

# BILAN TOURISTIQUE 2009

Loire-Atlantique

**Le 15 octobre 2009**

À la Vitrine touristique départementale  
6 allée Brancas - Nantes



## LE MOT DU PRESIDENT



Globalement, la saison touristique 2009 est satisfaisante puisque la fréquentation du département se maintient au niveau de l'an passé ce qui, dans le contexte économique morose de l'été, n'est déjà pas si mal. En revanche, ces éléments de tendances cachent des disparités entre les différentes parties du département et entre les différents modes d'hébergement.

**L'hôtellerie de plein air** voit sa fréquentation fortement augmentée par rapport à la même période l'an passé, même si cette augmentation de fréquentation s'accompagne d'une baisse de la durée des séjours. Globalement les recettes des services annexes enregistrent une hausse par rapport à l'an dernier.

**L'hôtellerie** voit sa fréquentation globale en légère baisse ; cette dernière est due en majeure partie au recul des clientèles affaires qui impacte plus durement les villes et les zones de forte activités industrielles (Nantes, Ancenis par exemple). A contrario, l'hôtellerie littorale enregistre une légère hausse de sa fréquentation.

**Les gîtes de France** enregistrent un léger recul de fréquentation par rapport à l'an dernier.

**La restauration**, malgré une baisse de la TVA intervenue début juillet, est fortement impactée par la crise ; cela se traduit à la fois par une baisse du nombre de couverts et une baisse du ticket moyen.

**Les sites et lieux de visite** font un bon début de saison pour la plupart ; toutefois ce bon départ est un peu minoré par la fréquentation en recul en août, notamment en raison de très bonnes conditions météo qui défavorisent la fréquentation des sites couverts.

Le phénomène le plus marquant de cette année 2009 restera le net recul des clientèles étrangères et l'augmentation de la part des clientèles locales et régionales dans la fréquentation de notre territoire.

On notera également que quelques grandes tendances esquissées depuis 1 à 2 ans se confirment :

- l'accentuation de la réservation de dernières minutes ;
- La recherche du meilleur rapport qualité prix.

Ces deux tendances sont étroitement liées au développement d'Internet : plus de 65 % des français utilisent Internet dans la préparation de leurs vacances.

Yvon MAHE  
Président du Comité départemental  
du tourisme de Loire-Atlantique

# SOMMAIRE

<b>ENQUETES DE CONJONCTURE NATIONALE ET REGIONALE</b>	<b>4</b>
CONJONCTURE NATIONALE	4
CONJONCTURE REGIONALE	4
<b>FREQUENTATION DEPARTEMENTALE</b>	<b>5</b>
HOTELLERIE	5
CPIH 44	6
HOTELLERIE DE PLEIN AIR	7
SYNDICAT PROFESSIONNEL DE L'HOTELLERIE DE PLEIN AIR 44	8
GITES RURAUX	9
LA SAISON EN QUELQUES SITES...	10
L'ECHO DES PAYS TOURISTIQUES	13
L'ECHO DES OFFICES DE TOURISME	20
<b>CONSEIL GENERAL</b>	<b>26</b>
<b>CONTACT PRESSE</b>	<b>28</b>

# Enquêtes de conjoncture nationale et régionale

Les enquêtes de conjoncture sont des enquêtes d'opinion réalisées auprès des professionnels pendant la saison, destinées à connaître rapidement les grandes tendances.

## Conjoncture nationale

(Source : Extrait du Baromètre de conjoncture réalisé par TNS Sofres pour Atout France)

Pour l'activité des mois d'été, les déclarations de professionnels de l'hébergement et de la restauration laissent prévoir, à début août, des perspectives bien différentes selon leur catégorie :

- médiocres pour les hôteliers et les restaurateurs tant en juillet qu'en août
- bonnes chez les loueurs individuels et collectifs en juillet et en août
- très bonnes pour l'hôtellerie de plein air, sur les deux mois. Ce sont les loueurs individuels et collectifs et surtout les gestionnaires de camping qui s'en sortent le mieux. Ils seraient les principaux bénéficiaires d'une saison estivale finalement correcte ; à relier peut-être à la prévision de demande soutenue de la part des résidents Français. En effet ceux-ci privilégiaient bien plus que l'année dernière les départs en France plutôt qu'à l'étranger, dans l'enquête pré-estivale du mois de juin.

## Conjoncture régionale

(Source : ORT – Extrait du Baromètre touristique)

*Méthodologie : Baromètre de conjoncture réalisé par la SEM Régionale des Pays de la Loire, pour le compte de l'Observatoire Régional du Tourisme en collaboration avec les cinq Comités Départementaux du Tourisme. Analyse des 600 réponses des professionnels en région.*

### **Une bonne saison touristique dans l'ensemble pour les professionnels des Pays de la Loire**

Le baromètre de conjoncture touristique des Pays de la Loire dresse en cette fin de saison 3 constats principaux : une bonne saison touristique pour la moitié des professionnels interrogés, une hausse constante de la clientèle française et une baisse confirmée des touristes étrangers, et enfin, une fréquentation soutenue dans les campings et lieux de visite mais une baisse d'activité des restaurants et des hôtels.

### Une assez bonne saison pour deux tiers des professionnels du tourisme

Deux tiers des professionnels enquêtés déclarent que, dans l'ensemble, la saison touristique 2009 (avril à août) a été assez bonne ou très bonne. Ce sont surtout les établissements localisés en zone littorale et rurale qui sont satisfaits.

L'activité a été assez soutenue aux mois d'avril, mai et juin, plus contrastée pour les mois de juillet et août.

### Juillet et août 2009 en demi-teinte

40% des professionnels déclarent que la fréquentation a été inférieure aux mois de juillet-août cette année par rapport à l'an dernier. Toutefois, les professionnels des zones rurales et littorales semblent, eux, tirer leur épingle du jeu. Pour au moins 60% d'entre eux en effet, la fréquentation a été stable ou supérieure.

### Campings et lieux de visites ont le vent en poupe...

A l'analyse des retours des professionnels, 3 groupes d'établissements peuvent être formés : le premier ensemble correspond aux établissements qui ont connu une fréquentation plutôt supérieure par rapport à 2008. Il s'agit des campings et des lieux de visites : plus d'un tiers des ces établissements ont constaté une hausse de leur fréquentation, cette part est plus élevée dans les espaces ruraux.

Le second groupe correspond aux établissements qui ont connu une fréquentation stable : les gîtes, les villages vacances, les chambres d'hôtes ainsi que les offices de tourisme.

Un troisième groupe enfin, composé des restaurants, hôtels et résidences de tourisme, déclare à plus de 50% que la fréquentation a été inférieure. En période de crise économique et de budget serré, on peut supposer que les touristes se sont portés sur des hébergements bon marché et ont dû réduire leurs dépenses de restauration

### Les professionnels témoignent...

- Crise oblige, les touristes ont été prudents dans leurs achats et se sont portés sur des activités culturelles et de loisirs « bon marché ».
- Certains professionnels s'interrogent sur les conséquences de la grippe A pour leur activité.
- Les clients sont très exigeants sur le rapport qualité /prix.
- Pour la restauration, la baisse de la TVA n'a pas eu d'effet sur les ventes.
- Les réservations se font de plus en plus au dernier moment pour des séjours plus courts.

# FREQUENTATION DEPARTEMENTALE

## Hôtellerie

(Source INSEE de mai à août)

### Département

#### **Le recul des clientèles affaires se fait ressentir dans l'hôtellerie**

Dans le département entre mai et août 2009, l'hôtellerie a accueilli 3% de clients en moins par rapport à la même période en 2008 et 3% de nuitées en moins également.

