

Etat des lieux du tourisme sur le littoral aquitain

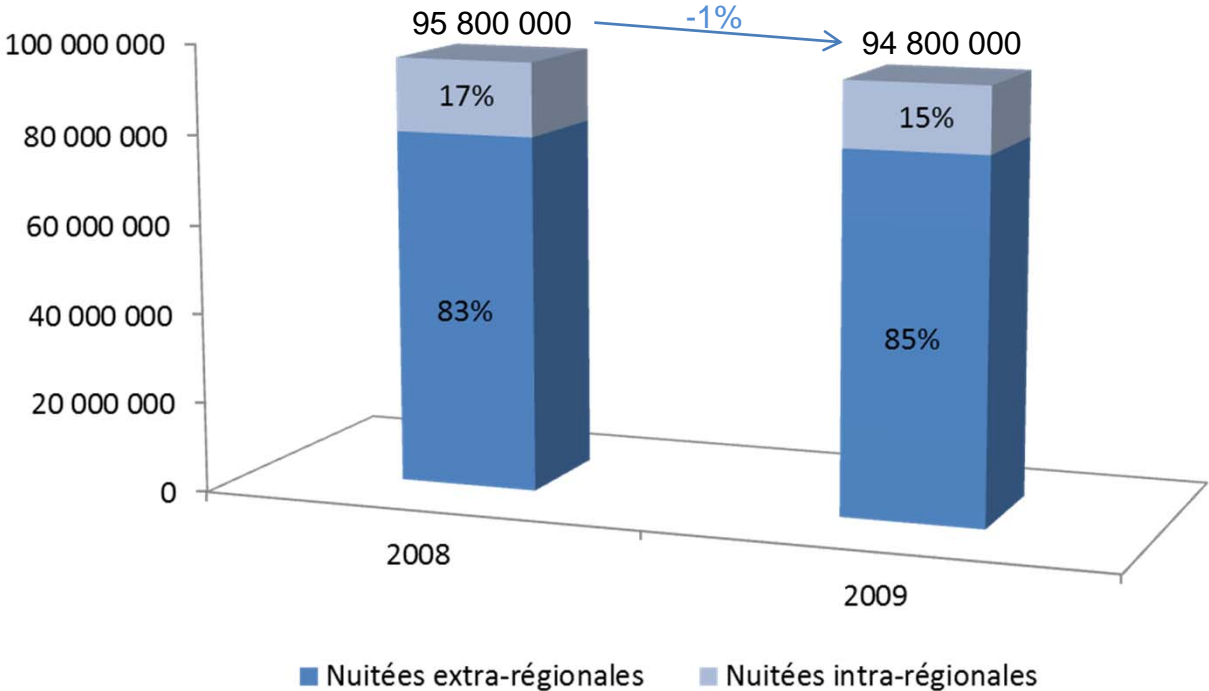
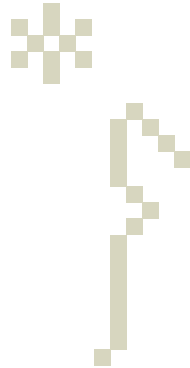
Brigitte BLOCH / Comité Régional du Tourisme d'Aquitaine /



