvoir d'achat que la moyenne. Sont également sur-représentés par rapport à leur part dans la population française les professions intermédiaires avec un taux de départ en vacances de 78% et les retraités (taux de départ de 53%).



### L'origine géographique des touristes

- **22% d'Ile-de-France** : 5% de Paris, 4% des Hauts-de-Seine, 3% des Yvelines
- **19% des Pays de la Loire** : 7% de Loire-Atlantique et 5% du Maine-et-Loire
- **12% de Bretagne** : 5% d'Ille-et-Vilaine
- **8% de la Région Centre**
- **7% des Régions de Normandie**
- **7% de la Région Rhône-Alpes**



### Profils par origines géographiques

#### • Les touristes originaires d'Ile-de-France :

- Ils sont plus enclins à venir en juillet (42%) qu'en août (32%) ;
- Il existe une relation positive entre le fait d'être cadre et le fait de venir d'Ile-de-France (31% sont cadres) ;
- 33% sont retraités et 19% employés ;
- 40% viennent en famille, 34% en couples et 8% seuls ;
- 33% sont accompagnés d'au moins un enfant de moins de 13 ans ;
- Les touristes originaires de **Paris** (5%) séjournent de préférence chez des parents ou des amis (25%) et à l'hôtel (23%). Ils sont 18% dans les locations et les gîtes ruraux, 18% en résidence secondaire, 5% en chambre d'hôtes et 5% dans les campings (relation négative). 73% sont sans enfants de moins de 13 ans ;
- Les touristes originaires des **Hauts-de-Seine** (4%) affectionnent plus particulièrement les séjours en résidence secondaire (29%). Ils séjournent également en location ou en gîtes (22%), chez des parents ou des amis (15%) et dans l'hôtellerie (13%). 70% sont sans enfants de moins de 13 ans.

<sup>2</sup> Nuitées personnelles et professionnelles sur l'ensemble de l'année civile.

• **Les touristes originaires des Pays de la Loire :**

- 32% sont retraités, 28% sont employés, 18% sont cadres (relation négative entre le fait d'être originaire des Pays de la Loire et le fait d'être cadre) et 9% sont ouvriers (relation positive entre le fait d'être originaire des Pays de la Loire et le fait d'être ouvrier) ;
- Les touristes de **Loire-Atlantique** (7%) privilégient les séjours en résidence secondaire (33%), 18% vont chez des parents ou des amis, 15% en camping (relation négative), 10% en location ou en gîte rural (relation négative) et 6% en hôtellerie. 38% sont accompagnés d'un ou plusieurs enfant(s) de moins de 13 ans ;
- Les touristes du **Maine-et-Loire** (5%) séjournent dans les campings (21%), en résidence secondaire (19%) (relation positive), chez des parents ou amis (16%), en location ou gîte rural (12%), en camping-car (11%), dans l'hôtellerie (9%) et en chambre d'hôtes (8%). 35% sont accompagnés d'un ou plusieurs enfant(s) de moins de 13 ans.

• **Les touristes originaires de Bretagne :**

- 34% sont retraités, 35% sont employés (relation positive), 12% sont cadres (relation négative) et 8% sont artisans/commerçants (relation positive) ;
- Les touristes d'Ille-et-Vilaine séjournent de préférence dans les campings (30%). Ils sont 17% chez des parents ou des amis, 14% en location ou gîte rural, 10% en résidence secondaire, 8% en camping-car et 8% en chambre d'hôtes. 32% sont accompagnés d'au moins un enfant de moins de 13 ans.