Cette baisse du nombre de clients est notamment le fait d'un mauvais mois de mai (-8% d'arrivées), qui était en forte hausse la saison dernière. La fréquentation dans les hôtels du département est restée stable en août. Ce sont aussi bien les clientèles françaises qu'étrangères qui sont venues moins nombreuses dans les hôtels du département, et cette baisse du nombre de clients accueillis est surtout observée en hôtellerie 3\* et 4\*. Le pourcentage de clientèle venue pour affaires notamment a baissé au cours de cette période. Les nuitées générées par ces clients connaissent également une légère baisse de 3%. Cette baisse des nuitées étant plus limitée pour les clientèles françaises du fait d'une durée de leurs séjours en moyenne rallongée par rapport à 2008.

### Littoral

#### **+3% de clients dans les hôtels du littoral**

De mai à août 2009, les hôtels du littoral de Loire-Atlantique ont accueilli 3% de clients supplémentaires par rapport à la même période de l'année dernière. Ces clients ont généré dans l'hôtellerie littorale 1% de nuitées supplémentaires.

Cette hausse des arrivées est surtout observée en mai (+6%), en juillet (+3%) et en août (+8%). Elle concerne principalement les clientèles françaises (+4%), notamment en août. Le mois de juin enregistre une fréquentation en baisse de 6%.

Les clients étrangers, après être venus en nombre en 2007, étaient venus moins nombreux en 2008 mais également cette année. Les arrivées étrangères sont en recul de 6% sur cette période de mai à août, notamment dans l'hôtellerie 0 à 2\*, cette baisse étant plus limitée dans les établissements classés 3\* ou 4\*.

### Agglomération nantaise

#### **Une baisse des arrivées de 9% dans l'hôtellerie de l'agglomération nantaise**

De mai à août 2009, les hôtels de l'agglomération nantaise ont accueilli -9% de clients par rapport à 2008. Ces baisses de clientèles sont principalement observées en mai (-18% d'arrivées), en juillet (-8% d'arrivées) et en août (-13%). Le mois de juin enregistre une fréquentation stable. Ces baisses de fréquentation sont très importantes en hôtellerie 3\* et 4\*, elles sont également présentes dans les établissements 0\* et 1\*, mais sont plus limitées en hôtellerie 2\*. Les nuitées ainsi générées par les clients ont également connu une baisse de 9% de mai à août. Des durées moyennes de séjour stables en mai, juillet et en août ont limité la baisse des nuitées. Des séjours plus courts en juin ont eu pour conséquence une baisse de 6% des nuitées au cours de ce mois alors que le nombre de clients accueillis était resté stable.

---

# CPIH 44

---

(Source Confédération des Professionnels Indépendants de l'Hôtellerie 44)  
Hôteliers Restaurateurs Cafetiers Discothèques

## Les saisonniers

Début de saison morose : beaucoup moins d'anglais que les autres années dû à la conjoncture.

Un léger mieux entre le 12 et 20 juillet et ensuite grâce au beau temps qui a persisté jusqu'au 15 septembre.

Un équilibrage de la fréquentation en nombre a permis d'avoir une saison correcte mais qui ne rattrapera pas le manque à gagner du mois de juillet. La fréquentation des étrangers y est pour quelques choses. Heureusement les français étaient présents beaucoup plus cette année.

Nous ne pensons pas que l'effet TVA ait produit un effet positif sur la fréquentation comme espéré.

Nos clients fidèles recherchent avant tout un rapport « qualité-prix » ce que les professionnels « les vrais » ont toujours respecté.

## Les discothèques sur la côte

Même mois de juillet que 2008 avec moins 10 % sur le mois d'août par rapport à l'an dernier.

Un constat : les clients arrivent en discothèque plus tard

**Important :** La fermeture du Pont de Saint-Nazaire pour travaux (pendant 6 mois) pose un réel problème pour tous les commerçants. Ils se trouvent privés de la clientèle située de l'autre côté du pont.

Il serait bon d'envisager d'autres alternatives moins radicales comme la circulation alternée.

## Les Hôteliers

-6 % en juillet pour les pays de la Loire.

Sur la région nantaise : - 4 % en juillet et un mois d'août quasi équivalent à celui de 2008 avec une clientèle française qui s'est maintenue, la présence d'une clientèle de l'Europe du sud dynamique et de bonnes retombées engendrées par les fêtes de l'Estuaire.

Une clientèle qui est liée à la météo annoncée.

En septembre, retour de la clientèle professionnelle.

La durée des séjours pour l'hôtellerie 0, 1 et 2 étoiles étaient de 2,5 nuitées.

**Constat :** les trésoreries s'étiolent, c'est une période difficile et notamment par rapport aux travaux liés aux nouvelles normes de 2011.

## Les bars à ambiance musicale

Un mois de juillet et août identiques à celui de 2008.

Compte-tenu de l'arrivée des gens très tardive, le travail est différent. On réduit le temps de travail et les clients arrivent plus tard donc le métier devient difficile.

## Les restaurants sur la région nantaise

La restauration moyenne ou haute gamme a connu une baisse du chiffre d'affaires sauf en Août. Un mois de Juillet moins bon qu'en 2008. Ce n'est pas une question de prix car certains restaurateurs ont baissé leur prix dans le cadre de la baisse de la TVA. Certains secteurs par région tirent leurs épingles du jeu. La météo pourtant favorable ne laisse pas une excellente saison en chiffres et en mémoire.

**Constat :** baisse du nombre de couverts et baisse du ticket moyen.

---

# Hôtellerie de plein air

---

(Source Cyvelstats de mai à août)

---

## Département

---

### **Des clients toujours plus nombreux et des séjours toujours plus courts**

Dans l'hôtellerie de plein air départementale, les clients sont venus 18% plus nombreux qu'en 2008 sur la période de mai à août, mais ayant raccourci leurs séjours, le volume de nuitées qu'ils ont consommé reste plus limité à +6% par rapport à 2008.

La saison a bien débuté en mai et en juin avec de belles hausses d'arrivées et de nuitées. Le mois de juillet enregistre +18% de clients par rapport à 2008 et une consommation de nuitées en hausse de 5%. Au mois d'août, le volume de clients venu dans les campings du département est également en hausse de 13% et les nuitées générées de +6%.

Ces hausses de fréquentation sont principalement le fait des clientèles françaises venues 19% plus nombreuses, accentuées par le fait qu'elles représentent 88% des nuitées consommées dans les campings. Les clients étrangers sont également venus 7% plus nombreux notamment en mai et en juin. Ces clientèles étrangères sont en recul en juillet, mais alors qu'elles sont venues plus nombreuses en août elles y ont réalisé des séjours très courts.

La majeure partie des clients accueillis dans les campings du département est d'origine française et surtout régionale : 39% des nuitées françaises sont réalisées par des touristes originaires des Pays de la Loire, dont 15% de Loire-Atlantique et 11% du Maine & Loire.

---

# Syndicat Professionnel de l'Hôtellerie de Plein Air 44

---

Le phénomène de réservation de dernière minute se confirme et s'amplifie cette année encore.

Globalement pour cette saison 2009, les professionnels ont constaté des réservations de plus en plus tardives, que ce soit pour les week-ends en avant saison ou pour les vacances estivales. Des réservations de nuitée ont même été sollicitées pendant les mois de juillet et août.

Comme l'année précédente, les professionnels ont du faire des offres commerciales en raison du retard des réservations par rapport à 2008. Les clients attendent davantage les promotions et n'hésitent pas à négocier les prix.

Les professionnels ont parfois vu arriver une nouvelle clientèle qui ne connaissaient pas le camping et notamment la location de mobil home.

Pendant toute la saison, les étrangers et notamment les anglais se sont fait remarquer par leur absence. La clientèle de proximité a comblé cette baisse de fréquentation étrangère.

