



Portrait des touristes en Côtes d'Armor - REFLET n°1

#1 REFLET 2022 - CONTEXTE DE L'ÉTUDE ET PRÉSENTATION

Dispositif d'envergure, l'enquête **REFLET 2022** actualise notre connaissance des comportements des clientèles touristiques et d'excursionnistes en Côtes d'Armor et en Bretagne. Nous disposons ainsi d'une **nouvelle photographie du tourisme** qui apporte des réponses à de nombreux questionnements des acteurs du tourisme (institutionnels et professionnels). Quel est le poids des différentes clientèles ? Quels modes d'hébergements sont privilégiés ? Quelles sont les retombées économiques du tourisme ? Quelles sont les motivations et activités pratiquées ?...

L'étude précédente datant de 2016, **REFLET 2022** mesure notamment, les impacts sur le tourisme et l'excursionnisme breton de l'arrivée de la LGV, du développement des plateformes de réservation, du Brexit, de la crise sanitaire du COVID, de l'avènement des préoccupations environnementales...

Le **Département des Côtes d'Armor** et **Côtes d'Armor Destination** ont contribué au financement de l'étude **REFLET 2022**. Par ailleurs, grâce au **programme Européen Expérience**, l'ajout d'une vague d'enquête supplémentaire, en hiver, a permis d'affiner la connaissance des clientèles de **hors-saison**.

COMMENT ÇA MARCHÉ ?

REFLET 2022

Enquête en face à face réalisée, de février à décembre 2022, par le CRT Bretagne sur 332 points d'enquête en Bretagne et Loire Atlantique dont **60 sites en Côtes d'Armor**.

Objectif : disposer d'une photographie actualisée et détaillée du tourisme et de l'excursionnisme en Bretagne et en Côtes d'Armor en 2022.



Points d'enquête en Bretagne



#2 LES DONNÉES EXPLOITÉES POUR LES CÔTES D'ARMOR



PÉRIODE D'ANALYSE

14 vagues d'enquête : de février à décembre 2022



QUESTIONNAIRES DE TOURISTES COLLECTÉS

5 407 collectés sur les Côtes d'Armor*

*27 985 pour la Bretagne

89 % de France



11 % d'Allemands, Italiens, Anglais...

RÉPONSES PAR POINTS D'ENQUÊTE



2 940 réponses
Offices de Tourisme



1 798 réponses
Sites de visite



425 réponses
Marchés



167 réponses
Gares/aéroports



77 réponses
Autres*

*Ports, écluses, aires de camping-car, centre nautiques

Lieux d'enquête en Côtes d'Armor

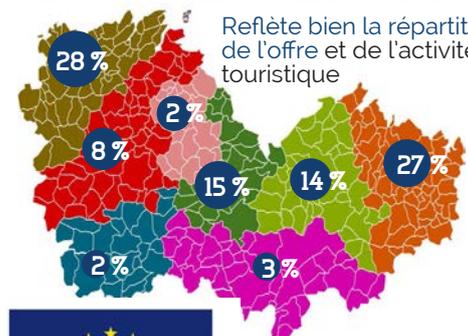


MÉTHODOLOGIE D'ÉTUDE



- 76 sites avec la présence d'enquêteurs : sites de vues, marchés, points de sortie du territoire (gare...)
- 256 sites partenaires sans enquêteurs : sites de visite, offices de tourisme, Ports de plaisance, centre nautiques, écluses, aires de camping-car
- Une enquête en ligne post-séjour, par envoi de mailing aux personnes sollicitées sur les points d'enquête afin de connaître leur profil, les caractéristiques de séjour, les dépenses, la satisfaction

RÉPARTITION DES NUITÉES PAR EPCI



Reflète bien la répartition de l'offre et de l'activité touristique



Sources : Enquête REFLET 2022 - CRT Bretagne - Côtes d'Armor Destination

CONTACT Vincent CORRE
Chargé de Développement Touristique
Côtes d'Armor Destination
02 96 62 72 13 - vcorre@cad22.com