---

## La préparation du séjour

### Décision du séjour

- **51% des touristes ont décidé de leur destination de séjour plus d'un mois avant de partir**
  - Les groupes avec au moins un enfant de moins de 13 ans sont plus enclins à choisir leur destination longtemps à l'avance.
  - Il en est de même lorsque l'on est en location ou en gîte rural.
- **24% des touristes ont décidé de leur destination de séjour moins d'un mois avant de partir**
- **25% des touristes ont décidé de leur destination de séjour au dernier moment**
  - Les 25/34 ans sont plus enclins à réserver au dernier moment, tout comme les groupes de 2 personnes sans enfants de moins de 13 ans.
  - Les camping-caristes sont également plus enclins à partir au dernier moment.
  - Les touristes originaires des régions de proximité (Bretagne et Pays de la Loire) sont également plus enclins à partir au dernier moment contrairement aux touristes d'Ile-de-France ou de régions plus éloignées.

### La motivation du séjour

En moyenne les touristes ont choisi 2 motifs à leur séjour.

- **52% des touristes sont venus pour la plage et le littoral**
  - Même si une part importante (47%) de touristes ayant exprimé comme motif de séjour la plage ont plus de 50 ans (en effet, du fait de leur nombre ils représentent une part importante dans la population touristique), ils sont tout de même moins enclins à venir pour la plage ou le littoral que les 35/49 ans (36%). Les 25/34 ans sont 13% à avoir exprimé ce motif.
  - Les employés (27%) sont plus enclins à venir pour la plage que les autres CSP, tout comme pour les touristes originaires des Pays de la Loire.
- **48% des touristes sont venus pour le patrimoine naturel de la destination**
  - 60% des touristes venus pour ce motif ont plus de 50 ans. Cette catégorie d'âge est très encline à choisir la destination pour ce motif, contrairement aux 35/49 ans (28%) et aux 18/24 ans (3%). Les 25/34 ans représentent 10% des touristes venus pour ce motif.
  - Les retraités (38%) sont plus enclins à venir pour le patrimoine naturel que les autres CSP, tout comme pour les touristes originaires de Bretagne et contrairement aux touristes des Pays de la Loire.
- **29% des touristes sont venus pour leurs attaches au territoire**
  - Naturellement, il existe une relation forte entre le fait de venir en Loire-Atlantique du fait de ses attaches au territoire et le mode d'hébergement en résidence secondaire ou chez des parents ou amis.
  - 37% des touristes venus pour ce motif ont entre 50 et 64 ans, 30% ont 35/49 ans, 19% plus de 65 ans et 10% ont 25/34 ans.
  - Les cadres (28%) sont plus enclins à venir en Loire-Atlantique du fait de leurs attaches au territoire, contrairement aux employés (21%) et aux ouvriers (3%). Les retraités représentent 34% des touristes venus du fait de leurs attaches au territoire.
  - Il existe une relation forte entre le fait d'être originaire d'Ile-de-France (28% des touristes venus pour ce motif) ou originaire des Pays de la Loire (24% des touristes venus pour ce motif) et le fait d'être venu en Loire-Atlantique pour ses attaches au territoire. Au contraire, cette relation est négative pour les touristes originaires de Bretagne (7%).
- **24% des touristes sont venus pour le patrimoine historique, culturel et architectural du département**
  - 42% sont des touristes de 50/64 ans et cette catégorie d'âge (tout comme les retraités) est très encline à venir pour ce motif. 27% ont 35/49 ans et 20% plus de 65 ans.
  - Les touristes originaires des Pays de la Loire (10% des touristes venus pour ce motif) sont peu enclins à venir en Loire-Atlantique pour son patrimoine historique, culturel et architectural. Au contraire, les touristes originaires de la région Rhône-Alpes (10%) ont particulièrement été influencés par ce motif.
- **16% des touristes sont venus pour la gastronomie et les produits du terroir**
  - C'est plus particulièrement la clientèle des retraités qui est motivée par la gastronomie et les produits du terroir (39%) et la clientèle originaire de la région Rhône-Alpes (10%). Les touristes originaires d'Ile-de-France (18%) et Bretagne (7%) sont au contraire peu enclins à choisir la Loire-Atlantique pour ce motif.

