

2018

Analyse des données de fréquentation hôtels et campings par marché



Ce document est réalisé par l'Observatoire Régional du Tourisme pour le compte de la Région des Pays de la Loire.
L'Agence régionale - Pays de la Loire - Territoires d'Innovation - 7, rue du Général de Bollardière - CS 80221 - 44202 Nantes Cedex 2

www.agence-paysdelaloire.fr/ort

CHIFFRES CLÉS

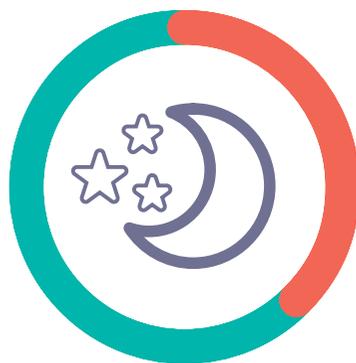
PLUS DE 19 MILLIONS DE NUITÉES HÔTELS ET CAMPINGS EN 2017

FRÉQUENTATION

NOMBRE DE NUITÉES HÔTELS ET CAMPINGS
en 2017 en Pays de la Loire

19 002 782
nuitées hôtels et campings
en 2017 en Pays de la Loire


11 862 582
nuitées en campings




7 140 200
nuitées en hôtels

dont **16 092 385** nuitées françaises **2 910 402** nuitées étrangères

ÉVOLUTIONS

ÉVOLUTIONS NUITÉES HÔTELS ET CAMPINGS

de 2010 à 2017

+ 2 542 669
nuitées en plus
par rapport à 2010

dont + 1 095 999 en hôtels
et + 1 446 670 en campings

de 2016 à 2017

+ 1 222 868
nuitées en plus
par rapport à 2016

dont + 87 291 en hôtels
et + 1 135 577 en campings

ÉVOLUTIONS NUITÉES HÔTELS ET CAMPINGS

NUITÉES FRANÇAISES

De 2010 à 2017

+ 2 372 047
nuitées

dont + 1 179 357 sur le littoral
et + 1 192 690 sur le non-littoral

NUITÉES ÉTRANGÈRES

De 2010 à 2017

+ 170 627
nuitées

dont - 115 190 sur le littoral
et + 285 817 sur le non-littoral

FAITS MARQUANTS

FAITS MARQUANTS
entre 2010 et 2017

+ 6% de nuitées étrangères

 ROYAUME-UNI  PAYS-BAS  BELGIQUE

- 106 428 nuitées **- 119 754** nuitées **+ 118 026** nuitées

FAITS MARQUANTS
entre 2016 et 2017

+ 10% de nuitées étrangères
(gain de 253 473 nuitées)

 PAYS-BAS  ROYAUME-UNI

+ 134 284 nuitées **- 17 278** nuitées

ÉTRANGERS

15% d'étrangers sur l'ensemble des Pays de la Loire

 **19%**
d'étrangers
sur le non-littoral

 **12%**
d'étrangers
sur le littoral

DIVERSIFICATION DE LA CLIENTÈLE

UK + NL + B + D = 78%
des nuitées
en 2017

SCHÉMA RÉGIONAL DE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME ET DES LOISIRS

[2016 – 2020]

PRIORITÉ

PLUS D'ATTRACTIVITÉ : RECONQUÉRIR L'INTERNATIONAL

2 ORIENTATIONS STRATÉGIQUES :

Gagner des parts de marché
sur les clientèles étrangères

Définir une nouvelle stratégie de marketing
et de communication touristique régionale

Actions

Marchés prioritaires à l'international :
l'Europe

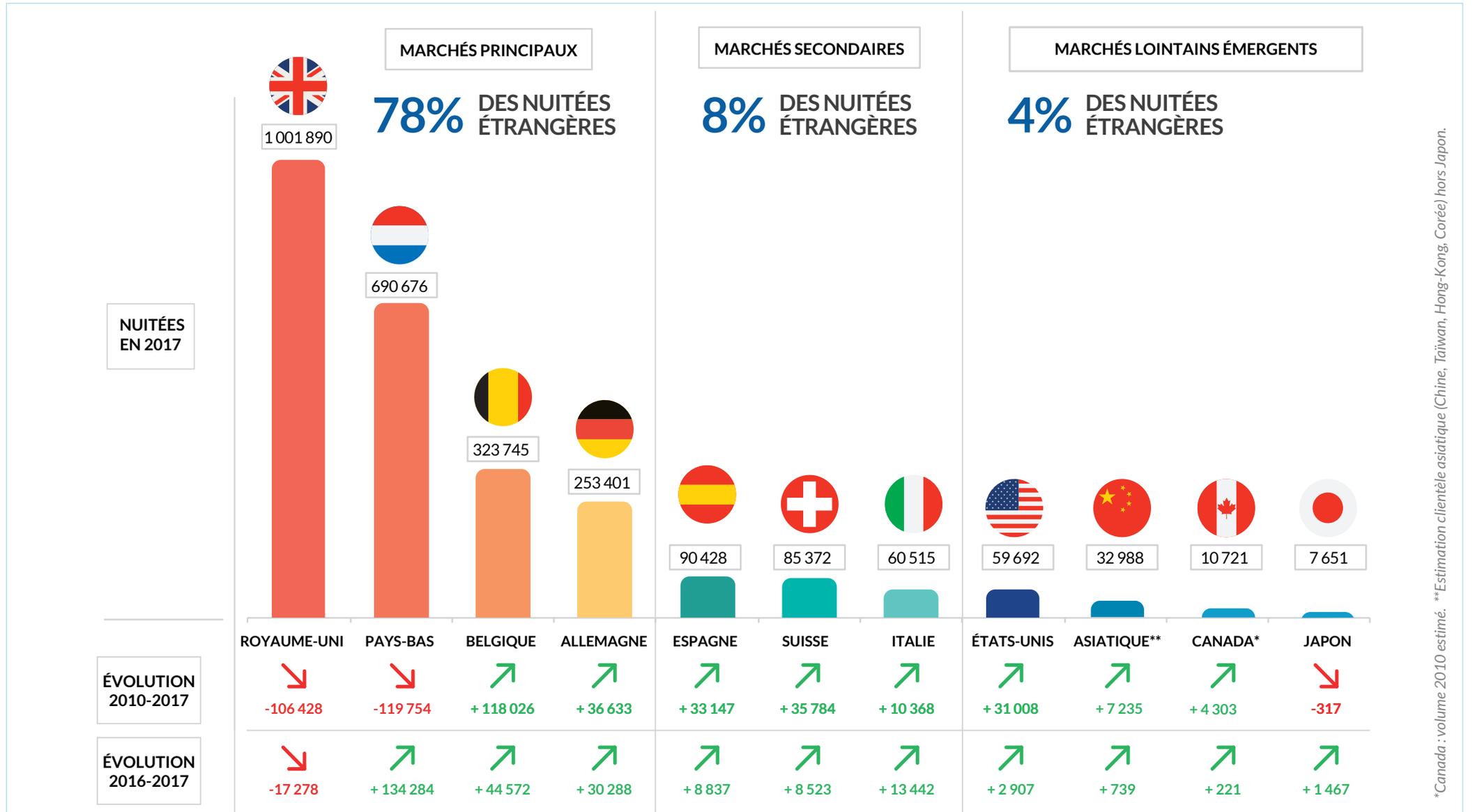
Une **nouvelle stratégie** de communication
touristique...