Le calendrier favorable et la météo étant au rendez-vous, les professionnels de l'Hôtellerie de Plein Air ont très bien travaillé en avant saison.

Cependant, le mois de juillet a été plus difficile en matière de fréquentation, et notamment sur les deux dernières semaines. La fréquentation du mois d'août est en hausse par rapport à 2008.

Grâce aux températures estivales, le mois de septembre a connu une très bonne fréquentation en week-end.

De manière générale, les recettes des services annexes sont en hausse par rapport à la saison précédente, et ce sur toute la saison.

---

# Gîtes ruraux

---

(Source Gîtes de France – réservations)

## 2009 : Baisse de l'activité par rapport à 2008

Pour la deuxième année consécutive, l'activité se ralentit et connaît une légère baisse par rapport à 2008.

**Au 1<sup>er</sup> octobre, le nombre de contrats réalisés par la Centrale de réservation** : 4245 contre 4486 en 2008 (soit – 5.3%), **et le nombre de semaines louées sont en baisse** : 5133 semaines contre 5871 (soit -12.6%). **Le nombre de contrats effectués par Internet est aussi en baisse 6%** : 1629 contrats contre 1731 en 2008. Par contre, la part des contrats Internet par rapport au nombre total de contrats réalisés est stable : 38%.

**Le chiffre d'affaires global est en baisse de 3%.**

### Taux d'occupation des gîtes en centrale de réservation :

**Avant-saison** : Le taux d'occupation est resté stable en janvier (28%) mais a baissé en février (33% contre 38% en 2008). Par contre il a augmenté de mars à juin (45% contre 41% en moyenne en 2008).

**Juillet/Août** : Le taux d'occupation du mois de juillet est en légère hausse par rapport à 2008 (71% contre 68%). Celui du mois d'août est, quant à lui, en légère baisse (88% contre 89% en 2008).

**Après-saison** : Le taux d'occupation du mois de septembre est légèrement en retrait par rapport à celui de septembre 2008 (40% contre 42% en 2008).

**Nombre de semaines louées par gîte** : il est en baisse d'environ deux semaines par rapport à 2008 : **14 semaines contre 16 semaines l'an dernier à la même date.**

**Origine de la clientèle** : Français : 89% (87% en 2008) – Etrangers : 11% (13% en 2008).

**Provenance de la clientèle France** : 1) Paris-IDF : 29% - 2) Bretagne/ Norm. : 15% - 3) PDL : 13%

**Provenance de la clientèle étrangère** : 1) GB : 39% - 2) Belgique : 19% - 3) Allemagne : 12%

Maintien des principales clientèles françaises, baisse de la clientèle britannique mais clientèles belges et allemandes en augmentation.

**Durée moyenne des séjours** : **augmentation des courts séjours** (< ou égal à 1 semaine) : 51% contre 48% en 2008 et baisse des longs séjours (> à 2 semaines) : 7% contre 11% en 2008.

**Pourcentage d'annulations** : il est en léger retrait par rapport à l'an dernier : **25% contre 27% en 2008.**

### Quelques explications à ces résultats :

- **Les propriétaires de 86 gîtes ont opté pour la gestion en planning partagé** (c'est la 1<sup>ère</sup> année) et donc un certain nombre de contrats effectués au préalable par la centrale ont été réalisés en direct par les propriétaires.
- Compte tenu du ralentissement économique, il a été effectivement enregistré une **baisse des contrats professionnels sur les mois de février, mars et avril.**
- **La baisse de la durée moyenne des séjours** explique en partie **la baisse du nombre de semaines louées.**

---

# La saison en quelques sites...

---

(Source Sites, d'avril à août)

## Equipements touristiques de Saint-Nazaire :

---

### Bilan saison 2009 (juin à septembre) des visites<sup>(1)</sup> gérées par Saint-Nazaire Tourisme et Patrimoine

Visiteurs payants sur l'ensemble des visites\*, de juin à septembre 2009 :  
**121 244** contre **122 636** en 2008, soit un **léger recul** (-1,1%)

(1) Les lieux de visite : Escal'Atlantic ; le sous-marin Espadon ; l'Ecomusée ; le tumulus de Dissignac ; et les visites d'entreprises : chantiers navals STX ; Airbus Saint-Nazaire ; Port Atlantique Nantes Saint-Nazaire (+ croisière).

### Nombres de visiteurs par site pendant cette période (chiffres arrondis) :

Escal'Atlantic	47 100 (dont environ 25% d'enfants 4-12 ans)
Sous-marin	42 700
Chantiers navals	15 600
Airbus	6 600
Ecomusée + tumulus	5 300
Port Atlantique + croisière	3 200

**Escal'Atlantic et le sous-marin** restent le cœur de l'offre, ces deux visites représentent **74% de la fréquentation globale**.

On constate un **bon démarrage de saison** : juin et juillet sont supérieurs (environ 3%) aux mêmes mois de 2008. **Août et septembre restent sous le niveau de fréquentation de 2008** ; le delta est d'environ 7 000 visiteurs sur l'ensemble de la destination.

Ce résultat est surtout dû à une **météo défavorable aux lieux de visite**. On constate que la météo est un facteur déterminant de la fréquentation, plus même que des considérations économiques.

Par ailleurs on peut souligner un **bon remplissage des hôtels de Saint-Nazaire** surtout en août (là, la météo avec le grand beau temps est évidemment un facteur positif). Même constat que partout : il est de plus en plus difficile de prévoir des tendances.

**Fréquentation de l'Office de Tourisme\*\*\*** : **14 786 « demandeurs »** de juin à septembre 2009 (contre 12 853 en 2008).

## Zoo de la Boissière du Doré

---

La saison estivale s'est très bien déroulée avec une augmentation de 15% au niveau des entrées de cette année. Les commandes de billetterie pour les Comités d'Entreprise (CE) sont également en hausse. Le bilan final se fera fin courant décembre, le parc fermant pour la période hivernale à partir de novembre. L'augmentation est d'environ 15%.

Les produits annexes tels que la restauration et la boutique sont également en hausse de 16%.

Un peu moins de groupes scolaires mais les prestations des animateurs ont été plus nombreuses que l'an passé.

## **Le Grand Blockhaus (Batz-sur-Mer)**

---

Chiffres de fréquentation des visiteurs payants :

	mai	juin	juillet	août	Saison	Variations
2005	3 119	3 425	7 322	10 086	23 952	-
2006	3 625	3 091	7 096	12 123	25 935	+8%
2007	3 712	3 645	9 047	11 380	27 784	+7%
2008	3 011	3 043	8 274	12 023	26 351	-5%
2009	3 374	3 042	8 347	10 321	25 084	-5%

A noter à la fin août 2009 un total de 31 481 visiteurs dans la moyenne par rapport aux années précédentes : 2008 : 32 580 visiteurs ; 2007 : 33 181 ; 2006 : 31 029 ; 2005 : 28 700)

Parmi ces visiteurs, il y a 5 957 tarifs enfants 5 à 12 ans, évidemment notamment grâce aux Jeunes Aventuriers

## **Terre de Sel (Guérande)**

---

La saison 2009 commencée en avril se poursuit fortement en septembre. Les visiteurs sont nombreux à Terre de Sel préférant les sorties guidées à la visite seule de l'espace d'exposition (plus de 3000 pax par rapport à 2008 ont converti une visite de l'exposition seule par une sortie guidée sur les marais salants + expo). Les jeunes sont de plus en plus nombreux à demander spontanément le jeu des jeunes aventuriers. La communication visuelle des personnages faite sur les petits trains de La Baule et Le Croisic contribue à ce succès. Le nouveau jeu réalisé cette année par Terre de Sel a été très apprécié.

