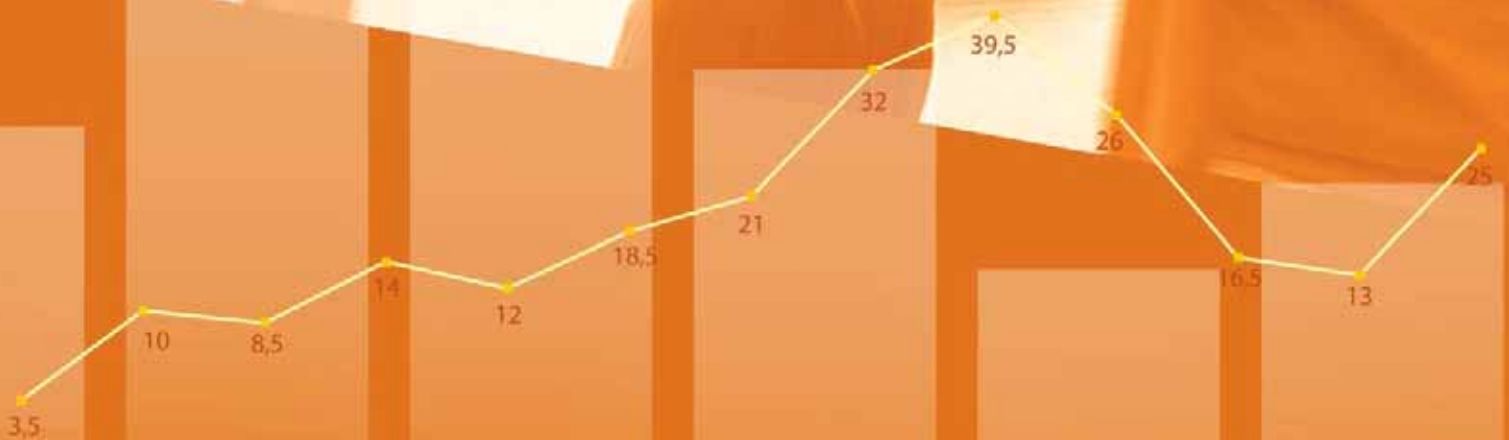


Finistère

N°3 - MARS 2007

La fréquentation touristique
en cœur de saison,
bord de saison et hors saison



sommaire

02 sommaire

03 données de cadrage

l'origine géographique
des clientèles françaises

04 l'origine géographique
des clientèles étrangères

le profil de la clientèle

05 la préparation du séjour

06 les modes d'hébergement,
les raisons de choix et les activités

07 la consommation touristique
et la satisfaction

Avertissement

Dans ce numéro, l'analyse porte sur l'ensemble des individus interrogés lors de l'enquête, répartis en 3 grandes périodes, selon la vague d'enquête où le questionnaire a été administré :

- cœur de saison : les mois de juillet et août
- bord de saison : les mois d'avril, mai, juin et septembre
- hors saison : les vacances scolaires des mois d'octobre à mars (vacances de février, de la Toussaint et de Noël)

À savoir

Grâce à l'enquête MORGOAT tourisme 2005, plus de 5 000 questionnaires ont été recueillis en Finistère. La richesse et le volume des informations collectées nous permettent de segmenter finement la clientèle touristique dans le Finistère pour approfondir sa connaissance et, ainsi, préciser les actions à entreprendre.

Cette publication partenariale est la troisième d'une série au niveau départemental. Nous vous rappelons qu'un premier numéro intitulé "La fréquentation touristique" est consacré aux chiffres clés et aux points de repères indispensables à une bonne compréhension de l'activité touristique en Finistère.