Marchés lointains : prospection et
diversification

...un plan de communication touristique

STRUCTURE DU MARCHÉ RÉGIONAL

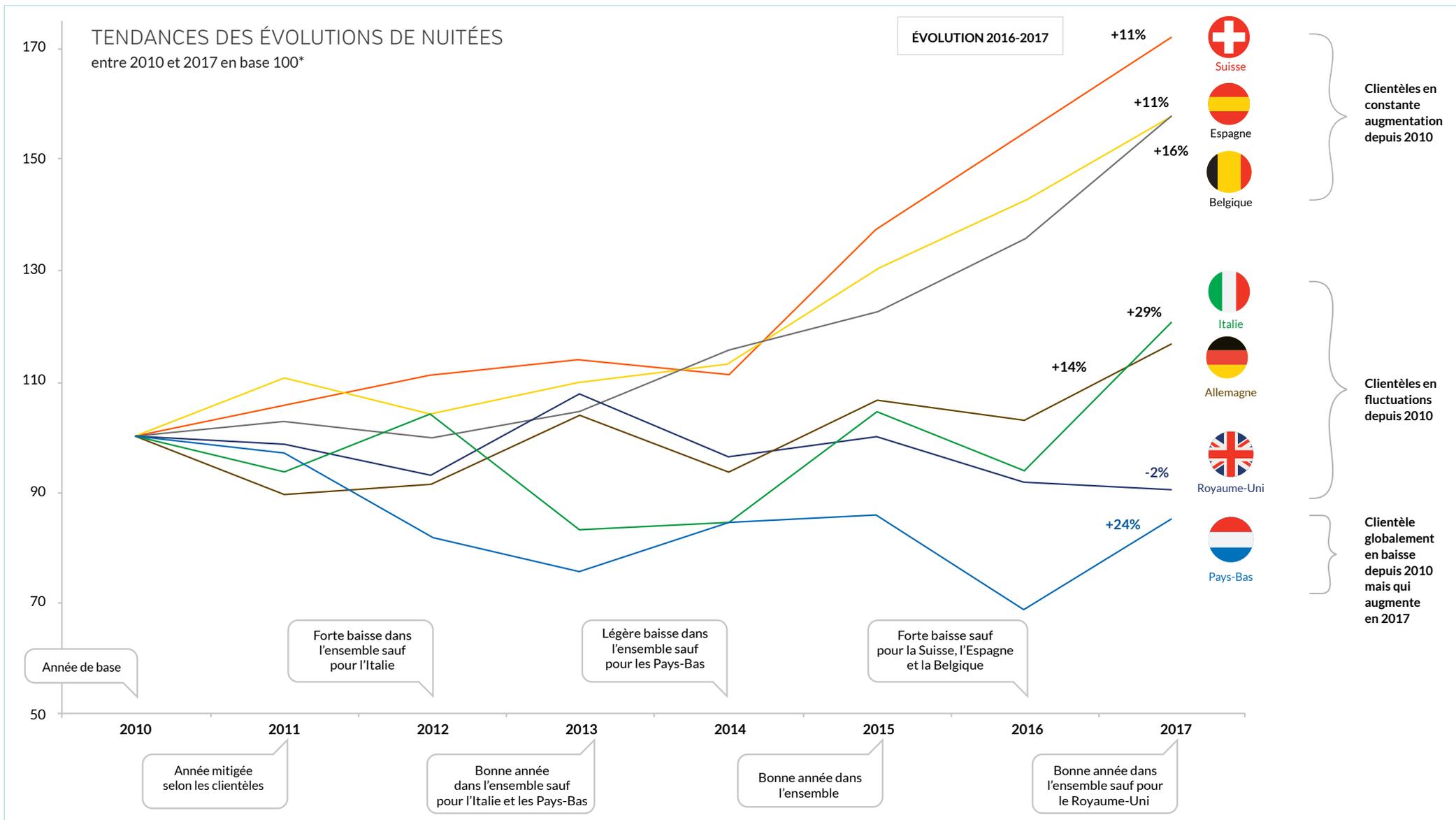
AU REGARD DE LA FRÉQUENTATION HÔTELS ET CAMPINGS [CHIFFRES 2017]



Les marchés Autre Europe, Autre Amérique, Afrique et Océanie ne sont pas représentés ici.

