



MORGOAT Enquête Tourisme 2005

# La fréquentation touristique selon l'espace littoral et intérieur en Bretagne en 2005

Publication régionale ORTB n°3

# La fréquentation touristique selon l'espace littoral et intérieur en Bretagne en 2005

Publication régionale ORTB n°3

## SOMMAIRE

<b>INTRODUCTION</b> .....	5
<b>DÉFINITIONS</b> .....	6
<b>CHAMP DE L'ENQUÊTE</b> .....	7
<b>1. MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE</b> .....	9
<b>2. PROFIL DES TOURISTES</b> .....	13
2.1 <i>Cadre de réalisation du séjour</i> .....	14
2.2 <i>Type de groupe</i> .....	15
2.3 <i>Âge des touristes</i> .....	16
2.4 <i>Type de foyer touristique</i> .....	17
2.5 <i>Revenus nets mensuels du foyer</i> .....	18
2.6 <i>Profession et Catégorie Sociale</i> .....	19
2.7 <i>Saison de réalisation des séjours</i> .....	20
<b>3. ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DES TOURISTES</b> .....	21
3.1 <i>Répartition des nuitées françaises et étrangères         selon l'espace touristique de réalisation du séjour</i> .....	22
3.2 <i>Origine des nuitées étrangères selon le pays de résidence</i> .....	23
3.3 <i>Répartition des nuitées françaises par région UDA</i> .....	24
3.4 <i>Répartition des nuitées françaises par région d'origine</i> .....	26
3.5 <i>Répartition des nuitées françaises par département d'origine</i> .....	27
<b>4. COMPORTEMENT DES TOURISTES</b> .....	31
4.1 <i>Modes de transport</i> .....	32
4.2 <i>Déplacements à partir du lieu de séjour</i> .....	33
4.3 <i>Moyens de préparation</i> .....	34
4.4 <i>Organisation du séjour</i> .....	35

4.5	Réservation du séjour . . . . .	36
4.6	Moyens de réservation du séjour . . . . .	37
4.7	Modes d'hébergement . . . . .	38
5.	<b>LE SÉJOUR : PRATIQUE, SATISFACTION ET FIDÉLITÉ . . . . .</b>	<b>39</b>
5.1	Raisons de choix de la Bretagne . . . . .	40
5.2	Points positifs et négatifs du séjour en Bretagne . . . . .	41
5.3	Facteurs de choix . . . . .	45
5.4	Activités pratiquées. . . . .	46
5.5	Fidélité à la Bretagne au cours des cinq dernières années . . . . .	47
5.6	Intention de retour en Bretagne d'ici deux ans. . . . .	48
5.7	Pays et régions concurrents de la destination Bretagne . . . . .	50
6.	<b>CONSOMMATION TOURISTIQUE ET DURÉE DE SÉJOUR. . . . .</b>	<b>55</b>
6.1	Indicateurs de la consommation touristique en 2005. . . . .	56
6.2	Estimation de la fréquentation . . . . . et de la consommation touristique en 2005	57
7.	<b>TYPLOGIES DES CLIENTÈLES. . . . .</b>	<b>59</b>
7.1	Fréquentation globale régionale . . . . .	60
7.2	Fréquentation du littoral rural . . . . .	62
7.3	Fréquentation du littoral urbain . . . . .	64
7.4	Fréquentation de l'espace intérieur . . . . .	66
	<b>CONCLUSION . . . . .</b>	<b>69</b>

Suite au naufrage de l'Erika, à ses effets en 2000, et compte tenu du contexte concurrentiel actuel, il était nécessaire de disposer de données statistiques nouvelles et fiables. Elles permettront à la région, aux départements, mais aussi à l'ensemble des professionnels du tourisme de déterminer les orientations à prendre à l'avenir pour adapter et développer le tourisme en Bretagne.

Les dernières données disponibles étaient issues de l'enquête "Cordon" réalisée d'avril à septembre 1997. Aussi, en 2002, l'ensemble des partenaires du tourisme breton ont décidé d'effectuer une nouvelle enquête de fréquentation touristique.

La méthode d'enquête utilisée en 1997 ne pouvant plus être adoptée, une nouvelle méthodologie a vu le jour en 2005 en Bretagne.

MORGOAT enquête Tourisme a pour principal objectif d'éclairer les comportements actuels des touristes en Bretagne. Nous nous sommes intéressés, pour des contraintes méthodologiques, uniquement au tourisme individuel d'agrément.

*Les partenaires financiers de MORGOAT enquête Tourisme en Bretagne en 2005 sont :*

*L'Etat,*

*le Conseil Régional de Bretagne, le C.D.T., le Conseil Général et la C.C.I. des Côtes d'Armor,*

*le C.D.T., le Conseil Général du Finistère et C.C.I. 29,*

*le C.D.T. de Haute Bretagne, Ille et Vilaine, le Conseil Général d'Ille et Vilaine et Force 5,*

*le C.D.T., le Conseil Général et la C.C.I. du Morbihan,*

*l'Observatoire Régional du Tourisme de Bretagne.*

## DÉFINITIONS

*Nous retiendrons principalement pour définitions des espaces observés les espaces touristiques nationaux (ETN) définis et utilisés par l'INSEE.*

Fréquentation de l'espace « littoral rural » : tourisme effectué uniquement sur des communes littorales n'appartenant pas à des unités urbaines de plus de 20 000 habitants.

Fréquentation de l'espace « littoral urbain » : tourisme effectué uniquement sur des communes littorales appartenant à des unités urbaines de plus de 20 000 habitants.

Fréquentation de l'espace « intérieur » : tourisme effectué uniquement sur des communes non littorales, urbaines ou rurales. Les espaces touristiques nationaux, « autre rural » et « autre urbain » sont ici regroupés sous l'appellation « espace intérieur ».

**Tourisme extra-régional** : voyage d'une personne ayant passé au moins une nuit hors de sa région de résidence habituelle.

**Tourisme intra-régional** : voyage d'une personne ayant passé au moins une nuit en dehors de chez elle, mais dans sa région de résidence habituelle.

**Touriste** : toute personne ayant passé au moins une nuit dans un lieu différent de son lieu de résidence habituel.

**Voyage** : départ du domicile, retour au domicile avec au moins une nuit passée hors de celui-ci. Un voyage peut comprendre un ou plusieurs séjours.

**Nuitée** : période égale à une nuit de présence d'un touriste sur un territoire observé.

**Séjour** : période continue incluant au moins une nuit effectuée par un touriste. Un séjour peut comporter un ou plusieurs lieux de séjour.

**Court séjour** : séjour comprenant entre une et trois nuits.

**Long séjour** : séjour comprenant quatre nuits ou plus.

**Séjour professionnel** : rendez-vous, stage, formation, congrès, colloque, ... où l'on s'est rendu pour motif professionnel.

**Séjour personnel** : séjour pour motifs d'agrément, familial, ... à l'exclusion des séjours pour motif professionnel.

**Séjour d'agrément** : partie des séjours personnels consacrée essentiellement aux loisirs-vacances.

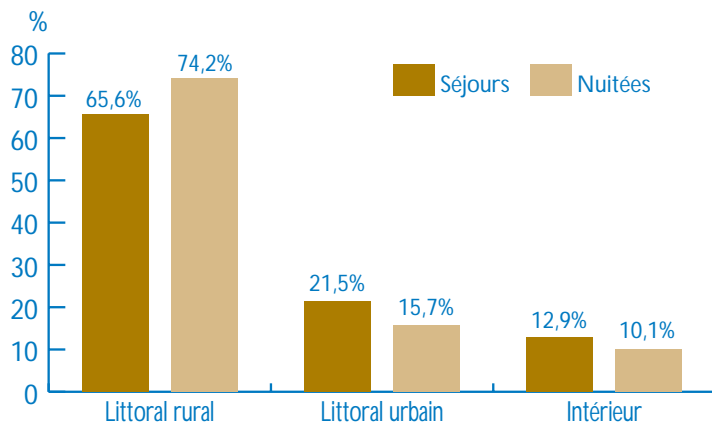
**Tourisme itinérant** : séjour réalisé dans différentes communes par une personne effectuant un voyage en circuit libre ou organisé.

**Hébergement marchand** : hébergement donnant lieu à une rémunération de la prestation offerte.

**Cœur de saison** : mois de juillet et d'août.

**Bord de saison** : mois d'avril, de mai, de juin et de septembre.

**Hors saison** : vacances scolaires des mois d'octobre à mars.



Cette cartographie reprend les définitions spatiales utilisées par l'INSEE pour les espaces touristiques nationaux (ETN) concernant la production de résultats des enquêtes de l'hôtellerie et l'hôtellerie de plein air.

Les communes de séjour ont été réparties selon les 3 grands ensembles suivants :

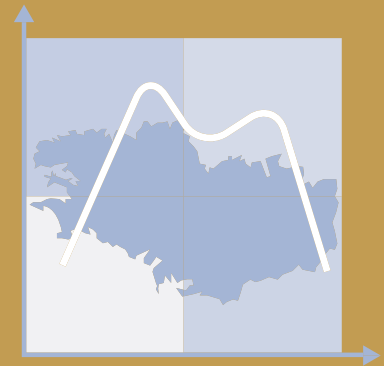
- le littoral rural,
- le littoral urbain,
- l'intérieur.

Un séjour en Bretagne peut comporter un ou plusieurs lieu(x) de séjour, dans un même département ou non. Ne sont pris en compte dans cette exploitation que les questionnaires pour lesquels l'ensemble des lieux de séjour appartenait à un même espace touristique.

Bases d'analyse	Nb de questionnaires
fréquentation globale	17 219
fréquentation de l'espace littoral rural	7 728
fréquentation de l'espace littoral urbain	3 099
fréquentation de l'espace intérieur	1 687*
sont exclus de cette analyse les lieux de séjour non renseignés ou les multi-espaces de séjour	4 705

\* dont 140 questionnaires pour Rennes Métropole

# 1. MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE



RÉSEAU  
**MORGOAT**

*Enquête  
Tourisme*

# 1. MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE

Entre février et décembre 2005, plus de 17 000 questionnaires ont été recueillis sur les différents points d'enquête représentatifs et emblématiques du tourisme en Bretagne :

- des sites de loisirs regroupés en 3 catégories : sites naturels, sites familiaux, sites patrimoniaux historiques,
- des boulangeries situées dans des communes touristiques, afin d'interroger les touristes ne visitant pas de sites de loisirs,
- le péage de La Gravelle (entrée de l'autoroute A81 vers Paris).

## Les sites enquêtés



## Les boulangeries enquêtées



# 1. MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE

Année 2005											
Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
samedi 01	mardi 01	mardi 01	vendredi 01	dimanche 01	mercredi 01	vendredi 01	lundi 01	jeudi 01	samedi 01	mardi 01	jeudi 01
dimanche 02	jeudi 03	mercredi 02	samedi 02	lundi 02	jeudi 02	samedi 02	mardi 02	vendredi 02	dimanche 02	mercredi 02	vendredi 02
lundi 03	mercredi 03	jeudi 03	dimanche 03	mardi 03	vendredi 03	dimanche 03	samedi 03	samedi 03	lundi 03	jeudi 03	samedi 03
mardi 04	vendredi 04	vendredi 04	lundi 04	mercredi 04	samedi 04	lundi 04	jeudi 04	dimanche 04	mardi 04	vendredi 04	dimanche 04
mercredi 05	samedi 05	samedi 05	mardi 05	jeudi 05	dimanche 05	mardi 05	vendredi 05	lundi 05	mercredi 05	samedi 05	lundi 05
jeudi 06	dimanche 06	dimanche 06	mercredi 06	vendredi 06	lundi 06	mercredi 06	samedi 06	mardi 06	jeudi 06	dimanche 06	mardi 06
vendredi 07	lundi 07	lundi 07	jeudi 07	samedi 07	mardi 07	jeudi 07	dimanche 07	mercredi 07	vendredi 07	lundi 07	mercredi 07
samedi 08	mardi 08	mardi 08	vendredi 08	dimanche 08	mercredi 08	vendredi 08	lundi 08	jeudi 08	samedi 08	mardi 08	jeudi 08
dimanche 09	mercredi 09	mercredi 09	samedi 09	lundi 09	jeudi 09	samedi 09	mardi 09	vendredi 09	dimanche 09	mercredi 09	vendredi 09
lundi 10	jeudi 10	jeudi 10	dimanche 10	mardi 10	vendredi 10	dimanche 10	mercredi 10	samedi 10	lundi 10	jeudi 10	samedi 10
mardi 11	vendredi 11	vendredi 11	lundi 11	mercredi 11	samedi 11	lundi 11	jeudi 11	dimanche 11	mardi 11	vendredi 11	dimanche 11
mercredi 12	samedi 12	samedi 12	mardi 12	jeudi 12	dimanche 12	mardi 12	vendredi 12	lundi 12	mercredi 12	samedi 12	lundi 12
jeudi 13	dimanche 13	dimanche 13	mercredi 13	vendredi 13	lundi 13	mercredi 13	samedi 13	mardi 13	jeudi 13	dimanche 13	mardi 13
vendredi 14	lundi 14	lundi 14	jeudi 14	samedi 14	mardi 14	jeudi 14	dimanche 14	mercredi 14	vendredi 14	lundi 14	mercredi 14
samedi 15	mardi 15	mardi 15	vendredi 15	dimanche 15	mercredi 15	vendredi 15	lundi 15	jeudi 15	samedi 15	mardi 15	jeudi 15
dimanche 16	mercredi 16	mercredi 16	samedi 16	lundi 16	jeudi 16	samedi 16	mardi 16	vendredi 16	dimanche 16	mercredi 16	vendredi 16
lundi 17	jeudi 17	jeudi 17	dimanche 17	mardi 17	vendredi 17	dimanche 17	mercredi 17	samedi 17	lundi 17	jeudi 17	samedi 17
mardi 18	vendredi 18	vendredi 18	lundi 18	mercredi 18	samedi 18	lundi 18	jeudi 18	dimanche 18	mardi 18	vendredi 18	dimanche 18
mercredi 19	samedi 19	samedi 19	mardi 19	jeudi 19	dimanche 19	mardi 19	vendredi 19	lundi 19	mercredi 19	samedi 19	lundi 19
jeudi 20	dimanche 20	dimanche 20	mercredi 20	vendredi 20	lundi 20	mercredi 20	samedi 20	mardi 20	jeudi 20	dimanche 20	mardi 20
vendredi 21	lundi 21	lundi 21	jeudi 21	samedi 21	mardi 21	jeudi 21	dimanche 21	mercredi 21	vendredi 21	lundi 21	mercredi 21
samedi 22	mardi 22	mardi 22	vendredi 22	dimanche 22	mercredi 22	vendredi 22	lundi 22	jeudi 22	samedi 22	mardi 22	jeudi 22
dimanche 23	mercredi 23	mercredi 23	samedi 23	lundi 23	jeudi 23	samedi 23	mardi 23	vendredi 23	dimanche 23	mercredi 23	vendredi 23
lundi 24	jeudi 24	jeudi 24	dimanche 24	mardi 24	vendredi 24	dimanche 24	mercredi 24	samedi 24	lundi 24	jeudi 24	samedi 24
mardi 25	vendredi 25	vendredi 25	lundi 25	mercredi 25	samedi 25	lundi 25	jeudi 25	dimanche 25	mardi 25	vendredi 25	dimanche 25
mercredi 26	samedi 26	samedi 26	mardi 26	jeudi 26	dimanche 26	mardi 26	vendredi 26	lundi 26	mercredi 26	samedi 26	lundi 26
jeudi 27	dimanche 27	dimanche 27	mercredi 27	vendredi 27	lundi 27	mercredi 27	samedi 27	mardi 27	jeudi 27	dimanche 27	mardi 27
vendredi 28	lundi 28	lundi 28	jeudi 28	samedi 28	mardi 28	jeudi 28	dimanche 28	mercredi 28	vendredi 28	lundi 28	mercredi 28
samedi 29	mardi 29	mardi 29	vendredi 29	dimanche 29	mercredi 29	vendredi 29	lundi 29	jeudi 29	samedi 29	mardi 29	jeudi 29
dimanche 30	mercredi 30	mercredi 30	samedi 30	lundi 30	jeudi 30	samedi 30	mardi 30	vendredi 30	dimanche 30	mercredi 30	vendredi 30
lundi 31	jeudi 31	jeudi 31	mardi 31			dimanche 31	mercredi 31		lundi 31		samedi 31

*L'enquête s'est déroulée principalement sur les périodes de vacances scolaires et de ponts, périodes durant lesquelles la fréquentation touristique est maximale en Bretagne.*

*Aussi les résultats ne porteront pas sur la fréquentation de l'ensemble de l'année civile 2005, mais sur près de 85% des nuitées touristiques de celle-ci, ce qui correspond aux dates de l'enquête surlignées sur le calendrier ci-contre.*

**Périodes d'enquête**

# 1. MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE

Cette enquête a été réalisée à l'aide d'un questionnaire fermé de 4 pages (voir illustration ci-contre). Il y a eu 2 modes de passation du questionnaire en fonction du lieu d'enquête : sur les sites de loisirs, le questionnaire était complété sur place alors que pour les lieux de passage (embarcadères, péage) et les boulangeries, un sachet contenant le questionnaire et une enveloppe T était remis pour un retour différé de celui-ci.