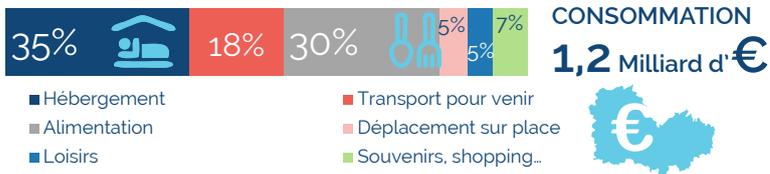


#3

UNE DÉPENSE JOURNALIÈRE PAR PERSONNE (50,8 €) QUI PROGRESSE PLUS VITE QUE L'INFLATION

Indicateurs	Côtes d'Armor	Bretagne	Evolution 6 ans	
			22	Bretagne
Dépense/personne/jour	50,8 €	53,5 €	+ 21 %	+ 13 %

Ventilation des dépenses



DÉPENSE DE SÉJOUR PAR PERSONNE



- La dépense journalière des touristes atteint 50,8 € en Côtes d'Armor en 2022, elle a fortement progressé depuis 2016 (+ 21%) avec une évolution bien supérieure à l'inflation (+ 12 %) et se rapproche de la dépense journalière bretonne (2,7 € de moins contre 5 € en 2016).
- La consommation touristique annuelle en Côtes d'Armor est de l'ordre de 1,2 Milliards d'€
- Les principaux postes de dépense des touristes, évoluent peu depuis 2016 : l'hébergement (35 % contre 34 %), l'alimentation (30 % contre 31 %) et le transport (18 %).

#4

3,9 MILLIONS DE TOURISTES, PLUS NOMBREUX QU'EN 2016

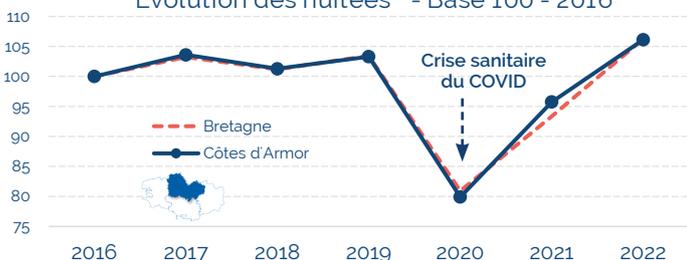


TOURISTES
3,9 Millions



NUITÉES
23,5 Millions

Evolution des nuitées¹ - Base 100 - 2016



¹Estimations des nuitées basées sur la méthode des Flux F. Marchand

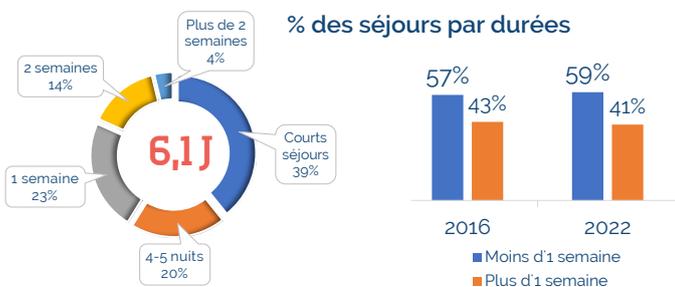
VOLUME DES TOURISTES ET NUITÉES



- 3,9 millions de touristes venus en Côtes d'Armor en 2022 représentent 22 % des touristes ayant visité la Bretagne. Ils étaient 3,5 millions à venir séjourner dans le département en 2016, mais pour des séjours généralement un peu plus longs qu'en 2022.
- Ainsi, le cumul des nuitées, 23,5 millions en 2022, reste relativement constant d'une année sur l'autre, à part événement exceptionnel (crise du COVID), la Bretagne et les Côtes d'Armor suivent des évolutions similaires (+ 6 % entre 2016 et 2022¹).