Source : données de fréquentation INSEE 2017

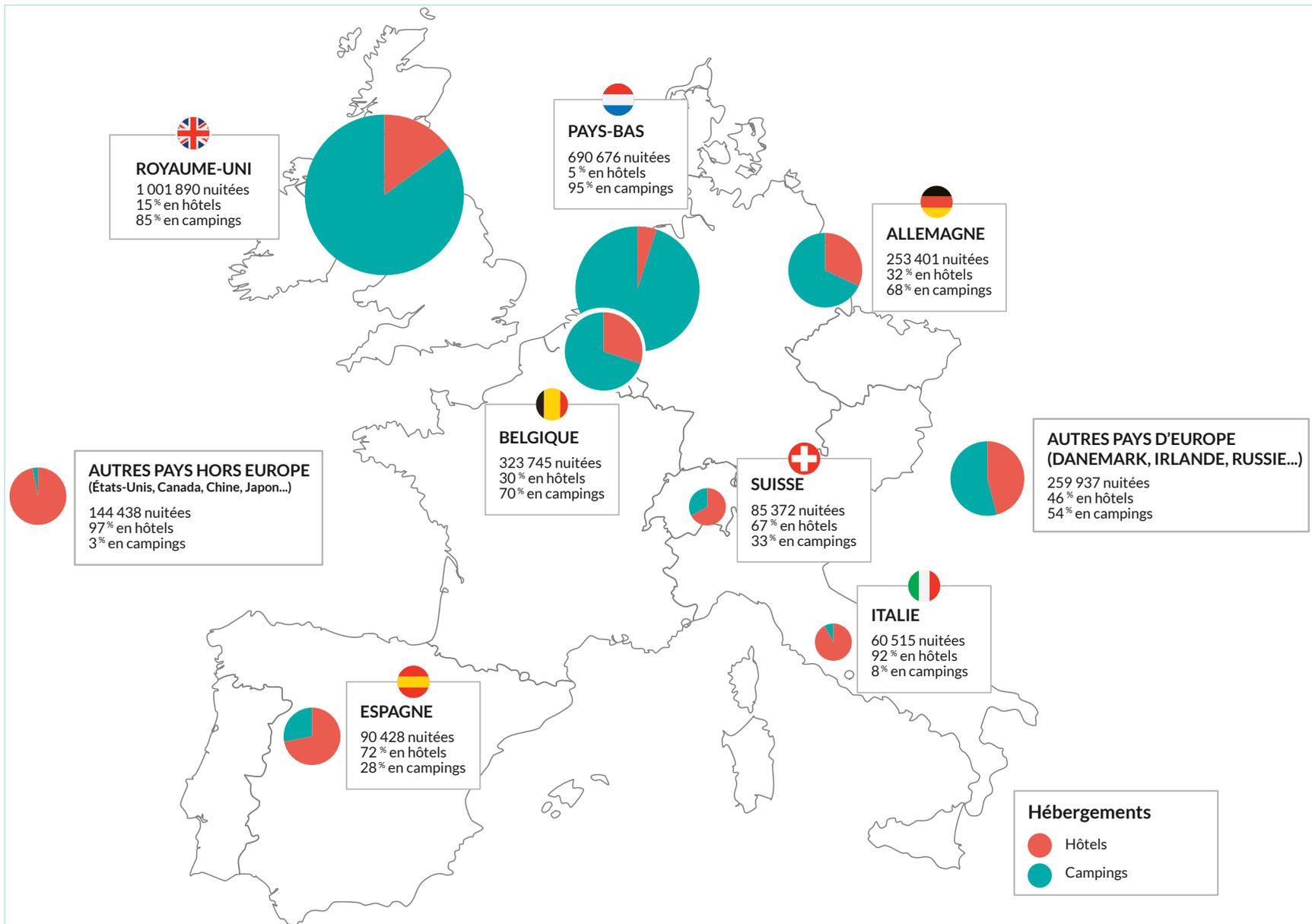
TENDANCES DEPUIS 2010



* Graphique en base 100. Ne tenez pas compte ici des valeurs brutes.

ORIGINES DES CLIENTÈLES

2,9 MILLIONS DE NUITÉES ÉTRANGÈRES EN 2017



MARCHÉS PRINCIPAUX

- Royaume-Uni
- Pays-Bas
- Belgique
- Allemagne

MARCHÉS MAJORITAIREMENT « CAMPINGS »

- Royaume-Uni
- Pays-Bas
- Belgique
- Allemagne

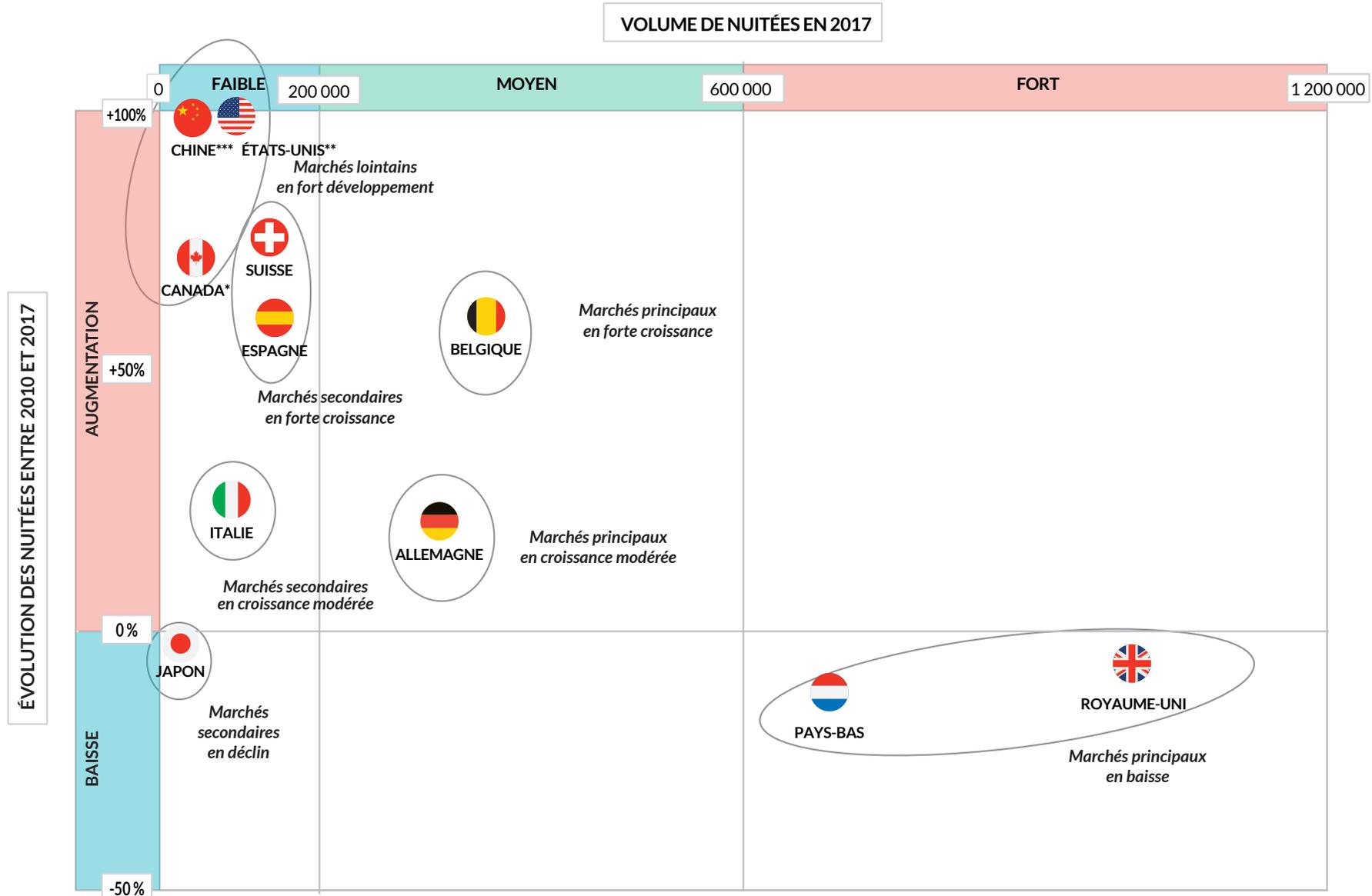
MARCHÉS MAJORITAIREMENT « HÔTELS »