N°1
**La fréquentation
touristique**



N°2
**La fréquentation touristique
en hébergement
marchand
et non marchand**

Vous pouvez également télécharger les différentes publications, mises en ligne sur les sites internet de chacun des partenaires :

Comité départemental du tourisme du Finistère
www.finisteretourisme.com

CCI Brest
www.cci-brest.fr

CCI Morlaix
www.morlaix.cci.fr

CCI Quimper Cornouaille
www.quimper.cci.fr

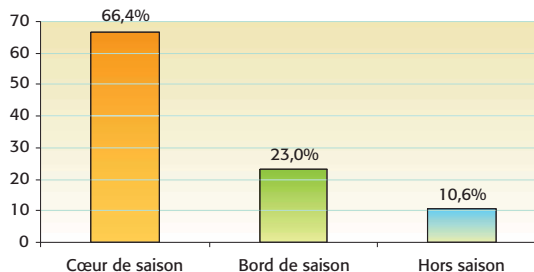
données de cadrage



Poids des nuitées par saison

Près de 7 nuitées sur 10 sont enregistrées sur juillet et août (cœur de saison).
A l'inverse, seulement 10 % des nuitées ont lieu en hors saison (d'octobre à mars).

Répartition des nuitées par saison

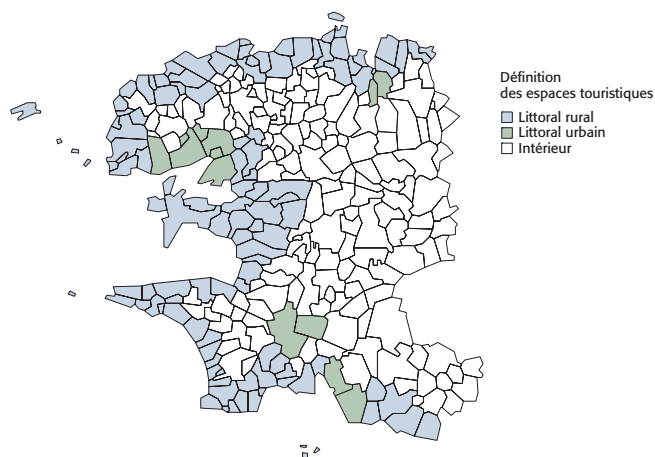


Fréquentation par espace touristique

en % des nuitées

	Année	Cœur de saison	Bord de saison	Hors saison
Littoral rural	81,4	81,4	85,0	74,8
Littoral urbain	10,0	9,5	9,1	15,2
Intérieur	8,5	9,1	6,0	10,0

L'espace littoral rural est de loin le plus fréquenté, notamment en bord de saison.
L'espace littoral urbain, quant à lui, recueille plus de 15 % des nuitées en hors saison, alors que la moyenne sur l'année se situe à 10 %.
L'espace intérieur est proportionnellement également plus prisé par les clientèles du hors saison (10 % des nuitées contre 8,5 % pour l'ensemble de l'année).



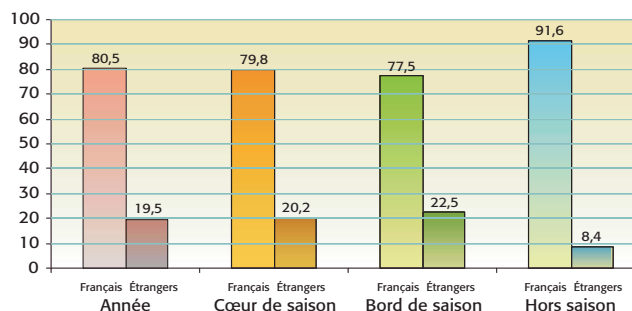
L'origine géographique des clientèles françaises

La répartition français/étrangers des nuitées

La clientèle française est proportionnellement plus présente en hors saison (91,6 % des nuitées totales contre 80,5 % sur l'année).

La clientèle étrangère, elle, plébiscite le Finistère en bord de saison (22,5 % des nuitées, de 3 points supérieurs à sa part annuelle).

La répartition français / étrangers (en % des nuitées)



Régions d'origine des français

Quelle que soit la saison, la clientèle de Paris/Ile de France arrive largement en tête des clientèles françaises, avec un pourcentage légèrement plus important en bord de saison.