#5

6,1 JOURS, UNE DURÉE DE SÉJOUR QUI SE RÉDUIT



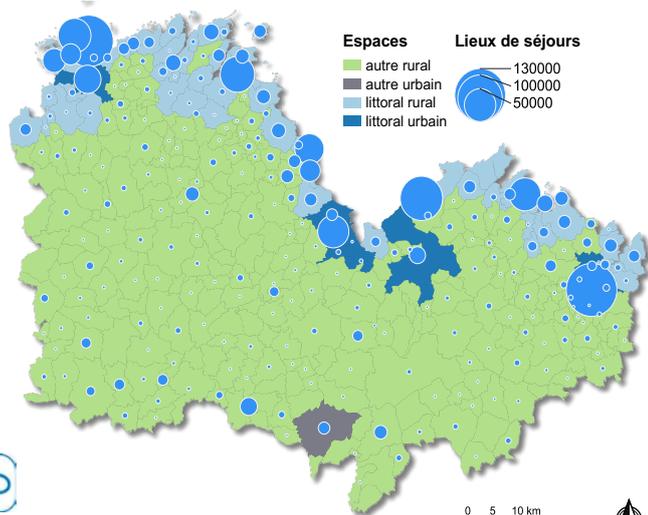
DURÉE DE SÉJOUR



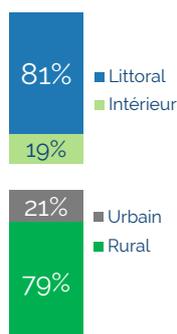
- Avec une moyenne de 6,1 jours, la durée de séjours des touristes séjournant en Côtes d'Armor a reculé en 6 ans (6,6 jours en 2016). C'est aussi le cas en Bretagne (6,3 jours contre 7,5 en 2016).
- Les courts séjours (1 à 3 nuitées) représentent 39 % des séjours en Côtes d'Armor. Ils devancent les séjours d'1 semaine et de 4-5 nuits
- La part des séjours de moins d'1 semaine, déjà majoritaire en 2016, continue à se renforcer

#6

81 % DES SÉJOURS SUR LE LITTORAL



% des séjours



LIEUX DE SÉJOURS



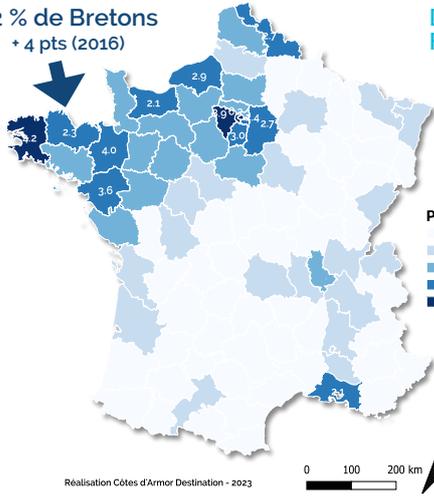
- 81 % des séjours sont réalisés sur les communes littorales, contre 80 % en 2016 elles représentent 20 % des communes des Côtes d'Armor.
- Les communes intérieures gagnent ainsi 1 pt, passant de 18 % à 19 % des séjours.
- Les communes rurales représentent 80 % des lieux de séjours, à l'image du territoire des Côtes d'Armor et de ses attraits principaux localisés en secteurs ruraux (sites naturels, itinéraires de randonnée, petites cités de caractère...). Cette proportion a peu évolué depuis 2016.