## **Musée du Pays de Guérande**

---

La saison 2009 démontre une fois de plus l'étroite relation entre la météorologie et la fréquentation touristique dans les sites de tourisme culturel littoraux comme le musée du pays de Guérande. En avant saison, la météo favorable a permis une augmentation de la fréquentation très sensible en avril et mai, renforcée par l'impact des grands rendez-vous du patrimoine, la nuit des musée, la fête médiévale, etc. La morosité économique ne semble pas avoir affecté les visiteurs dans leur déplacement de loisir. En haute saison, la fréquentation, inversement proportionnelle à l'ensoleillement, enregistre un bon mois de juillet comparable à l'année passée et un léger repli en août, soleil oblige, par rapport à 2008. Enfin, le panier moyen en boutique a globalement augmenté démontrant l'envie de ne pas se priver de petits plaisirs accessibles lors des vacances.

## **L'Océarium (Le Croisic)**

---

Un bon premier semestre, avec une augmentation des groupes scolaires mais une saison moyenne avec notamment une baisse de visiteurs sur le mois d'août.

Cette baisse est probablement due en premier lieu à la météo qui n'a pas favorisée les visites de sites couverts, et d'une manière générale à une fréquentation plus faible sur la Presqu'île de Guérande.

L'impact « jeunes aventuriers » est toujours bon, mais le nombre de visiteurs enfants a chuté au même rythme que les adultes.

Le mois de septembre est en phase avec nos prévisions.

## **Grand Parc des Légendes (Frossay)**

---

La saison 2009 a été positive +10%. Un très bon mois de juillet. Une saison très régulière, pas de gros pics. En ce qui concerne le jeu des jeunes aventuriers, c'est très difficile à chiffrer mais intéressant de faire partir du réseau.

## **Planète Sauvage (Port Saint Père)**

---

Planète sauvage enregistre de bons résultats pour cette saison 2009

### Plusieurs facteurs :

Le tourisme de proximité

Une nouveauté forte et attendue : les dauphins

Une météo favorable

Planète Sauvage devient le 3<sup>ème</sup> parc en France à avoir des dauphins, le seul dans l'Ouest.

Nous avons également inauguré un nouvel espace dans la galerie sous marine : un lieu pédagogique avec diverses informations sur les animaux marins, notre programme scientifique, une boutique ainsi qu'une offre de petite restauration.

Nous voulons être un lieu de pédagogie pour les familles, et les enfants en particulier

Nous attendons 30 000 scolaires l'an prochain

Nous développons notre offre pédagogique sous forme d'ateliers thématiques.

Les naissances n'ont pas manqué cette année encore : 2 oursons, des bébés loutres ainsi qu'un hippopotame nés au printemps, sans compter les nombreuses naissances de gazelles et autres...

Nous avons créé deux caisses groupes pour donner la priorité et une rapidité d'accès aux détenteurs de billets ainsi qu'aux groupes.

Nous avons ouvert notre propre restaurant dans l'enceinte du parc : le Galion avec des menus spéciaux pour les groupes ainsi que des plats pour les individuels.

Compte tenu du climat social actuel, les visiteurs étrangers ont baissé de 10% cette année.

Nous avons par contre bénéficié d'une hausse de 30 % de clients de Loire Atlantique et de Vendée et +70% des zones un peu plus lointaines.

### Animation Jeunes Aventuriers

L'animation Jeunes aventuriers est toujours un avantage pour les familles

Néanmoins, il sera nécessaire de changer les jeux l'an prochain, les dauphins n'étant pas abordés.

L'arrière saison est plutôt bonne. Beaucoup de groupes en septembre.

Nous bénéficions aussi d'un climat favorable sur cette arrière saison.

---

# L'écho des Pays Touristiques

---

## Du côté d'Ancenis

Source : Communauté de communes du Pays d'Ancenis  
(Bilan saison 2009)

L'avant-saison a été correcte pour l'ensemble des hébergements du Pays d'Ancenis. Le mois de juin (généralement le mois le plus important d'avant-saison) a souffert de la baisse de l'activité économique (moins de séminaires, de formations professionnelles et moins d'étrangers en hôtellerie).

Compte tenu des prévisions touristiques estivales peu optimistes, la saison n'a pas été si mauvaise. Malgré un mauvais mois de juillet, causée par une météo capricieuse, le mois d'août et l'arrière saison a permis pour de nombreux hébergements ruraux de rééquilibrer leurs saisons.

### Campings :

Les campings ont souffert d'une sérieuse baisse de fréquentation en juillet notamment d'une baisse de 6% de leur clientèle étrangère (anglais et néerlandais principalement).

### Hôtels :

Pour les hôtels, le mois de juillet a été assez mauvais (les 2 premières semaines du mois ont de moins en moins d'impact en raison des vacances et examens scolaires plus tardifs). On enregistre une baisse singulière de la clientèle affaires, causée par la crise (-7%) et de la clientèle étrangère (-10%). Malgré un mois d'août raisonnable, les nuitées générées par la clientèle française et internationale (grâce à Loire à Vélo) n'ont pas suffi à rattraper la saison. Les restaurants ont eu une saison moyenne.

### Gîtes et chambres d'hôtes :

Les hébergeurs enregistrent une baisse de fréquentation en juillet. Le mois d'août s'est avéré correct. Toutefois, on voit se dessiner des nouvelles tendances pour cette saison, à savoir :

- 75% des réservations sont des réservations de dernières minutes
- Des séjours de plus en plus courts, les touristes privilégient les courts séjours pour partir plusieurs fois dans l'année.

Baisse significative de la fréquentation anglaise au profit d'une clientèle espagnole émergente.

### Sites et lieux de visites :

Le tourisme de proximité a largement profité à nos sites de visite qui enregistre globalement une bonne fréquentation estivale. Cependant, on constate une baisse de fréquentation étrangère à la Tour d'Oudon et à la Maison des vins, -20% de la clientèle anglaise.

### Offices de tourisme :

Dans les offices de tourisme, la fréquentation physique a décliné. Ceci peut en partie s'expliquer par la consultation de plus en plus fréquente des sites web par les touristes et par la baisse de fréquentation étrangère. Population française 89%, étrangère 11% dont 38% anglaise et 20% allemande.

### Loire à Vélo :

La baisse de la fréquentation anglaise n'a pas entaché la fréquentation étrangère, due en très grande partie à l'itinéraire Loire à Vélo. Les circuits définitifs et provisoires existants sur le Pays d'Ancenis ont drainé de nombreux touristes répartis dans les campings, hôtels, gîtes, chambres d'hôtes et auberge de jeunesse du territoire. Loire à Vélo représente un réel marché à développer notamment aux Pays-Bas et en Allemagne mais aussi en France où les locaux sont désireux de découvrir cette nouvelle formule itinérante.

### **Jeunes Aventuriers :**

Le nouveau circuit « Jeunes Aventuriers » sur l'île Mouchet a attiré de nombreuses familles à la recherche de balade ludique et interactive. La Tour d'Oudon fait le même constat pour son parcours Jeunes Aventuriers (près de 1500 livrets délivrés en juillet et août).

# Du côté du Pays de Retz Atlantique

Source : Communauté de communes de Pornic  
(1<sup>er</sup> bilan de saison dans les hébergements du Pays de Retz Atlantique)

**La présentation ci-dessous fait état d'une analyse à panel constant du mois d'avril à août 2009. Les résultats sont comparés avec l'année 2008**

## ➤ Les Chambres d'Hôtes (12 établissements observés)

**Un taux d'occupation comparable à l'année passée.** Baisse en avril (-3%) augmentation en juillet (+5%). Mai, juin et août sont stables.