La clientèle bretonne est en proportion plus présente en hors saison, alors qu'elle est au même niveau que la clientèle de Rhône-Alpes en cœur de saison et que celle des Pays de la Loire en bord de saison.

En revanche, les clientèles du Nord-Pas-de-Calais et de PACA sont essentiellement présentes en Finistère en cœur et en bord de saison.

Les 8 premières régions émettrices de clientèles françaises en Finistère (en % des nuitées)

	Année	Cœur de saison	Bord de saison	Hors saison
Ile-de-France	37,5	37,2	38,7	36,8
Bretagne	7,3	7,2	6,7	8,9
Rhône-Alpes	6,8	7,3	5,1	7,5
Pays de la Loire	6,7	6,5	6,7	8,1
Centre	4,9	4,4	6,5	4,3
Haute-Normandie	4,4	4,4	5,1	3,0
Nord-Pas-de-Calais	4,3	4,5	4,9	2,1
Provence-Alpes-Côte d'Azur	3,5	3,9	3,9	0,7
...

L'origine géographique des clientèles étrangères

Pays d'origine des étrangers

Les Britanniques demeurent la 1^{re} clientèle étrangère du département quelle que soit la saison. Cette clientèle est, en pourcentage, plus présente en cœur de saison (52 % des nuitées étrangères en été contre seulement 42,5 % en bord de saison). A contrario, la clientèle allemande semble privilégier le bord de saison (26,7 % des nuitées sur cette période contre 23,9 % globalement). C'est également le cas des clientèles belges dont la part est de 4 points supérieure à celle sur l'ensemble de l'année. En revanche, les Néerlandais ne privilégient pas de saison particulière pour leur venue en Finistère.

Pays d'origine des clientèles étrangères en Finistère (en % des nuitées)

	Année	Cœur de saison	Bord de saison
Grande Bretagne, Irlande*	49,0	52,0	42,5
Allemagne	23,9	21,5	26,7
Pays Bas	12,3	12,5	12,8
Belgique, Luxembourg	3,5	2,2	7,7
Espagne	3,4	4,6	0,6
...

* y compris les îles anglo-normandes

En hors saison, données non significatives

Le profil de la clientèle

L'âge des touristes

Les 60 ans et plus sont davantage présents en bord de saison (25,5 % des nuitées, contre 19 % dans la fréquentation globale)

alors que les moins de 20 ans sont plus nombreux en cœur de saison (vacances en famille).

Le type de groupes

	Année	Cœur de saison	Bord de saison	Hors saison
En famille	46,2	53,9	33,5	47,1
En couple	38,9	32,2	50,8	36,7
Seul(e)	4,9	3,5	5,8	7,1
Seul(e) avec des amis	3,7	4,0	3,5	3,4
En famille avec des amis	3,7	4,1	2,6	4,5
En couple avec des amis	3,5	3,1	4,6	2,5

(en % des séjours multi-réponses)

La clientèle familiale est la plus représentée, notamment en cœur de saison où elle représente 53,9% des séjours.

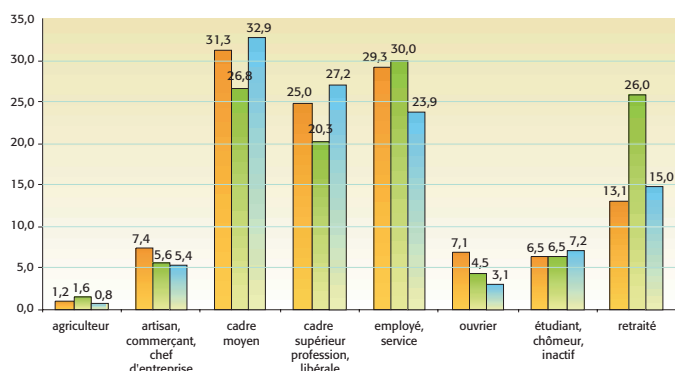
La clientèle en couple est proportionnellement plus présente en bord de saison (50,8 % des séjours).