#7 DES CLIENTÈLES DE PROXIMITÉ FRANÇAISE ET ÉTRANGÈRE

12 % de Bretons
+ 4 pts (2016)

DÉPARTEMENTS
FRANÇAIS



SECTEURS
FRANÇAIS

Part nuitées	2016	2022
Nord-Ouest	34 %	35 %
Ile-de-France	26 %	34 %
Nord-Est	15 %	13 %
Sud-Est	15 %	11 %
Sud-Ouest	10 %	7 %

% des nuitées

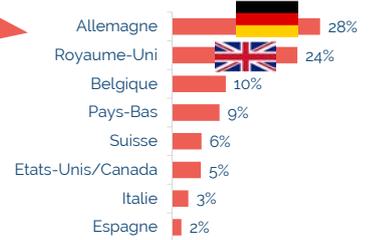
Français
77%

Etranger
23%

NATIONALITÉS
ÉTRANGÈRES



86 % EUROPE



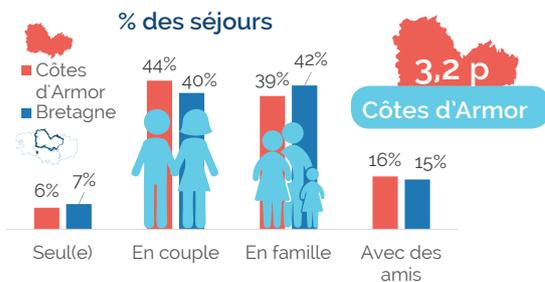
- Des clientèles françaises du Nord-Ouest (35 %) en particulier de Bretagne (12 %), des Pays-de-Loire (10 %) et de Normandie (9 %).
- Une clientèle d'Ile-de-France importante (34 %) et qui s'est renforcée depuis 2016 (26 % en 2016)
- Les autres régions moins présentes, et en proportion plus faibles qu'en 2016

➤ Des clientèles étrangères surtout européennes (86 %) et venant d'abord du d'Allemagne, du Royaume-Uni, de Belgique et des Pays-Bas.

➤ Depuis 2016, les clientèles anglaises ont reculé (33 % en 2016) par contre la clientèle allemande s'est renforcée (15 % en 2016).

➤ Au niveau de la Bretagne, le classement des principales nationalités est similaire aux Côtes d'Armor

#8 3,2 PERSONNES PAR FOYER TOURISTIQUE, UNE TAILLE QUI SE RÉDUIT



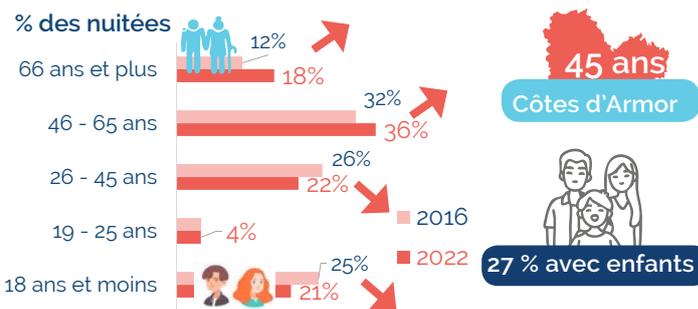
TAILLE DES FOYERS TOURISTIQUES

➤ Les touristes séjournant en Côtes d'Armor viennent en groupes de 3,2 personnes en moyenne. La clientèle de couple est plus importante que la clientèle de famille. La taille des foyers touristiques s'est réduite par rapport à 2016 (3,6 personnes/groupe)

➤ Les visiteurs venant seul sont passés de 3 % en 2016 à 6 % en 2022, les groupes avec des amis ont aussi gagné 2 pts.

➤ Au niveau de la Bretagne, la clientèle de famille est supérieure à la clientèle de couple.

#9 45 ANS D'ÂGE MOYEN, 27 % AVEC ENFANTS, UNE CLIENTÈLE MOINS JEUNE



TRANCHES D'ÂGES

➤ Un âge moyen de 45 ans pour les touristes en Côtes d'Armor. Le même que les habitants des Côtes d'Armor (45 ans), supérieur à l'âge moyen des Bretons (43 ans) et des Français (42,6 ans).