- Espagne
- Italie
- Etats-Unis
- Canada
- Chine
- Japon
- Suisse

MARCHÉS PARTAGÉS

- Danemark
- Irlande
- Russie

MATRICE DE SYNTHÈSE



* Canada : volume 2010 estimé / ** États-Unis : +108% par rapport à 2010 / *** Chine : +116% par rapport à 2010

RATIO (NUITÉES/CAPACITÉ) PAR NATIONALITÉ ET PAR ZONE EN HÔTEL

On observe en moyenne **6,3 nuitées britanniques** pour **1 chambre** d'hôtel en Pays de la Loire*.

*Toutes les zones n'ont pas la même capacité d'accueil, ce ratio permet donc de comparer « l'attractivité » de chaque zone en tenant compte de leur fréquentation et de leur offre. Il faut comparer chaque ratio avec le ratio moyen régional, plus il est éloigné de la moyenne régionale plus il est significatif, un ratio élevé par rapport à la moyenne signifie que les chambres sont « plus » fréquentées par cette clientèle qu'en moyenne.

Pays de la Loire / Clientèles	Allemandes	Belges	Espagnoles	Néerlandaises	Britanniques	Suisses	Italiennes	Américaines	Canadiennes	Asiatiques (Hors Japon)
Ratio régional moyen (nuitées/capacité)	3,4	4,0	2,7	1,4	6,3	2,4	2,3	2,5	0,4	1,4

On observe en moyenne **17,8 nuitées britanniques** pour **1 chambre** d'hôtel sur **l'agglomération de Saumur***.

Zones \ Clientèles	Allemandes	Belges	Espagnoles	Néerlandaises	Britanniques	Suisses	Italiennes	Américaines	Canadiennes	Asiatiques (Hors Japon)
BORDS DE LOIRE EN LOIRE-ATLANTIQUE	3,8	3,6	5,1	1,9	5,8	2,6	3,0	3,2	0,9	2,2
BORDS DE LOIRE EN ANJOU	3,4	4,4	2,1	1,8	9,1	1,5	2,3	3,5	0,4	1,7
LITTORAL LOIRE-ATLANTIQUE	4,6	5,8	1,2	1,2	4,6	5,7	2,7	1,5	0,5	1,0
LITTORAL VENDÉE	2,1	4,0	0,5	0,8	3,1	2,0	1,0	1,1	0,2	0,3
LOIRE-ATLANTIQUE	3,8	3,8	3,7	1,6	5,5	3,5	2,6	2,7	0,7	1,7
ANJOU	3,1	4,7	2,1	1,7	8,2	1,4	2,2	3,2	0,4	1,7
MAYENNE	3,3	2,3	2,1	0,9	6,9	1,3	1,9	1,7	0,3	1,1
SARTHE	4,4	3,1	2,9	1,7	10,9	1,6	2,9	2,6	0,2	1,3
VENDÉE	2,1	4,8	1,2	0,8	3,4	1,6	1,4	1,5	0,2	0,4
AGGLOMÉRATION D'ANGERS	2,9	2,4	2,2	1,4	6,5	1,1	2,6	2,4	0,3	1,4
AGGLOMÉRATION DE NANTES	3,5	2,9	5,7	1,9	6,0	2,7	2,7	3,5	1,0	2,3
AGGLOMÉRATION DE SAUMUR	5,3	9,2	2,3	3,2	17,8	2,6	1,9	7,4	0,7	2,8
AGGLOMÉRATION DU MANS	5,0	3,2	2,8	1,9	12,0	1,8	3,4	3,3	0,2	1,5
BOCAGE VENDÉEN	2,2	7,5	1,5	0,9	3,7	1,3	2,2	2,0	0,2	0,5
LA BAULE	4,8	5,0	0,7	1,0	5,1	5,6	2,2	1,9	0,6	0,8
LE CHOLETAIS	2,0	3,2	2,3	1,0	4,2	1,1	2,2	2,2	0,3	2,4
LES SABLES-D'OLONNE	2,3	3,5	0,7	1,1	3,8	2,5	1,1	1,6	0,3	0,4
NANTES	4,7	3,7	7,9	1,9	8,0	3,6	3,3	4,5	1,4	2,3
SAINT-NAZAIRE	6,3	8,8	3,1	2,0	6,1	2,8	6,1	1,8	0,5	2,2
PRESQU'ILE DE GUÉRANDE	4,3	4,6	0,7	1,0	5,0	4,7	2,0	1,7	0,5	0,7
PAYS DE LA LOIRE	3,4	4,0	2,7	1,4	6,3	2,4	2,3	2,5	0,4	1,4

zone où le ratio nuitées/capacité est supérieur au ratio moyen régional.