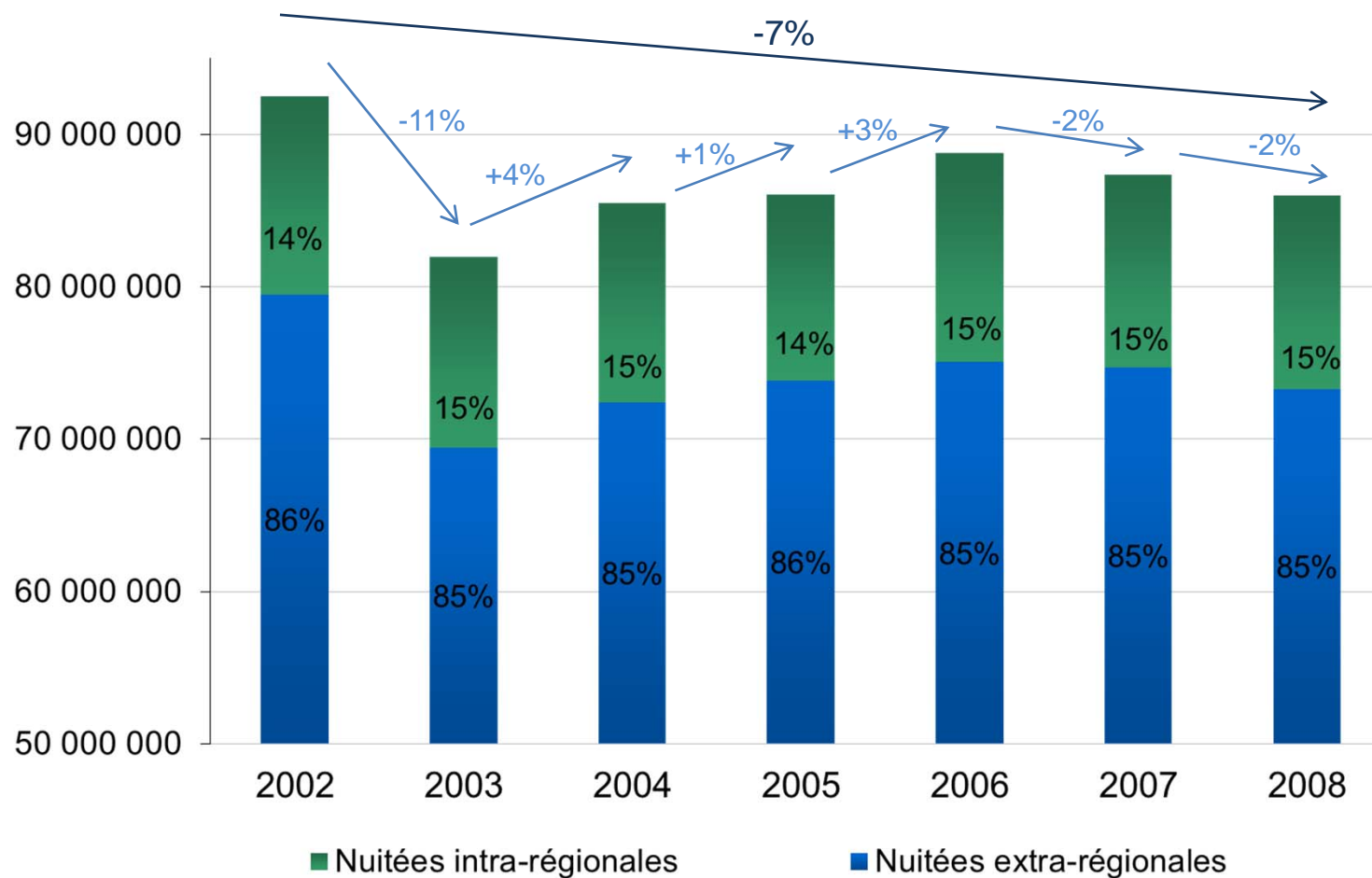
Echanges

introductifs

La fréquentation en Aquitaine en 2009 : 94,8 millions de nuitées, -1% par rapport à 2008



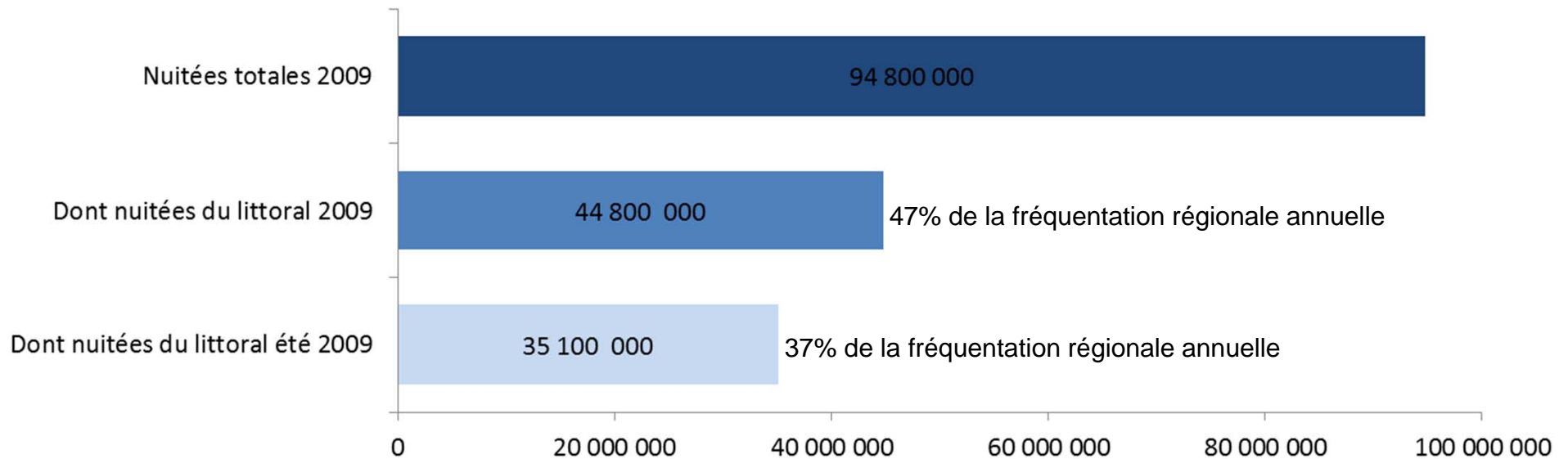
Des volumes en baisse mais une structure stable