Si le nombre de nuitées vendues est comparable à l'an passé, c'est grâce à une augmentation de 1.5% de nuitées françaises. Elle accuse la baisse de la clientèle étrangère (-11%) ; **91% des nuitées vendues entre avril et août 2009 sont françaises.**

On note une nette baisse de la clientèle anglo-saxonne, et si les Allemands étaient revenu l'an passé, ils n'ont pas été au RDV cette année.

Les nuitées belges ont augmenté de 18%. Les Pays-Bas, qui étaient jusqu'ici absents des chambres d'hôtes, arrivent aujourd'hui en 2<sup>nde</sup> position des nuitées étrangères, les Suisses arrivant juste après.

## ➤ Les Hôtels (6 établissements observés)

**Une meilleure activité sur chacun des mois grâce à la clientèle de loisirs** (sauf juin restant stable). On remarque cependant de grandes disparités d'un établissement à l'autre, et qui ne sont pas liées au classement de l'hôtel. La clientèle affaire est très peu représentative de notre territoire actuellement ; de plus, elle enregistre cette année une baisse de 2% des chambres occupées

+ 7% de nuitées françaises et + 3% de nuitées étrangères

Les Français représentent 87% des nuitées vendues comme l'an passé.

Même si les Belges restent en 1<sup>ère</sup> position des nuitées étrangères vendues, on enregistre une baisse de 400 nuitées sur les 5 mois. La Suisse a augmenté de 6% son nombre de nuitées, et arrive en 2<sup>nde</sup> position des nuitées étrangères.

Un retour de la clientèle allemande est à noter, car son nombre de nuitées a pratiquement doublé par rapport à l'an passé : ils sont la 3<sup>ème</sup> source de nuitées étrangères. La fréquentation des Britanniques accuse une baisse régulière depuis 2006. Les Pays Bas arrivent en 5<sup>ème</sup> position en multipliant par 2.8 leur nombre de nuitées et représentent 9% des nuitées étrangères (à peine 3.5% en 2008).

## ➤ L'Hôtellerie de Plein Air (11 établissements observés)

Un taux d'occupation stable cette année par rapport à 2008 grâce à **une augmentation du taux d'occupation des emplacements nus sur chacun des mois** (sauf juin qui est stable).

En revanche, **le taux d'occupation locatif est en baisse de juin à août 2009**. (avril et mai enregistrent + 4 pts).

Une forte progression des arrivées (+ 18%), et des nuitées (+ 8% ).

Seul le mois de juin a enregistré une baisse du nombre de nuitées vendues. Juillet est lui resté stable par rapport à l'an passé.

Les mois d'avril, mai et particulièrement août (+14% nuitées vendues sur ce mois) ont connu une bonne activité.

Cette progression positive est surtout due à une forte fréquentation des Français et Néerlandais : ces derniers représentent aujourd'hui 57% des nuitées étrangères des campings.

Les Anglais et Irlandais enregistre ici aussi une baisse de leur nombre de nuitées (-32%) : ils restent cependant en 2<sup>nd</sup>e position loin derrière les Pays Bas, et talonnés par les Belges qui eux sont de retour dans les campings.

Une Durée Moyenne de Séjour (DMS) toujours en diminution pour toutes les nationalités, (sauf les Pays Bas et l'Italie), et ce sur tous les mois. A titre d'exemple, le mois d'août a cette année une DMS de 7 jours, 7.8 jours en 2008 et elle était à 10.5 jours en 2006.

La principale source de la clientèle des campings vient de :

1. **Loire Atlantique**, et elle ne cesse d'augmenter : +18% par rapport à l'an passé soit 12.5% des nuitées d'avril à août 2009 (et 13.6% des nuitées françaises).
2. Maine et Loire :+ 20%, soit 10% des nuitées françaises
3. Sarthe : + 19% un retour en force cette année (soit 7.8% des nuitées françaises)
4. Ille et Vilaine : – 4%, reste cependant le 3<sup>ème</sup> bassin émetteur de nuitées vendues
5. Seine Maritime : +23%
6. Mayenne : +15%, une augmentation constante depuis 2006

Des éléments remarquables sur ces 3 filières :

- Une bonne saison, et même meilleure que l'an passé dans les hôtels et campings du Pays de Retz Atlantique, grâce à une augmentation de la clientèle française et néerlandaise.
- Les britanniques ont été beaucoup moins présents cette année.
- La durée de séjour est toujours plus courte, et d'après différents prestataires du territoire, les réservations se font à la dernière minute.

# Du côté de Châteaubriant

Source : ADT Pays de Châteaubriant

(Pré-bilan de la saison touristique sur le Pays de Châteaubriant)

Globalement la saison touristique 2009 a ressemblé à celle de 2008. La fréquentation dans les OT, les nuitées en chambres d'hôtes, les prestations en gîtes sont à quelques nuances près du même acabit que la saison précédente. Il est à noter que la clientèle anglaise qui représentait globalement 10 % de la fréquentation chambre d'hôtes sur le Pays a complètement disparue.

L'autre point sur lequel il est intéressant d'observer une différence concerne la fréquentation des lieux de visite... le mois de juillet a été, sur le Pays et sur ce point, exceptionnellement mauvais avec une fréquentation globale en baisse de 30 %. Le mois d'août enregistrant une baisse quant à lui de l'ordre de 10 %.

# Du côté du Vignoble Nantais

Source : Syndicat Mixte du Vignoble Nantais  
(Observation de mai à août 2009)

**Le bilan de la fréquentation touristique dans le Pays du Vignoble Nantais reste tout à fait satisfaisant pour la saison touristique 2009.**

Parmi les prestataires interrogés, on peut établir les constats suivants :

## Les offices de tourisme

Les offices de tourisme du Pays du Vignoble Nantais n'enregistrent pas de baisse de fréquentation durant la saison touristique 2009.

En ce qui concerne les origines étrangères, on remarque une augmentation des touristes espagnols, ce constat se fait déjà depuis plusieurs années. La Vallée de Clisson a notamment reçu la presse espagnole. Les anglais et les belges sont aussi présents.

Un nouveau type de « visiteurs » franchissent les portes des offices de tourisme : beaucoup de nouveaux arrivants ou futurs nouveaux arrivants profitant de l'été viennent se renseigner sur les loisirs à proximité.

**La population locale reste très importante.** Durant l'été elle n'hésite pas à franchir les portes des offices de tourisme afin de trouver des informations sur les loisirs dans le Vignoble Nantais et aux alentours : clientèle ne partant pas en vacances.

Sur la Vallée de Clisson, les demandes les plus importantes restent les demandes culturelles (41%), puis ensuite les demandes liées à la vie pratique et les loisirs de proximité (canoë...).

En août, la fréquentation reste stable : le beau temps pousse les populations vers la côte atlantique.

## Les campings :

Au niveau des deux campings la fréquentation reste satisfaisante. Le mois d'août semble plus fréquenté, les touristes ont eu du mal à rester en juillet. Il faut dire que la météo de juillet n'était pas très favorable par rapport à celle du mois d'août.

**Nous avons une évolution des équipements dans nos deux campings : ainsi sur le camping du Moulin à Clisson ont été installés deux mobil homes, le camping du Chêne à St Julien de Concelles a investi dans l'équipement d'une piscine. Dans ce dernier, on assiste à un changement au niveau de la fréquentation : plus de touristes restant plus longtemps.**

On note une présence plus forte des touristes étrangers en août : anglais, belges, allemands. Ils sont aussi présents du fait de la manifestation internationale : le Hellfest à Clisson.

## Les chambres d'hôtes

La fréquentation dans les chambres d'hôtes du Vignoble Nantais reste correcte. On retrouve du court séjour. Ce ne sont pas toujours de véritables touristes mais plutôt des personnes venant pour des fêtes de familles ou pour visiter la famille.

L'influence de l'événementiel (festival international Hellfest) est très importante au niveau de la fréquentation, notamment étrangère, des chambres d'hôtes sur tout le Pays.

