

# Stratégie intégrée de développement touristique

## Destination Bretagne Loire Océan



### Bretagne Loire Océan, Késako?

La Bretagne Loire Océan est l'une des 10 Destinations définies en cohérence avec les aires de fréquentation et de consommation des visiteurs par le Conseil régional de Bretagne. Ce territoire de projet, situé à cheval entre la Bretagne et les Pays de la Loire, est un cadre pragmatique d'organisation et de développement touristique.

La Destination élabore actuellement une stratégie intégrée de développement touristique, qui a pour objectif de dégager les marqueurs identitaires, partager un portrait touristique et proposer une feuille de route commune pour les années à venir.

### Un portrait touristique coconstruit et partagé

Avant d'engager les réflexions sur la stratégie intégrée souhaitée pour la Destination Bretagne Loire Océan, connaître le potentiel touristique du territoire était essentiel. Pour en avoir une vision globale, 6 thématiques ont été étudiées : l'organisation spatiale et les mobilités, l'hébergement, l'alimentation/restauration, les activités, la notoriété/communication/commercialisation et la coordination/les interconnexions touristiques.

Le portrait est le fruit du croisement d'une multitude de sources :

- Données statistiques (SIRENE, données des Offices de tourisme...), et données web (Booking, Airbnb, Tripadvisor...)
- 55 personnes rencontrées lors d'entretiens
- 80 socio-professionnels ayant répondu à une enquête
- 30 participants aux « ateliers identité »



***Ce document est une synthèse du portrait touristique. Pour chaque thématique, vous trouverez ainsi les grands constats et les principaux enjeux partagés par les acteurs de la Destination.***

### La Destination en quelques chiffres

- **126 communes**
- **518 826 habitants**
- **22 millions** de nuitées touristiques
- **22%** de résidences secondaires
- **857 617 869 €** de consommation touristique globale en 2016
- **58 événements annuels majeurs** attirant les touristes
- **5 marqueurs identitaires** autour de l'eau sous toutes ses formes



**Marais**



**Ports**



**Littoral**



**Fleuves et rivières**



**Savoir-faire**

LITTORAL

- Des visiteurs français nombreux, avec une majorité de franciliens et de ligériens
- Des bretons (=habitants de la Bretagne administrative) qui sont modérément présents, avec 7% des nuitées
- Des visiteurs majoritairement réguliers (qui viennent souvent sur la Destination)
- Des familles très présentes, et des moins de 45 ans représentant 69% de la clientèle
- Une dépense touristique moyenne de 38€ par jour, mais avec des séjours plus longs qu'en Bretagne touristique
- La nature, les paysages, le littoral et les plages comme principales raisons de la venue sur le littoral

RETRO-LITTORAL

- Des étrangers plus présents que sur le littoral, mais dans une proportion restant modérée
- Des visiteurs plus adeptes que sur le littoral (qui reviennent tous les ans)
- Des couples très représentés, avec une moyenne d'âge plus élevée : des moins de 45 ans représentant 41% de la clientèle
- Une dépense touristique moyenne de 44€ par jour et des visiteurs aux revenus moins importants que sur le littoral
- La nature, les paysages et le patrimoine culturel et historique comme principales raisons principales de venue dans le rétro-littoral
- Une présence également non négligeable du tourisme fluvial (5% des nuitées)



38 €



44 €



L'organisation spatiale et la mobilité



Les visiteurs de la Destination bénéficient d'une bonne desserte du territoire, avec deux aéroports à proximité mais aussi l'arrivée de la LGV en juillet 2017.

La voiture reste le moyen de transport privilégié par les visiteurs qui utilisent très peu les réseaux de transport en commun en Bretagne Loire Océan. En revanche, durant leur séjour, plus d'1 visiteur sur 5 circule principalement à vélo ou à pied sur la Destination !



*La clientèle itinérante (pédestre, cycliste, nautique) étant en plein essor sur la Destination, l'enjeu primordial porte sur l'adaptation des solutions de mobilité aux besoins de cette clientèle : cohérence des réseaux, qualité de l'intermodalité et de l'information.*



Sources : CD35 CD44 CD56 - offices de tourisme de la destination / Ithéa Conseil - Janvier 2018