Intervention #1 Table ronde #1

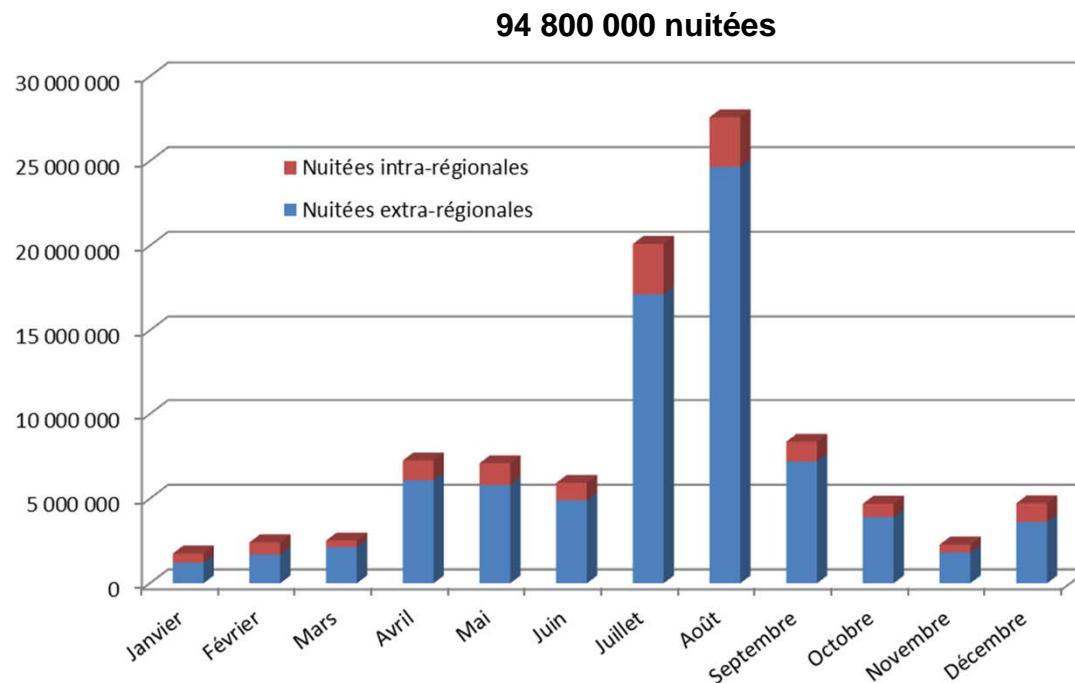
La fréquentation littorale essentielle à l'économie régionale :

47% de la fréquentation régionale sur le littoral

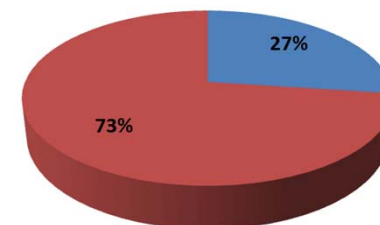


Une forte saisonnalité

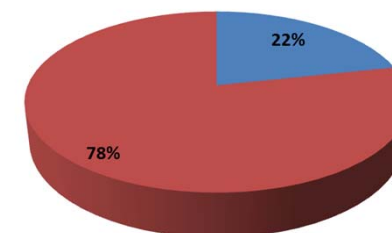
Evaluation des nuitées intra et extra-régionales mensuelles en 2009 en Aquitaine



En Aquitaine



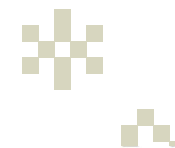
Sur le littoral



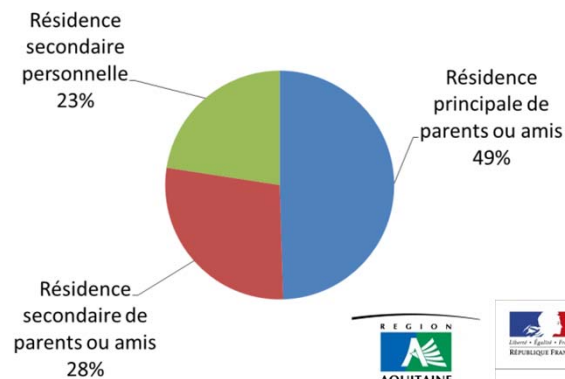
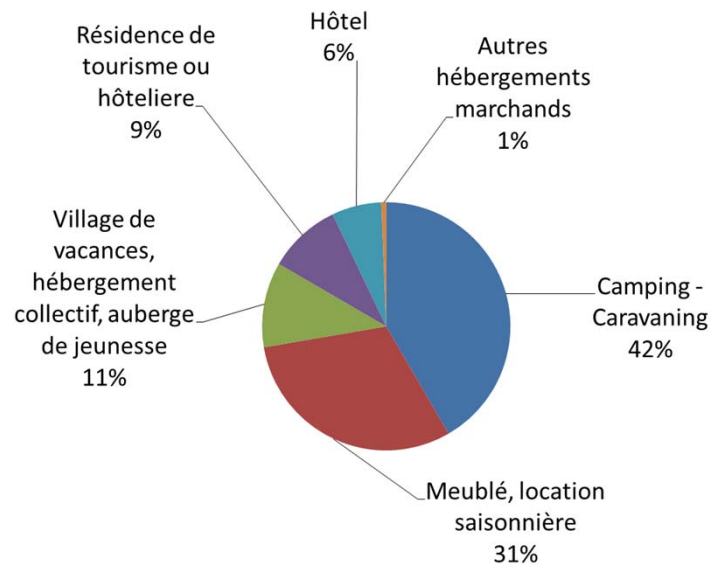
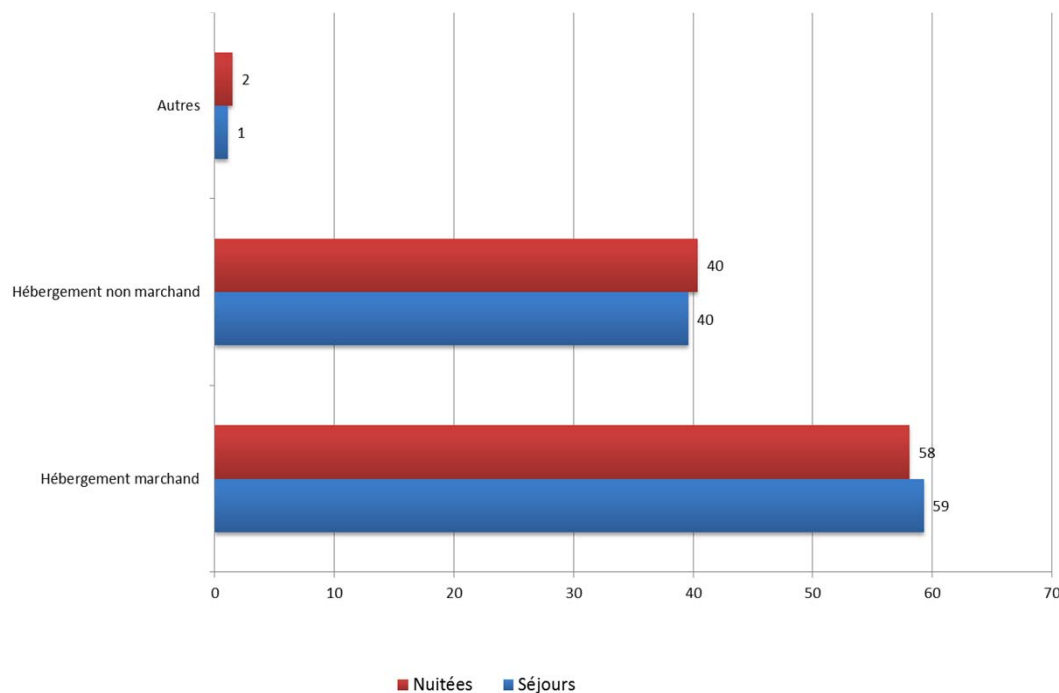
En 2009 le littoral a généré 45 800 000 nuitées dont 35 100 000 en période estivale de mai à septembre .