Avant toute remise de questionnaire, l'enquêteur procédait à un sondage appelé "bâtonnage" afin de vérifier entre autres que la personne entrait bien dans le champ de l'enquête.

Bonjour,

Les partenaires de Tourisme de Bretagne réalisent une enquête auprès des personnes effectuant un séjour d'au moins une nuit en Bretagne, pour mieux connaître leur fréquentation et améliorer à l'avenir leur prochain séjour dans la région. Merci de consacrer quelques instants à cette enquête.

NE PAS REMPLIR

Code enquêteur \_\_\_\_\_  
Lieu \_\_\_\_\_  
Date \_\_\_\_\_



Entourez le numéro correspondant à votre réponse ou remplissez les cases prévues pour recueillir l'information

## I - QUEL VISITEUR ÊTES-VOUS ?

### • Êtes-vous venu(e) en Bretagne ?

- 1- seul(e)      3- en couple      5- en famille  
2- seul(e) avec des amis      4- en couple avec des amis      6- en famille avec des amis

### • Où est situé votre lieu de résidence principale ?

Votre pays de résidence \_\_\_\_\_ Votre code postal : \_\_\_\_\_

### • Pouvez-vous indiquer :

la date du début de séjour en Bretagne    / /  
la date de fin de séjour en Bretagne        / /  
la date de réponse au questionnaire        / /

### • Êtes-vous venu(e) en Bretagne principalement dans le cadre de :

- 1- congés      3- journées de RTT      5- autre (événement, retraite...)  
2- week-end, pont      4- déplacement professionnel

### • Combien de personnes séjourneront avec vous en Bretagne (vous compris) ?

### • Pour chacune de ces personnes, pouvez-vous préciser leur sexe et leur âge ?

Vous êtes : 1- un homme 2- une femme    âgé(e) de :      
Personne 2 : 1- un homme 2- une femme    âgé(e) de :      
Personne 3 : 1- un homme 2- une femme    âgé(e) de :      
Personne 4 : 1- un homme 2- une femme    âgé(e) de :      
Personne 5 : 1- un homme 2- une femme    âgé(e) de :      
Personne 6 : 1- un homme 2- une femme    âgé(e) de :      
Personne 7 : 1- un homme 2- une femme    âgé(e) de :

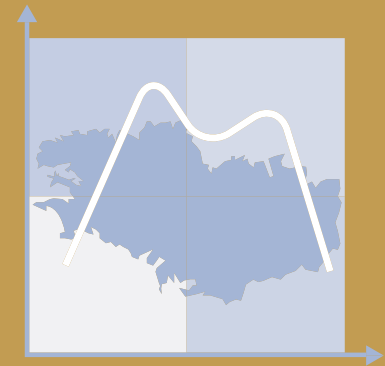
• Parmi les lieux mentionnés ci-dessous et en considérant uniquement ce séjour en Bretagne, entourez les lieux :  
- sur lesquels vous vous êtes rendu(e) (ou une personne partageant ce séjour avec vous),  
- ou sur lesquels vous avez l'intention de vous rendre.

- |  |                                   |   |                                |
|--|-----------------------------------|---|--------------------------------|
| 1- Cap Fréhel (22)                                     | 5- Pointe du Raz (29)             | 9- Château de Fougières (35)              | 12- Alignements de Carnac (56) |
| 2- Ile de Bréhat (22)                                  | 6- Océanopolis (29)               | 10- Pointe du Grouin (35)                 | 13- Zoo de Pont-Scorff (56)    |
| 3- Musée des Télécommunications de Pleumeur Bodou (22) | 7- Ville Close de Concarneau (29) | 11- Office de Tourisme de Saint-Malo (35) | 14- Château de Josselin (56)   |
| 4- Château de Dinan (22)                               | 8- Ile de Batz (29)               | 15- Office de Tourisme de Quiberon (56)   | 16- Aquarium de Vannes (56)    |

• Vous n'avez visité aucun de ces lieux durant votre séjour et n'en avez pas l'intention.

# 2.

## PROFIL DES TOURISTES



RÉSEAU  
**MORGOAT**

*Enquête  
Tourisme*

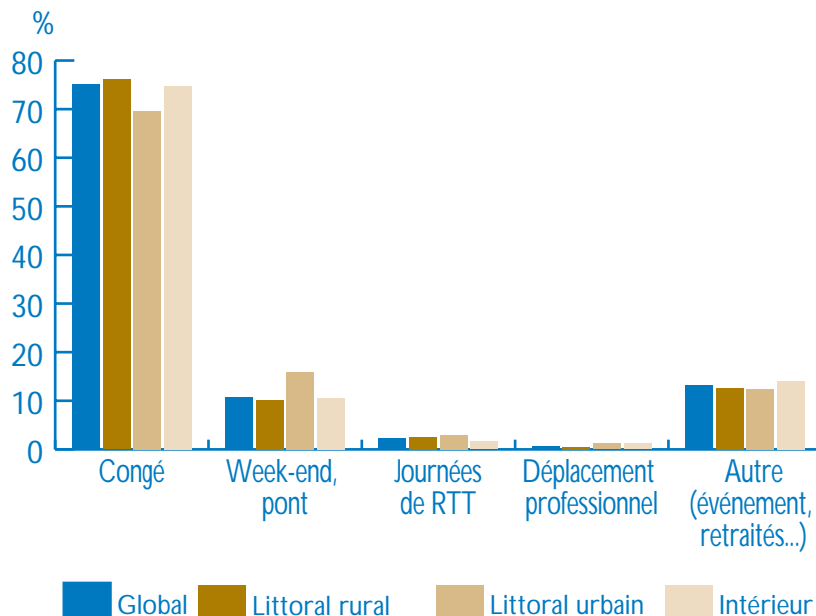
## 2. PROFIL DES TOURISTES

## Cadre de réalisation du séjour

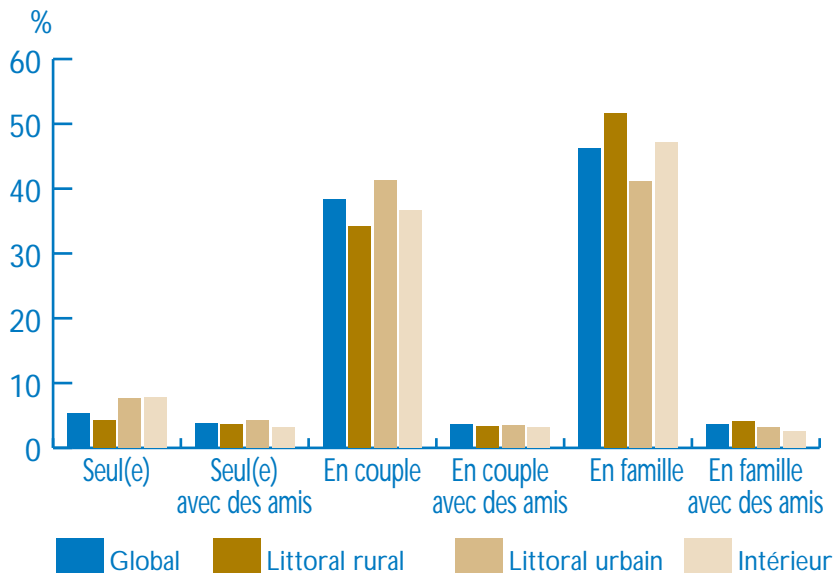
► L'espace littoral urbain est davantage privilégié par rapport aux autres espaces pour la réalisation de séjours lors de week-ends ou de ponts...

En effet, 15,9% des séjours réalisés en Bretagne en 2005 sur le littoral urbain sont effectués dans le cadre de week-ends ou de ponts, contre environ 10% des séjours sur les autres espaces touristiques.

Sur les espaces littoral rural et intérieur, 3/4 des séjours sont effectués lors de congés.



Séjours (multi-réponses) en %	Congé	Week-end, pont	Journées de RTT	Déplacement professionnel	Autre (événement, retraités...)
Global	75,1	10,7	2,3	0,7	13,2
Littoral rural	76,1	10,2	2,5	0,5	12,7
Littoral urbain	69,6	15,9	2,9	1,2	12,5
Intérieur	74,8	10,6	1,6	1,2	14,0



Séjours (multi-réponses) en %	Seul(e)	Seul(e) avec des amis	En couple	En couple avec des amis	En famille	En famille avec des amis
Global	5,4	3,8	38,3	3,6	46,2	3,7
Littoral rural	4,2	3,6	34,2	3,3	51,6	4,1
Littoral urbain	7,6	4,3	41,2	3,4	41,1	3,1
Intérieur	7,8	3,2	36,7	3,2	47,1	2,6

► Les familles sont davantage présentes sur le littoral rural...

Plus de la moitié des séjours du littoral rural et près de la moitié de ceux de l'espace intérieur sont réalisés par des familles avec ou sans amis.

Sur le littoral urbain, la part de séjours réalisés par des couples (avec ou sans amis) est équivalente à celle des séjours réalisés en famille (avec ou sans amis).

► *Il y a peu de différences dans la répartition des nuitées par tranches d'âge des touristes selon les espaces touristiques ...*

*Quel que soit l'espace observé, les touristes âgés de moins de 20 ans et ceux de 60 ans et plus effectuent chacun près de 1/5 des nuitées.*

*NB : Attention, il s'agit d'une ventilation de l'âge de l'ensemble des personnes déclarées composant le foyer touristique.*

Nuitées en %	Global	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Moins de 20 ans	18,7	19,7	17,4	19,7
de 20 à 29 ans	8,7	8,2	10,9	9,0
de 30 à 39 ans	16,0	15,6	16,7	15,9
de 40 à 49 ans	18,2	18,4	17,4	18,7
de 50 à 59 ans	18,1	17,9	18,5	18,8
60 ans et plus	20,3	20,2	19,1	17,9

Séjours en %	Global	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Couple sans enfant	44,6	40,0	49,7	44,9
Famille avec 1 ou 2 enfants	28,4	31,0	25,1	31,2
Famille avec 3 enfants ou plus	14,0	15,7	11,6	12,1
Jeunes avec amis	7,9	7,6	8,6	7,1
Seniors sans enfant	5,1	5,7	5,0	4,7

*NB : les profils de foyers touristiques sont issus d'une analyse typologique permettant de regrouper des individus ayant des profils de composition de foyer touristique homogènes entre eux.*

▶ *La moitié des séjours du littoral urbain sont réalisés par des couples sans enfant...*

*Si près de la moitié des séjours du littoral rural sont effectués par des familles, la moitié des séjours du littoral urbain le sont par des couples sans enfant.*

*Par contre, l'espace intérieur enregistre une part relativement équivalente de séjours réalisés en couple sans enfant et en famille avec enfant(s).*

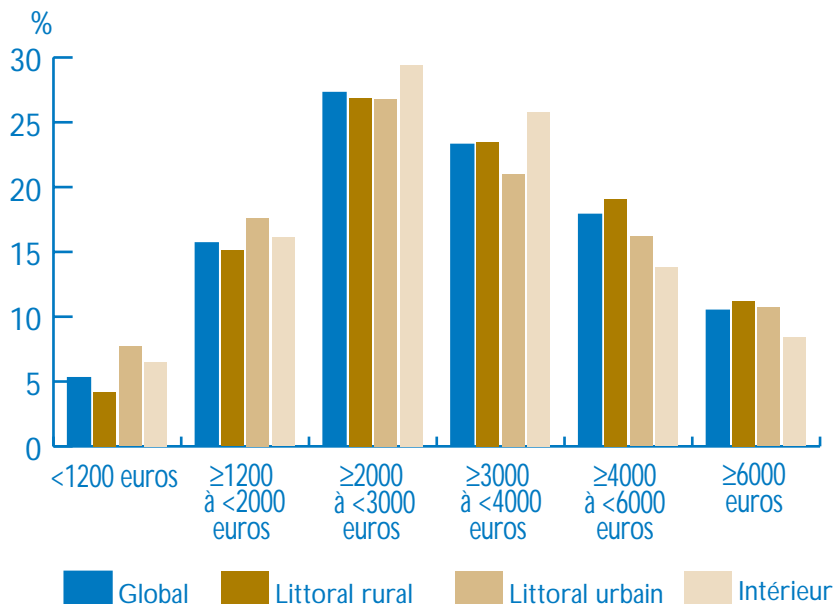
## 2. PROFIL DES TOURISTES

### Revenus nets mensuels du foyer

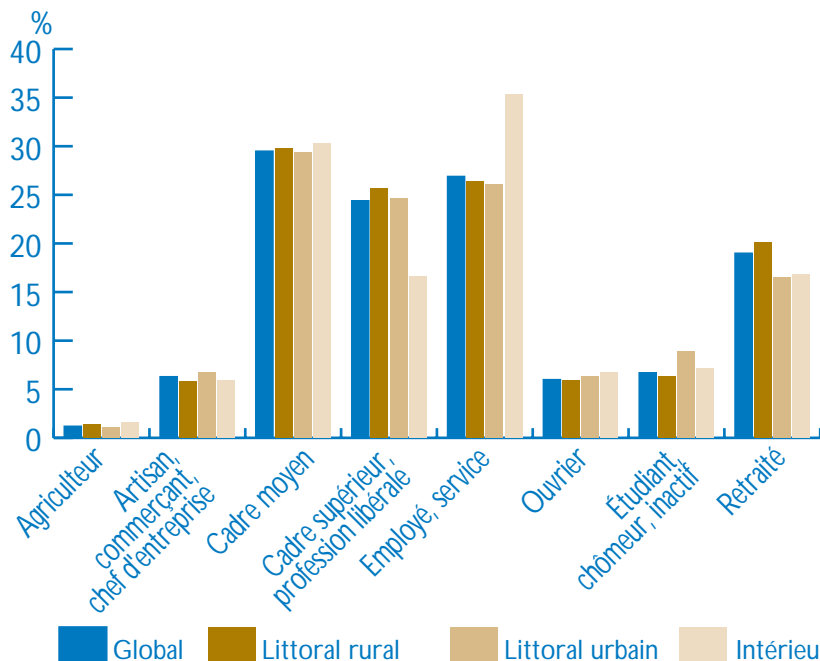
► *Le littoral rural attire davantage de touristes aux revenus plus élevés...*

En effet, 30,3% des séjours du littoral rural sont réalisés par des touristes aux revenus nets mensuels supérieurs ou égaux à 4000 euros contre 22,2% des séjours de l'intérieur et 26,9% de ceux du littoral urbain.

A l'inverse, le littoral urbain compte davantage de séjours réalisés par des touristes ayant des revenus nets mensuels inférieurs à 2000 euros (1/4 des séjours de cet espace touristique).



Séjours en %	< 1200 euros	≥1200 à <2000 euros	≥2000 à <3000 euros	≥3000 à <4000 euros	≥4000 à <6000 euros	≥ 6000 euros
Global	5,3	15,7	27,3	23,3	17,9	10,5
Littoral rural	4,2	15,1	26,9	23,5	19,1	11,2
Littoral urbain	7,7	17,6	26,8	21,0	16,2	10,7
Intérieur	6,5	16,1	29,4	25,8	13,8	8,4



➤ Plus de 1/3 des séjours de l'espace intérieur sont réalisés par des touristes appartenant à la PCS "employés" ...

Sur les espaces littoraux, environ 1/4 des séjours sont effectués par des employés, alors que cette part atteint plus de 1/3 des séjours de l'espace intérieur.

De la même manière, 1/4 des séjours des espaces littoraux sont effectués par des cadres supérieurs ou des professions libérales, contre seulement 1/6 des séjours de l'intérieur.

Séjours (multi-réponses) en %	Agriculteur	Artisan, commerçant, chef d'entreprise	Cadre moyen	Cadre supérieur, profession libérale	Employé, service	Ouvrier	Étudiant, chômeur, inactif	Retraité
Global	1,2	6,3	29,5	24,4	26,9	6,0	6,7	19,0
Littoral rural	1,4	5,8	29,8	25,7	26,4	5,9	6,3	20,1
Littoral urbain	1,1	6,7	29,4	24,6	26,1	6,3	8,9	16,5
Intérieur	1,6	5,9	30,3	16,6	35,3	6,7	7,1	16,8

► *L' espace littoral rural attire moins les touristes en séjour en hors saison...*

*Les séjours réalisés sur le littoral urbain ont moins fréquemment lieu en cœur de saison (41,4% contre 47,3% au global) mais plus en hors saison (1/4 des séjours contre moins de 1/5 au global).*

*En ce qui concerne les séjours de l'intérieur, c'est leur réalisation en bord de saison qui est la moins élevée (27,5% des séjours contre 33,3% au global), mais le hors saison est une période privilégiée autant que pour l'espace littoral urbain.*

Séjours en %	Global	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Cœur de saison*	47,3	47,5	41,4	48,3
Bord de saison**	33,3	34,1	33,7	27,5
Hors saison***	19,4	18,4	24,9	24,2

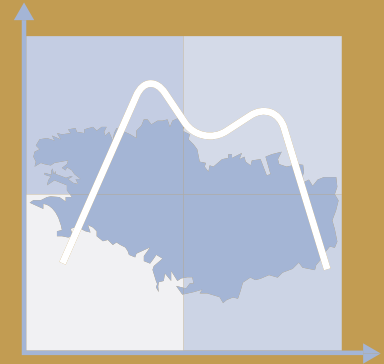
\* cœur de saison : tourisme effectué durant les mois de juillet et d'août.

\*\* bord de saison : tourisme effectué durant les mois d'avril, de mai, de juin et de septembre.