## Les sites de visites

En ce qui concerne les lieux de visites, la fréquentation est très satisfaisante, notamment dans les grands sites tels que le parc zoologique de la Boissière-du-Doré qui a vu ses chiffres augmenter et les sites départementaux de la Garenne-Lemot et du Château de Clisson. On note une évolution au niveau de la fréquentation des individuels, surtout en début de saison : avril, mai et juin. A noter aussi, la mise en place de différentes animations dans les sites de visites, ce qui augmente la fréquentation individuelle.

**Les sites n'hésitent pas à profiter des manifestations déjà mises en place telles que le Hellfest pour offrir la gratuité.**

**En avril on remarque une fréquentation importante sur Clisson : Escapades Atlantiques**

En juillet, la fréquentation n'est pas si mauvaise que cela, comme on peut le noter dans les hébergements.

On assiste peut être à un développement du tourisme de proximité.

En ce qui concerne les groupes cela reste stable.

La part de la clientèle française reste très importante tant au niveau des individuels qu'au niveau des étrangers.

---

# L'écho des Offices de Tourisme

---

## Du côté de Pornichet

(Pré-bilan de saison 2009)

Après un début d'année plein d'incertitudes, les premières vacances scolaires ont rassuré les professionnels du tourisme. Les vacances de Pâques et surtout les nombreux ponts ont favorisé d'importantes arrivées sur la destination.

La stratégie de communication et de promotion mise en place au sein de notre office s'est avérée judicieuse. Prenant en compte le triptyque « moins loin, moins cher, moins longtemps » classique en période de crise, notre office de tourisme s'est concentré sur les marchés de proximité notamment la région et les départements limitrophes. Ces actions ont contribué au renforcement de la notoriété régionale de Pornichet.

### **Les hébergements**

Il convient avant tout de rappeler que pour la plupart des hébergements en dur, et notamment les hôtels, la période estivale aussi importante soit-elle, ne fournit en moyenne qu'à peine plus de 40% de l'activité annuelle.

Pour les **hôtels** donc, 2009 figure comme une bonne année. Hors saison le tourisme d'affaire et toujours un gros pourvoyeur de visiteurs, de même que la thalasso qui garantit un remplissage minimum. Après une période d'inquiétude autour du 14 juillet suite à une météo défavorable depuis plusieurs jours, leur activité a retrouvé un très bon niveau et les taux de remplissage ont été bons et ce, jusqu'à la fin du mois d'août. Septembre, un mois de plus en plus important pour ces établissements, a permis une bonne fréquentation de la ville. La baisse de fréquentation estivale pour de rares établissements s'explique notamment par la défaillance de la clientèle britannique habituelle.

A noter que certains hôteliers avaient opté pour une modération tarifaire voire une baisse sur certaines périodes en réaction aux aléas liés à la crise.

Les **campings** se réjouissent de la bonne météo favorable dès leur ouverture. Inquiétante en début juillet, elle fût le gage de leur réussite pour 2009. Sauf exception, l'absence d'équipements (locatifs légers en nombre suffisant, lieux couverts, piscines...) et de services (notamment d'animation) rend les campings pornichétins très tributaires du beau temps. Une réflexion sur le niveau de l'offre locale par rapport à la concurrence et aux attentes du marché serait, à notre sens, souhaitable.

Les **meublés** ont connu des fortunes diverses. Certaines agences immobilières annoncent un recul de leur activité locative. Notre centrale de réservation a bien fonctionné toute l'année, mais elle profite encore de son récent développement. Comme chez les autres professionnels, la clef de la réussite passe par un bon référencement de l'offre sur Internet, une qualité d'hébergement garantie et surtout « qui parle » au client comme le classement en étoile. C'est ainsi que « Pornichet Tourisme » n'accepte que les biens classés. Il est important de noter que les prix moyens pratiqués en Centrale sont à la baisse de manière notable (-6,4%).

A noter une désaffection de plus en plus flagrante pour les petites surfaces (studios) au confort spartiate ; l'argument tarifaire ne garantit plus à lui seul le remplissage.

### **Autres activités touristiques et de loisirs**

Pour les **restaurants** ouverts à l'année, l'activité est semblable à celle de l'an dernier. La crise n'a pas causé l'effondrement redouté. Des disparités demeurent encore selon les établissements. Le client affine ses choix en fonction de critères qualitatifs et tarifaires. Il peut se faire plaisir à un tarif important s'il a l'assurance de passer un bon, voire un « grand » moment. Toutefois des tendances se confirment depuis quelques temps : développement de la restauration debout (comme tous les jours), un tassement de la demande pour le service de midi, une baisse sur les boissons avec pour corollaire, une prédilection pour les « premiers prix ».

A noter toutefois une implication modeste des professionnels sur la baisse de la TVA dont l'opportunité fiscale a prévalu sur l'avantage client et l'efficacité marketing.

Les **activités de loisirs** estiment globalement avoir fait une bonne saison ou une très bonne saison notamment après 2 années difficiles. L'implantation d'un nouveau loueur de vélos, portant ainsi à 4 les prestataires de cette activité, souligne bien l'intérêt croissant pour ce loisir et plus généralement pour ce mode de déplacement, typique de l'espace urbain (celui de nos visiteurs) et approprié aux zones de fort trafic. Les futurs projets devront prendre en compte cette demande tacite de plus en plus prégnante. Les activités nautiques sont satisfaites (clubs de plage) ou très satisfaites (clubs de voile). A noter la création par l'Office de Tourisme de Pornichet d'un passeport d'activités baptisé Pass VIP (Very Interesting Pornichet) qui liste des « bons plans » chez les partenaires qui acceptent de pratiquer des remises allant jusqu'à - 12%. La déception sur cette action s'explique là aussi par des prestataires qui, face à une demande importante, ont préféré privilégier le résultat immédiat que de fidéliser des clients au profit de tous.

La **thalasso** a connu une activité correcte et durant l'été inversement proportionnelle aux conditions météo ; le beau temps limitant semble-t-il les envies de soins.

Le **casino** accuse pour la deuxième année consécutive un tassement de son activité. Cette baisse fut imputée l'an dernier à l'application de la loi sur le tabac, les motifs du recul semblent cette année, plus généraux, dans un établissement qui demeure très dynamique.

Pour sa dernière saison avec ses anciens équipements, l'**hippodrome** a connu un démarrage difficile lié au temps frais de juillet. Le bilan anticipé fait apparaître un niveau équivalent aux autres années. Rendez-vous en 2011 avec les nouvelles pistes et les nouvelles tribunes pour des courses encore plus passionnantes.

Si les **autres commerces** ont profité de l'afflux de clientèle estivale, celle-ci fut principalement régionale et que les résidents secondaires ont paru plus économes et que pour l'alimentaire, une grande place a été donnée au plein-air et aux pique-niques.

L'activité de l'**Office de Tourisme** de Pornichet après une baisse de fréquentation à Pâques a battu des records de fréquentation cet été avec 25 670 visiteurs en août et plusieurs jours à plus de 1 500. Après les faibles chiffres de la billetterie en 2008, les ventes sont reparties avec comme best sellers nos visites commentées, les traversées vers les îles et l'Océarium. Les animations de printemps ou d'été furent saluées par un large public qui goûte à la qualité de la programmation, sa diversité et bien sûr sa gratuité. Notre office note une hausse conséquente des règlements par chèques de vacances.