RATIO (NUITÉES/CAPACITÉ) PAR NATIONALITÉ ET PAR ZONE EN CAMPING

*Toutes les zones n'ont pas la même capacité d'accueil, ce ratio permet donc de comparer « l'attractivité » de chaque zone en tenant compte de leur fréquentation et de leur offre. Il faut comparer chaque ratio avec le ratio moyen régional, plus il est éloigné de la moyenne régionale plus il est significatif, un ratio élevé par rapport à la moyenne signifie que les chambres sont « plus » fréquentées par cette clientèle qu'en moyenne.

On observe en moyenne **10 nuitées britanniques** pour **1 emplacement** de camping en Pays de la Loire*.

Pays de la Loire / Clientèles	Allemandes	Belges	Espagnoles	Néerlandaises	Britanniques	Suisses	Italiennes
Ratio régional moyen (nuitées/capacité)	2,0	2,7	0,3	7,7	10,0	0,3	0,1

On observe en moyenne **31 nuitées britanniques** pour **1 emplacement** de camping sur **les bords de Loire en Anjou**.

Zones \ Clientèles	Allemandes	Belges	Espagnoles	Néerlandaises	Britanniques	Suisses	Italiennes
BORDS DE LOIRE EN LOIRE-ATLANTIQUE	2,8	3,2	1,0	7,8	7,8	0,7	0,2
BORDS DE LOIRE EN ANJOU	4,7	4,9	0,9	21,9	31,0	0,9	0,3
LITTORAL LOIRE-ATLANTIQUE	2,7	2,2	0,2	5,8	3,8	0,4	0,3
LITTORAL VENDÉE	2,0	2,7	0,1	5,3	8,3	0,3	0,0
LOIRE-ATLANTIQUE	2,6	2,1	0,5	5,8	4,4	0,4	0,1
ANJOU	3,7	4,4	1,3	18,6	24,6	0,7	0,3
MAYENNE	1,4	1,7	1,0	6,8	8,8	0,5	0,1
SARTHE	1,6	1,7	0,6	10,1	13,5	0,4	0,2
VENDÉE	1,7	2,8	0,1	7,3	10,4	0,2	0,0
PAYS DE RETZ	2,2	2,8	0,3	8,2	4,7	0,3	0,1
PRESQU'ILE DE GUÉRANDE	3,4	1,7	0,3	4,2	4,2	0,5	0,1
RÉTRO-LITTORAL RÉGIONAL	0,4	2,6	0,2	5,5	5,0	0,1	0,0
PAYS DE LA LOIRE	2,0	2,7	0,3	7,7	10,0	0,3	0,1

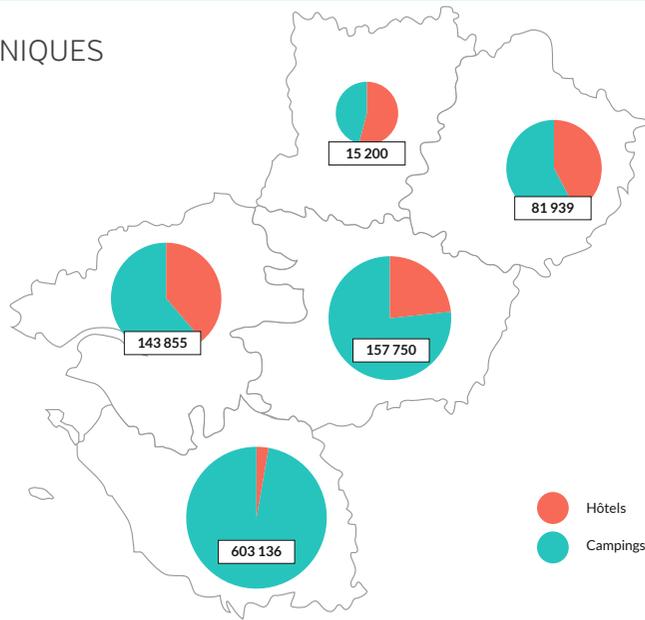
zone où le ratio nuitées/capacité est supérieur au ratio moyen régional.



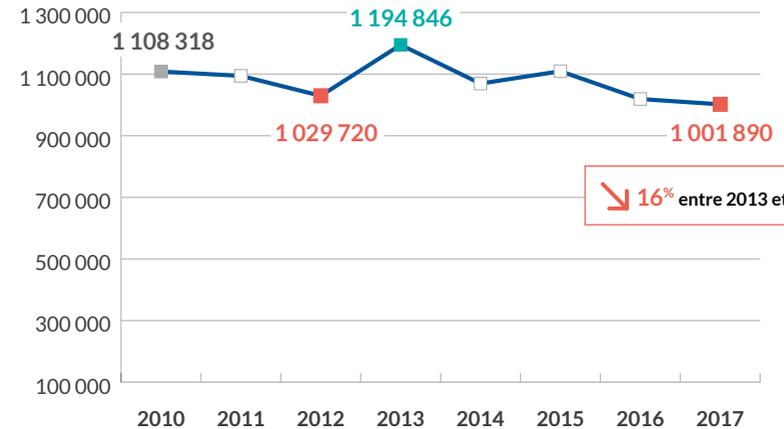
La clientèle britannique

Nuitées en 2017	Évolution 2010/2017	Évolution 2016/2017	Type d'hébergement (part de nuitées)	Répartition Littoral / Non littoral (part de nuitées)	Opportunités Augmentation de nuitées par rapport à la capacité (2010/2017)	Menaces Baisse de nuitées par rapport à la capacité (2010/2017)	Accessibilité	Motifs de venue en France	Taux d'intermédiation (2015)	Budget vacances moyen (2015)
1 001 890 1 ^{ère} clientèle étrangère 34% des nuitées étrangères	- 10%	- 2%	 85%	 46%  54%  68% des nuitées hôtels en espace urbain	 +10 800 nuitées hôtels à Nantes	-188 000 nuitées camping sur le littoral vendéen	11 lignes aériennes directes à Nantes 5 ports (Brittany Ferries) Eurotunnel	Golf Oenotourisme Tourisme urbain	19%	3 081 €