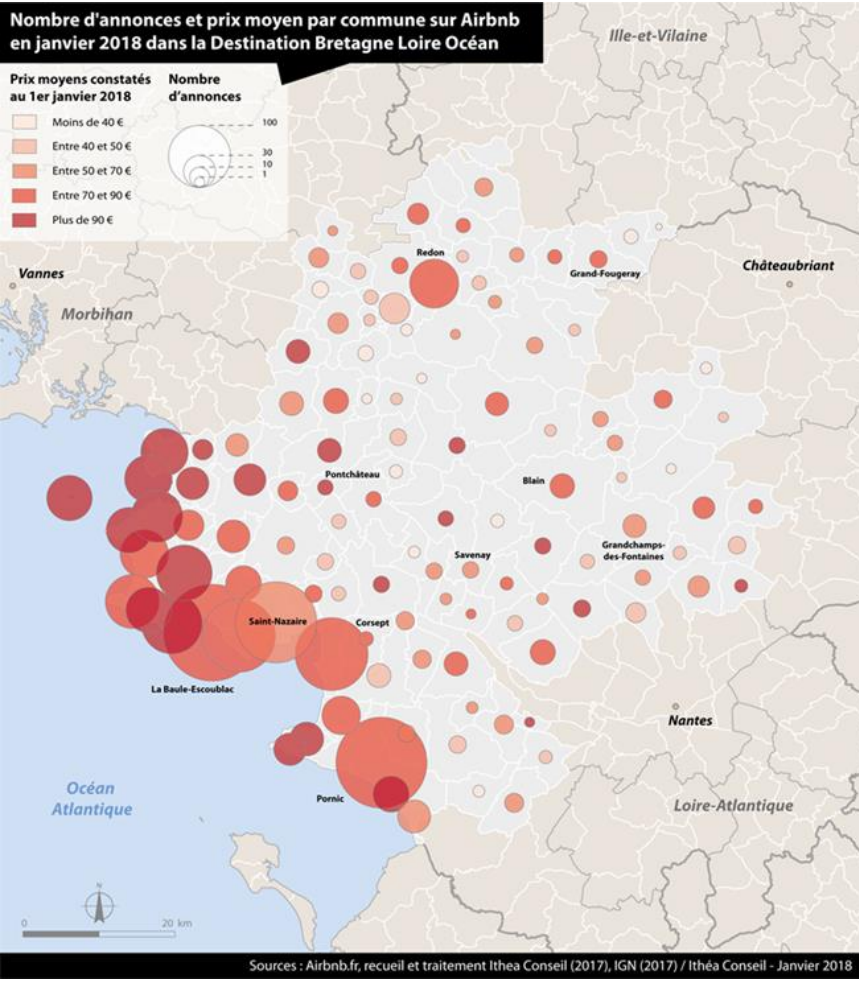
L'offre d'hébergement est une force pour la Destination tant en termes de quantité que de qualité. Parmi les constats principaux :

- Une concentration des hébergements le long des cours d'eau et sur le littoral
- Des gîtes plus représentés sur le rétro-littoral alors que les campings et hôtels sont plus présents sur le littoral
- Une offre plus qualitative sur le rétro-littoral que sur le littoral

Les nouvelles attentes des clientèles en la matière commencent à être prises en compte comme en témoignent l'augmentation du nombre d'hébergements insolites mais aussi la modernisation des canaux de réservation.



*La mise en cohérence l'offre d'hébergement sur le territoire avec les itinéraires doux est une action essentielle qui pourrait être réalisée à l'échelle de la Destination*



**L'OFFRE VUE PAR LES CONSOMMATEURS**

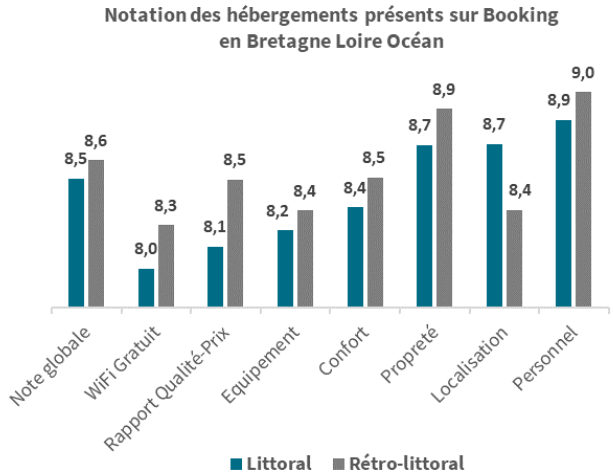
Les visiteurs s'expriment aujourd'hui beaucoup sur les plateformes web en partageant leurs expériences, leurs commentaires ont été analysés sur la Destination (**2 132 commentaires pour 220 hébergements sur Booking.com !**)