Zoom sur la clientèle estivale : l'hébergement



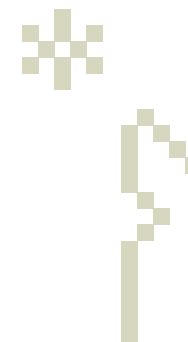
59% des touristes du littoral privilégient les hébergements marchands.



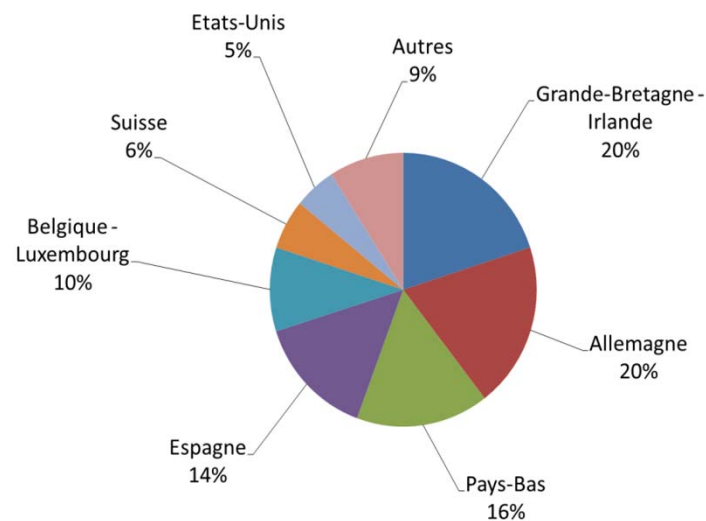
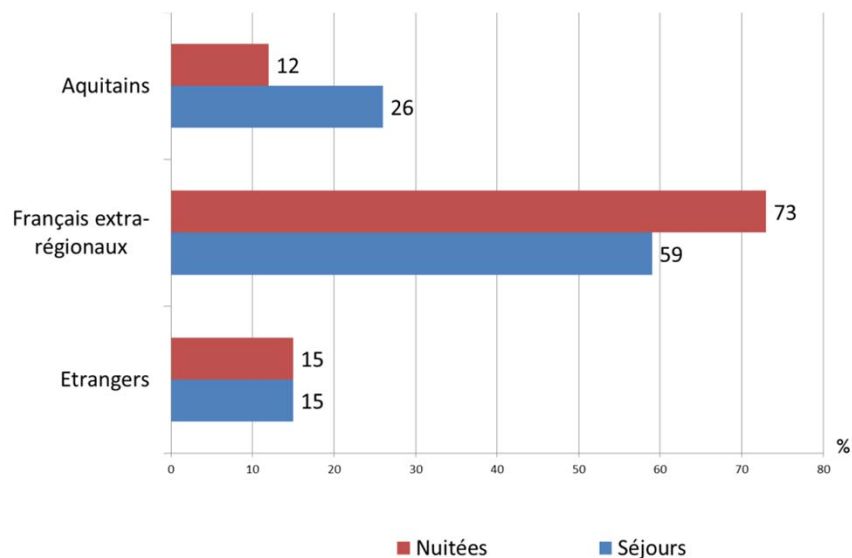
Le camping génère plus de 4 nuitées marchandes sur 10.