Les professions et catégories sociales

Proportionnellement, la part des retraités est deux fois plus importante en bord de saison qu'en cœur de saison.

Les cadres sont, eux, davantage présents en hors saison.

Les professions et catégories sociales (en % des séjours - multi-réponses)



Les revenus

Les revenus nets mensuels du foyer (en % des séjours)

	Cœur de saison	Bord de saison	Hors saison
Moins de 1200€	3,7	6,0	5,0
De 1200€ à moins de 2000€	15,4	15,4	16,8
De 2000€ à moins de 3000€	26,9	30,5	23,2
De 3000€ à moins de 4000€	24,1	23,9	26,4
De 4000€ à moins de 6000€	19,6	16,6	17,0
6000€ et plus	10,3	7,6	11,6

La part des foyers dont le revenu mensuel est égal ou supérieur à 3 000 euros est plus importante en hors saison (55 % des séjours) et en cœur de saison (54 %) que sur l'ensemble de l'année (52,3 %).

la préparation du séjour

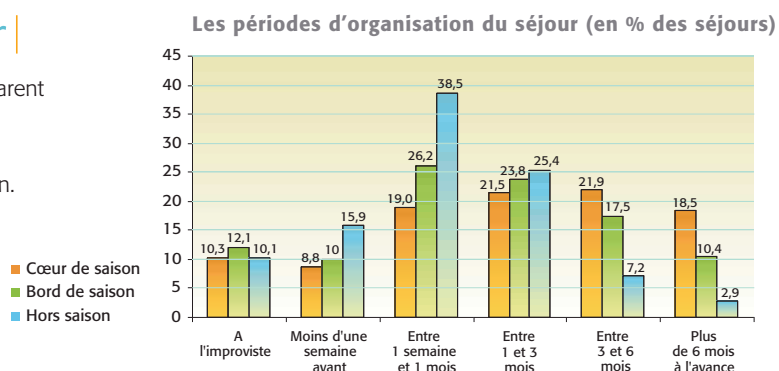
Le cadre

En été, près de 9 séjours sur 10 sont réalisés dans le cadre de congés annuels, contre 7 sur 10 en hors saison. Cependant, en hors saison, 14,4 % des séjours se font lors de week-ends et ponts.

L'organisation du séjour

62 % des séjours réalisés en cœur de saison se préparent plus d'un mois à l'avance.

Ils ne sont que 35,5 % pour les séjours en hors saison.



Prestations réservées à l'avance

	Cœur de saison	Bord de saison	Hors saison
Le transport	8,7	10,1	9,4
La location de véhicule	2,8	3,5	2,6
Les activités	2,8	1,8	2,6
Un ensemble de prestations	1,8	2,7	0,5
L'hébergement seul	50,2	45,6	33,1
L'hébergement en demi-pension	3,3	4,9	3,5
L'hébergement en pension complète	1,2	2,0	1,0
Aucune	37,4	39,4	55,5

(en % des séjours multi-réponses)

En hors saison, 55% des séjours ne font l'objet d'aucune réservation, alors qu'ils ne sont que 37,4 % en cœur de saison.

L'hébergement seul est proportionnellement plus réservé en cœur de saison (50,2 % des séjours).

Hésitation dans le choix de la destination

La clientèle en cœur de saison est plus indécise dans son choix de destination que celle venant en Finistère en hors saison. De plus, en bord de saison, la clientèle hésite davantage avec un pays étranger.

	Cœur de saison	Bord de saison	Hors saison
Oui	23,8	18,4	10,8
Non	76,2	81,6	89,2

en % des séjours

La préparation

Les moyens de préparation du séjour
(en % des séjours - multi-réponses)

	Cœur de saison	Bord de saison	Hors saison
Connaît la région	38,9	36,7	49,6
Aucune préparation	34,0	35,6	50,2
Guide touristique	37,9	40,7	25,1
Internet	37,0	33,1	28,5
Bouche à oreille	25,1	24,7	15,7
Office de tourisme	23,9	22,0	14,7
Originaire de la région	13,4	13,8	25,2
Autre	8,9	10,6	11,0
Forte notoriété	9,1	9,6	4,8
Publicité (presse, radio, télévision) et prospectus	6,8	5,9	3,5
Comité d'entreprise, association	3,6	5,2	3,4
Agence de voyages	2,8	4,3	1,0
Foire, exposition, salon	0,6	1,3	0,6

50% des clientèles venant en hors saison en Finistère connaissent déjà le département et ne préparent pas leur séjour. 1/4 de ces clientèles sont également originaires de la région.