### **Les constantes sur l'ensemble des prestataires**

- Des réservations toujours plus tardives sur la clientèle de loisirs avec une visibilité inférieure à un mois.
- Des séjours prolongés au jour le jour (hôtels, chambres d'hôtes, campings) mais des séjours moins longs.
- Un impact renforcé de la météo avec les clientèles locales et de proximité qui réagissent en fonction du bulletin.
- Des négociations sur les prix et les prestations, avec en parallèle une exigence de qualité clairement affirmée : une clientèle de + en + avertie et exigeante.
- Des arbitrages financiers plus nombreux qui se font au détriment des activités en bout de cycle de consommation (restaurants, achats plaisirs).
- Les activités gratuites très prisées au 1<sup>er</sup> rang desquelles la randonnée sous toutes ses formes.
- Les nouvelles habitudes de consommations s'appuyant sur Internet et favorisant les achats d'impulsion ou les effets d'aubaine, rendent la clientèle très versatile, moins fidèle.
- Un gage de succès : la qualité des équipements et des services.

# Du côté de Pornic

(Bilan de saison 2009)

**L'année 2009 à PORNIC est bonne grâce au mois d'août.**

**BONNE ANNEE 2009 à PORNIC**

Les trois premiers mois de l'année 2009 n'ont pas été bons et à fin Mars le retard dans les réservations approchait les 18 %.

Puis petit à petit le retard dans les réservations s'est comblé et début Juillet nous sommes passés dans le positif.

Les mois d'Avril de Mai et Juin ont été excellents. Les vacances de Pâques et les grands week ends fériés idéalement placés ainsi qu'une météo favorable ont fait que la station a été très bien fréquentée.

Durant l'été le mois de Juillet a été contrasté et différent qu'à l'habitude : Bonne première quinzaine, moyenne seconde quinzaine. Les prix proposés par les professionnels durant la première quinzaine expliquent peut être cela.

Le Mois d'Août a été excellent, les hébergements ont souvent affiché complets et nous avons envoyé assez régulièrement des vacanciers dans les stations ou communes voisines.

Septembre a été bien fréquenté par une clientèle consommatrice : des jeunes couples et des couples de retraités.

En ce qui concerne l'hébergement, les campings et les chambres d'hôtes ont été bien fréquentés. Pour les résidences de tourisme et les meublés de vacances, c'est plus contrasté. Les hôtels ont fait le plein au mois d'Août, au minimum les week ends le reste de l'année.

Les lieux de visite, les activités sportives et culturelles ont fait une bonne saison : Pornic Aventure, le Club nautique, le golf, le centre hippique ont fait mieux travaillé que l'an passé.

Le Casino a eu une fréquentation correcte, avec un bon mois de Septembre; Par contre les joueurs ont moins dépensé en moyenne.

Le nombre de personnes renseignées à l'Office de Tourisme en 2009 est identique à celui de 2008. Moins de personnes renseignées en Août, mais la belle météo en est la cause.

Par contre nous avons renseigné plus d'étrangers depuis le début de l'année, particulièrement en Août

Bonne fréquentation des nombreuses visites guidées organisées par l'Office de Tourisme : + 25 % par rapport à l'an passé, presque au niveau des années références 2005/2006.

# Du côté de Guérande

(Bilan de saison 2009)

Pour l'office de tourisme de Guérande, l'année 2009 est une bonne année, dans beaucoup de domaines.

Tout d'abord, en termes de fréquentation, nous enregistrons une très forte hausse de fréquentation, notamment de la clientèle régionale (PDL, BZH). A noter une baisse sensible de la clientèle GB et une hausse de la clientèle espagnole... Cette progression globale est effective aussi bien en avant que pendant la pleine saison. Les clients par contre, qui préparent de plus en plus leurs séjours via internet sont de plus en plus autonomes. De ce fait, le temps moyen par client est en baisse.

Au niveau des ventes, notre plus forte progression est à noter au niveau des visites guidées individuelles (programme laissez-vous conter Guérande). A fin août, nous étions en progression de +15 %. Les visites spectacles proposées par l'office en partenariat avec le théâtre du sphinx ont joué à guichet fermé tout l'été. C'est un beau succès !

En règle générale, l'événementiel a bien fonctionné, la fête médiévale en mai a vu 40000 visiteurs en 2 jours (mai), le festival de musique Terres Blanches a enregistré 12000 pax sur 2 jours, le breizh défi a permis à 2500 vacanciers de faire la ronde paludière autour des remparts de Guérande le 7 août...

La billetterie faite pour des tiers progresse également : + 20 % à la mi-septembre. Les sites de visites (Terre de Sel, Planète Sauvage, Océarium...) en sont les principaux bénéficiaires.

Les ventes enregistrées en boutique et les visites guidées pour les groupes se maintiennent par rapport à 2008.

En ce qui concerne l'hébergement, les chambres d'hôtes et les meublés semblent avoir un peu souffert, la clientèle privilégiant d'abord les campings, puis les maisons de famille ou d'amis.

# Du côté de Nantes

(Bilan de Saison 2009)

## Fréquentation

La fréquentation de la destination continue de croître : La nouvelle offre a bien créé un palier de croissance  
A l'inverse de l'année 2008 ce sont les français qui représentent l'essentiel de la croissance ;

En perspective sur 2 ans (cad par rapport à 2007), la clientèle a augmenté de + de 20% pour les français et + de 25% pour l'international

La perception de la fréquentation touristique par les résidents s'accroît : « Nantes ville touristique »

### La bonne surprise des étrangers

Le scénario catastrophe redouté pour la clientèle internationale a été évité.

Les britanniques baissent fortement : -23 % sur les 3 mois ; ainsi que presque toutes les clientèles étrangères.

Les espagnols sauvent la mise + 16 % sur les 3 mois (+41% en juillet)

Les francophones (B, CAN, CH) ont des progressions sensibles respectivement : +35%, +13%, +1%

Une plus grande variété de nationalités : 83 contre 71 en 2008

### Croissance des français

Notable, elle témoigne de la montée de la notoriété touristique de la destination.

On perçoit désormais un effet d'excursion du littoral vers Nantes de nos clientèles habituelles de court séjour.

Impact d'Estuaire et de sa communication dont la progression enregistrée +15% est cohérente avec nos chiffres

## Consommations

### Consommation de la destination

La progression de la fréquentation ne se traduira pas dans le volume d'affaires des prestataires.

Dans ce contexte de crise, des variations très fortes entre prestataires sont perceptibles.

Pour l'hébergement, des phénomènes cumulés expliquent une baisse de fréquentation de l'ordre de 7%

Pour la restauration, il en va de même avec de réelles difficultés pour beaucoup de restaurants dépendant essentiellement de l'activité résidentielle et qui enregistrent des chutes très fortes en affaires.

Consommation de l'offre gratuite versus l'offre payante.

### Réactions de prestataires

Machines de l'île : +8 %

Château des Ducs : musée idem 2008, site +22% en juillet, effet estuaire

Bateaux Nantais : juillet moyen, août bon

Bus touristique : satisfaction des opérateurs

Petit Train : déception par rapport aux attentes

### Hébergement

Campings : bonne activité. Petit port stable en juillet, + 25% en août ; (ex: plus de 500 séjours espagnols en août.)

Hôtellerie en juillet et août : baisse de l'ordre de 6 à 7% sur les 2 mois. Raisons écart avec fréquentation :

Augmentation de la part des excursionnistes

Augmentation des séjours non marchands

Reports sur autres modes : chambres d'hôtes, camping, résidences

Descente en gamme en cascade : le 1\* s'en tire mieux

### Visites guidées

88 visites pour individuels programmées sur juillet août avec une fréquentation moyenne satisfaisante 13 clients par visite. (+ de 1100 personnes)

Visites groupes : + de 110 groupes ont été accompagnés par l'office en juillet & août 2009 soit une légère augmentation du nombre de groupes mais une légère baisse des effectifs (environ 2 700 pax au total). Les groupes sont essentiellement étrangers. Les Espagnols + du 1/3 de notre CA (50% en août). Plus de 60 personnes chaque jour suivent un guide de l'Office.