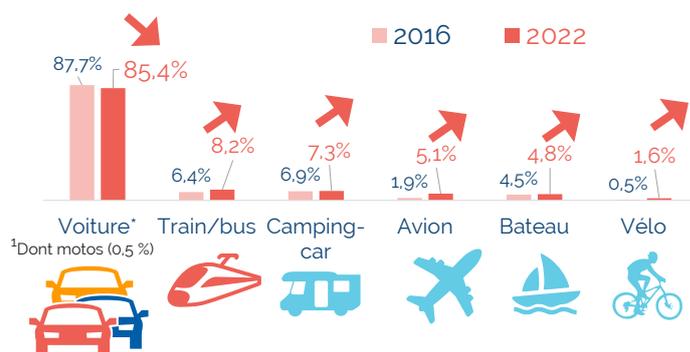
➤ Les «46-65 ans» sont les plus nombreux devant les «26-45 ans»

➤ Depuis 2016, les «66 ans et plus» progressent de 6 pts alors que les plus jeunes «18 ans et moins» reculent de 4 pts.

➤ Pour la Bretagne, les «66 ans et plus» représentent 2 pts de moins au profit de clientèles plus jeunes mais les tendances d'évolutions par rapport à 2016 sont les mêmes

#10 POUR VENIR EN SÉJOUR, LA VOITURE PRÉDOMINE MAIS RECULE LÉGÈREMENT

% des séjours (multi-réponses)



MODES DE TRANSPORT POUR VENIR EN SÉJOUR

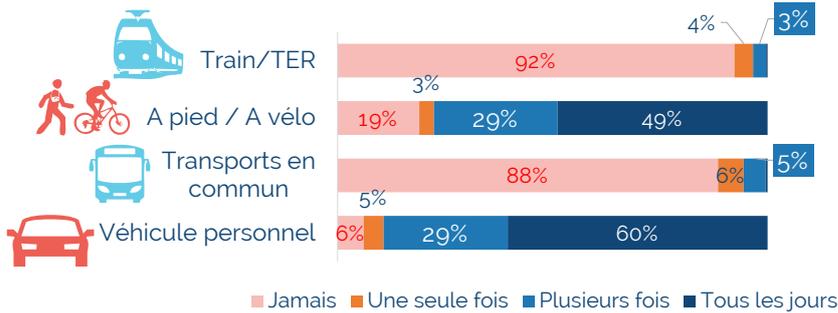
➤ La voiture (85,4 %), dont 0,5 % pour les motos, reste, de loin, le mode de transport prédominant pour venir en séjour même si sa part se réduit légèrement (- 2 pts).

➤ Les transports en commun progressent, à l'image du train et du bus, sans atteindre le niveau de la Bretagne (10 %), malgré les efforts produits ces dernières années (transports régionaux, LGV...).

➤ À noter, le poids toujours important des camping-cars (7 %), la progression de l'avion et le développement de l'usage du vélo qui reste (confidentiel) pour venir en séjour.