\*\*\* hors saison : tourisme effectué durant les vacances scolaires des mois d'octobre à mars (vacances de février, de la Toussaint et de Noël).

# 3.

## ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DES TOURISTES



RÉSEAU  
**MORGOAT**

*Enquête  
Tourisme*

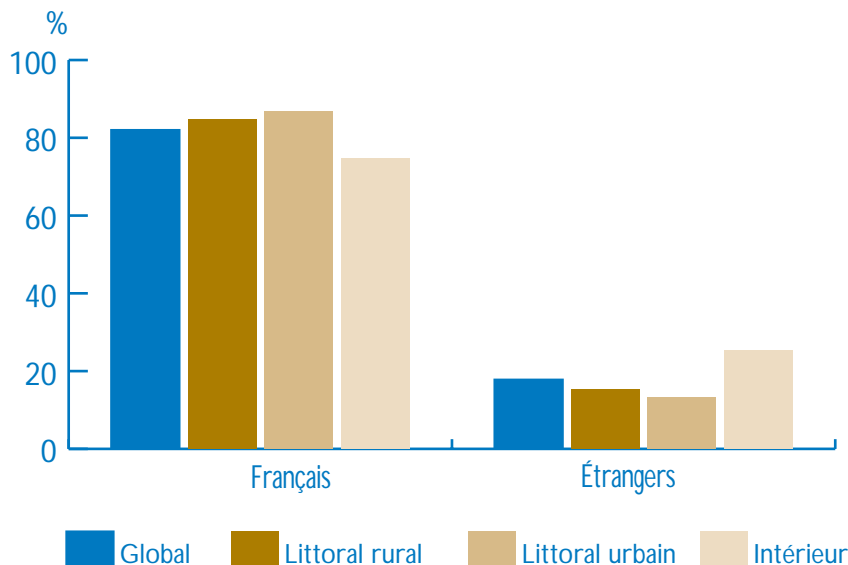
### 3. ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DES TOURISTES

### Répartition des nuitées françaises et étrangères selon l'espace touristique de réalisation du séjour

▶ 114 des nuitées touristiques de l'intérieur sont des nuitées étrangères...

Plus de 4/5 des nuitées des espaces littoraux sont effectuées par des touristes français, contre seulement 3/4 des nuitées de l'intérieur.

Les Français comme les étrangers séjournent majoritairement sur le littoral rural. Toutefois, on note que les étrangers séjournent plus que les Français dans l'espace intérieur.



Nuitées en %	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Français	74,7	16,3	9,0
Étrangers	71,0	13,0	16,0

Nuitées en %	Français	Étrangers
Global	82,1	17,9
Littoral rural	84,7	15,3
Littoral urbain	86,8	13,2
Intérieur	74,6	25,4

## Origine des nuitées étrangères selon le pays de résidence

## 3. ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DES TOURISTES

Nuitées en %	Global	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Grande Bretagne, Irlande*	45,5	44,5	42,4	72,4
Allemagne	24,5	26,9	22,3	5,7
Pays-Bas	13,6	13,8	14,3	11,7
Belgique, Luxembourg	4,3	4,7	3,4	1,4
Etats-Unis, Canada	3,3	4,0	7,8	2,2
Espagne	2,4	1,9	2,3	1,0
Italie	2,0	0,9	2,0	1,1
Suisse	2,0	1,6	2,0	0,3
Autres pays d'Europe	1,2	1,3	2,0	0,6
Reste du monde	1,2	0,4	1,5	3,6

\* : y compris les îles anglo-normandes

► Près de 3/4 des nuitées touristiques étrangères de l'intérieur sont d'origine britannique...

La ventilation des nuitées étrangères sur les deux espaces littoraux est semblable, les clientèles britannique et allemande étant toujours les principales clientèles étrangères.

Toutefois, elles cumulent à elles deux une part de nuitées étrangères moins importante que celle des Britanniques seuls sur l'espace intérieur. En effet, sur cet espace, 72,4% des nuitées étrangères sont britanniques.

La deuxième clientèle de l'espace intérieur est d'origine néerlandaise et non allemande.

### 3. ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DES TOURISTES

### Répartition des nuitées françaises par région UDA (Union des Annonceurs)

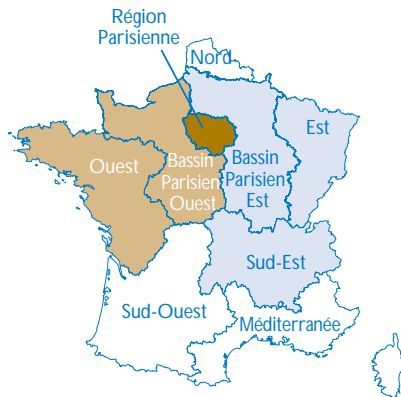
▶ *Quel que soit l'espace observé, la part des nuitées touristiques parisiennes est élevée...*

*Près de 3/5 des nuitées françaises en Bretagne sont issues de la Région Parisienne, du Bassin Parisien Ouest ou du Bassin Parisien Est, quel que soit l'espace de réalisation du séjour.*

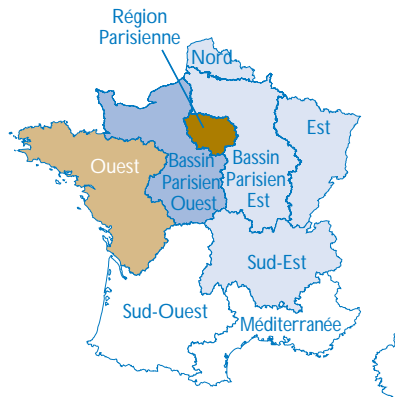
*Par contre, on enregistre une part plus importante de nuitées en provenance de l'Ouest sur le littoral rural par rapport aux autres espaces (19,2% des nuitées contre 16,3% pour le littoral urbain et 14,2% pour l'intérieur).*

Nuitées en %	Global	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Région Parisienne	38,9	38,1	43,2	39,0
Ouest	18,1	19,2	16,3	14,2
Bassin Parisien Ouest	12,0	12,9	9,2	12,4
Sud-Est	7,4	6,4	6,3	9,8
Bassin Parisien Est	6,1	5,9	7,5	6,3
Est	5,5	5,5	5,2	5,0
Nord	4,6	4,7	5,1	4,8
Sud-Ouest	4,1	4,0	4,4	5,1
Méditerranée	3,3	3,1	2,8	3,4

### Fréquentation du littoral rural :

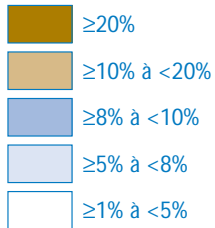


### Fréquentation du littoral urbain :



### Fréquentation de l'espace intérieur :

Part de nuitées



Les géographies d'émission des nuitées touristiques françaises par région UDA sont assez semblables quel que soit l'espace de réalisation du séjour...

On note cependant que le Bassin Parisien Ouest génère moins de nuitées sur le littoral urbain que sur les autres espaces.

A l'inverse, le Sud-Est génère plus de nuitées françaises sur l'espace intérieur de la Bretagne.

### 3. ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DES TOURISTES

### Répartition des nuitées françaises par région d'origine

► Les nuitées touristiques intra-régionales se réalisent davantage sur les espaces littoraux ...

L'Île-de-France est la première région émettrice de nuitées touristiques en Bretagne en 2005, principalement sur le littoral urbain (43,1% de nuitées).

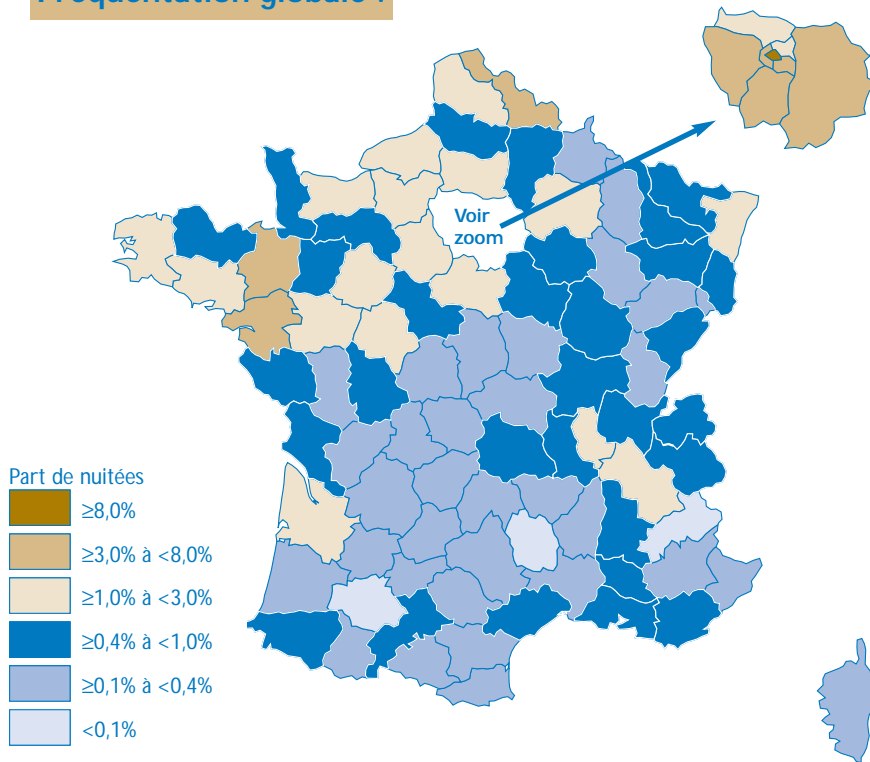
La Bretagne est la seconde région émettrice de nuitées touristiques sur le littoral :  
- littoral rural : 9,1% des nuitées  
- littoral urbain : 8,1%.

Par contre, elle n'arrive qu'en 5<sup>ème</sup> position des régions émettrices de nuitées dans l'intérieur (5,4%), après l'Île-de-France, Rhône-Alpes, les Pays de la Loire et le Centre.

NS : non significatif

Nuitées en %	Global	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Île-de-France	38,9	38,1	43,1	39,0
Bretagne	8,7	9,1	8,1	5,4
Pays de la Loire	7,9	8,8	6,5	6,7
Rhône-Alpes	6,1	5,3	4,4	8,1
Centre	5,1	5,7	3,5	6,3
Nord-Pas de Calais	4,6	4,7	5,1	4,8
Haute-Normandie	4,3	4,9	3,3	3,0
Basse-Normandie	2,5	2,3	2,4	3,1
Picardie	2,4	2,3	2,3	2,7
Lorraine	2,4	2,5	2,1	2,3
Provence-Alpes-Côte d'Azur	2,3	2,2	1,8	2,4
Aquitaine	2,0	1,9	2,3	2,3
Franche-Comté	1,9	2,1	1,9	1,0
Champagne-Ardenne	1,8	1,7	3,4	1,9
Alsace	1,8	1,6	1,8	1,9
Midi-Pyrénées	1,6	1,6	1,4	2,3
Poitou-Charentes	1,5	1,4	1,7	2,1
Auvergne	1,4	1,1	1,9	1,7
Bourgogne	1,3	1,2	1,2	1,5
Languedoc-Roussillon	0,9	0,9	1,0	1,0
Limousin	0,5	0,5	0,8	0,5
Corse	0,1	0,1	NS	NS

### Fréquentation globale :



Le quart nord-ouest de la France est le principal secteur géographique émetteur de nuitées touristiques en Bretagne en 2005...

Les départements les plus émetteurs de nuitées touristiques en Bretagne en 2005 se situent principalement en Ile-de-France et dans le quart nord-ouest de la France.

On observe également le fort impact des autoroutes facilitant la venue en Bretagne des touristes les plus éloignés de la région (notamment l'autoroute du Sud).

Attention, ces informations sont données à titre indicatif, car peu significatives individuellement pour les valeurs faibles. Elles ne peuvent être utilisées qu'en regroupement selon les besoins d'analyse.

### 3. ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DES TOURISTES

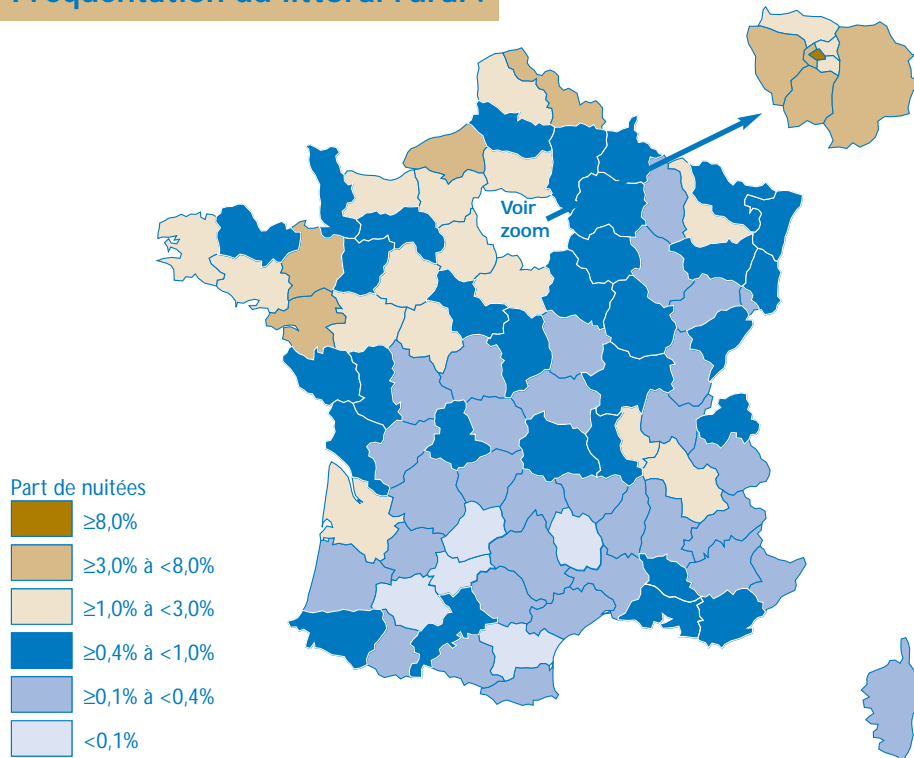
### Répartition des nuitées françaises par département d'origine

▶ *Le Nord-Ouest de la France est le secteur le plus émetteur de nuitées touristiques en Bretagne en 2005 sur le littoral rural...*

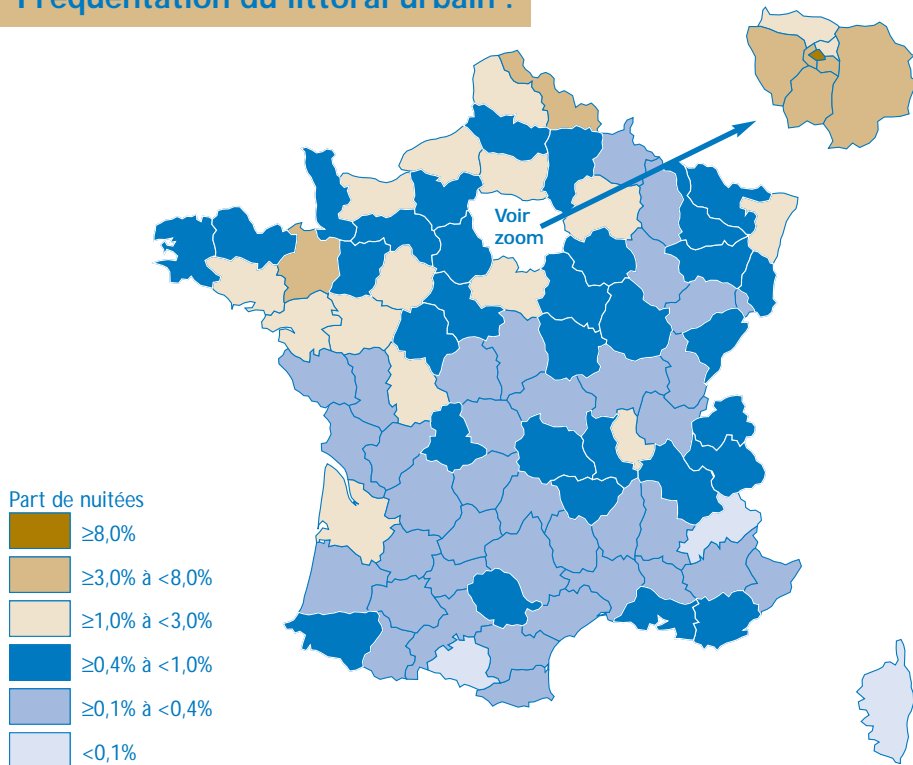
*Hormis la Moselle, le Rhône, l'I-sère et la Gironde, tous les départements fortement émetteurs de nuitées touristiques sur le littoral rural de la région se situent dans le Nord-Ouest de la France.*

*Attention, ces informations sont données à titre indicatif, car peu significatives individuellement pour les valeurs faibles. Elles ne peuvent être utilisées qu'en regroupement selon les besoins d'analyse.*

#### Fréquentation du littoral rural :



### Fréquentation du littoral urbain :



La diversité des origines géographiques des nuitées touristiques françaises du littoral urbain est plus faible...

En ce qui concerne les nuitées françaises réalisées sur le littoral urbain, les provenances départementales sont moins diversifiées que sur le littoral rural et toujours majoritairement concentrées au Nord-Ouest de la France.