#### Répartition agglomération

Nantes centre :

Bouffay : lieu de concentration habituel

Graslin : à vérifier, bonne fréquentation de la rue JJ Rousseau

Hangar à Bananes : bonne fréquentation de la cantine, effets induits sur les autres établissements

Trentemoult : a bien fonctionné

Travaux L 1 de tram pénalisant pour le passeur et impact sur les quartiers ouest

Agglomération :

Impact très fort et conjugué de Loire à Vélo et de Estuaire sur les communes concernées (rives de Loire)

Bonne fréquentation de la Roche Ballue (40 000 visiteurs)

Vignoble : pas d'information sur la fréquentation

#### Développement d'activités touristiques

Dans la ligne de la nouvelle offre 2007 : évolution de l'offre touristique privée.

Doublement de l'offre petit train

Bus touristique

Explosion des offres chambres d'hôtes

Installation de Détour de Loire

Ponton NGE...

#### Perspectives / conclusion

L'été est un moment particulier d'observation du tourisme urbain : présence de l'agrément et l'absence des autres motifs de séjours.

Très fort pic d'affluence sur la première quinzaine d'août

Confirmation de la progression continue de Nantes ce qui est un bon signe pour l'ensemble de l'année (week-ends et courts séjours) et l'attractivité congrès.

Nantes conforte sa position centrale dans l'Ouest Atlantique:

- Loire à vélo
- Accès aéroportuaire de l'Ouest
- Porte de la Bretagne et de la vallée de la Loire
- Excursions pour la clientèle littorale

Cabinet du président

Direction de la citoyenneté  
et de l'information

Le 15 octobre 2009

Contacts presse :

Jérôme Alemany  
02 40 99 12 46

Virginie Brindeau  
02 40 99 11 18

Marie Chardonnet  
02 40 99 17 45

## Communiqué de presse

### La Loire-Atlantique toujours plus touristique, avec le Conseil général

La Loire-Atlantique, 7<sup>e</sup> département français en termes de nuitées, veut développer son attractivité. Dans la continuité de la nouvelle marque touristique du territoire *Oh la L.A. !* lancée au printemps 2009, le Conseil général s'engage à développer un tourisme de proximité, accessible à tous, et à contribuer à la création d'emplois durables, mieux répartis sur le territoire départemental. Culture, patrimoine, espaces naturels, voies navigables, complètent la panoplie du Département en faveur de l'activité touristique en Loire-Atlantique.

#### Solidarité, accessibilité, qualité et notoriété : un programme d'actions touristiques

3 axes orientent les actions du Département et du CDT pour 2009-2013 :

- **La solidarité et l'accessibilité** : il s'agit d'abord d'assurer le **droit aux vacances pour tous** (publics en difficulté), en confortant **les équipements d'accueil et les hébergements à vocation sociale**, et en développant la mise aux **normes « tourisme et handicap »** ; en second lieu, **d'étendre le développement touristique à l'ensemble du département**, y compris les territoires à moindre maturité touristique. Pour y guider les visiteurs extérieurs, un effort sera fait sur les « portes d'entrée » du département et les sites qui concentrent des flux importants.
- **La qualité** : la qualification de l'offre va être renforcée par un soutien ciblé à **l'innovation au service de la durabilité** du développement touristique ; **l'amélioration des conditions de travail** dans le tourisme ; **une aide aux hébergements fragilisés** ; **la professionnalisation des prestataires** du tourisme publics et privés ; **une requalification de l'offre patrimoniale du Conseil général** ; une gestion maîtrisée des flux touristiques.
- **L'attractivité-notoriété** : le rayonnement touristique du Département est renforcé par un positionnement et une marque – *Oh la L.A. !* - partagés par tous les acteurs.

Le coût prévisionnel de ce programme d'actions touristiques 2009 – 2013 est de 24 M€.

#### Le tourisme en Loire-Atlantique

22,9 millions de nuitées en 2007  
(7<sup>e</sup> destination des Français) dont  
28 % en hébergement marchand et  
72 % en hébergement non-  
marchand

97 790 lits marchands

62 000 résidences secondaires

20 400 emplois

1,6 milliard d'euros de chiffre  
d'affaires

## Culture et patrimoine - naturel, navigable ou bâti -, le Conseil général actionne tous les leviers du rayonnement touristique

En Loire-Atlantique, département-hôte de la Folle Journée de Nantes ou d'Estuaire 2009, on sait depuis longtemps que **l'activité culturelle est source de développement social et économique**. Plus de 100 festivals animent le département et font vibrer leurs habitants et visiteurs. Le Conseil général contribue à cette dynamique, en consacrant près de **700 000 € à soutenir 70 festivals et manifestations**, dont une trentaine pendant la période estivale : *Les rendez-vous de l'Erdre* – Nantes, *Les Escapes* – Saint-Nazaire, *Couvre Feu* – Corsept, *Hellfest* – Clisson, *Les Celtiques* – Guérande, *Les Renc'Arts* – Pornichet, *Festiv'Illes* – Saint-Sébastien, *Les nuits Salines* – Batz-sur-Mer, *Ecrivains en bord de mer* – La Baule...

Le Conseil général est directement **propriétaire de plusieurs sites patrimoniaux** de grande valeur, qu'il s'efforce de valoriser par des animations et expositions :

- **le château médiéval de Clisson** et le domaine départemental de La Garenne-Lemot à Gétigné : dans une ambiance empreinte de références à l'Italie, les deux sites accueillent jusqu'à l'automne la programmation – gratuite – des *Beaux Jours* (théâtre de rue, musique, cinéma en plein-air, visites scénarisées)
- **le château de Châteaubriant** : aux portes de la Bretagne, ce témoin de la période médiévale héberge l'exposition *Marches de Bretagne*, un regard original sur une période méconnue (5 000 visiteurs depuis le 24 juin).
- **le musée départemental Dobrée** présente l'exposition *Traces humaines*, fresque de l'histoire de la Loire-Atlantique des origines à l'antiquité.

**Avec 13 % de sa surface en zones humides** (86 000 ha dans les prairies et îles de Loire, les vallées de l'Erdre et de la Sèvre nantaise, lac de Grand-Lieu, les marais de Goulaine ou de Guérande, le parc de Brière...), la Loire-Atlantique accueille les amoureux de la nature dans **un environnement préservé**. **Des visites axées sur l'observation et la préservation de la nature** (notamment dans le domaine ornithologique) sont organisées avec le concours du Conseil général. De même, **5 300 km de sentiers de randonnées** entretenus par le

Département participent de cette découverte apaisée de la Loire-Atlantique

**Propriétaire de 120 km de voies navigables** depuis janvier 2008, le Conseil général conduit un effort particulier sur le **Canal de Nantes à Brest** :

- **réalisation d'une piste multi-usages** – pédestre, équestre et cycliste - sur les 70 km du chemin de halage et contre-halage (Prix du Vélo 2008), pour un budget de 2,5 M€
- **réouverture en 2010 de la navigation sur 6 km** entre Fégréac et Saint-Nicolas-de-Redon, ce qui **permettra d'offrir aux embarcations un circuit court en boucle**, entre Vilaine et Canal (coût : 1,26 M€)



# CONTACT PRESSE

## Comité départemental du tourisme de Loire-Atlantique

11 rue du Château de l'Éraudière

CS 40698

44306 Nantes cedex 3

Tél. : 02.51.72.95.30 - Fax : 02.40.20.44.54

Hervé BAUDET

Attaché de Presse

[h.baudet@ohlaloireatlantique.com](mailto:h.baudet@ohlaloireatlantique.com)

Tél: 02 51 72 95 42

Mobile : 06 83 55 24 23