## **Moyens utilisés pour préparer le séjour**

### **• 34% des touristes ont utilisé Internet pour préparer leur séjour**

- Ce sont les tranches d'âges de 25 à 49 ans qui sont les plus enclines à utiliser Internet pour la préparation de leur séjour (47% pour les 25/34ans et 43% pour 35/49 ans), contrairement aux plus de 50 ans, même s'ils restent 31% à utiliser Internet. Les plus de 65 ans ne sont que 19% à utiliser Internet pour la préparation de leur séjour.
- Le fait d'être cadre ou employé a également une influence positive sur le fait d'utiliser Internet dans la préparation de son séjour, tout comme le fait d'être retraité influence négativement la recherche par Internet.
- Il existe une relation positive entre le fait de préparer son séjour par Internet et le fait de séjourner dans une location ou un gîte rural : 25% des touristes ayant préparé leur séjour par Internet étaient en location. Comme il existe une relation négative entre le fait de préparer son séjour via Internet et l'hébergement en résidence secondaire, dans ce dernier cas on ne prépare en général pas son séjour. Les touristes hébergés en camping ou en hôtel utilisent aussi Internet pour la préparation de leur séjour. 28% des touristes ayant utilisé Internet étaient en camping et 17% à l'hôtel.

### **• 21% des touristes ont préparé leur séjour avec une brochure**

### **• 19% des touristes ont préparé leur séjour grâce au bouche à oreille**

- Les employés sont plus enclins à préparer leur séjour via le bouche à oreille que les autres CSP et il en est de même quand on est hébergé chez des parents ou des amis.

### **• 18% des touristes n'ont utilisé aucun moyen pour préparer leur séjour**

- Ce sont logiquement les touristes hébergés chez des parents ou amis (27%) ou en résidence secondaire (41%) qui ne préparent pas leur séjour.
- 27% des touristes n'utilisant aucun moyen pour préparer leur séjour sont cadres (relation positive) et 35% sont retraités (clientèles privilégiées des résidences secondaires notamment) et 17% employés (relation négative).

### **• 17% des touristes ont préparé leur séjour grâce à un guide touristique**

- Ce sont surtout les 50/64 ans qui utilisent les guides touristiques pour préparer leur séjour (46%) et plus particulièrement les retraités.
- Plus l'on vient de loin (région Rhône-Alpes) et plus l'on est enclin à utiliser un guide touristique.

### **• 16% des touristes ont préparé leur séjour grâce à un atlas, une carte routière ou un GPS**

- Ce sont surtout les retraités qui utilisent ces moyens pour préparer leur séjour, originaires de la région Bretagne. En effet, ce sont également eux qui correspondent à la clientèle des camping-caristes.

### **• 9% des touristes ont préparé leur séjour par l'intermédiaire d'un contact direct avec un OT**

- Les plus de 65 ans sont plus enclins à préparer leur séjour par l'intermédiaire d'un OT.

## **Réservation d'hébergement ou de prestation lors de la préparation des séjours**

### **• 49% des touristes venus en Loire-Atlantique en 2009 ont effectué une réservation au cours de la préparation de leur séjour**

- Cette proportion passe à 90% lorsque l'hébergement est une location ou un gîte rural, 81% en hôtellerie, 93% en village vacances ou en résidence, 79% en chambre d'hôtes et 61% en hôtellerie de plein air.