Attention, ces informations sont données à titre indicatif, car peu significatives individuellement pour les valeurs faibles. Elles ne peuvent être utilisées qu'en regroupement selon les besoins d'analyse.

### 3. ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DES TOURISTES

▶ *Les origines géographiques des nuitées touristiques de l'intérieur sont plus diversifiées...*

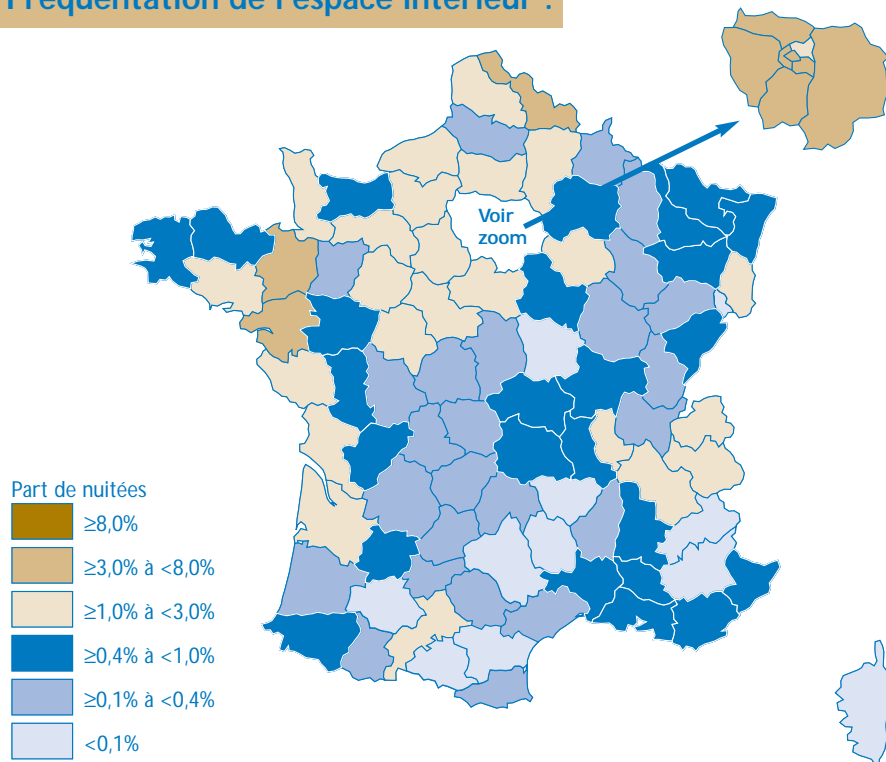
Les nuitées françaises réalisées dans l'espace intérieur de la région sont d'origine très diverse : 34 départements font partie des principaux émetteurs (contre 24 sur le littoral urbain et 27 sur le littoral rural).

Paris n'est plus le 1<sup>er</sup> département émetteur, il arrive en 5<sup>ème</sup> position après les Hauts-de-Seine, les Yvelines, la Seine-et-Marne et l'Essonne.

Attention, ces informations sont données à titre indicatif, car peu significatives individuellement pour les valeurs faibles. Elles ne peuvent être utilisées qu'en regroupement selon les besoins d'analyse.

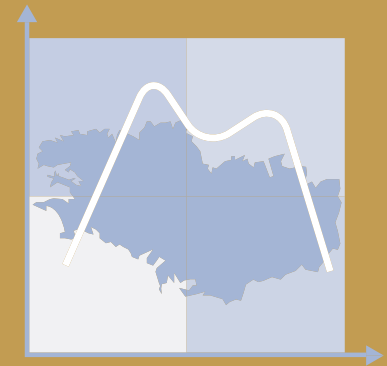
### Répartition des nuitées françaises par département d'origine

#### Fréquentation de l'espace intérieur :



# 4.

## COMPORTEMENT DES TOURISTES



RÉSEAU  
**MORGOAT**

*Enquête  
Tourisme*

## 4. COMPORTEMENT DES TOURISTES

## Modes de transport

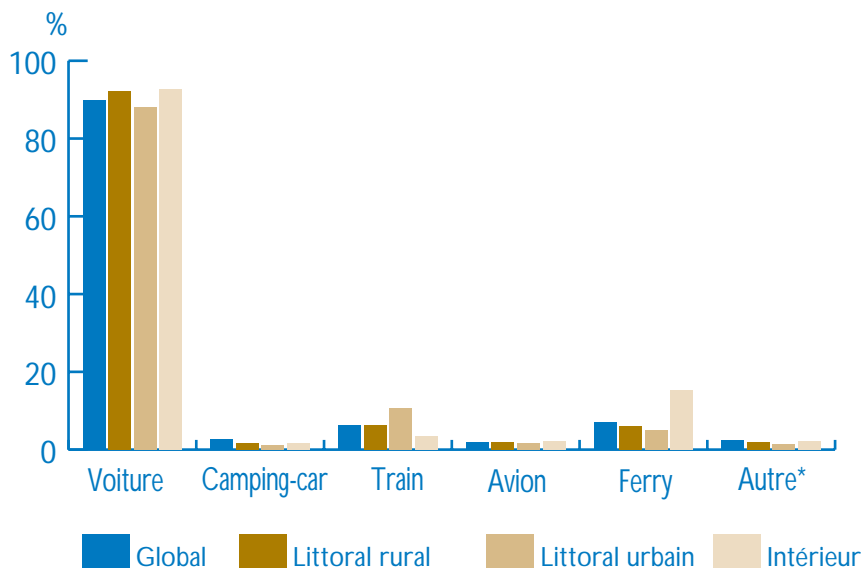
▶ *La voiture est le principal mode de transport utilisé...*

*La voiture est le premier mode de transport utilisé pour venir en Bretagne quel que soit l'espace touristique de séjour, mais on note quelques modes de transport plus représentés pour certains espaces.*

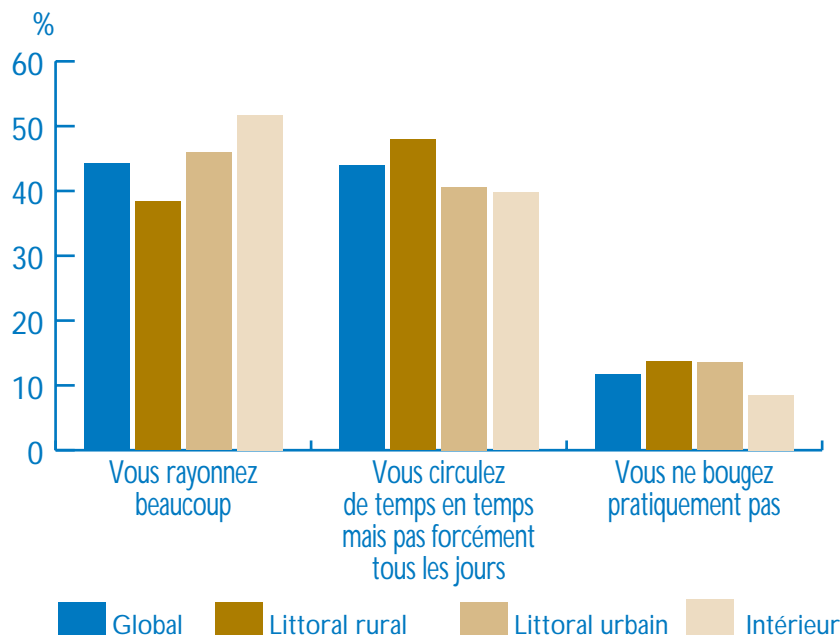
*En effet, 10,7% des nuitées du littoral urbain sont réalisées par des touristes venus en train (contre 6,2% des nuitées du littoral rural et 3,4% des nuitées de l'intérieur).*

*De même, 15,3% des nuitées de l'espace intérieur sont réalisées par des touristes venus par ferry du fait d'une plus grande proportion de touristes étrangers (surtout des Britanniques) sur cet espace.*

*\*Autre mode de transport : moto, vélo, péniche, bateau, autre non précisé.*



Nuitées (multi-réponses) en %	Voiture	Camping-car	Train	Avion	Ferry	Autre*
Global	90,0	2,8	6,4	1,9	7,0	2,4
Littoral rural	92,1	1,7	6,2	1,9	6,1	1,9
Littoral urbain	88,0	1,2	10,7	1,7	5,0	1,5
Intérieur	92,6	1,8	3,4	2,3	15,3	2,3



Séjours en %	Vous rayonnez beaucoup	Vous circulez de temps en temps mais pas forcément tous les jours	Vous ne bougez pratiquement pas
Global	44,3	44,0	11,7
Littoral rural	38,4	47,9	13,7
Littoral urbain	45,9	40,6	13,5
Intérieur	51,7	39,8	8,5

► Les touristes n'ont pas le même comportement de mobilité selon leur espace de séjour ...

Sur les espaces littoraux, on observe peu de différences de comportement des touristes en terme d'excursion à la journée à partir du lieu de séjour (environ 14% des séjours sont le fait de touristes qui ne bougent pratiquement pas).

Par contre, dans l'espace intérieur, seuls 8,5% des touristes ne bougent pratiquement pas, alors que plus de la moitié rayonnent beaucoup.

## 4. COMPORTEMENT DES TOURISTES

## Moyens de préparation

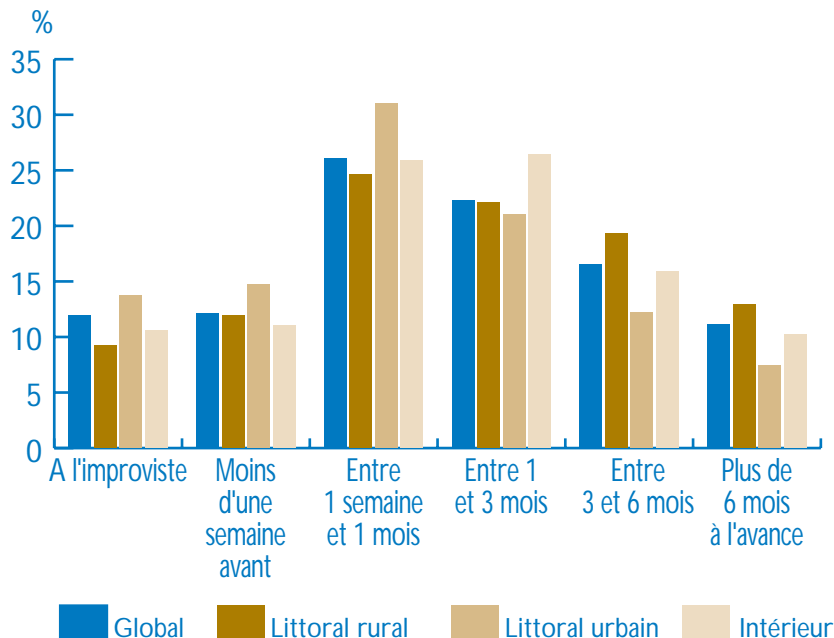
▶ *La part de touristes originaires de la région est plus importante dans l'espace intérieur...*

*Alors que les moyens de préparation sont assez semblables quel que soit l'espace touristique de séjour, on note une différence pour les séjours réalisés dans l'intérieur.*

*En effet, 22,5% d'entre eux sont le fait de touristes originaires de la région contre 15,0% sur le littoral rural et 16,9% sur le littoral urbain.*

*La part de séjours réalisés par des touristes ayant préparé leur séjour par l'intermédiaire d'un office de tourisme est plus faible dans l'espace intérieur (16,7% contre plus de 1/5 dans les espaces littoraux).*

Séjours en % (multi-réponses)	Global	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Aucune préparation	43,2	43,2	47,4	46,5
Connait la région	42,7	45,6	42,6	43,9
Guide touristique	31,8	31,6	27,1	26,4
Internet	30,8	29,4	29,2	31,0
Bouche à oreille	22,8	22,2	22,4	21,4
Office de tourisme	21,4	21,9	22,2	16,7
Originaire de la région	15,8	15,0	16,9	22,5
Forte notoriété	8,1	7,7	8,5	7,5
Publicité (presse, radio, télévision) et prospectus	6,2	6,1	5,7	6,2
Comité d'entreprise, association	2,9	4,0	1,9	1,5
Agence de voyage	2,4	2,4	1,8	1,2
Foire, exposition, salon	0,8	0,8	1,0	0,7
Autre (non précisé)	10,4	10,1	10,2	12,7



Séjours en %	A l'improviste	Moins d'une semaine avant	Entre 1 semaine et 1 mois	Entre 1 et 3 mois	Entre 3 et 6 mois	Plus de 6 mois à l'avance
Global	11,9	12,1	26,1	22,3	16,5	11,1
Littoral rural	9,2	11,9	24,6	22,1	19,3	12,9
Littoral urbain	13,7	14,7	31,0	21,0	12,2	7,4
Intérieur	10,6	11,0	25,9	26,4	15,9	10,2

► On note davantage de séjours improvisés sur le littoral urbain...

Près de 3/5 des séjours réalisés sur le littoral urbain sont improvisés ou organisés moins d'un mois à l'avance, contre 45,7% des séjours du littoral rural (soit -13,7 pts).

A l'inverse, c'est sur le littoral rural que la part de séjours organisés plus de 6 mois à l'avance est la plus importante (12,9% des séjours).

En ce qui concerne l'espace intérieur, on note une part équivalente de séjours improvisés et de séjours organisés plus de 6 mois à l'avance (environ 10% des séjours).

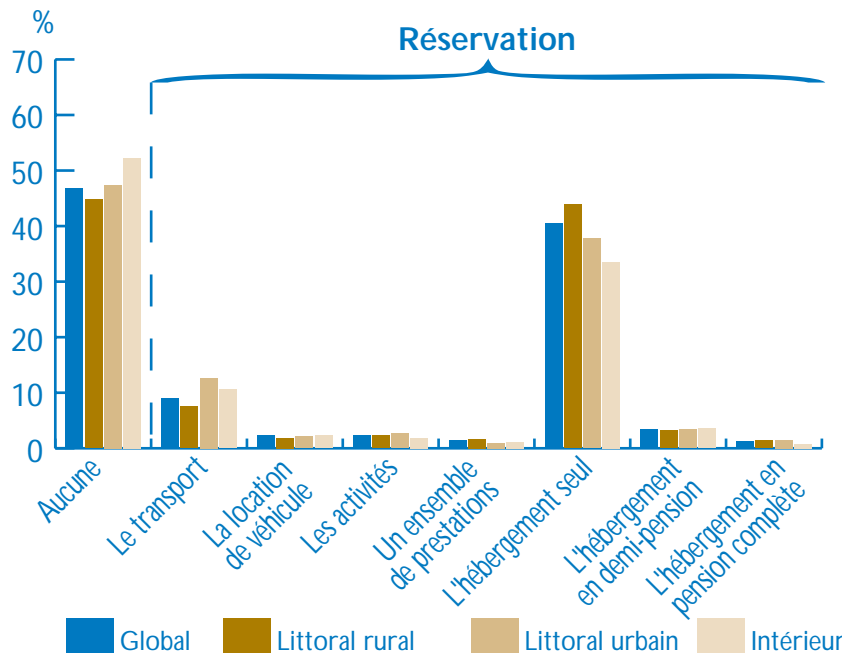
## 4. COMPORTEMENT DES TOURISTES

## Réservation du séjour

► Plus de la moitié des séjours de l'espace intérieur ne font l'objet d'aucune réservation...

Quel que soit l'espace touristique de réalisation du séjour, l'hébergement est le principal élément réservé du séjour.

Toutefois, on remarque que pour 12,7% des séjours du littoral urbain, le transport a donné lieu à une réservation (seulement 7,5% des séjours du littoral rural). Pour rappel, la part de séjours effectués par des touristes venus par le train sur l'espace littoral urbain est supérieure à celle des autres espaces.



Séjours (multi-réponses) en %	Réservation							
	Aucune	Le transport	La location de véhicule	Les activités	Un ensemble de prestations	L'hébergement seul	L'hébergement en demi-pension	L'hébergement en pension complète
Global	46,9	9,0	2,4	2,4	1,4	40,5	3,4	1,3
Littoral rural	44,8	7,5	1,8	2,3	1,7	43,9	3,2	1,4
Littoral urbain	47,4	12,7	2,1	2,7	1,0	37,8	3,4	1,5
Intérieur	52,3	10,6	2,3	1,8	1,1	33,5	3,6	0,8

## Moyens de réservation du séjour

Séjours en % (multi-réponses)	Global	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Par téléphone	44,0	43,3	46,5	42,2
Par Internet	31,9	28,8	32,6	37,2
Par courrier ou fax	8,6	9,3	7,8	8,3
Sur place, au guichet	5,5	4,4	9,0	5,9
Par un comité d'entreprise	4,5	6,3	2,5	1,9
Par une agence de voyage	4,5	4,4	3,9	2,3
Par une tierce personne	4,4	4,9	3,8	3,9
Par un office de tourisme	2,2	2,3	1,8	1,6
Par une centrale de réservation	2,1	2,8	0,7	1,7
Autre (non précisé)	4,8	5,0	4,5	5,4

## 4. COMPORTEMENT DES TOURISTES

► *Le téléphone devance Internet et reste le principal moyen de réservation du séjour ...*

*Quel que soit l'espace touristique, une très large majorité des réservations sont effectuées soit par téléphone, soit par Internet.*

*9,0% des réservations des touristes en séjour sur le littoral urbain ont eu lieu sur place ou au guichet, le transport étant davantage réservé pour les séjours de cet espace touristique.*

## 4. COMPORTEMENT DES TOURISTES

## Modes d'hébergement

► Plus de la moitié des nuitées touristiques du littoral urbain et de l'intérieur sont effectuées en hébergement non marchand...