Zoom sur la clientèle estivale : les origines



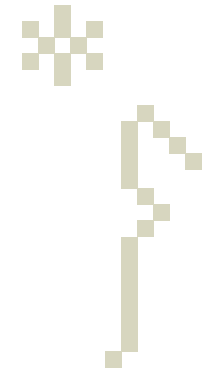
85% des touristes du littoral sont des Français



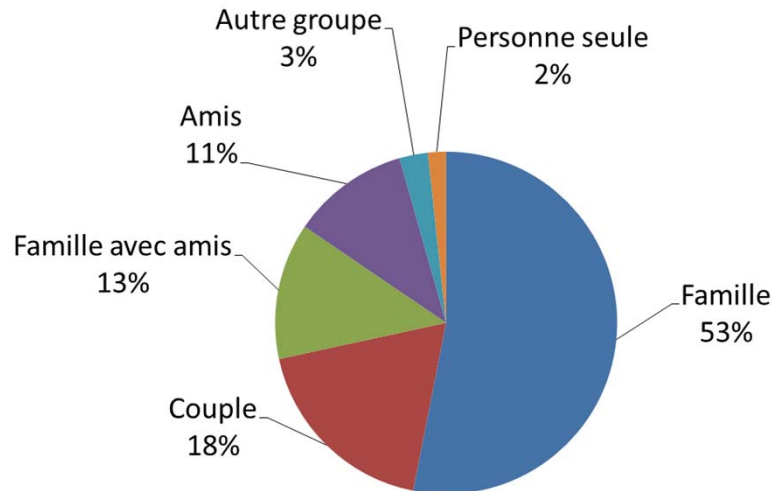
56% des touristes étrangers du littoral sont **Britanniques, Irlandais, Allemands ou Néerlandais**



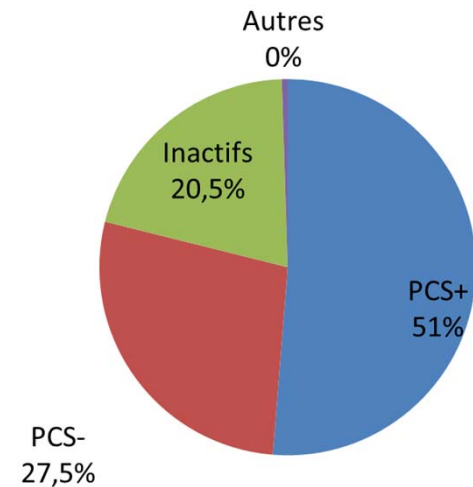
Zoom sur la clientèle estivale : type de groupe



Une clientèle familiale prépondérante



Une clientèle socialement installée



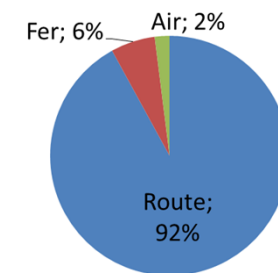
L'âge moyen du touriste sur le littoral aquitain est de **42 ans**.

Le littoral aquitain accueille des groupes de **3,3 personnes en moyenne**.

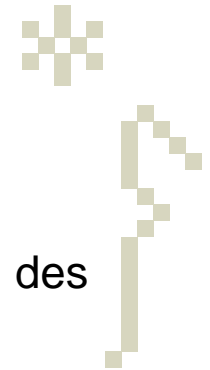
Un séjour sur le littoral aquitain dure en moyenne **7,9 jours** (vs **5,9 jours pour les Français en France**)

La voiture est de loin le premier moyen de transport du touriste littoral 92%.

Le train est plus utilisé sur le littoral que dans l'intérieur.



L'accès aux destinations touristiques du littoral : Le primat de la voiture



La **voiture** est le **mode de transport touristique par excellence** (92% des touristes estivaux du littoral aquitain).

Sa démocratisation est à l'origine du développement du tourisme de masse.

Malgré la prise de conscience éthique et environnementale, poussant à « l'écomobilité » et le coût de plus en plus élevé de l'usage de l'automobile, les atouts de la voiture restent importants : symbole de liberté individuelle en vacances, souplesse d'utilisation, capacité à faire du « porte à porte ».

Avec un tourisme principalement familial sur le littoral, la voiture est aussi privilégiée parce qu'elle permet de transporter tout ce dont la famille a besoin.

« **Avantage** » **induit** : la voiture permet aussi de ramener des produits de la région visitée. Cf. importance de l'achat de vin pour les 2,3 millions des touristes visiteurs des sites viticoles d'Aquitaine.



Source: cahiers espaces, Nouvelles mobilités touristiques Mars 2009

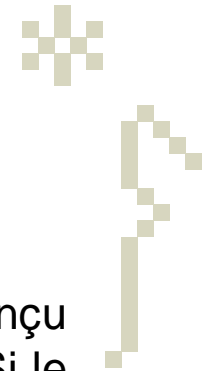
9/17 >Brigitte BLOCH / CRTA /

Intervention #1

Table ronde #1



L'accès aux destinations touristiques du littoral : Les enjeux des transports alternatifs



- ✓ Le **train**, transport d'accès « durable » mais pour le moment, surtout conçu pour des migrations pendulaires et non comme une prestation touristique. Si le développement de lignes TGV peut changer la donne, reste à prendre en charge le transfert des gares au lieu de villégiature.
- ✓ L'**avion**, le développement des lignes « low cost » facilite l'accès et peut bouleverser l'économie locale. Mais l'avion a progressivement une moins bonne image (pollution, déplacements inutiles,...).
- ✓ L'**autocar**, mode de transport fondateur du voyage collectif, est peu utilisé pour l'accès au littoral.