NUITÉES BRITANNIQUES en 2017



ÉVOLUTIONS NUITÉES BRITANNIQUES de 2010 à 2017



Zones à fort ratio nuitées/capacité (cf. p 7 & 8)*

Hôtels	Campings
Saumur, Le Mans, Sarthe, Bords de Loire (Anjou), Anjou, Nantes, Mayenne, Angers	Bords de Loire (Anjou), Anjou, Sarthe, Vendée

Attention : les données campings 2017 prennent en compte le mois d'avril contrairement aux années précédentes

FAITS MARQUANTS

- Plus d'1 million de nuitées en Pays de la Loire
- 1/3 des nuitées étrangères

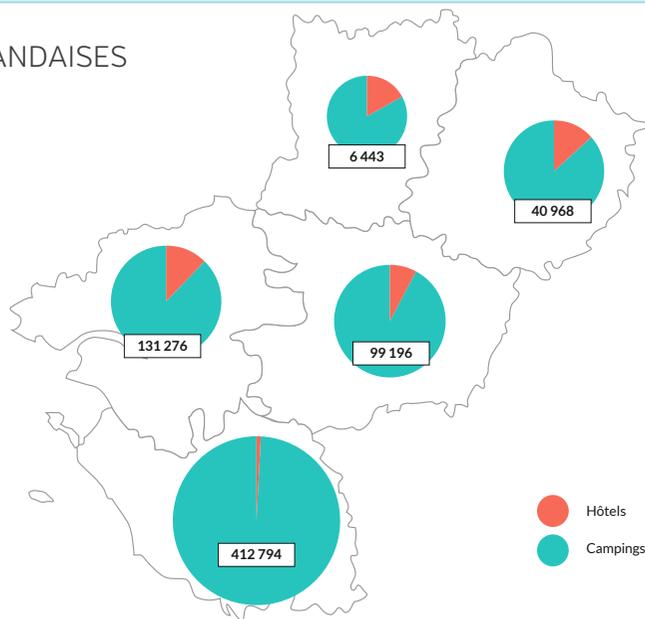
* classement du ratio le plus élevé au moins élevé



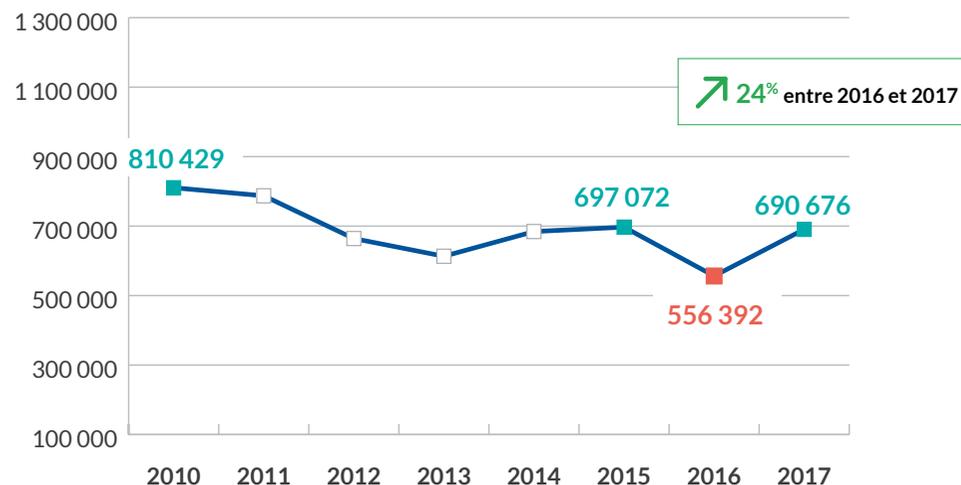
La clientèle néerlandaise

Nuitées en 2017	Évolution 2010/2017	Évolution 2016/2017	Type d'hébergement (part de nuitées)	Répartition Littoral / Non littoral (part de nuitées)	Opportunités Augmentation de nuitées par rapport à la capacité (2010/2017)	Menaces Baisse de nuitées par rapport à la capacité (2010/2017)	Accessibilité	Motifs de venue en France	Taux d'intermédiation (2015)	Budget vacances moyen (2015)
690 676 2 ^e clientèle étrangère 24% des nuitées étrangères	-15%	+24%	95%	50% 50% 67% des nuitées hôtels en espace urbain	+6 300 nuitées hôtels sur les Bords de Loire (Loire-Atlantique)	-119 300 nuitées camping en Vendée	1 ligne aérienne directe (Amsterdam - Nantes) Autoroute TGV	Oenotourisme Cyclotourisme Nature Littoral	55%	Non communiqué

NUITÉES NÉERLANDAISES en 2017



ÉVOLUTIONS NUITÉES NÉERLANDAISES de 2010 à 2017



Zones à fort ratio nuitées/capacité (cf. p 7 & 8)*

Hôtels	Campings
Saumur, Saint-Nazaire, Nantes, Le Mans, Bords de Loire (Loire-Atlantique et Anjou), Anjou, Sarthe, Loire-Atlantique, Angers	Bords de Loire (Anjou), Anjou, Sarthe, Pays de Retz, Bords de Loire (Loire-Atlantique)

Attention : les données campings 2017 prennent en compte le mois d'avril contrairement aux années précédentes