Quel que soit l'espace touristique de réalisation du séjour, le premier mode d'hébergement est non marchand. Il s'agit de la résidence secondaire personnelle pour les espaces littoraux et de la résidence principale de parents et amis pour l'intérieur.

Le principal mode d'hébergement marchand est le camping sur le littoral rural, le meublé ou la location saisonnière sur le littoral urbain et le gîte rural pour l'espace intérieur.

Quel que soit le type d'hébergement, c'est sur le littoral rural que les durées moyennes de séjour sont les plus longues.

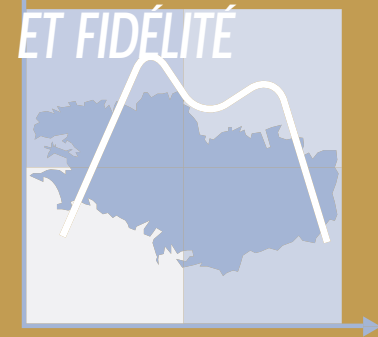
Modes d'hébergement marchand (nuitées)	Global		Littoral rural		Littoral urbain		Intérieur	
	Part nuitées	Durée de séjour	Part nuitées	Durée de séjour	Part nuitées	Durée de séjour	Part nuitées	Durée de séjour
Camping	16,5%	11,4 j	17,9%	11,7 j	11,2%	11,0 j	9,6%	9,8 j
Meublé ou location saisonnière	13,8%	11,7 j	15,8%	11,6 j	14,1%	10,6 j	6,0%	11,6 j
Gîte Rural	7,1%	10,2 j	6,0%	10,2 j	3,4%	10,1 j	20,6%	10,4 j
Hôtel	5,3%	4,8 j	3,3%	5,5 j	10,6%	4,0 j	3,1%	4,3 j
Résidence de Tourisme	3,4%	10,1 j	4,2%	10,4 j	3,3%	9,2 j	1,5%	8,0 j
Village de vacances, hébergement collectif	2,4%	9,5 j	3,0%	10,2 j	1,1%	6,8 j	2,0%	9,3 j
Chambre d'hôtes	1,6%	4,9 j	1,1%	5,1 j	0,9%	4,4 j	2,5%	4,6 j
<b>Total hébergement marchand</b>	<b>50,1%</b>	<b>9,4 j</b>	<b>51,3%</b>	<b>10,3 j</b>	<b>44,6%</b>	<b>7,3 j</b>	<b>45,3%</b>	<b>8,7 j</b>

Modes d'hébergement non marchand (nuitées)	Global		Littoral rural		Littoral urbain		Intérieur	
	Part nuitées	Durée de séjour	Part nuitées	Durée de séjour	Part nuitées	Durée de séjour	Part nuitées	Durée de séjour
Résidence secondaire personnelle	22,4%	20,3 j	24,6%	20,5 j	22,7%	18,2 j	14,3%	14,2 j
Résidence secondaire de parents et amis	13,7%	10,2 j	15,2%	11,0 j	15,6%	9,0 j	11,1%	9,2 j
Résidence principale de parents et amis	9,4%	7,6 j	5,9%	8,4 j	14,9%	7,4 j	24,5%	7,6 j
Autre non marchand*	2,2%	9,9 j	1,8%	11,3 j	1,0%	8,5 j	0,8%	12,5 j
<b>Total hébergement non marchand</b>	<b>47,7%</b>	<b>12,3 j</b>	<b>47,5%</b>	<b>13,8 j</b>	<b>54,2%</b>	<b>10,6 j</b>	<b>50,7%</b>	<b>9,2 j</b>
<b>Autre (non précisé)</b>	<b>2,2%</b>	<b>9,2 j</b>	<b>1,2%</b>	<b>9,7 j</b>	<b>1,2%</b>	<b>5,4 j</b>	<b>4,0%</b>	<b>7,5 j</b>

\*Autre non marchand : camping-car sauvage, propriétaire de mobil home...

# 5.

## LE SÉJOUR : PRATIQUE, SATISFACTION



RÉSEAU  
**MORGOAT**

*Enquête  
Tourisme*

## 5. LE SÉJOUR : PRATIQUE, SATISFACTION ET FIDÉLITÉ

## Raisons de choix de la Bretagne

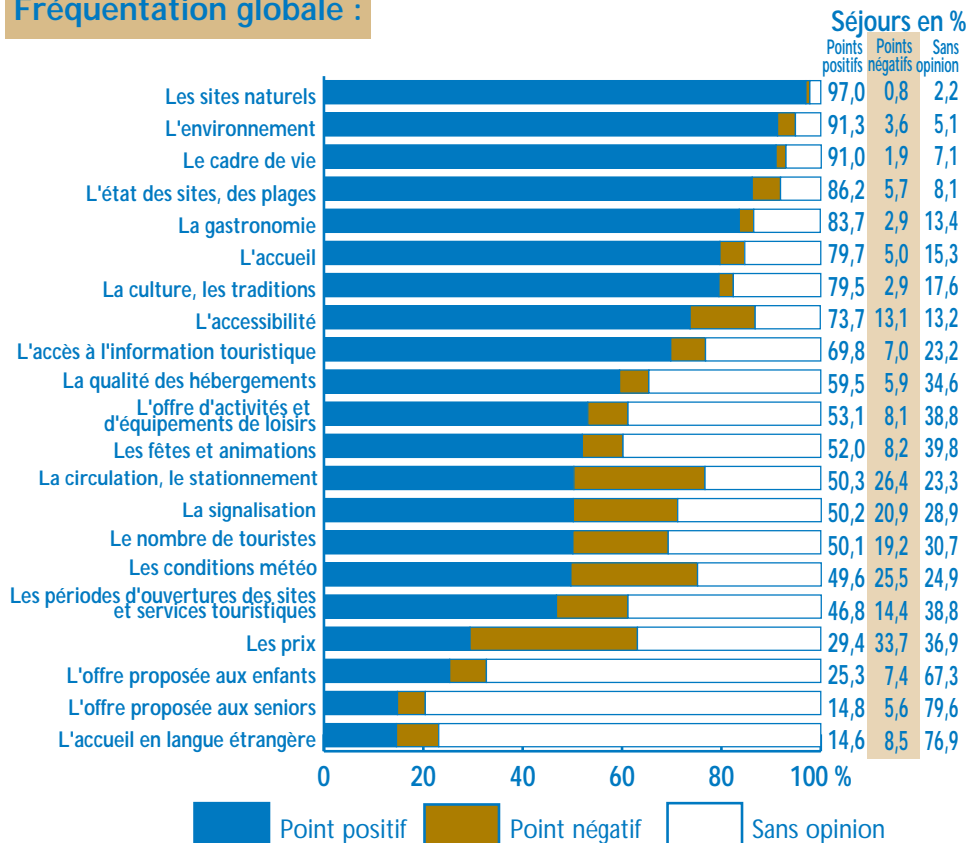
▶ La principale raison de choix de la Bretagne pour les séjours réalisés dans l'espace intérieur est la visite à des parents et amis...

Si les côtes et activités liées à la mer sont la principale raison de choix de la région pour les séjours littoraux (52,9% des séjours du littoral rural et 44,6% des séjours du littoral urbain), cet item n'arrive qu'en 5<sup>ème</sup> position pour les séjours de l'espace intérieur (27,8% des séjours).

En effet, pour ces derniers, après la visite à des parents et amis, les principales raisons de choix de la région sont le patrimoine naturel, la découverte de la Bretagne (1/3 des séjours chacun), et les origines bretonnes (31,6%).

Séjours en % (multi-réponses)	Global	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Côtes et activités liées à la mer	47,5	52,9	44,6	27,8
Patrimoine naturel	42,0	42,2	40,4	33,8
Découverte de la Bretagne	34,0	32,5	30,9	33,6
Visite à des parents et amis	24,3	19,7	28,6	42,7
Origines bretonnes	22,3	20,7	23,5	31,6
Attaches à la région (souvenirs, ...)	19,5	20,8	21,0	19,7
Moins de concentration touristique	17,6	20,2	14,2	13,8
Résidence secondaire	15,5	18,5	14,1	11,9
Opportunité d'un hébergement gratuit (famille, amis...)	14,8	13,9	16,5	22,4
Climat	14,3	16,1	11,0	8,8
Spécialités culinaires régionales	13,6	13,4	14,1	11,4
Cultures et traditions	13,4	11,4	13,4	16,3
Proximité	11,2	11,7	12,9	10,8
Patrimoine architectural	10,6	8,7	11,7	12,3
Festival, événement, fest-noz	4,3	3,7	5,7	4,0
Santé, remise en forme, thalassothérapie	3,1	3,5	4,2	1,1
Prix attractifs	2,7	2,7	1,8	3,3
Autre (travail, transit...)	2,2	1,5	3,0	3,4

## Fréquentation globale :



► Les sites naturels sont largement préférés par les touristes en séjour en Bretagne en 2005...

Pour la fréquentation globale, les principaux points positifs du séjour sont :

- les sites naturels (97,0% des séjours),
- l'environnement (91,3%),
- le cadre de vie (91,0%),
- l'état des sites, des plages (86,2%).

Certains éléments apparaissent nettement comme des points négatifs du séjour :

- les prix (33,7% des séjours),
- la circulation, le stationnement (26,4%),
- les conditions météo (25,5%),
- la signalisation (20,9%).

## 5. LE SÉJOUR : PRATIQUE, SATISFACTION ET FIDÉLITÉ

## Points positifs et négatifs du séjour en Bretagne

▶ *Les prix sont le premier point négatif du séjour sur le littoral rural, loin devant la circulation et le stationnement...*

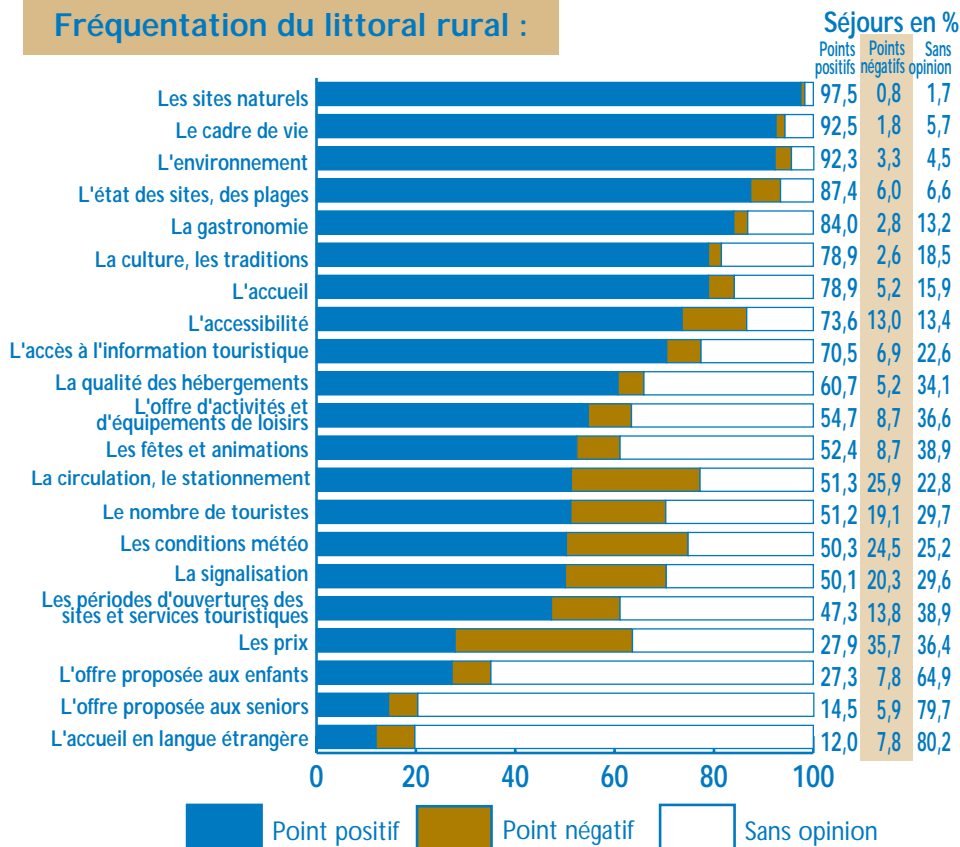
Les principaux points positifs du séjour pour la clientèle du littoral rural sont :

- les sites naturels (97,5% des séjours),
- le cadre de vie (92,5%),
- l'environnement (92,3%),
- l'état des sites, des plages (87,4%).

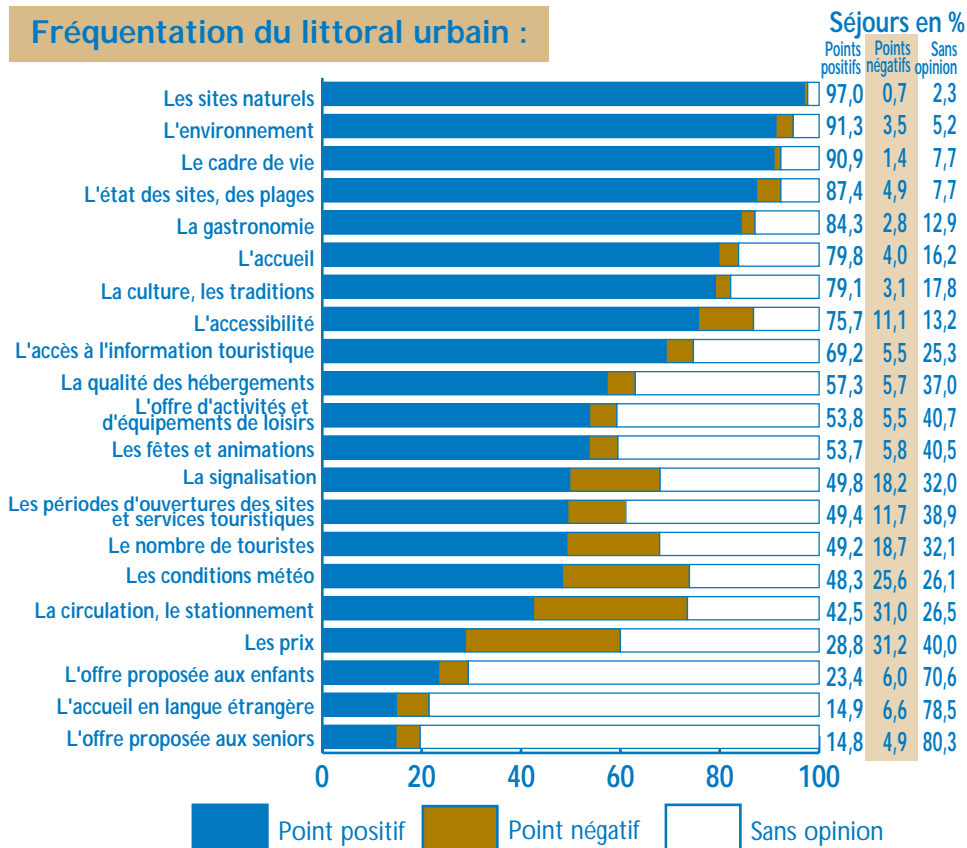
Les principaux éléments cités comme points négatifs du séjour sont :

- les prix (35,7% des séjours),
- la circulation, le stationnement (25,9%),
- les conditions météo (24,5%),
- la signalisation (20,3%),
- le nombre de touristes (19,1%).

### Fréquentation du littoral rural :



## Fréquentation du littoral urbain :



Les prix, les conditions de circulation et de stationnement sont à parts égales les premiers points négatifs du séjour sur le littoral urbain...

Les principaux points positifs du séjour pour la clientèle du littoral urbain sont :

- les sites naturels (97,0% des séjours),
- l'environnement (91,3%),
- le cadre de vie (90,9%),
- l'état des sites, des plages (87,4%).

Les principaux éléments cités comme points négatifs du séjour sont :

- les prix (31,2% des séjours),
- la circulation, le stationnement (31,0%),
- les conditions météo (25,6%),
- le nombre de touristes (18,7%),
- la signalisation (18,2%).

## 5. LE SÉJOUR : PRATIQUE, SATISFACTION ET FIDÉLITÉ

## Points positifs et négatifs du séjour en Bretagne

► Les conditions météo sont, avant les prix, le premier point négatif exprimé par les touristes en séjour dans l'espace intérieur...