### **• 51% des touristes venus en Loire-Atlantique en 2009 n'ont pas effectué de réservation au cours de la préparation de leur séjour**

- Cela concerne surtout les touristes logeant en hébergement non marchand : 94% sans réservation chez des parents ou des amis, 96% en résidence secondaire et 98% en camping-car. A noter que 39% des touristes hébergés en hôtellerie de plein air n'ont effectué aucune réservation.
- Seuls 47% des personnes ayant décidé de leur séjour en hébergement marchand au dernier moment n'ont effectué aucune réservation. Cela représente 10% des touristes accueillis dans les hébergements marchands de Loire-Atlantique au cours de la saison 2009

**Les réservations concernent principalement l'hébergement marchand : 78% de réservations au cours de la préparation du séjour, contre 5% en hébergements non marchands. En hébergement marchand, le taux de réservation est identique quelque soit le mois de séjour.**

### **• 58% des réservations se font auprès du prestataire lui-même**

- Plus particulièrement auprès des loueurs de meublés, des campings et des hôtels.
- **9% des réservations se font par l'intermédiaire d'une association de type CE**
  - Ce type de réservation se fait plus particulièrement dans le cas d'hébergement en village vacances ou en camping.
- **8% des réservations se font par l'intermédiaire d'un OT**
  - Notamment pour la réservation de location de meublés.
- **30% des séjours en hébergement marchand ont fait l'objet d'une réservation par Internet soit la moitié des réservations faites par Internet**
  - 41% des touristes hébergés en location de meublés ont effectué une réservation par Internet, ils représentent 32% des touristes en hôtellerie, 30% en chambre d'hôtes et 22% en hôtellerie de plein air.

### **La durée du séjour hors de son domicile**

- **76% des touristes restent au même endroit au cours de leur séjour**
  - Cette proportion est naturellement plus importante dans les campings, les résidences secondaires, les gîtes ruraux.
  - Les familles avec au moins un enfant de moins de 13 ans et dans la tranche d'âge 35/49 ans se retrouvent plus souvent dans ce profil de touriste.
  - Ce sont majoritairement des habitués du département (54%).
- **14% des touristes changent de lieu 2 à 4 fois pendant leur séjour**
  - L'on retrouve plus fréquemment ce type de touriste dans les chambres d'hôtes, les hôtels ou en camping-car.
  - Ils sont majoritairement primo-visiteurs (53%).
- **10% des touristes font un circuit et changent de lieu toutes les nuits ou presque**
  - 54% sont des camping-caristes.
  - Ce sont majoritairement des primo-visiteurs (56%).
- **La durée de séjour hors du domicile est très variable selon les types d'hébergement :**
  - 11 jours dans l'hôtellerie de plein air
  - 7 jours en hôtellerie ou chambre d'hôtes
  - 13 jours en location ou gîte rural
  - 10 jours en village vacances
  - 10 jours chez des parents ou des amis
  - 29 jours en résidence secondaire
  - 15 jours en camping-car

Plus on est âgé, plus on a des durées de séjour longues (durées accentuées par le fait d'être retraité).

De même que le fait d'être primo-visiteur influence les durées de séjour qui sont plus courtes (plus de camping-caristes, d'itinérants).

## Les pratiques de séjours

### L'expérience du territoire

#### • 46% des touristes sont des primo-visiteurs

- Les touristes qui viennent de plus loin sont plus nombreux dans cette catégorie des primo-visiteurs, même si la clientèle régionale est présente (10% originaire des Pays de la Loire), ainsi que l'Île-de-France (19%) et la Bretagne (13%).
- La proportion de primo visiteurs est plus forte en septembre.
- Les clientèles jeunes (25/34 ans) et les employés sont plus enclins à être des primo-visiteurs contrairement aux touristes de plus de 65 ans et retraités plus enclins à être des habitués de la destination.