FAITS MARQUANTS

- Près de 700 000 nuitées dont la moitié sur le littoral
- 95% en camping

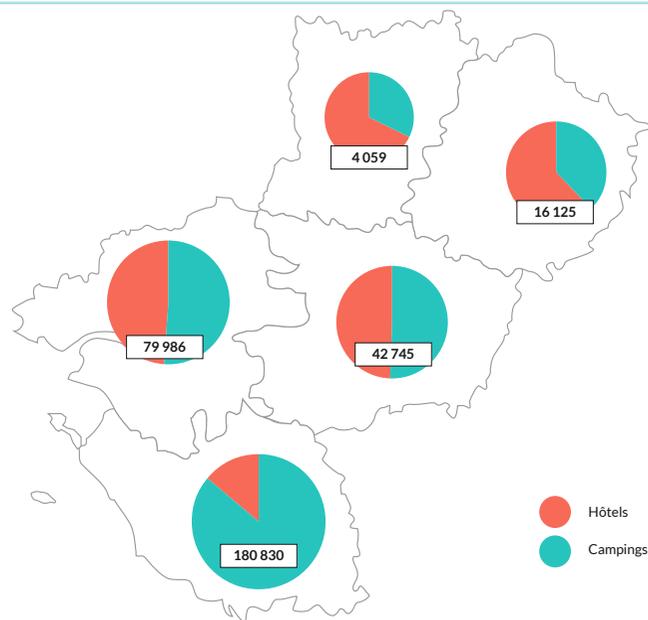
* classement du ratio le plus élevé au moins élevé



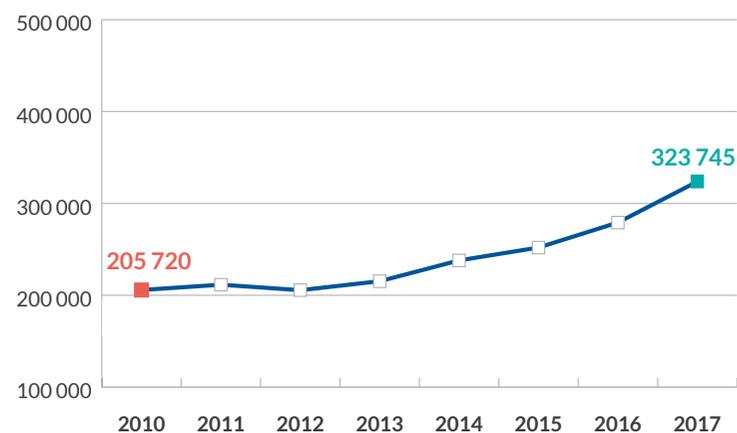
La clientèle belge

Nuitées en 2017	Évolution 2010/2017	Évolution 2016/2017	Type d'hébergement (part de nuitées)	Répartition Littoral / Non littoral (part de nuitées)	Opportunités Augmentation de nuitées par rapport à la capacité (2010/2017)	Menaces Baisse de nuitées par rapport à la capacité (2010/2017)	Accessibilité	Motifs de venue en France	Taux d'intermédiation (2015)	Budget vacances moyen (2015)
323 745 3 ^e clientèle étrangère 11% des nuitées étrangères	57%	16%	 70%	 58% 42% 45% des nuitées hôtels en espace urbain	 + 60 000 nuitées camping en Vendée	-1 800 nuitées hôtels à Saint-Nazaire	1 ligne aérienne directe (Bruxelles - Nantes) Autoroute TGV	Oenotourisme Bien-être Tourisme d'affaires	13%	Non communiqué

NUITÉES BELGES en 2017



ÉVOLUTIONS NUITÉES BELGES de 2010 à 2017



Zones à fort ratio nuitées/capacité (cf. p 7 & 8)*

Hôtels	Campings
Saumur, Saint-Nazaire, Bocage Vendéen, Littoral Loire-Atlantique, La Baule, Vendée, Anjou, Presqu'île de Guérande, Bords de Loire (Anjou), Littoral Vendée	Bords de Loire (Anjou), Anjou, Bords de Loire (Loire-Atlantique), Vendée, Pays de Retz, Littoral Vendée

*classement du ratio le plus élevé au moins élevé

Attention : les données campings 2017 prennent en compte le mois d'avril contrairement aux années précédentes

FAIT MARQUANT

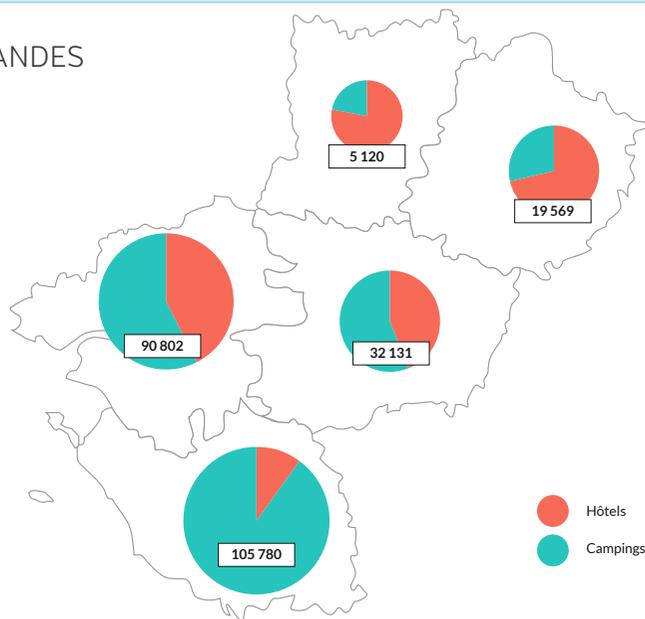
Clientèle belge de plus en plus présente sur le littoral et l'axe de la Loire