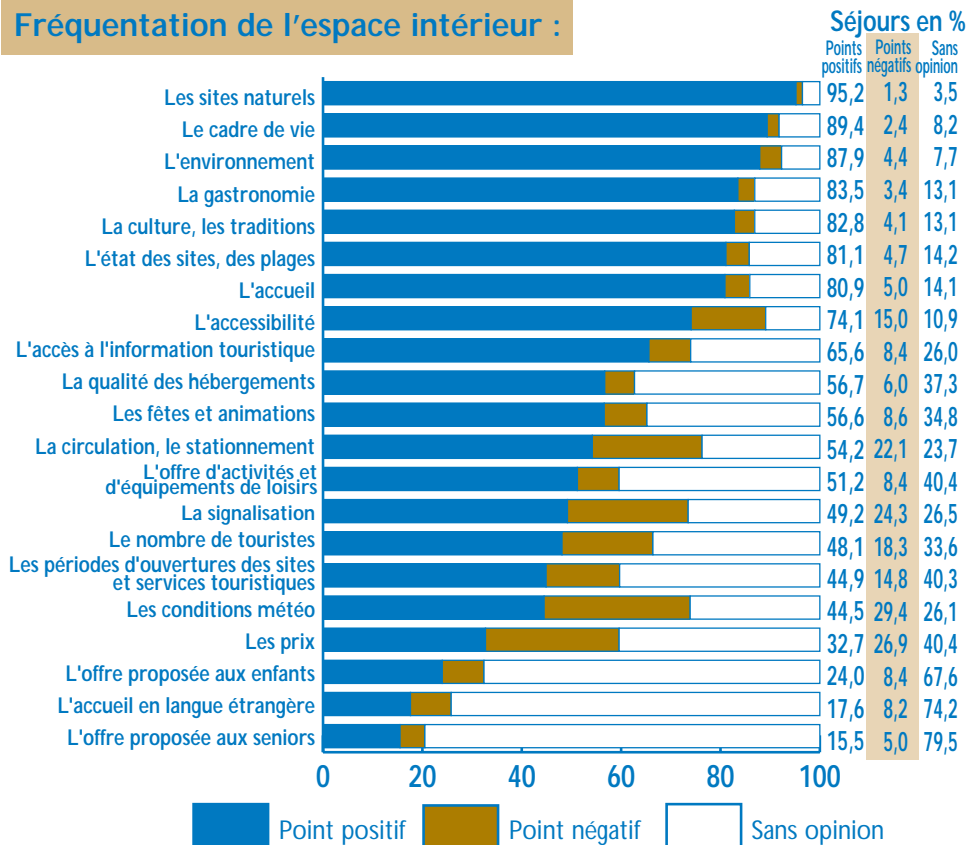
Les principaux points positifs du séjour pour la clientèle de l'intérieur sont :

- les sites naturels (95,2% des séjours),
- le cadre de vie (89,4%),
- l'environnement (87,9%).

Les principaux éléments cités comme points négatifs du séjour sont :

- les conditions météo (29,4% des séjours),
- les prix (26,9%),
- la signalisation (24,3%),
- la circulation, le stationnement (22,1%).

### Fréquentation de l'espace intérieur :



Séjours en % (multi-réponses)	Global	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Le type d'environnement (mer, ville, campagne...)	88,2	89,9	87,3	81,7
L'hébergement	40,6	43,3	39,2	42,4
Le rapport qualité/prix	30,2	30,5	27,8	33,1
Les prix	29,5	28,7	30,9	30,9
Les activités proposées	22,8	23,3	25,1	23,8
L'opportunité	17,6	16,4	20,3	17,9
Les habitudes	13,6	15,0	13,5	12,2
Le hasard	10,0	8,8	10,2	10,2
Le prestataire (agence de voyage, club de vacances, Tour Opérateur)	2,0	2,4	1,8	1,0
Autre (non précisé)	9,4	9,0	9,0	11,8

► Le type d'environnement est de loin le principal facteur de choix d'une destination, pour chacun des espaces de réalisation du séjour...

Dans l'espace intérieur, on observe une part de séjours légèrement inférieure à celle des autres espaces concernant le facteur de choix « type d'environnement » (81,7% des séjours contre 88,2% au global), mais supérieure pour le « rapport qualité/prix » (33,1% des séjours contre 30,2% au global).

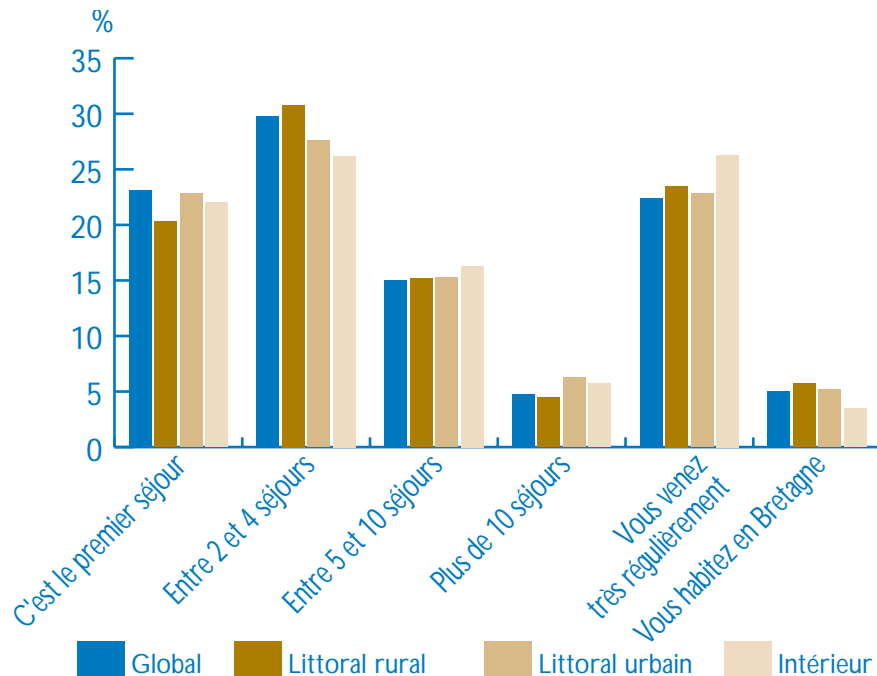
► *Les touristes en séjour dans l'espace intérieur pratiquent moins la balade...*

*Plus de 3/4 des touristes en séjour sur le littoral pratiquent la balade, majoritaire par rapport aux autres activités.*

*La plage et la baignade sont davantage pratiquées sur l'espace littoral rural, mais la découverte de monuments et musées l'est moins que pour les autres espaces.*

*Dans l'espace intérieur, on note une part plus importante de touristes pratiquant l'entretien et le jardinage, en raison de la part également plus élevée de nuitées non marchandes dans cet espace.*

Séjours en % (multi-réponses)	Global	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Balade (à pied, à vélo)	75,3	77,6	76,4	69,2
Plage, baignade	47,9	52,6	43,6	36,1
Repos	42,8	44,2	42,2	45,3
Visite de sites naturels	40,6	38,8	40,0	40,6
Visite de monuments ou musées	20,9	16,9	24,5	27,0
Découverte de spécialités culinaires	14,2	12,7	15,5	16,1
Bateau, activités maritimes, plongée	13,9	16,3	10,9	7,2
Découverte des îles	13,6	15,1	9,9	10,5
Grande randonnée pédestre	10,3	10,3	9,3	8,3
Entretien, jardinage	9,2	9,9	6,9	14,1
Fêtes, festivals, spectacles	7,9	7,0	9,2	9,4
Activité sportive	6,1	6,1	6,7	5,4
Visite d'un parc d'attraction, à thème ou d'un équipement de loisirs	5,5	5,1	6,0	6,8
Visite de parcs et jardins	5,4	3,9	6,7	8,6
Visite d'entreprises, de sites techniques	0,9	1,0	1,2	0,8
Autre (non précisée)	8,2	6,9	9,7	13,4



La fidélité à la Bretagne au cours des cinq dernières années est la même, quel que soit l'espace de séjour...

Environ 1/5 des séjours sont des premiers séjours effectués dans la région depuis les cinq dernières années, et près de 1/4 sont le fait de touristes venant très régulièrement, quel que soit l'espace touristique observé.

## 5. LE SÉJOUR : PRATIQUE, SATISFACTION ET FIDÉLITÉ

### Intention de retour en Bretagne d'ici deux ans

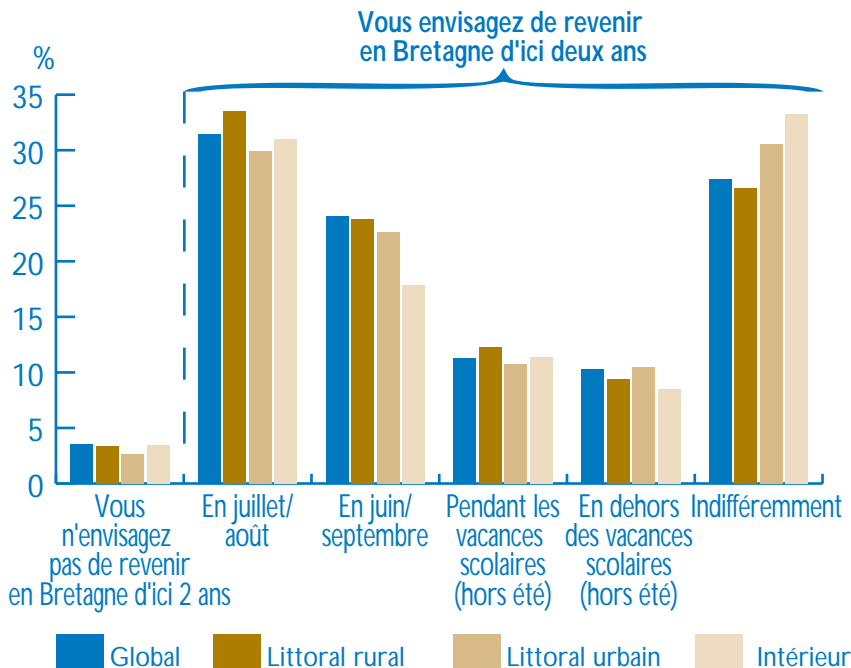
▶ Les touristes en séjour dans l'espace intérieur sont davantage indifférents à la saison de retour pour un prochain séjour que les autres...

Quel que soit l'espace observé, moins de 4% des touristes en séjour en Bretagne en 2005 n'envisagent pas de revenir dans la région d'ici deux ans. Pour les autres, les principales périodes d'intention de retour diffèrent un peu selon l'espace de séjour :

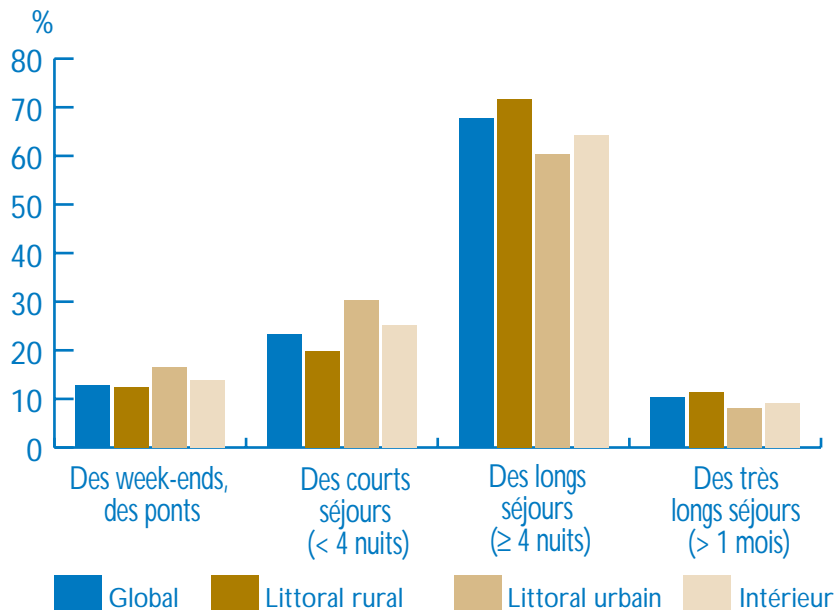
- 1/3 des intentions de retour des touristes en séjour sur le littoral rural portent sur les mois de juillet et août,

- 1/3 des touristes de l'intérieur sont indifférents quant à la période d'intention de retour,

- 3/5 des touristes en séjour sur le littoral urbain portent leurs intentions de retour autant sur les mois de juillet et août que sur l'item « indifféremment ».



Séjours (multi-réponses) en %	Vous n'envisagez pas de revenir en Bretagne d'ici 2 ans	En juillet/août	En juin/septembre	Pendant les vacances scolaires (hors été)	En dehors des vacances scolaires (hors été)	Indifféremment
Global	3,6	31,5	24,1	11,3	10,3	27,4
Littoral rural	3,4	33,5	23,8	12,3	9,4	26,6
Littoral urbain	2,7	29,9	22,6	10,8	10,5	30,6
Intérieur	3,5	31,0	17,9	11,4	8,5	33,3



Séjours (multi-réponses) en %	Des week-ends, des ponts	Des courts séjours (< 4 nuits)	Des longs séjours (≥ 4 nuits)	Des très longs séjours (> 1 mois)
Global	12,9	23,4	67,7	10,3
Littoral rural	12,5	19,9	71,7	11,4
Littoral urbain	16,6	30,3	60,3	8,2
Intérieur	13,8	25,2	64,3	9,1

► On observe davantage d'intentions de retour en Bretagne d'ici deux ans lors de courts séjours pour les touristes du littoral urbain en 2005...

En effet, près de la moitié des intentions de retour en Bretagne d'ici deux ans pour les touristes en séjour sur le littoral urbain en 2005 portent sur des week-ends, des ponts ou des courts séjours.

A l'inverse, pour ceux séjournant sur le littoral rural, les intentions de retour d'ici deux ans dans la région portent davantage sur des longs séjours.

## 5. LE SÉJOUR : PRATIQUE, SATISFACTION ET FIDÉLITÉ

## Pays et régions concurrents de la destination Bretagne

▶ 4/5 des séjours réalisés en Bretagne en 2005 n'ont donné lieu à aucune hésitation dans le choix de la destination...

Moins de 1/5 des touristes en séjour en Bretagne en 2005 ont hésité dans le choix de leur destination. Lorsqu'il y a eu hésitation, près de 3/4 des citations se sont portées sur une autre destination en France, dont principalement :

- la Normandie,
- l'Aquitaine,
- les Pays de la Loire.

Les destinations étrangères citées par la clientèle globale sont principalement :

- les îles britanniques,
- l'Italie,
- l'Espagne.

\* Bretagne : hésitation avec une autre destination en Bretagne que celle choisie.

### Fréquentation globale

A hésité dans le choix de sa destination de séjour :  
18,7%

N'a pas hésité dans le choix de sa destination de séjour :  
81,3%

Hésitation avec une destination en France  
73,5%

Hésitation avec une destination à l'étranger  
26,5%

### Principales destinations françaises citées

Citations en %	Global
Normandie	14,7
Aquitaine	13,6
Pays de la Loire	10,9
PACA	8,3
Corse	4,5
Poitou-Charentes	4,4
Bretagne*	4,4
Rhône-Alpes	4,3
Alsace	3,5
Auvergne	3,4
Languedoc-Roussillon	3,2

### Principales destinations étrangères citées

Citations en %	Global
Iles britanniques	20,6
Italie	18,5
Espagne	11,2
Autre pays d'Europe	9,8
Benelux	6,6
Europe du Nord**	6,5
Maghreb	4,4
Portugal	3,4
Allemagne	3,3

\*\* Europe du Nord : Norvège, Danemark, Suède, Finlande, Pays baltes, Scandinavie...

**Fréquentation du littoral rural**

A hésité dans le choix  
de sa destination de séjour :  
**18,4%**

N'a pas hésité dans le choix  
de sa destination de séjour :  
**81,6%**

Hésitation avec  
une destination en France  
**74,0%**

Hésitation avec  
une destination à l'étranger  
**26,0%**

**Principales destinations françaises citées**

Citations en %	Littoral rural
Aquitaine	15,7
Pays de la Loire	12,6
Normandie	10,3
PACA	8,1
Poitou-Charentes	5,5
Bretagne*	5,1
Corse	4,9
Rhône-Alpes	4,0
Midi-Pyrénées	4,0
Alsace	3,7
Languedoc-Roussillon	3,2

**Principales destinations étrangères citées**

Citations en %	Littoral rural
Espagne	19,6
Iles britanniques	14,5
Italie	11,0
Allemagne	9,8
Benelux	8,3
Suisse	8,0
Grèce	6,3
Maghreb	3,9

Peu d'hésitation également dans le choix de la destination pour plus de 4/5 des séjours du littoral rural...

Seulement 18,4% des touristes séjournant sur le littoral rural breton en 2005 ont hésité dans le choix de leur destination de séjour.

Lorsqu'il y a eu hésitation, près de 3/4 des citations se sont portées sur une autre destination en France, dont principalement :

- l'Aquitaine,
- les Pays de la Loire,
- la Normandie.

Les destinations étrangères citées par la clientèle du littoral rural sont principalement :

- l'Espagne,
- les îles britanniques,
- l'Italie.

## 5. LE SÉJOUR : PRATIQUE, SATISFACTION ET FIDÉLITÉ

## Pays et régions concurrents de la destination Bretagne

► *Encore moins d'hésitation dans le choix de la destination pour les touristes en séjour sur le littoral urbain...*

Seulement 16,5% des touristes séjournant sur le littoral urbain de la région en 2005 ont hésité dans le choix de leur destination de séjour.

Lorsqu'il y a eu hésitation, plus de 3/4 des citations se sont portées sur une autre destination en France, dont principalement :

- la Normandie,
- l'Aquitaine,
- PACA.

Les destinations étrangères citées par la clientèle du littoral urbain sont principalement :

- les îles britanniques,
- l'Espagne,
- l'Italie.

\* Bretagne : hésitation avec une autre destination en Bretagne que celle choisie.

Attention : ces informations sont données à titre indicatif car peu significatives individuellement compte tenu de leur faible valeur.