*Les forces de l'hébergement*

Un accueil « sympathique, agréable et utile » – Un cadre de qualité – Un confort apprécié

*Les axes d'amélioration de l'hébergement*

Des connexions Wi-Fi non optimales – Des difficultés à trouver l'hébergement – Une qualité parfois modérée et l'absence de certains équipements



Source : Booking.com, Recueil et traitement Ithéa Conseil, février 2018

**FOCUS AIRBNB / LE BON COIN**

**7 fois plus d'annonces d'hébergement présentes sur les plateformes de réservation informelles** telles que Airbnb et Leboncoin que sur les plateformes classiques type Clévacances, Gîtes de France



Une offre de restauration riche et diversifiée est proposée aux visiteurs. Cependant, l'analyse des commentaires sur la plateforme Tripadvisor.com a montré que les restaurants du rétro-littoral se distingueraient par un meilleur rapport qualité-prix et par une cuisine plus qualitative.

Par ailleurs, la destination BLO n'a pas une identité culinaire propre mais est plutôt marquée par différentes influences.



*La valorisation des produits locaux représente un axe de développement dans une Destination où il existe déjà un dynamisme associatif structuré autour de l'alimentation biologique, locale et responsable.*

**FOCUS METHODO**

**3 527 expériences de visiteurs dans 212 restaurants de la Destination ont été traitées via la plateforme Tripadvisor !**

**Taux d'associations utilisant les termes 'bio', 'local', 'terroir' et 'producteurs' au sein de leur « objet social » (pour 1 000 associations)**

	BIO	LOCAL	TERROIR	PRODUCTEURS
BLO	9,9	43,6	1,2	5,3
PAYS DE LA LOIRE	7,6	38,8	1,0	3,7
BRETAGNE	8,5	43,7	1,2	2,7

Source : Associations enregistrées au Registre National des Associations, 1<sup>er</sup> février 2017

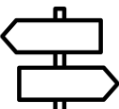
Les activités



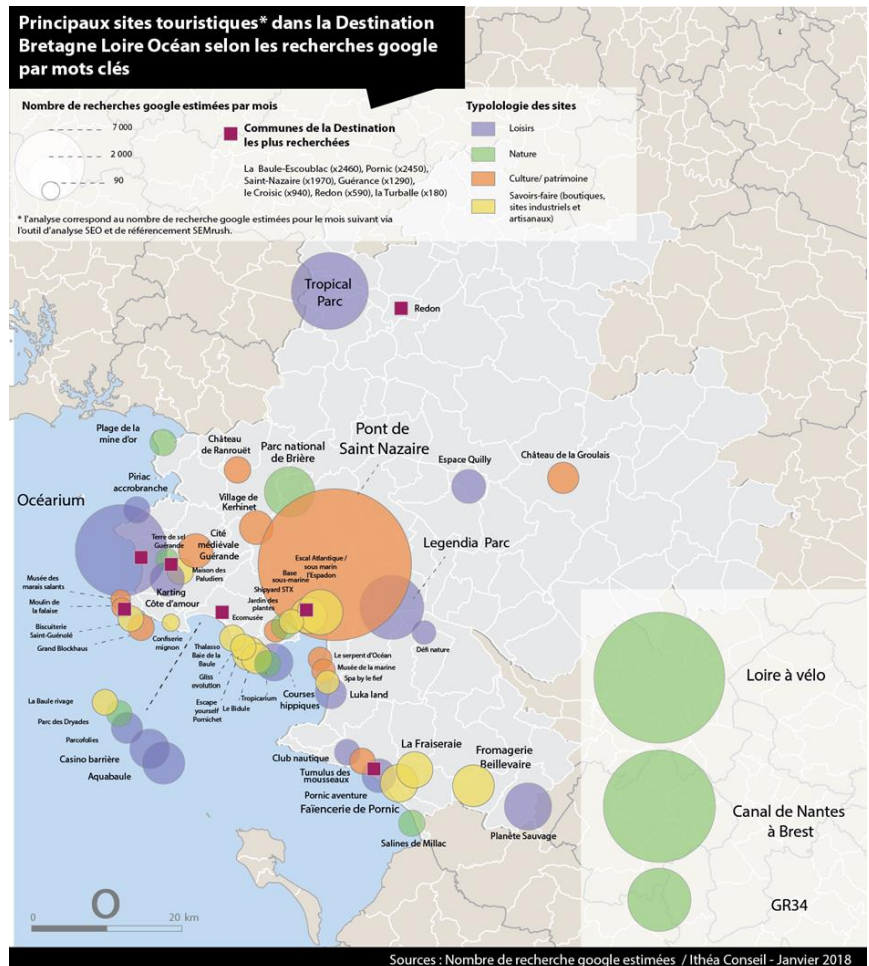
En termes de fréquentation touristique et de rayonnement sur le web, trois grands types d'activité se détachent en Bretagne Loire Océan : l'itinérance douce, les activités liées aux savoir-faire et les loisirs liés à l'eau.

