

Tourisme Bretagne dévoile les résultats de REFLET, enquête d'envergure sur le tourisme breton

Reflet, l'enquête de fréquentation touristique régionale, réalisée tous les 5 ans, dresse la photographie du tourisme en Bretagne et permet aux professionnels du secteur de nourrir leurs stratégies en phase avec les attentes et les comportements des voyageurs. Au cours de l'année 2022, plus de 40 000 questionnaires ont été collectés et analysés auprès de visiteurs en séjour, d'excursionnistes en balade à la journée, ou encore de résidents. Leur analyse permet de mieux comprendre l'impact des phénomènes socio-économiques traversés ces dernières années sur le tourisme en Bretagne. Et si des constantes perdurent, de nouvelles pratiques apparaissent.

Clientèles étrangères, séjours, activités, canaux de réservation et dépenses : des changements notoires au regard des mutations depuis 6 ans

Brexit, crise sanitaire, arrivée de la LGV en Bretagne, développement des plateformes de location, prise de conscience environnementale, conflit en Ukraine et son impact sur le coût des carburants, reprise de l'inflation ont rebattu les cartes en impactant les habitudes et les comportements des voyageurs.

En 2022, 109 millions de nuitées touristiques ont été réalisées en Bretagne, permettant à la région de renouer avec les niveaux de fréquentation d'avant-crise sanitaire. Si depuis près de 20 ans, le volume de nuitées touristiques comptabilisées en Bretagne reste relativement stable, l'excursionnisme, les balades à la journée des Bretons et de leurs voisins limitrophes dans la région, augmente fortement, dopé à la fois par une augmentation de la population régionale et par un besoin accru d'évasion dans un contexte de crise.

Ainsi, par rapport à 2016, l'enquête révèle :

- **Un recul important des nuitées Britanniques** compensées par **une progression des nuitées Allemandes, Suisses et Néerlandaises**. Les Allemands deviennent la 1^{ère} clientèle étrangère en Bretagne, gagnant 28 % des nuitées étrangères ;
- **Davantage de courts séjours**, notamment **en cœur de saison**, signe d'une fragmentation des séjours. La durée moyenne de séjour passe en effet de 9,8 jours en 2016 à 8,3 jours en 2022, et la part de séjours de moins de 4 nuits progresse de 7 pts ;
- Un **délai de réservation raccourci**, conséquence directe de l'instabilité associée à la crise sanitaire (57 jours contre 62 jours en 2016) ;
- Une **progression des séjours en hébergement marchand** (+2 pts) en lien notamment avec le développement des plateformes de location. 31 % des nuitées ont lieu en hébergement

- locatif en 2022 (25 % en 2016) ;
- Une **augmentation de la pratique des activités de pleine nature** qui permettent à la fois d'œuvrer à la connexion, ressourcement et reconexion à la nature (randonnée pédestre : + 25 pts) mais également une recherche d'enrichissement personnel confirmée par une progression des visites culturelles (musées, expositions : + 12 pts ; découvertes de villes, villages : + 9 pts) ;
 - La **progression des séjours en itinérance**, avec 29 % des séjours qui comptent plusieurs étapes dans la région (+ 9 pts par rapport à 2016)
 - La **présence accrue des outils digitaux tout au long du séjour**, aussi bien en phase de préparation du séjour qu'au cours de celui-ci. Recherches d'informations (+15 pts), lecture des avis clients (+4 pts), réservation (+14 pts), organisation sur place ;
 - Une **relative stabilité dans les dépenses individuelles journalières moyennes** (+2 %), mais une consommation touristique en augmentation de 17 % établissant près de 5,9 milliards d'euros.

Le développement du tourisme responsable émerge nettement : il ne s'incarne pas forcément dans la recherche d'établissements labellisés, mais s'inscrit davantage comme une philosophie de vacances à laquelle la Bretagne répond (*dépaysement, accessibilité, territoire intrinsèquement lié aux éléments naturels, singularité et identité de l'offre*).

➤ Vers des vacances plus responsable ?