En revanche, lorsque le séjour fait l'objet d'une préparation, les guides touristiques sont davantage privilégiés en bord de saison (40,7 %) que sur les autres périodes, alors qu'Internet est proportionnellement plus utilisé en cœur de saison (37 % des séjours).

Les modes d'hébergement, les raisons de choix et les activités

La répartition marchand/non marchand

62 % des nuitées sont réalisées dans des hébergements marchands en bord de saison, contre 36 % en hébergement non marchand.

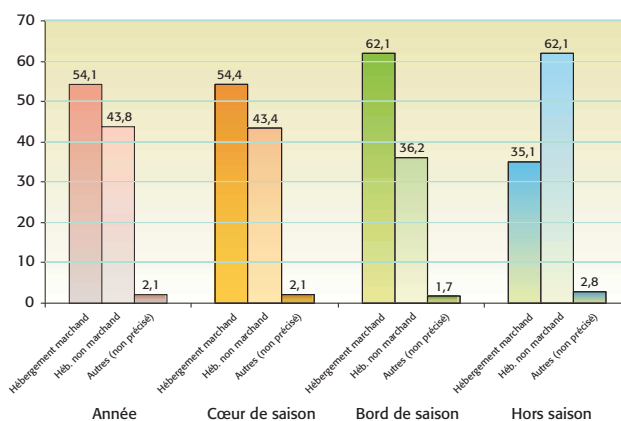
La proportion est inverse en hors saison.

La répartition en cœur de saison est identique à celle enregistrée sur l'ensemble de l'année.

Les modes d'hébergement utilisés (en % des nuitées)

	Année	Cœur de saison	Bord de saison	Hors saison
Hôtel	4,9	4,0	6,9	6,2
Résidence de Tourisme	4,4	2,5	9,5	5,1
Camping	17,7	21,1	15,7	1,0
Meublé ou location saisonnière	15,1	16,6	13,8	9,0
Village de vacances, hébergement collectif	2,8	2,1	3,9	5,0
Gîte rural	7,8	7,1	9,8	8,0
Chambre d'hôte	1,4	1,0	2,5	0,8
Total marchand	54,1	54,4	62,1	35,1
Résidence principale de parents et amis	10,0	8,9	7,7	21,7
Résidence secondaire de parents et amis	10,7	11,2	10,4	8,2
Résidence secondaire personnelle	20,9	21,0	16,2	30,3
Autre non marchand	2,2	2,3	1,9	1,9
Total non marchand	43,8	43,4	36,2	62,1
Autre	2,1	2,1	1,7	2,8

La répartition marchand/non marchand (en % des nuitées)



Proportionnellement, l'hôtellerie obtient de meilleurs résultats en dehors du cœur de saison.

Elle gagne des parts sur l'hôtellerie de plein air qui naturellement est davantage plébiscitée en été.

A noter la part des nuitées en résidence de tourisme en bord de saison : 9,5 % contre 4,4 % sur l'ensemble de l'année.

En hébergement non marchand, 30,3 % des nuitées réalisées en hors saison le sont en résidence secondaire personnelle et 21,7 % en résidence principale de parents, amis.

Les raisons du choix

Quelle que soit la période de séjour, les touristes choisissent de venir en Finistère principalement pour les côtes et activités liées à la mer et le patrimoine naturel.