Ces modes d'accès posent la question du transport sur place, qui doit alors être organisé spécifiquement pour le tourisme, en créant les intermodalités indispensables aux déplacements sur le lieu de séjour.



Source: cahiers espaces, Nouvelles mobilités touristiques Mars 2009

10/17 >Brigitte BLOCH / CRTA /

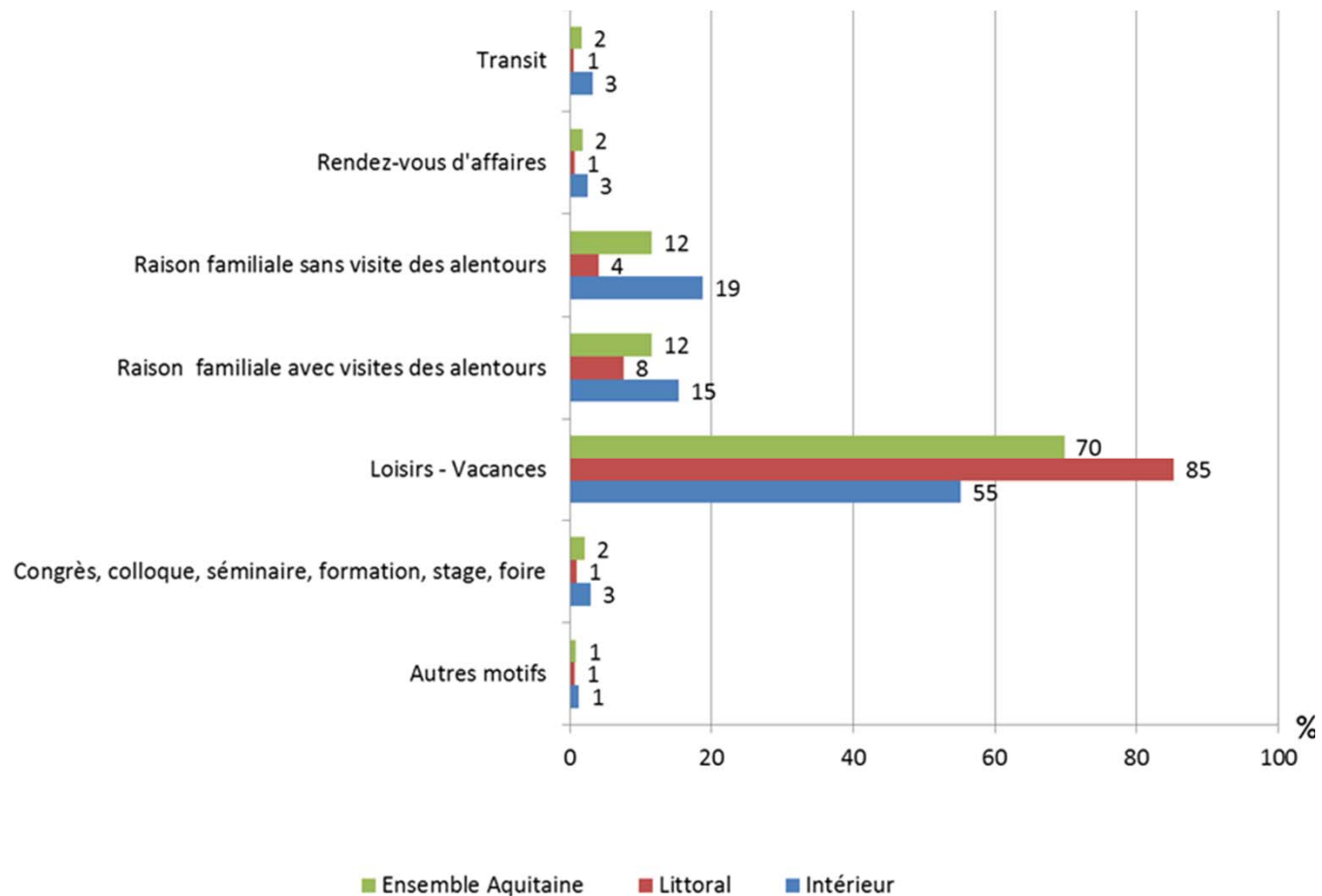
Intervention #1

Table ronde #1



Zoom sur la clientèle estivale : motif du séjour

85% des touristes viennent sur le littoral aquitain pour des vacances



Zoom sur la clientèle estivale: facteur d'attractivité



	Littoral	Ensemble Aquitaine
Mer	64	44
Soleil, climat	40	32
Se reposer, ne rien faire	37	31
Randonnée pédestre, promenade	19	21
Découverte d'une ville, village ou site naturel	19	24
Visite de la famille ou amis	17	23
VTT ou cyclotourisme	16	13
Activité de glisse	14	10
Art de vivre en Aquitaine	11	11
Gastronomie, restauration	10	14
Fêtes locales, férias	9	9
Marchés, brocante, artisans, shopping	8	11
Autre activité sportive	8	8
Séjour résidence secondaire	7	6
Découverte des vignobles et du vin	5	7
Visite d'un monument, musée ou château	5	11
Montagne	4	5
Manifestations culturelles	3	6
Campagne	3	6
Parc à thème, parc de loisirs, zoo	3	4
Événement sportif	3	3
Thalassothérapie	2	1
Thermalisme sans prescription médicale	1	2

total supérieur à 100% car plusieurs citations possibles

La mer est un facteur d'attractivité pour 64% des touristes séjournant sur le littoral pour un motif de « loisirs vacances »