### Fréquentation du littoral urbain

A hésité dans le choix de sa destination de séjour :  
16,5%

N'a pas hésité dans le choix de sa destination de séjour :  
83,5%

Hésitation avec une destination en France  
76,6%

Hésitation avec une destination à l'étranger  
23,4%

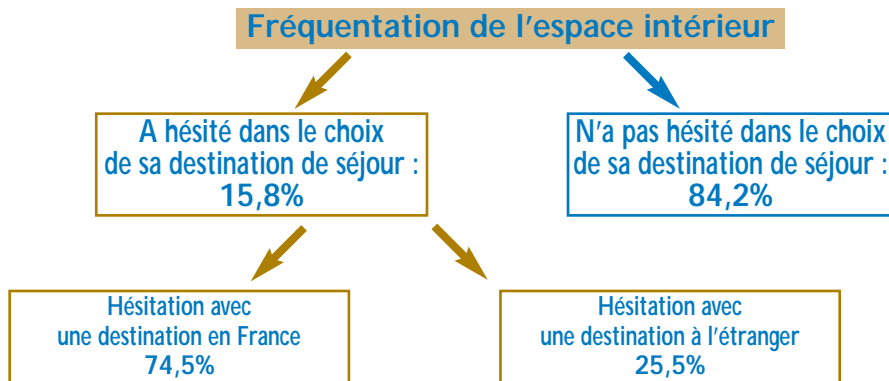
#### Principales destinations françaises citées

Citations en %	Littoral urbain
Normandie	18,8
Aquitaine	13,5
PACA	10,2
Pays de la Loire	7,7
Bretagne*	5,1
Rhône-Alpes	5,0
Auvergne	4,8
Centre	4,5
Corse	4,4
Alsace	3,8
Ile-de-France	3,3

#### Principales destinations étrangères citées

Citations en %	Littoral urbain
Iles britanniques	20,9
Espagne	20,0
Italie	12,1
Benelux	9,2
Europe du Nord**	6,7
Portugal	5,0
Maghreb	4,5
USA, Canada	3,1

\*\* Europe du Nord : Norvège, Danemark, Suède, Finlande, Pays baltes, Scandinavie...



► La part des séjours ayant donné lieu à hésitation dans le choix de la destination est encore plus faible dans l'espace intérieur...

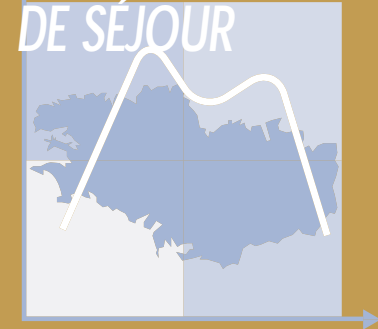
15,8% des touristes séjournant dans l'espace intérieur de la Bretagne en 2005 ont hésité dans le choix de leur destination de séjour.

Lorsqu'il y a eu hésitation, près de 3/4 des citations se sont portées sur une autre destination en France (principalement dans le quart nord-ouest de la France), et 1/4 sur des destinations étrangères (îles britanniques ou Europe du Sud).

NB : La faible proportion de séjours ayant donné lieu à hésitation ne nous permet pas de détailler les zones de concurrence françaises comme étrangères.

# 6.

## CONSOMMATION TOURISTIQUE ET DURÉE



RÉSEAU  
**MORGEOAT**

*Enquête  
Tourisme*

## 6. CONSOMMATION TOURISTIQUE ET DURÉE DE SÉJOUR

## Indicateurs de la consommation touristique en 2005

► *Le budget moyen des séjours sur le littoral rural est plus élevé que sur les autres espaces...*

*Sur l'espace littoral rural, la dépense journalière moyenne par personne est plus faible que sur les autres espaces (26,7 euros contre 30,2 euros sur le littoral urbain et 28,8 euros dans l'intérieur). Par contre sur cet espace, la durée moyenne de séjour comme la taille moyenne du foyer sont supérieures. Le budget global est donc plus élevé pour les séjours du littoral rural, égal à 1200 euros (1,3 fois plus élevé que ceux des espaces littoral urbain et intérieur).*

	Global	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Dépense moyenne/jour/personne (en euros)	28,0	26,7	30,2	28,8
Durée moyenne de séjour/personne (en jours)	11,5	12,3	9,2	9,2
Taille moyenne du foyer touristique (en personnes)	3,5	3,7	3,3	3,3
Budget moyen du séjour du foyer touristique (en euros)	1100	1200	900	900

*Rappel : Attention, il s'agit de montants déclaratifs recueillis à l'aide d'un questionnaire auto-administré, ce qui représente certainement davantage l'expression d'une dépense minimale que maximale.*

## Estimation de la fréquentation et de la consommation touristique en 2005

## 6. CONSOMMATION TOURISTIQUE ET DURÉE DE SÉJOUR

	Global	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Fréquentation touristique (en millions de nuitées)	99,0	56,0	12,0	8,0
Fréquentation touristique (en millions de touristes)	9,0	4,5	1,3	1,0
Consommation touristique* (en milliards d'euros)	3,0	1,5	0,4	0,2

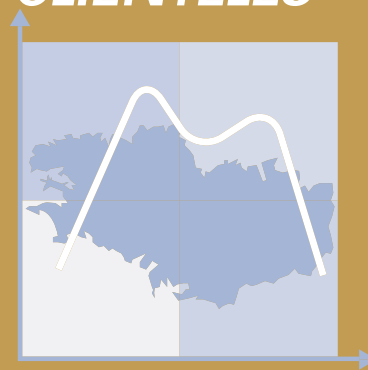
► Plus de la moitié des nuitées touristiques sont réalisées sur l'espace littoral rural...

L'espace littoral rural enregistre à lui seul plus de la moitié des nuitées touristiques effectuées en 2005, mais aussi la moitié des touristes accueillis en Bretagne ainsi que la moitié de la consommation touristique globale.

*Rappel* : Les touristes n'ayant pas renseigné la commune de séjour, ainsi que ceux ayant séjourné sur plusieurs espaces touristiques n'étant pas pris en compte dans l'analyse (soit environ 25% des séjours et des nuitées totales), la somme de ces indicateurs par espace n'égalise donc pas le résultat global car on ne peut pas affecter leurs dépenses par espaces.

\* La consommation touristique générée en Bretagne au cours de l'année 2005 ne doit pas être confondue avec le "T2" (agrégats de consommation touristique calculés par la Direction du Tourisme à partir des comptes du tourisme de la comptabilité nationale) dont le champ est beaucoup plus large, intégrant les achats préalables au voyage des touristes et la consommation de services touristiques non marchands. La consommation touristique estimée ici s'appuie sur le déclaratif des touristes en ce qui concerne le budget global de leur séjour en Bretagne en 2005 (transport, déplacements en Bretagne, logement, alimentation, loisirs, etc...).

# 7. TYPOLOGIES DES CLIENTÈLES



RÉSEAU  
**MORGOAT**

*Enquête  
Tourisme*

*Les classes*

**1** Les Français extra-régionaux en famille en hébergement non marchand (23,9% des séjours)

**2** Les retraités français extra-régionaux en couple en hébergement non marchand (10,6% des séjours)

**3** Les Français intra-régionaux en hébergement non marchand (5,0% des séjours)

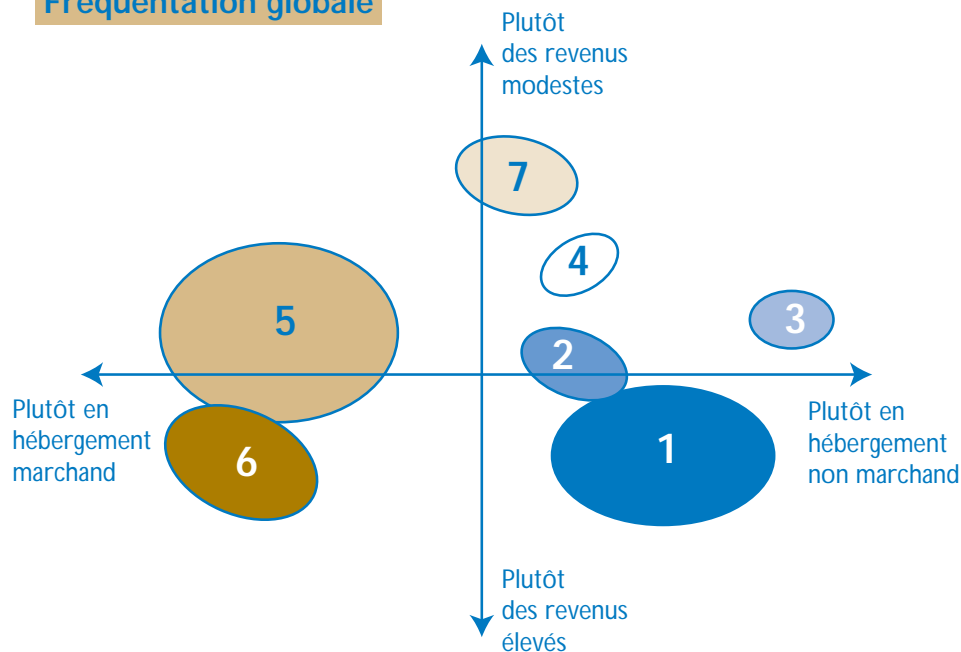
**4** Les touristes à revenus modestes en séjour seuls ou avec des amis (5,0% des séjours)

**5** Les touristes en premiers séjours en hébergement marchand (28,0% des séjours)

**6** Les étrangers en hébergement marchand (16,5% des séjours)

**7** Les Français extra-régionaux en court séjour en hébergement marchand (11,0% des séjours)

## Fréquentation globale

*Note de lecture :*

*Les classes représentent des touristes aux comportements homogènes se segmentant ici autour des 2 axes suivants : type d'hébergement / niveau de revenus. La taille des cercles est proportionnelle à leur poids respectif dans l'ensemble des séjours. La couleur bleu correspond à des touristes en hébergement non marchand, le marron à des touristes en hébergement marchand. Plus la couleur est intense et plus cette classe contribue fortement à la consommation touristique régionale estimée. Les principales caractéristiques de ces différentes classes sont décrites sur la page ci-contre.*

**1** Principalement des Français extra-régionaux séjournant en famille, en hébergement non marchand, chez des parents et amis ou dans leur résidence secondaire personnelle, ils viennent très régulièrement et ont des attaches dans la région. Ils ne viennent pas prioritairement pour le patrimoine naturel et ne profitent généralement pas de leur séjour pour effectuer des visites. Ils ont plutôt des revenus moyens, voire élevés.

*Cette classe génère 29,8% des nuitées, avec une durée moyenne de séjour de 12,7 jours et contribue pour 18,1% à la consommation globale générée en Bretagne en 2005.*

**2** Principalement des retraités français extra-régionaux, séjournant en couple, ils réalisent majoritairement des longs séjours, dans leur résidence secondaire personnelle. Ils viennent très régulièrement, mais semblent être globalement moins satisfaits de leur séjour que les autres. Ils ne pratiquent pas la plage, baignade.

*Cette classe génère 13,7% des nuitées, avec une durée moyenne de séjour de 18,6 jours et contribue pour 9,9% à la consommation globale générée en Bretagne en 2005.*

**3** Français intra-régionaux, ils sont en séjour dans le cadre de week-end, pont, en hébergement non marchand. Ayant des attaches dans la région, ils n'effectuent donc pas réellement de visites. Le séjour est improvisé, et ils ne bougent pratiquement pas de leur lieu de séjour. Le budget global du séjour est assez faible.

*Cette classe génère 4,9% des nuitées, et contribue pour 2,8% à la consommation globale générée en Bretagne en 2005.*

**4** Il s'agit surtout d'étudiants, de chômeurs, d'inactifs ou d'ouvriers, avec des revenus nets mensuels inférieurs à 1200 euros. Ils séjournent plutôt seuls ou avec des amis dans la région en tente, caravane ou chez des parents et amis. Leur séjour se décide généralement à l'improviste et ils rayonnent beaucoup. Le budget global du séjour est assez faible.

*Cette classe génère 3,1% des nuitées et contribue pour 2,5% à la consommation globale générée en Bretagne en 2005.*

**5** Ces touristes venus dans le cadre de congés, en moyen séjour, en hébergement marchand réalisent leur 1<sup>er</sup> séjour, voire leur 2<sup>ème</sup> à 4<sup>ème</sup> séjour dans la région depuis les 5 dernières années. Ils rayonnent beaucoup à partir de leur lieu de séjour. Ils viennent principalement pour les côtes et les activités liées à la mer, n'ont généralement pas d'attaches dans la région, et pratiquent plutôt la visite (de sites naturels, de musées ou monuments, des îles).

*Cette classe génère 18,7% des nuitées, avec une durée moyenne de séjour de 8,3 jours et contribue pour 25,3% à la consommation globale générée en Bretagne en 2005.*

**6** Principalement étrangers, ils réalisent dans le cadre de leurs congés un long séjour dans la région, en hébergement marchand. Leur séjour se prépare entre 3 et 6 mois à l'avance, voire plus. Ils viennent en Bretagne plutôt pour les côtes et les activités liées à la mer, n'ont généralement pas d'attaches dans la région et pratiquent plutôt la plage, la baignade. Le budget global du séjour est élevé.

*Cette classe génère 27,5% des nuitées, avec une durée moyenne de séjour de 16 jours et contribue pour 37,7% à la consommation globale générée en Bretagne en 2005.*

**7** Français extra-régionaux, venus en court séjour, lors d'un week-end ou d'un pont, principalement sur le littoral urbain de l'Ille-et-Vilaine. Ils séjournent plutôt à l'hôtel. Le séjour est organisé moins d'un mois, voire moins d'une semaine à l'avance. Ils rayonnent beaucoup, et ne pratiquent pas la plage, baignade. Le budget global du séjour est assez faible.

*Cette classe génère 2,3% des nuitées et contribue pour 3,7% à la consommation globale générée en Bretagne en 2005.*

*NB : les durées moyennes de séjour ne sont indiquées que lorsque le poids de la classe en nuitées est suffisant.*

## Les classes

**1** Les Français extra-régionaux en hébergement locatif (29,1% des séjours)

**2** Les étrangers en hébergement locatif (18,7% des séjours)

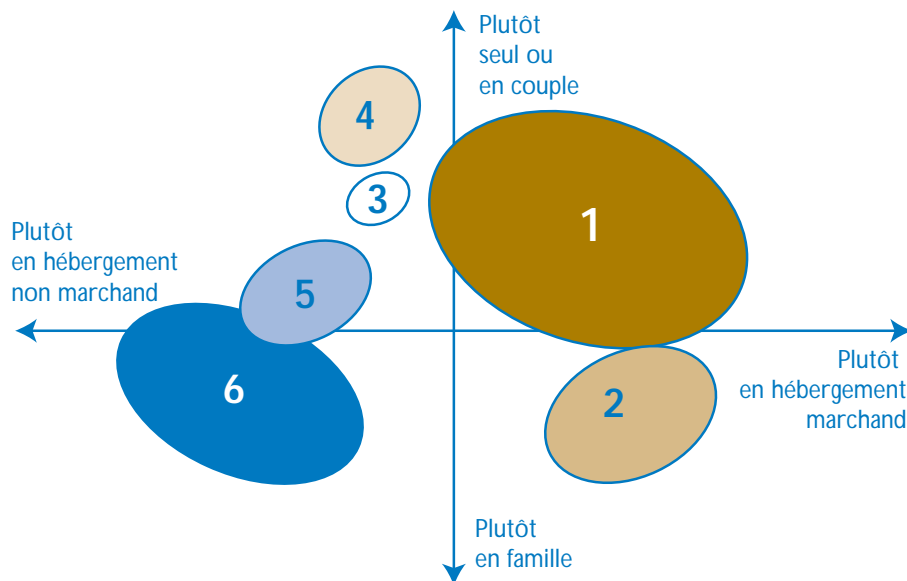
**3** Les touristes à revenus modestes (4,9% des séjours)

**4** Les touristes intra-régionaux en court séjour (10,7% des séjours)

**5** Les couples retraités en hébergement non marchand (12,0% des séjours)

**6** Les Français extra-régionaux en hébergement non marchand (24,6% des séjours)

## Fréquentation du littoral rural



## Note de lecture :

Les classes représentent des touristes aux comportements homogènes qui se segmentent autour des 2 axes suivants : type d'hébergement / type de foyer. La taille des cercles est proportionnelle à leur poids respectif dans l'ensemble des séjours. La couleur bleu correspond à des touristes en hébergement non marchand, le marron à des touristes en hébergement marchand. Plus la couleur est intense et plus cette classe contribue fortement à la consommation touristique régionale estimée sur l'espace observé. Les principales caractéristiques de ces différentes classes sont décrites sur la page ci-contre.

**1** Français extra-régionaux, sans attaches dans la région, il séjournent en Bretagne durant leurs congés en hébergement marchand, principalement en locatif. Ils viennent pour le patrimoine naturel, ils rayonnent beaucoup durant leur séjour et pratiquent la visite mais pas la plage, ni la baignade.

*Cette classe génère 26,8% des nuitées de l'espace littoral rural, avec une durée moyenne de séjour de 11,0 jours et contribue pour 28,9% à la consommation générée en Bretagne en 2005 par la clientèle du littoral rural.*

**2** Venus en famille, en cœur de saison, pour de longs séjours dans le cadre de congés, il s'agit plutôt d'étrangers. Ils séjournent en hébergement marchand, principalement de type locatif (meublé, gîte, hébergement léger de loisirs). Leur séjour s'est organisé plus de 6 mois à l'avance. Ils pratiquent la plage et la baignade durant leur séjour.