#11 AU COURS DU SÉJOUR, LES DÉPLACEMENTS SE FONT SURTOUT EN VOITURE, À PIED ET À VELO

Utilisation des modes de déplacement lors du séjour

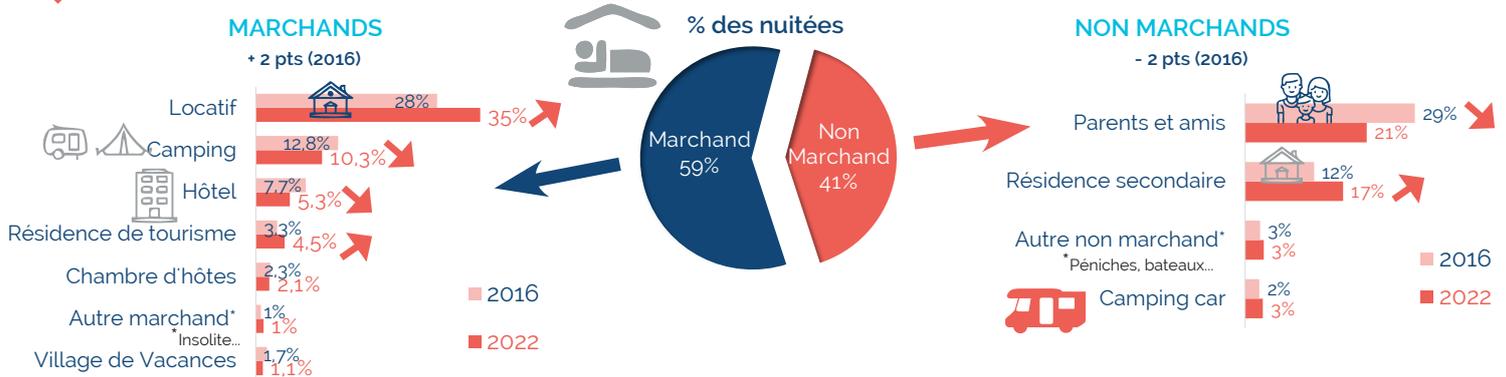


MODES DE DÉPLACEMENT AU COURS DU SÉJOUR



- Lors du séjour, les touristes utilisent leur véhicule personnel, plusieurs fois lors du séjour (29 %) voir tous les jours (60 %).
- La marche à pied et le vélo sont aussi très utilisés comme modes de déplacement.
- Par contre, les transports en commun et le train sont relativement peu utilisés

#12 RENFORCEMENT DES HÉBERGEMENTS MARCHANDS, EN PARTICULIER LES LOCATIONS



➤ Le locatif est le 1^{er} mode d'hébergement marchand (35 % contre 28 % en 2016), il comprend les meublés, gîtes, gîtes d'étape. Les nuitées ont ainsi fortement progressé depuis 2016.

➤ Le camping en 2^{ème} position (10,3 % contre 12,8 % en 2016) se répartit entre les nuitées en mobile-home/chalet (5,5 %) tente/caravane/insolite (4,8 %). Les nuitées en hôtellerie de plein air ont progressé de 35 %* entre 2016 et 2022.

➤ L'hôtellerie représente 5,3 % des nuitées (7,7 % en 2016) pour plus de 10 % des séjours, du fait d'une durée de séjour relativement courte (moins de 4 jours). Les nuitées en hôtellerie ont augmenté de 7 %* entre 2016 et 2022.

* Enquêtes annuelles INSEE - Hôtellerie et Hôtellerie de Plein Air - 2016 à 2022

➤ Les «Parents/amis» sont le 1^{er} mode d'hébergement non-marchand (21 %) mais la part a assez fortement baissé depuis 2016

➤ Dans le même temps les séjours en «Résidence secondaire» (17 %) progressent de 5 pts depuis 2016

➤ Les camping-cars représentent à peu près 3 % des nuitées, leur part a aussi progressé depuis 2016

REFLET 2022, CE N'EST QUE LE DÉBUT ! UNE COLLECTION À VENIR EN 2023 :

- REFLET N°2 - Comportements des touristes en Côtes d'Armor (motivations, modalités de réservation, satisfaction, activités pratiquées...)
- REFLET N°3 - Profils des excursionnistes
- REFLET - Publications et tableaux de bord par segments de clientèles : Origines des visiteurs - Profils - Modes d'hébergements...



RETROUVEZ LES ÉTUDES DE CÔTES D'ARMOR DESTINATION

- Les fiches «Génération», panorama des clientèles Alpha, Y et Z
- L'expérience Côtes d'Armor, volet 1 et 2, e-notoriété et avis clients
- Les tendances et chiffres clés du tourisme

Côtes d'Armor Destination
www.cad22.com

Études sur le tourisme :
www.armorstat.com



CONTACT

Vincent CORRE
Chargé de Développement Touristique
Côtes d'Armor Destination
02 96 62 72 13 - vcorre@cad22.com