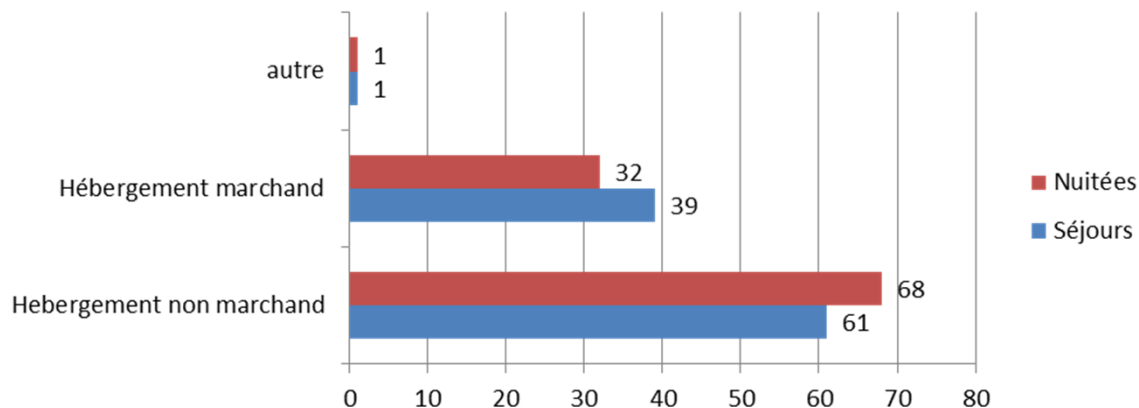
La plage, le climat et le farniente restent les valeurs sûres du littoral, malgré une large palette d'activités offertes.



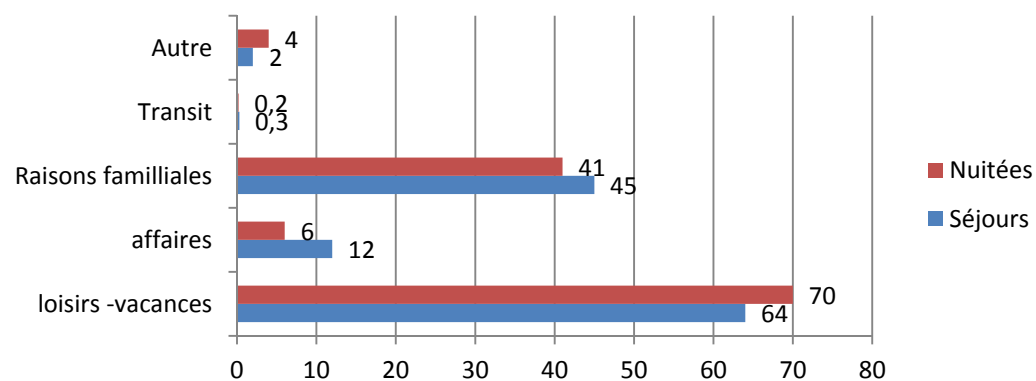
Zoom sur la clientèle hors saison

22% de la fréquentation annuelle

L'hébergement non marchand concerne 2 séjours sur 3, contre près de 1 sur 2 en été.



Un tourisme affinitaire prégnant (45% des séjours vs 11,6% en été).



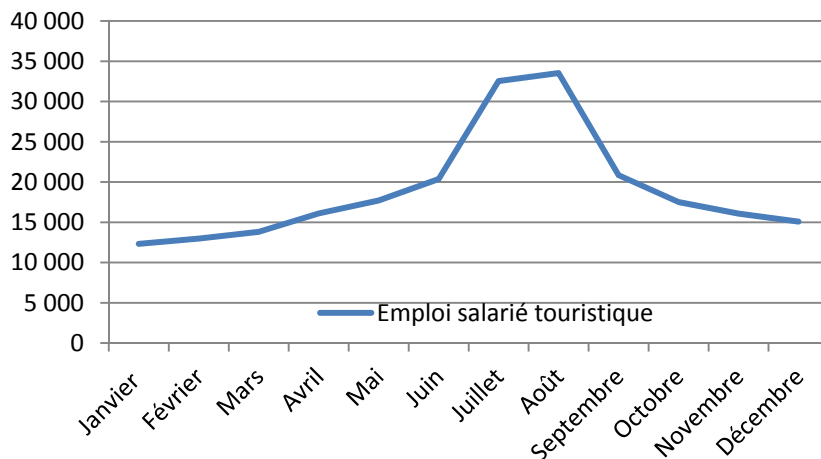
Poids économique : les retombées sur l'emploi



45 800 d'emplois touristique en moyenne annuelle régionale *Source : Insee - DADS 2005*

42,4% de ces emplois sont situés sur le littoral

Une saisonnalité très marquée DADS 2003



Sur le littoral aquitain, au cours de la saison estivale 2006, 24 400 saisonniers (1) sont recrutés pour faire face à l'afflux de touristes.