#### • 54% des touristes sont déjà venus en Loire-Atlantique

- Cette proportion d'habitues de la destination est plus forte en hébergements non marchands (74% pour les touristes hébergés chez des parents ou des amis et 97% en résidence secondaire). Elle est de 53% chez les camping-caristes, de 42% en location de meublés et de 40% dans les campings et en hôtellerie.
- C'est logiquement que les touristes de proximité (régions des Pays de la Loire et d'Île-de-France et notamment d'Île-et-Vilaine, du Maine-et-Loire, de Loire-Atlantique, de Sarthe et des Hauts-de-Seine) sont plus enclins à déjà connaître la destination Loire-Atlantique, contrairement aux touristes originaires de Régions plus éloignées.
- En moyenne les touristes déjà venus en Loire-Atlantique sont venus 5 fois au cours des 3 dernières années : 7 fois en hébergements non marchands et 4 fois en hébergements marchands.
- Les touristes déjà venus en Loire-Atlantique et logeant en hébergements marchands sont 70% à être venus 2 ou 3 fois dans notre département les 3 dernières années.

### Les types d'hébergement utilisés

#### • 20% dans les campings

- Les campings de Loire-Atlantique accueillent principalement des touristes originaires des Pays de la Loire (20%) et notamment du Maine-et-Loire et de la Sarthe. Les Bretons sont plus enclins à choisir ce type d'hébergement (18% majoritairement d'Île-et-Vilaine et du Finistère), contrairement aux touristes d'Île-de-France (12%). 8% des touristes sont originaires de la région Centre et 7% de Rhône-Alpes.
- La clientèle des campings est à 24% âgée de 35/49 ans avec au moins un enfant de moins de 13 ans, 26% ont 50/64 ans sans enfants et 15% ont 35/49 ans sans enfants.
- Les CSP plus enclines à choisir le camping sont les employés (34%) et les ouvriers (9%). Malgré leur présence dans les campings (du fait de leur part importante dans la clientèle touristique), les retraités (26%) et les cadres (17%) plébiscitent moins ce type d'hébergement.

#### • 16% dans les locations et gîtes ruraux

- Les locations et gîtes de Loire-Atlantique accueillent principalement des touristes originaires d'Île de France, plus enclins à choisir ce type d'hébergement (29% des clients dont 5% de Paris, 5% des Hauts-de-Seine et 5% du Val-de-Marne). Les habitants des Pays de la Loire choisissent moins ce type d'hébergement, ils représentent 11% de la clientèle en location. Les Bretons, les habitants des régions Centre et Rhône-Alpes y représentent respectivement 8% des clientèles ;
- En location et gîte rural la majorité des clients ont entre 50 et 64 ans et sont sans enfants de moins de 13 ans (30%) ou ont entre 35 et 49 ans avec au moins un enfant de moins de 13 ans (24%) ;
- Les clientèles des locations et gîtes ruraux sont composées pour 28% de retraités, 26% de cadres et 23% d'employés.

#### • 15% chez des parents ou amis

- Les parents ou amis de Loire-Atlantique accueillent principalement des touristes originaires d'Île-de-France (26%) (plus particulièrement de Paris et des Yvelines), des Pays de la Loire (20%) et de Bretagne (11%) ;
- Quand on a entre 35 et 49 ans et que l'on a un ou plusieurs enfants de moins de 13 ans, on est plus enclin à aller séjourner chez des parents ou des amis (26%). Les 50/64 ans sans enfants de moins de 13 ans représentent 25% des touristes hébergés chez des parents ou amis ;
- Chez les parents ou amis, 28% des touristes sont cadres, 27% employés et 20% retraités.

#### • 13% en résidences secondaires

- Les résidences secondaires de Loire-Atlantique accueillent principalement des touristes originaires d'Île-de-France (31%) et des Pays de la Loire (32%), notamment de Loire-Atlantique (18%) et du Maine-et-Loire (7%). Les habitants originaires de Bretagne représentent 6% des séjours en résidence secondaire et ceux de la région Centre 12% ;