En revanche, la visite à des parents et amis et les origines bretonnes

sont mises en avant pour les séjours en hors saison, alors que l'aspect "moins de concentration touristique" n'est cité que pour 14,9 % des séjours à cette période (contre 20,1 % pour l'ensemble des séjours sur l'année).

Les activités pratiquées

Quelle que soit la période, la balade est l'activité la plus pratiquée, notamment en hors saison (81,6 % des séjours)

En cœur de saison, la plage et la baignade sont naturellement privilégiées par les clientèles (61,4 %) ainsi que les fêtes, festivals et animations (13,2 %).

En revanche, d'autres activités sont pratiquées indépendamment d'une période (visite de monuments ou musées, découverte de spécialités culinaires,...)

Les activités pratiquées lors d'un séjour en Finistère (en % des séjours - multi-réponses)

	Année	Cœur de saison	Bord de saison	Hors saison
Balade (à pied, à vélo)	73,7	70,0	75,1	81,6
Plage, baignade	46,7	61,4	37,7	21,1
Visite de sites naturels	46,4	45,2	51,6	41,1
Repos	39,4	37,2	40,0	44,4
Visite de monuments ou musées	22,8	23,0	24,2	19,8
Découverte de spécialités culinaires	15,2	14,1	16,6	15,7
Découverte des îles	13,0	14,9	12,8	8,1
Bateau, activités maritimes, plongée	12,9	15,1	11,0	10,3
Grande randonnée pédestre	11,1	9,4	12,7	12,9
Fêtes, festivals, spectacles	8,8	13,2	4,4	4,2
Visite d'un parc d'attraction, à thème ou d'un équipement de loisirs	8,2	8,1	7,5	10,0
Entretien, jardinage	7,2	4,7	7,0	14,5
Autre (non précisé)	7,2	4,3	7,7	14,4
Visite de parcs et jardins	5,6	5,5	6,7	3,8
Activité sportive	4,8	5,7	3,7	4,3
Visite d'entreprises, sites techniques	0,8	0,8	0,3	1,8

la consommation touristique et la satisfaction

Indicateurs de consommation

	Cœur de saison	Bord de saison	Hors saison
Dépense moyenne/jour/personne (en €)	28,3	31,6	28,8
Durée moyenne de séjour (en jours)	14,7	9,8	7,0
Taille moyenne du groupe (en personnes)	4,0	3,1	3,5
Budget du séjour (en €)	1 700	1 000	700

La dépense moyenne par jour et par personne la plus élevée est enregistrée en bord de saison (31,6€).

Le budget global est le plus élevé en cœur de saison du fait d'une durée moyenne de séjour plus longue et d'une taille moyenne du groupe plus importante.

La fidélité des touristes

La clientèle en hors saison est la plus fidèle au Finistère (33,4% des séjours de cette clientèle sont réguliers).

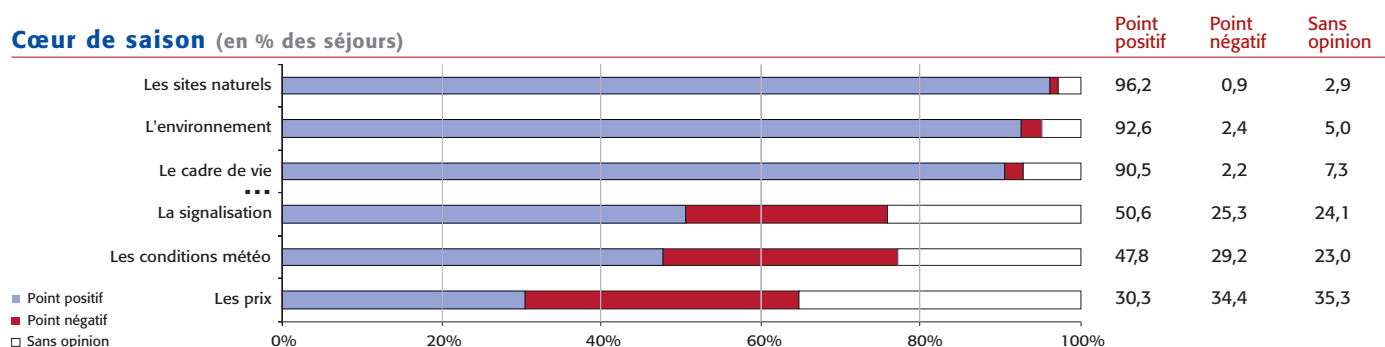
A l'inverse, pour 64% des séjours réalisés en cœur et en bord de saison, il ne s'agit d'au plus que du 4^e séjour.