En Bretagne, cela fait plus de 15 ans que Tourisme Bretagne et ses partenaires se mobilisent pour accompagner la transition de ce secteur. Associée à la poussée de la conscience environnementale, cela semble porter ses fruits !

La clientèle de proximité progresse : 36 % des nuitées françaises proviennent de résidents de Bretagne, de Pays de la Loire ou encore de Normandie. C'est 7 pts de plus qu'en 2016, faisant de ces visiteurs la 1^{ère} clientèle de la Bretagne, devant l'Île de France (30 % des nuitées françaises). La part des séjours réalisés par le train augmente également (+ 3 pts par rapport à 2016. Mais plus encore, c'est la **diversification des modes de déplacement utilisés** au cours du séjour qui témoignent de cette évolution. Ainsi, 3/4 des visiteurs optent régulièrement pour la marche ou le vélo pour leurs déplacements du quotidien, ils étaient moins de 20 %



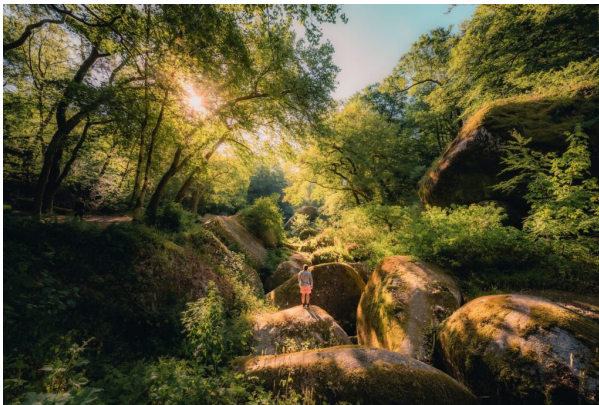
en 2016. 9 % auront pris des transports en commun
régulièrement (3 % en 2016). Et ils ne sont plus que
57 % à utiliser la voiture tous les jours (78 % en 2016).



© Baroudeurs Liegeois

Autre avancée primordiale, **86 % des visiteurs déclarent agir pour diminuer l'impact de leur séjour sur l'environnement**, une proportion multipliée par 2,5 en 6 ans ! Les actions privilégiées concernent le respect des sites visités (84%), la gestion et le tri des déchets (75 %) ou encore la consommation responsable et/ou locale (59 %).

Ces évolutions transparaissent aussi en termes d'activités pratiquées, avec un besoin de nature et de ressourcement accru. Les activités de pleine nature sont très largement plébiscitées tout comme la découverte du patrimoine régional. Cette recherche de nature s'incarne aussi à travers la progression des séjours en Bretagne intérieure (+3 pts).



Foret de Huelgoat (29) | © Verneuil Teddy Lezbroz

Enfin autre élément crucial, le point de vue des résidents. Même si des pics de fréquentation peuvent être constatés très localement et circonscrits dans le temps, d'une manière générale, **les Bretons sont plutôt satisfaits du développement touristique de la région** : les 3 / 4 donnent une note de satisfaction supérieure ou égale à 7 / 10 sur ce sujet. Plus de 80 % reconnaissent l'impact positif du tourisme sur le dynamisme des offres culturelles et de loisirs présentes dans la région, sur la préservation et sur la mise en valeur du patrimoine, sur l'ambiance et l'animation sur le territoire ou encore sur l'économie locale. À l'opposé, 17 % des Bretons déplorent l'impact du tourisme sur la propreté des espaces publics, 13 % sur la sécurité, 12 % sur les infrastructures routières / les transports ou encore la qualité de vie.

La qualité de l'expérience bretonne largement plébiscitée

La satisfaction des visiteurs s'avère également un enjeu fort pour Tourisme Bretagne. Au-delà de la fidélisation de la clientèle, le bouche à oreille est un vecteur de notoriété, de recommandation et donc de renouvellement de nos clientèles. Les avis clients prennent également de plus en plus de poids dans les choix des hébergements ou activités de loisirs (+ 5 pts par rapport à 2016).