- 54% des touristes en séjour en résidence secondaire ont plus de 50 ans et sont sans enfants de moins de 13 ans. 14% ont entre 35 et 49 ans avec un ou plusieurs enfants de moins de 13 ans.
  - Les séjours en résidences secondaires sont particulièrement plébiscités par les retraités (54%) et par les cadres (24%).
- **13% en hôtellerie**
    - Les hôtels de Loire-Atlantique accueillent principalement des touristes originaires d'Ile-de-France (29%). Pour les touristes originaires des Pays de la Loire (11% des clients), l'hôtellerie n'est pas leur type d'hébergement favori. Les Bretons et les habitants de la région Centre représentent respectivement 8% de la clientèle hôtelière.
    - 87% des clients de l'hôtellerie sont venus sans enfants de moins de 13 ans dont 38% ont entre 50 et 64 ans, 18% plus de 65 ans et 17% 35/49 ans. Les 35/49 ans avec au moins un enfant de moins de 13 ans représentent 8% de la clientèle des hôtels.
    - Dans les hôtels les CSP que l'on retrouve sont les retraités (33%), les cadres (27%) et les employés (19%).
  - **9% en camping-car**
    - Les touristes venus en Loire-Atlantique en camping-car sont pour 21% d'entre eux originaires des Pays de la Loire et pour 18% de Bretagne (forte relation positive). Les autres régions d'origine des camping-caristes sont l'Ile-de-France (7%) et le Centre (7%).
    - 54% des camping-caristes ont entre 50 et 64 ans et ils sont majoritairement sans enfants de moins de 13 ans. 24% ont plus de 65 ans et 15% entre 35 et 49 ans.
    - 56% des camping-caristes sont retraités, 14% employés et 8% cadres.
  - **6% en chambre d'hôtes**
    - Les touristes hébergés en chambres d'hôtes sont majoritairement originaires d'Ile-de-France (23%), des Pays de la Loire (16%) et de Bretagne (15%).
    - Dans les chambres d'hôtes, 88% des clients sont venus sans enfants de moins de 13 ans, dont 40% ont entre 50 et 64 ans, 20% ont 35/49 ans, 12% ont 25/34 ans et 11% plus de 65 ans. Les clients avec enfants de moins de 13 ans allant en chambre d'hôtes sont les 35/49 ans (9% des clients).

## Les activités pratiquées

En moyenne, les touristes ont déclaré pratiquer 4 activités au cours de leur séjour.

- **58% des touristes ont cité la mer, la plage, la baignade comme activité principale**
  - Même si les plus de 50 ans représentent 55% des touristes ayant cité cette activité (du fait de leur nombre important en vacances en Loire-Atlantique), ils sont moins enclins que les 25/34 ans (13%) et les 35/49 ans (38%) à citer principalement cette activité.
  - Le fait d'avoir des enfants de moins de 13 ans est un facteur favorisant cette activité.
  - Les habitants des Pays de la Loire sont plus enclins à pratiquer cette activité que les autres régions.
- **51% des touristes ont cité la randonnée, la promenade comme activité principale**
  - Ce sont principalement les 50/64 ans qui ont cité cette activité (43%).
  - Les Bretons sont plus enclins à pratiquer cette activité que les autres régions.
- **44% des touristes ont cité la visite de sites naturels comme activité principale**
  - La visite de sites naturels est notamment plébiscitée par les plus de 65 ans (21%), même si les 50/64 ans représentent 43% et les 35/49 ans 29% des touristes ayant cité cette activité.
  - Le fait de ne pas avoir d'enfant de moins de 13 ans est un facteur favorisant cette activité.
  - Les habitants des Pays de la Loire sont moins enclins à pratiquer cette activité que les autres régions.
- **34% des touristes ont cité la visite de monuments, musées et châteaux comme activité principale**
  - La visite de monuments, musées, châteaux est notamment plébiscitée par les plus de 65 ans (20%), même si les 50/64 ans représentent 43% et les 35/49 ans 27% des touristes ayant cité cette activité.
  - Le fait de ne pas avoir d'enfants de moins de 13 ans est un facteur favorisant cette activité.
  - Les habitants des Pays de la Loire sont moins enclins à pratiquer cette activité que les autres régions.
- **27% des touristes ont cité les marchés, brocantes, visites d'artisan comme activité principale**
- **25% des touristes ont cité le vélo et le VTT comme activité principale**
  - Les touristes Bretons sont plus enclins à pratiquer cette activité que les autres régions.