	Cœur de saison	Bord de saison	Hors saison
C'est le premier séjour	31,3	28,1	12,2
Entre 2 et 4 séjours	33,1	36,7	21,8
Entre 5 et 10 séjours	16,1	12,1	16,7
Plus de 10 séjours	2,7	4,0	8,8
Vous venez très régulièrement	14,1	15,5	33,4
Vous habitez en Bretagne	2,7	3,6	7,1

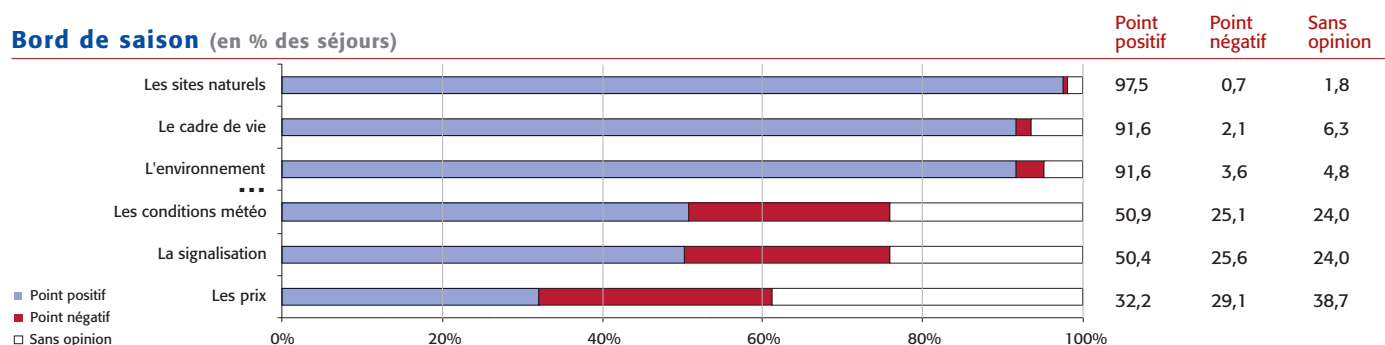
en % des séjours

Principaux points positifs et points négatifs

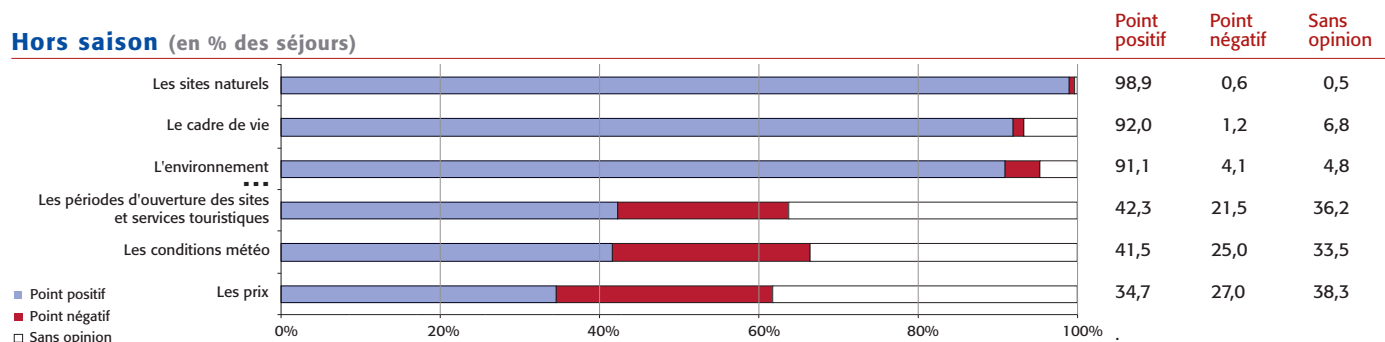
Cœur de saison (en % des séjours)



Bord de saison (en % des séjours)



Hors saison (en % des séjours)



Les sites naturels, le cadre de vie et l'environnement sont les principaux points positifs relevés par les touristes en séjour en Finistère et ce quelle que soit la saison.