Près de la moitié des saisonniers ne résident pas sur le littoral (48%)

Zones touristiques (lieu de travail des saisonniers du tourisme)	Nombre de saisonniers du tourisme	Saisonniers non résidents de la zone touristique				
		Ensemble		dont (%)		
		Effectifs	Part des non résidents (%)	habitant une zone limitrophe en Aquitaine	habitant une zone non limitrophe en Aquitaine	habitant hors de l'Aquitaine
Littoral	24 397	11 762	48	51	4	46
Médoc	4 312	3 103	72	55	5	41
Bassin d'Arcachon	4 137	1 823	44	62	6	32
Nord des Landes	3 933	2 240	57	26	25	50
Sud des Landes	4 925	3 043	62	38	13	50
Pays Basque	7 260	2 479	34	50	12	40

Toutefois si on ajoute aux 52% de locaux les résidents des zones limitrophes au littoral, c'est **72% des saisonniers** qui sont concernés.

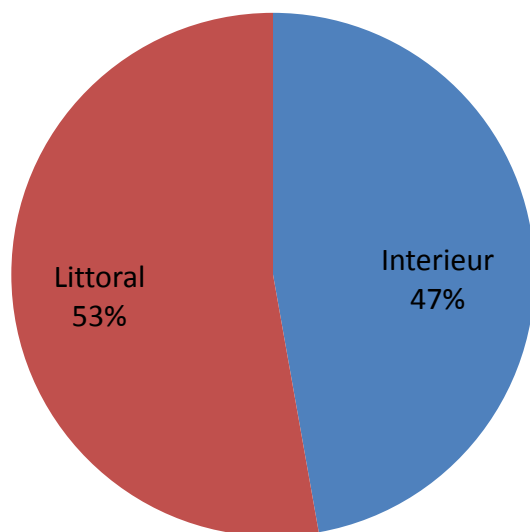


Retombés économiques : les dépenses



Les dépenses des touristes en séjours génèrent 4,3 milliards d'€ en Aquitaine en 2009*.

Près de 2,3 milliards d'€ pour le littoral dont 80 % en été.



Dépenses générées
par les touristes en saison
estivale en Aquitaine
en € 2009

1980	1 050 000 000
2009	3 384 000 000



* Estimation provisoire 2009 en attente des résultats de la mise à jour de l'enquête de qualification des clientèles



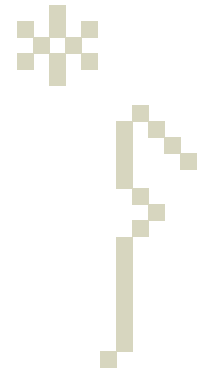
Internet, le premier média pour le choix des vacances



- 35 % des Français partis en **vacances** les ont **achetées en ligne** en 2009 soit 4 points de plus que l'an dernier (*source Raffour Interactive*).
- Pour **s'informer sur leurs vacances**, 58% des internautes interrogés ont consulté un site marchand et 33% un site donnant des conseils de voyage. 32% ont eu recours à des conseils de proches, 25% à la presse ou à des brochures, 24% à des TO ou AGV et 19% à des OT (*source OpinionWay*).
- Les 5 sites e-tourisme les plus visités en France au premier trimestre 2010 ont touché 17,6 millions de visiteurs uniques (*source Fevad*).
- Les sites web recensant des avis et conseils de voyageurs sont consultés par 56 % des touristes avant de choisir une destination.



Internet, un rôle majeur pour l'économie touristique



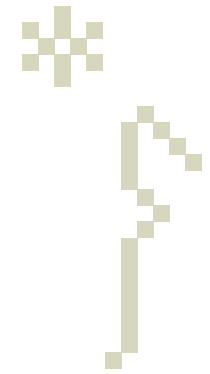
- **50% des vacanciers européens réservent par Internet** : + 3 points par rapport à 2008 et + 22 points par rapport à 2005 (*source Baromètre Ipsos/Europ Assistance 16 juin 2009*) : 60% des Britanniques, 46% des Allemands, 47% des Espagnols.

- Le tourisme est le secteur d'activité dont les services et produits sont les plus achetés sur internet : 58% des internautes français ont acheté un produit ou service touristique au 1^{er} trimestre 2010, pour un panier moyen de 258€ contre 153€ pour les produits techniques (*source : Fevad/Médiatrie, juin 2010*).

- Prestations touristiques les plus achetées*
- Billets de train (37%)
 - Hôtels (28%)
 - Transports hors train (24%)
 - Location de vacances (23%)
 - Séjours en France (17%)
 - Séjours à l'étranger (16%)
 - Location de voiture (8%)

- En France, en 2009, **l'e-tourisme a généré 8 milliards d'€** (+15% par rapport à 2008) (*source baromètre Raffour*).





Merci pour votre attention



Intervention #1

Table ronde #1