- **23% des touristes ont cité se reposer, ne rien faire comme activité principale**

- Les habitants des Pays de la Loire sont plus enclins à pratiquer cette activité que les autres régions.

- **22% des touristes ont cité la découverte d'une ville comme activité principale**

- Ce sont plus particulièrement les primo-visiteurs qui sont attirés par la découverte d'une ville.

Les touristes effectuant des **séjours de courte durée** (1 à 4 nuits) sont plus attirés par les activités comme la visite de monuments, musées, châteaux, la visite de sites naturels ou la découverte d'une ville.

Les touristes en **long séjour** (plus de 2 semaines) sont plus enclins à pratiquer des activités comme la pêche, les activités nautiques et autres activités sportives, le vélo ou les fêtes locales. Les activités nautiques et la pêche sont notamment plébiscitées par les touristes en **résidence secondaire**, qui au contraire vont être moins intéressés par la visite de monuments, châteaux, musées ou la visite de sites naturels (tout comme les touristes hébergés chez des **parents ou des amis**).

Les clients de **l'hôtellerie de plein air** sont pour leur part très enclins à aller dans les parcs à thème, parcs de loisirs ou zoo, ce qui n'est pas le cas des **locations de meublés** qui accueillent pourtant une clientèle également très familiale. Le vélo est fortement plébiscité par les **camping-caristes**.

Les clientèles de **l'hôtellerie** sont plus particulièrement intéressées par la visite de monuments, musées, châteaux, la visite de sites naturels (tout comme les clients des chambres d'hôtes), la découverte d'une ville et la thalassothérapie.

## Résultats comparés du Pays de Retz-Atlantique et de la Presqu'île de Guérande 2009

Pays de Retz-Atlantique	Hébergement	Presqu'île de Guérande
27%	Campings	18%
7%	Hôtels	13%
3%	Chambres d'hôtes	7%
17%	Locations, gîtes ruraux	17%
2%	Villages vacances	8%
15%	Parents et amis	15%
15%	Résidences secondaires	14%
12%	Camping-cars	7%
	<b>Séjour en Loire-Atlantique</b>	
42%	Primo-visiteurs	47%
58%	Habituels	53%
	<b>Origines</b>	
19%	Ile-de-France	24%
26%	Pays de la Loire	17%
10%	Bretagne	13%
8%	Normandie	7%
10%	Centre	7%
4%	Rhône-Alpes	7%
	<b>Ages</b>	
4%	18/24 ans	4%
9%	25/34 ans	13%
28%	35/49 ans	31%
41%	50/64 ans	36%
19%	Plus de 65 ans	16%
	<b>PCS</b>	
19%	Cadres, prof. intellectuelles	24%
6%	Professions intermédiaires	8%
24%	Employés	24%
6%	Ouvriers	5%
37%	Retraités	33%
	<b>Enfant de moins de 13 ans</b>	
31%	Oui	34%
69%	Non	66%
	<b>Motivations de séjour</b>	
41%	Patrimoine naturel	53%
18%	Patrimoine historique	24%
29%	Attaches au territoire	39%
61%	Plage, littoral	53%
6%	Promotion	4%
10%	Festival	7%
11%	Recommandation du lieu	13%
11%	Activités	12%
16%	Gastronomie	16%
13%	Autres	9%
	<b>Activités pratiquées</b>	
64%	Mer, plage	59%
53%	Randonnée pédestre	51%
36%	Visite de sites naturels	49%
35%	Marchés, brocantes	32%
29%	Monuments, châteaux	26%
28%	Vélo, VTT	25%
26%	Se reposer, ne rien faire	23%
25%	Pêche	22%