En ce qui concerne les points négatifs, les conditions météo et les prix

sont cités en toutes circonstances. La signalisation apparaît en cœur et bord de saison, alors que les périodes d'ouverture des sites et services touristiques recueillent 21 % de mécontents parmi les séjours en hors saison.



Conseil général du Finistère
32 boulevard Duplex
29196 Quimper cedex
tél 02 98 76 20 20
fax 02 98 76 20 16
e.mail : contact@cg29.fr
www.cg29.fr

CCI Brest
1 place du 19^e R.I.
BP 92028, 29220 Brest cedex 1
tél 02 98 00 38 79
fax 02 98 00 39 01
e.mail : tourisme@cci-brest.fr
www.cci-brest.fr

**Comité départemental
du tourisme**
4 rue du 19 mars 1962
29018 Quimper cedex
tél 02 98 76 24 77
fax 02 98 52 19 19
e.mail : cdt29.observation@finisteretourisme.com
www.finisteretourisme.com

CCI Morlaix
aéroport
CS 27934, 29679 Morlaix cedex
tél 02 98 62 39 39
fax 02 98 62 39 50
e.mail : contact@morlaix.cci.fr
www.morlaix.cci.fr

CCI Quimper Cornouaille
145 avenue de Keradenec
29330 Quimper cedex
tél 02 98 98 29 29
fax 02 98 98 29 50
e.mail :
gaelle.mevellec@quimper.cci.fr
www.quimper.cci.fr

Remerciements

Nous remercions très sincèrement toutes les personnes sans qui la phase terrain de cette enquête n'aurait pu se dérouler dans d'aussi bonnes conditions, en particulier les compagnies maritimes de l'île de Batz, Océanopolis, la pointe du Raz - grand site de France, la ville close de Concarneau, les boulangeries de Carhaix, Clohars-Carnoët, Fouesnant, Crozon, Plouguerneau et Carantec, ainsi que ceux, qui de février à Noël 2005, ont facilité le travail des enquêteurs, en particulier les communes et offices de tourisme locaux.

Nous remercions aussi les membres des comités technique et de pilotage, réunis au sein du réseau MORGEOAT enquête Tourisme et tout particulièrement 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 études 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. De même, les équipes des CDT, des CCI de Bretagne, le responsable des études de la CRCI et l'ORTB qui ont participé, pour ce qui relève de leur domaine de compétence, à la mise en œuvre de la méthodologie et à la production des résultats.

Nous remercions bien entendu l'ORTB (Observatoire régional du tourisme de Bretagne) qui a initié cette vaste opération en 2002 et en a assuré la coordination.

- Réalisation de la publication : Comité départemental du tourisme du Finistère, Chambres de commerce et d'industrie du Finistère
- Source : MORGEOAT enquête tourisme 2005 - terrain TNS SOFRES, traitement ORTB
- Coordination régionale de l'opération : Observatoire régional du tourisme de Bretagne
- Partenaires financiers et techniques du réseau MORGEOAT tourisme :
l'État, le Conseil régional de Bretagne, l'Observatoire régional du tourisme de Bretagne,
le Conseil général, le CDT et la CCI des Côtes d'Armor,
le Conseil général, le CDT du Finistère et CCI 29,
le Conseil général d'Ille et Vilaine, le CDT de Haute-Bretagne - Ille et Vilaine et Force 5,
le Conseil général, le CDT et la CCI du Morbihan