*Cette classe génère 25,4% des nuitées de l'espace littoral rural, avec une durée moyenne de séjour de 14,9 jours et contribue pour 28,4% à la consommation générée en Bretagne en 2005 par la clientèle du littoral rural.*

**3** Etudiants, chômeurs ou inactifs, à faibles revenus, ils séjournent dans la région seuls ou avec des amis, plutôt en court séjour, en résidence secondaire de parents et amis ou en camping. Ils rayonnent beaucoup durant leur séjour.

*Cette classe génère 3,4% des nuitées de l'espace littoral rural et contribue pour 3,8% à la consommation générée en Bretagne en 2005 par la clientèle du littoral rural.*

**4** Touristes intra-régionaux, ils réalisent plutôt des courts séjours dans la région dans le cadre de week-ends, de ponts, en hébergement marchand, principalement à l'hôtel ou en chambre d'hôtes. Ils viennent plutôt en couple, en bord de saison ou en hors saison.

*Cette classe génère 6,1% des nuitées de l'espace littoral rural et contribue pour 6,6% à la consommation générée en Bretagne en 2005 par la clientèle du littoral rural.*

**5** Français extra-régionaux, en couple, ils viennent dans leur résidence secondaire personnelle dans le cadre de leur retraite pour de longs séjours. Ils séjournent en Bretagne plutôt en bord de saison. Ils ne viennent pas pour le patrimoine naturel et ne pratiquent ni la plage ni la baignade.

*Cette classe génère 15,9% des nuitées de l'espace littoral rural, avec une durée moyenne de séjour de 13,2 jours et contribue pour 13,8% à la consommation générée en Bretagne en 2005 par la clientèle du littoral rural.*

**6** Français extra-régionaux, ils viennent en Bretagne en cœur de saison dans le cadre de leurs congés. Ils séjournent en famille chez des parents et amis (résidence principale ou secondaire) ou en résidence secondaire personnelle. Ils ne viennent pas dans la région pour le patrimoine naturel mais parce qu'ils y ont des attaches. Ils ne pratiquent pas la visite durant leur séjour.

*Cette classe génère 22,4% des nuitées de l'espace littoral rural, avec une durée moyenne de séjour de 12,6 jours et contribue pour 18,5% à la consommation générée en Bretagne en 2005 par la clientèle du littoral rural.*

*NB : les durées moyennes de séjour ne sont indiquées que lorsque le poids de la classe en nuitées est suffisant.*

## Les classes

**1** Les touristes extra-régionaux en hébergement locatif (28,4% des séjours)

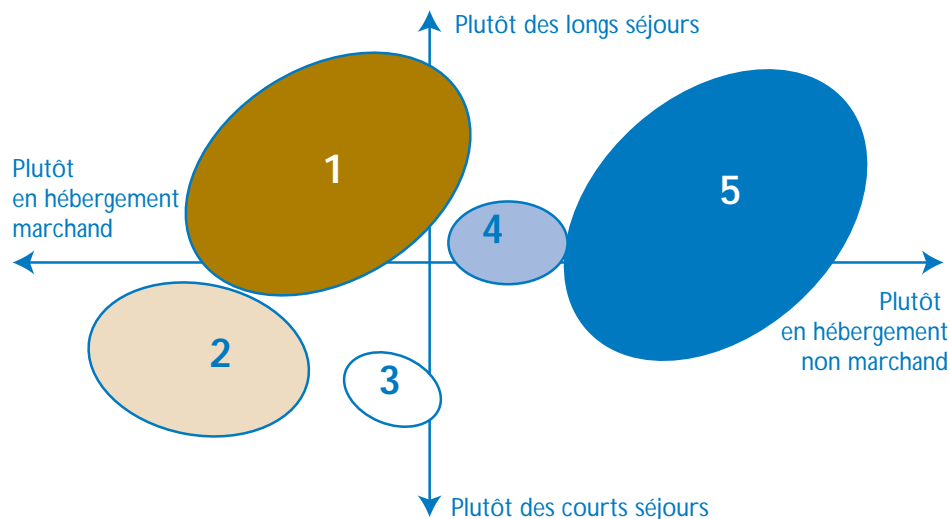
**2** Les Français en court séjour (21,6% des séjours)

**3** Les touristes à revenus modestes (8,8% des séjours)

**4** Les couples retraités en hébergement non marchand (10,2% des séjours)

**5** Les Français extra-régionaux en hébergement non marchand (31,0% des séjours)

## Fréquentation du littoral urbain



## Note de lecture :

Les classes représentent des touristes aux comportements homogènes qui se segmentent autour des 2 axes suivants : type d'hébergement / durée de séjour. La taille des cercles est proportionnelle à leur poids respectif dans l'ensemble des séjours. La couleur bleu correspond à des touristes en hébergement non marchand, le marron à des touristes en hébergement marchand. Plus la couleur est intense et plus cette classe contribue fortement à la consommation touristique régionale estimée sur l'espace observé. Les principales caractéristiques de ces différentes classes sont décrites sur la page ci-contre.

**1** Français extra-régionaux ou étrangers, sans attaches dans la région, il séjournent pendant la saison en hébergement marchand, principalement en locatif (meublé, gîte, hébergement léger de loisirs). Ils viennent en famille, durant leurs congés, pour le patrimoine naturel de la région. Le budget global du séjour est assez élevé, voire élevé.

*Cette classe génère 33,6% des nuitées de l'espace littoral urbain, avec une durée moyenne de séjour de 9,9 jours et contribue pour 47,8% à la consommation générée en Bretagne en 2005 par la clientèle du littoral urbain.*

**2** Français (intra-régionaux ou extra-régionaux), ils réalisent plutôt des courts séjours dans la région dans le cadre de week-ends, de ponts, en hébergement marchand, principalement à l'hôtel ou en chambre d'hôtes. Ils viennent plutôt en couple, pour le patrimoine naturel de la région. Durant leur séjour, ils rayonnent beaucoup, ne pratiquent pas la plage, ni la baignade mais visitent beaucoup.

*Cette classe génère 5,3% des nuitées de l'espace littoral urbain et contribue pour 11,7% à la consommation générée en Bretagne en 2005 par la clientèle du littoral urbain.*

**3** Etudiants, chômeurs ou inactifs, à revenus modestes, ils viennent dans la région seuls ou avec des amis, plutôt en camping ou en résidence secondaire de parents et amis. Ils rayonnent beaucoup durant leur séjour.

*Cette classe génère 5,4% des nuitées de l'espace littoral urbain et contribue pour 4,6% à la consommation générée en Bretagne en 2005 par la clientèle du littoral urbain.*

**4** Français extra-régionaux, retraités, ils séjournent en couple dans leur résidence secondaire personnelle, dans le cadre de leur retraite, pour de très longs séjours. Ils ont des attaches à la région et viennent plutôt en bord de saison. Durant leur séjour, ils bougent de temps en temps mais pas forcément tous les jours.

*Cette classe génère 18,6% des nuitées de l'espace littoral urbain, avec une durée moyenne de séjour de 20,2 jours et contribue pour 13,2% à la consommation générée en Bretagne en 2005 par la clientèle du littoral urbain.*

**5** Français extra-régionaux, ils viennent en famille, dans le cadre de leurs congés et séjournent chez les parents et amis (résidence principale ou secondaire) ou en résidence secondaire personnelle. Ils ne viennent pas pour le patrimoine naturel, ni pour visiter la région.

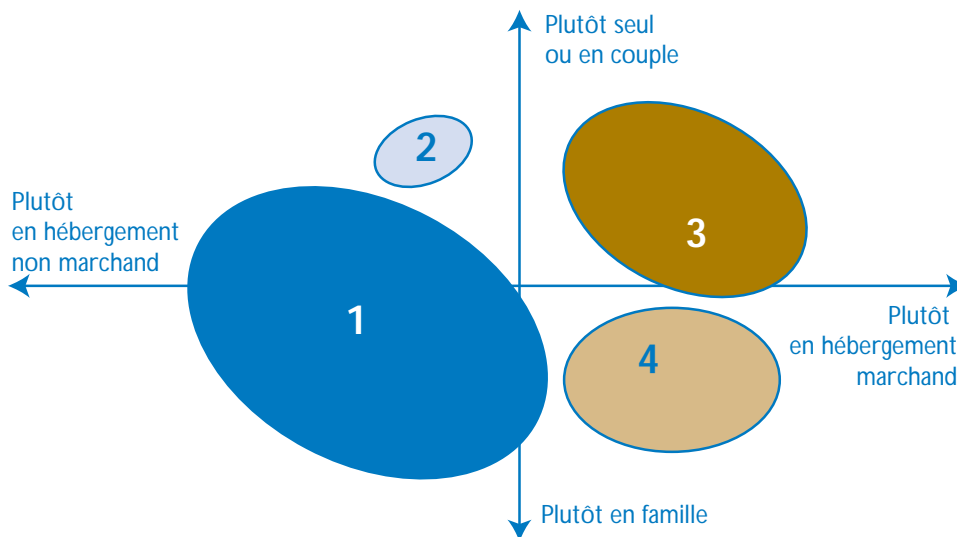
*Cette classe génère 37,1% des nuitées de l'espace littoral urbain, avec une durée moyenne de séjour de 9,6 jours et contribue pour 22,7% à la consommation générée en Bretagne en 2005 par la clientèle du littoral urbain.*

*NB : les durées moyennes de séjour ne sont indiquées que lorsque le poids de la classe en nuitées est suffisant.*

## Les classes

- 1 Les Français extra-régionaux en hébergement non marchand (43,3% des séjours).
- 2 Les touristes intra-régionaux en court séjour (10,1% des séjours).
- 3 Les Français extra-régionaux en hébergement marchand (28,0% des séjours).
- 4 Les étrangers en hébergement marchand (18,6% des séjours).

## Fréquentation de l'espace intérieur



## Note de lecture :

Les classes représentent des touristes aux comportements homogènes qui se segmentent autour des 2 axes suivants : type d'hébergement / type de foyer. La taille des cercles est proportionnelle à leur poids respectif dans l'ensemble des séjours. La couleur bleu correspond à des touristes en hébergement non marchand, le marron à des touristes en hébergement marchand. Plus la couleur est intense et plus cette classe contribue fortement à la consommation touristique régionale estimée sur l'espace observé. Les principales caractéristiques de ces différentes classes sont décrites sur la page ci-contre.

**1** Français extra-régionaux majoritairement, ils viennent très régulièrement en séjour dans la région car ils y ont des attaches. Ils séjournent plutôt en hors saison, en hébergement non marchand, principalement chez des parents et amis (résidence principale ou secondaire). Ils sont plutôt originaires de la région parisienne. Durant leur séjour, ils ne pratiquent pas la visite. Le budget global du séjour est faible.

*Cette classe génère 39,0% des nuitées de l'espace intérieur avec une durée moyenne de séjour de 8,5 jours et contribue pour 25,8% à la consommation générée en Bretagne en 2005 par la clientèle de l'espace intérieur.*

**2** Habitant en Bretagne, ces touristes réalisent des courts séjours dans la région dans le cadre de week-ends, de ponts, en hébergement qualifié de mixte car non précisé, ou parce qu'ils séjournent à la fois en hébergement marchand et non marchand. Il s'agit de touristes à revenus modestes, étudiants, chômeurs ou inactifs. Le budget global du séjour est faible.

*Cette classe génère 7,0% des nuitées de l'espace intérieur et contribue pour 5,8% à la consommation générée en Bretagne en 2005 par la clientèle de l'espace intérieur.*

**3** Français extra-régionaux, sans attaches dans la région, ils viennent pour découvrir le patrimoine naturel et rayonnent beaucoup durant leur séjour, visitant sites naturels, musées, îles... Ils séjournent en hébergement marchand, principalement en gîte ou en chambre d'hôtes et ont réalisé moins de 4 séjours en Bretagne au cours des 5 dernières années.

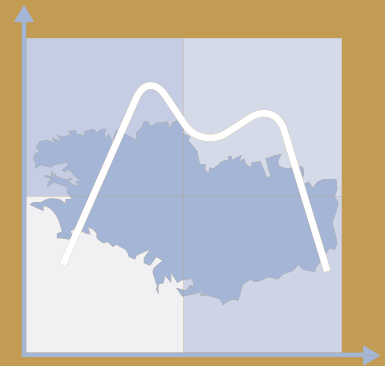
*Cette classe génère 27,1% des nuitées de l'espace intérieur avec une durée moyenne de séjour de 8,7 jours et contribue pour 33,0% à la consommation générée en Bretagne en 2005 par la clientèle de l'espace intérieur.*

**4** D'origine étrangère, ces touristes à hauts revenus réalisent durant leurs congés de longs séjours dans la région en hébergement marchand, et principalement en gîte rural. Le séjour a été organisé plus de 6 mois à l'avance, et il s'agit plutôt d'un premier séjour dans la région. Le budget global du séjour est élevé.

*Cette classe génère 26,9% des nuitées de l'espace intérieur avec une durée moyenne de séjour de 12,4 jours et contribue pour 35,4% à la consommation générée en Bretagne en 2005 par la clientèle de l'espace intérieur.*

*NB : les durées moyennes de séjour ne sont indiquées que lorsque le poids de la classe en nuitées est suffisant.*

## CONCLUSION



RÉSEAU  
**MORGOAT**

*Enquête  
Tourisme*

## CONCLUSION

*Nous vous invitons par ailleurs à télécharger sur le site internet de l'ORTB les publications suivantes :*

*- la publication partenariale de MORGOAT enquête Excursionnisme, portant sur les excursions réalisées en Bretagne en 2005,*

*- les publications partenariales de MORGOAT enquête Tourisme :*

*- la première est consacrée à la fréquentation touristique extra-régionale en Bretagne et dans les 4 départements en 2005 (mai 2006),*

*- la seconde est consacrée aux fréquentations touristiques étrangère et de proximité en Bretagne en 2005 (juillet 2006),*

*- la troisième est consacrée aux fréquentations touristiques britannique et allemande en Bretagne en 2005 (octobre 2006).*

<http://perso.orange.fr/o.r.t.bretagne/>

Le grand volume de questionnaires recueillis soit plus de 17 000, a pour objectif de produire des résultats à un niveau départemental et infra-régional, et de segmenter finement la clientèle touristique pour approfondir sa connaissance et permettre de préciser les actions à entreprendre.

Les différentes publications produites sont mentionnées sur les sites Internet de chacun des partenaires de MORGOAT enquête Tourisme. Le logo sur la page ci-contre permet de les identifier.

Cette publication est la troisième d'une longue série régionale en ce qui concerne l'Observatoire Régional du Tourisme de Bretagne.

Les précédentes publications portaient sur :

- La fréquentation touristique en hébergement marchand et non marchand en Bretagne en 2005 (ORTB n°1)

- La fréquentation touristique du cœur de saison, du bord de saison et du hors saison en Bretagne en 2005 (ORTB n°2)

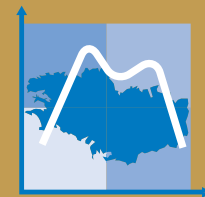
Nous remercions l'ensemble des sites et des boulangeries qui nous ont permis de réaliser cette nouvelle méthodologie d'enquête dans le tourisme, en nous autorisant à enquêter tout au long de l'année 2005 dans leurs établissements.

Nous remercions les membres des Comités Technique et de Pilotage de MORGOAT enquête Tourisme et tout particulièrement Jean Claude DEVILLE, responsable du laboratoire de statistique d'enquête CREST-ENSAI (BRUZ), sans qui nous n'aurions pu produire ces résultats.

*La méthodologie a été élaborée par le Comité Technique.*

*Le terrain d'enquête et la saisie des questionnaires ont été effectués par TNS SOFRES.*

*Les données statistiques sont produites par l'ORTB.*



RÉSEAU  
**MORGOAT**

*Enquête  
Tourisme*

Achévé d'imprimer sur les presses  
de l'Imprimerie du Conseil Régional de Bretagne  
Dépôt légal : 4<sup>ème</sup> trimestre 2006  
ISBN : 2-913199-29-1

## Les partenaires financiers de MORGOAT ENQUÊTE TOURISME en Bretagne en 2005



## Le comité technique de MORGOAT ENQUÊTE TOURISME en Bretagne en 2005

Il est composé d'experts : Jean-Claude DEVILLE responsable du laboratoire de statistique d'enquête CREST-ENSAI (BRUZ), Laurent VASSILLE conseiller auprès du Directeur du Tourisme, Frédéric TARDIEU chef du Bureau des Etudes, des Statistiques et des Comptes économiques à la Direction du Tourisme, Jean-Marc CALVAT responsable du pôle national de compétence tourisme de l'INSEE, Gildas BROSSIER professeur de statistiques à l'Université de Rennes 2, Myriam MAUMY maître de conférences à l'Université de mathématiques de Strasbourg et chercheur au laboratoire de statistiques de Rennes 2.

Les techniciens des CDT, des CCI de Bretagne, le responsable des études de la CRCI et l'ORTB ont participé, pour ce qui relève de leur domaine de compétence, à la mise en oeuvre de la méthodologie et à la production des résultats.

Pour toute information, contactez l'ORTB au 02-99-38-84-94.