Leur point commun ? Elles gravitent toutes autour de l'eau, sous formes de fleuves et rivières, de ports, de littoraux, de marais.

D'ailleurs, parmi les activités qui font le plus l'objet de recherches Google par mois, on note : le pont de Saint-Nazaire, l'Océarium du Croisic, la Loire à Vélo, le Canal de Nantes à Brest, Aquabaule ou encore le GR34.



*L'amélioration des interconnexions entre toutes ces activités dans l'objectif de capitaliser sur ces trois grandes forces est un axe sur lequel les acteurs de la Destination pourraient travailler ensemble.*



## La notoriété et la communication



La promotion touristique des différents territoires qui composent la Destination se fait autour de trois grands marqueurs : l'eau, la nature et le bien-être.

Chaque territoire conserve ses propres spécificités, ce qui donne lieu à une diversité importante des possibilités de vacances qui s'offrent aux visiteurs sur la Destination

## La coordination et l'interconnexion des acteurs



De nombreux liens existent aujourd'hui entre les différents acteurs du tourisme dans les territoires à l'origine de partenariats forts. L'activité touristique peut notamment s'appuyer sur diverses forces vives du territoire tel qu'un tissu associatif et un secteur industriel dynamiques.

Les professionnels volontaires pour se fédérer et travailler de concert représentent une vraie force pour la dynamique touristique de la Destination!

## CHIC & DECONTRACTÉ À LA PLAGE

### TOURISME INDUSTRIAL-PORTUAIRE

### BALADES CALMES EN FAMILLE

### DECOUVERTE DU PATRIMOINE

### SENSATIONS SUR L'EAU

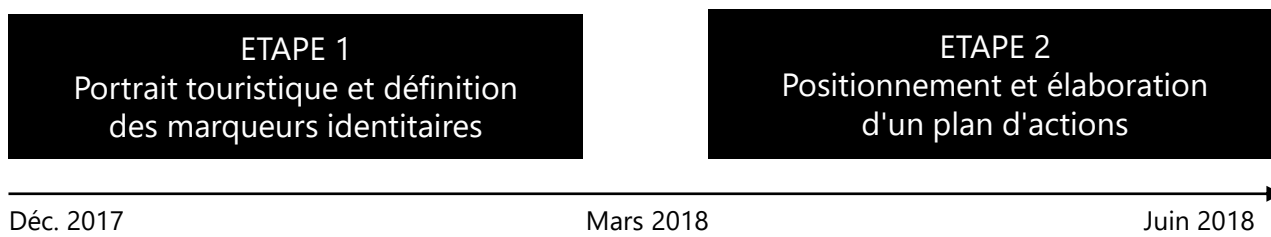
## Le Comité de Pilotage du 26 mars 2018

Composée des 10 intercommunalités de la Destination, des offices de tourisme et des comités départementaux et régionaux du tourisme, le Comité de pilotage du 26 mars dernier a permis de :

- Présenter et valider le diagnostic touristique
- Entamer des réflexions quant au positionnement souhaité pour la Destination

À l'issue de cette réunion, une note stratégique a été rédigée sur le positionnement de Bretagne Loire Océan. Elle est actuellement en cours de validation par les différentes intercommunalités.

## Et la suite ?



La deuxième phase de la mission est lancée ! Les professionnels du tourisme seront à nouveau sollicités pour nourrir les réflexions autour des actions les plus pertinentes à mettre en place pour la Destination BLO.

## Vos contacts

Office de tourisme du Pays de Redon

CC Pays de Pont-Château - St Gildas des Bois

Office de tourisme intercommunal Bretagne Plein Sud

Office de tourisme intercommunal de Pornic

Ithéa Conseil, bureau d'études

**Véronique GONZALEZ** - v.gonzalez@tourisme-pays-redon.com

**Géraldine SIMON** - gsimon@cc-paysdepontchateau.fr

**Anne-Laure BLOUET** - anne-laure.blouet@bretagne-plein-sud.fr

**Nadège MARKOSKI** - nadege@pornic.com

**Marion COUSIN** - marion.cousin@ithea-conseil.fr