Et l'expérience de visite en Bretagne est très largement plébiscitée. Qu'il s'agisse des touristes ou des excursionnistes, plus de 95 % des visiteurs sont satisfaits, voire très satisfaits de leur séjour ou de leur visite dans la région. L'accueil, que ce soit par les professionnels du tourisme ou par la population est un véritable atout, tout comme le sont nos paysages, nos plages, notre patrimoine et notre gastronomie. Cette singularité de l'offre promet une expérience exceptionnelle avec des notes moyennes de satisfaction supérieures à 8,5 / 10. La Bretagne est également perçue comme une destination rassurante (*propre, saine, bien entretenue...*) et engagée en matière de tourisme durable. L'expérience est encore plus qualitative en dehors du cœur de saison.



Coucher du soleil | © Alexandre lamoureux

Mais comme il est toujours possible de faire mieux, les visiteurs soulèvent des axes d'amélioration en matière de jours et horaires d'ouverture des commerces ; de signalisation (à l'exception des excursionnistes) et de stationnement.

Malgré ces quelques réserves, plus de 70 % des touristes recommanderont avec certitude la Bretagne comme destination de vacances à leurs proches (+ 3 pts / 2016).

Il va sans dire que ce ne sont que les premières conclusions de cette étude d'envergure. Si elles incitent Tourisme Bretagne à challenger sa stratégie à l'aune de ces enseignements ; elles confirment d'ores et déjà les axes forts de développement touristique adoptés par la région, Identité & Transition favorisant le développement d'un tourisme plus qualitatif que quantitatif en phase avec les attentes des visiteurs mais aussi propice aux habitants.

« L'acceptabilité du tourisme est essentielle et, heureusement, est très grande dans notre région où l'accueil réservé par les professionnels et les habitants aux visiteurs est le mieux perçue de France. Notre objectif est de préserver cet équilibre tout en accordant notre agilité face à une immédiate des usages croissante avec des délais réduits et de l'ultra personnalisation. Nous devons proposer demain à nos visiteurs une expérience sans couture de l'inspiration à la réservation en ligne jusqu'à l'expérience vécue sur le territoire en accompagnant les professionnels sur les transitions qu'elles soient environnementales, digitales et sociétales. »

Antoine Cariou, Directeur de Tourisme Bretagne

Les chiffres-clés du territoire

2730 km

de côtes (plages, falaises, dunes, Rias, Abers)â

30000 km

de rivières et cours d'eau (dont 675 km de voies d'eau navigables)â

4610 km

de sentiers de grandes randonn esâ

13

réserves naturellesâ

11

 les habit esâ

22

jardins labellisés «â Jardin Remarquables en Bretagneâ»â

4

Parcs Naturels Régionaux en Bretagneâ: Le Parc Naturel Régional d'Armorique, Le Parc Naturel Marin d'Iroise, Le Parc Naturel Régional du Golfe du Morbihan Le Parc Naturel Régional de Bri reâ

Méthodologie :

Enquête réalisée entre février et décembre 2022, en Bretagne et Loire-Atlantique. Les visiteurs étaient interrogés post séjour, en ligne après avoir donné leur accord pour participer à cette enquête, soit auprès d'enquêteurs de la société Sym tris présents sur 76 sites de visites, marchés, ou points de sortie du territoireâ ; soit en complétant un bulletin de participation disponibles dans plus de 250 sites partenaires (sites de visites, offices de tourisme, écluses, ports de plaisance, centres nautiques, hébergement relevant du tourisme social et solidaire).



Partenaires financiers:

Tourisme Bretagne, Côtes d'Armor Destination, Programme EXPERIENCE, Finistère 360, Agence de développement touristique d'Ille-et-Vilaine, Morbihan Tourisme, Loire Atlantique Développement, Auray Quiberon Terre Atlantique, Golfe du Morbihan Vannes Agglomération, Vitrac Communauté, Communauté Lesneven Côte des I gendes, Office de tourisme de Granville Terre et mer.