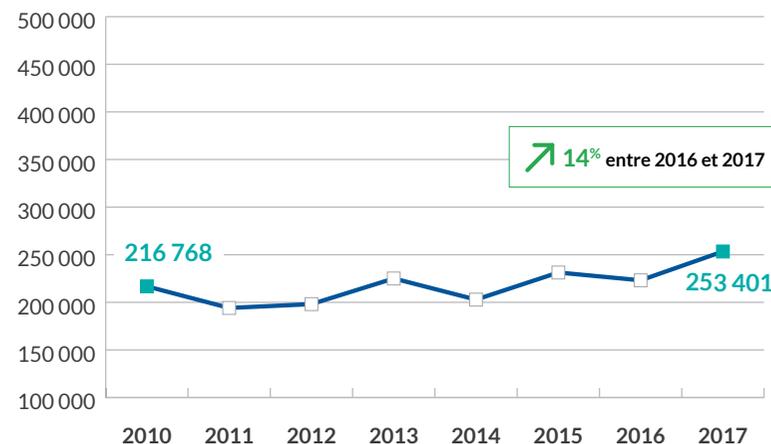
La clientèle allemande

Nuitées en 2017	Évolution 2010/2017	Évolution 2016/2017	Type d'hébergement (part de nuitées)	Répartition Littoral / Non littoral (part de nuitées)	Opportunités Augmentation de nuitées par rapport à la capacité (2010/2017)	Menaces Baisse de nuitées par rapport à la capacité (2010/2017)	Accessibilité	Motifs de venue en France	Taux d'intermédiation (2015)	Budget vacances moyen (2015)
253 401 4 ^e clientèle étrangère 9% des nuitées étrangères	17%	14%	 68%	 62% 38% 64% des nuitées hôtels en espace urbain	 + 20 600 nuitées camping sur le littoral Loire-Atlantique	-6 000 nuitées hôtels en Anjou	5 lignes aériennes directes à Nantes Autoroute TGV	Culture Tourisme urbain Oenotourisme Cyclotourisme	35 %	2 468 €

NUITÉES ALLEMANDES en 2017



ÉVOLUTIONS NUITÉES ALLEMANDES de 2010 à 2017



Zones à fort ratio nuitées/capacité (cf. p 7 & 8)*

Hôtels	Campings
Saint-Nazaire, Saumur, Le Mans, La Baule, Nantes, Littoral Loire-Atlantique, Sarthe, Presqu'île de Guérande, Bords de Loire (Loire-Atlantique), Loire-Atlantique, Bords de Loire (Anjou)	Bords de Loire (Anjou), Anjou, Presqu'île de Guérande Bords de Loire (Loire-Atlantique), Littoral Loire-Atlantique, Loire-Atlantique, Pays de Retz

Attention : les données campings 2017 prennent en compte le mois d'avril contrairement aux années précédentes

FAITS MARQUANTS

- Clientèle allemande fortement présente sur le littoral
- En hausse sur la Loire-Atlantique

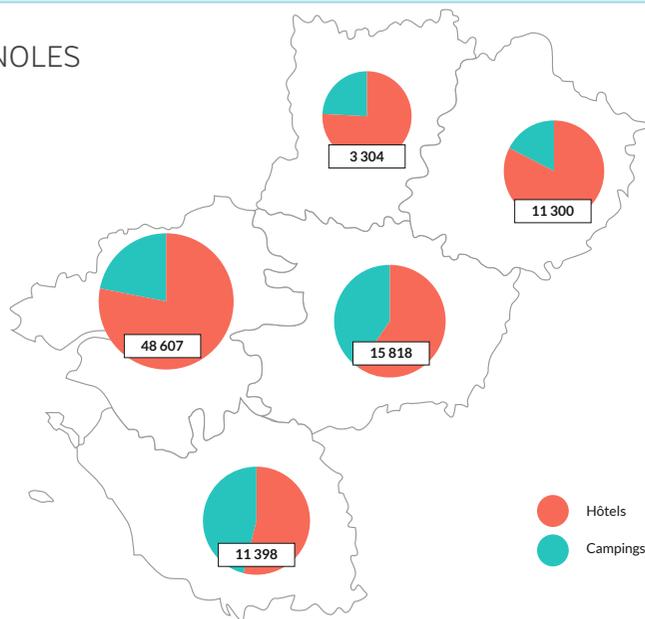
*classement du ratio le plus élevé au moins élevé



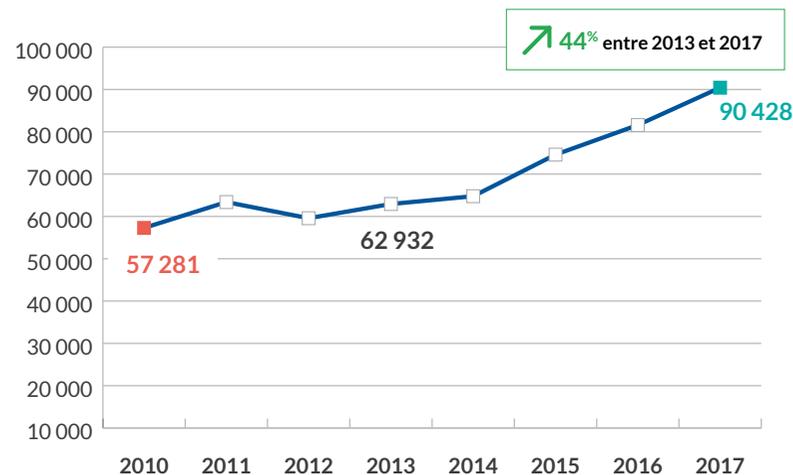
La clientèle espagnole

Nuitées en 2017	Évolution 2010/2017	Évolution 2016/2017	Type d'hébergement (part de nuitées)	Répartition Littoral / Non littoral (part de nuitées)	Opportunités Augmentation de nuitées par rapport à la capacité (2010/2017)	Menaces Baisse de nuitées par rapport à la capacité (2010/2017)	Accessibilité	Motifs de venue en France	Taux d'intermédiation (2015)	Budget vacances moyen (2015)
90 428 5 ^e clientèle étrangère 3% des nuitées étrangères	58%	11%	 72%	 13% 87% 85% des nuitées hôtels en espace urbain	 +16 800 nuitées hôtels sur Nantes	-2 400 nuitées hôtels sur les bords de Loire (Maine-et-Loire)	14 lignes aériennes directes à Nantes TGV	Tourisme urbain Patrimoine Gastronomie	26 %	Non communiqué

NUITÉES ESPAGNOLES en 2017



ÉVOLUTIONS NUITÉES ESPAGNOLES de 2010 à 2017



Zones à fort ratio nuitées/capacité (cf. p 7 & 8)*

Hôtels	Campings
Nantes, Bords de Loire (Loire-Atlantique), Loire-Atlantique, Saint-Nazaire, Sarthe, Le Mans	Anjou, Mayenne, Bords de Loire (Loire-Atlantique et Anjou), Sarthe, Loire-Atlantique

*classement du ratio le plus élevé au moins élevé

Attention : les données campings 2017 prennent en compte le mois d'avril contrairement aux années précédentes

FAIT MARQUANT

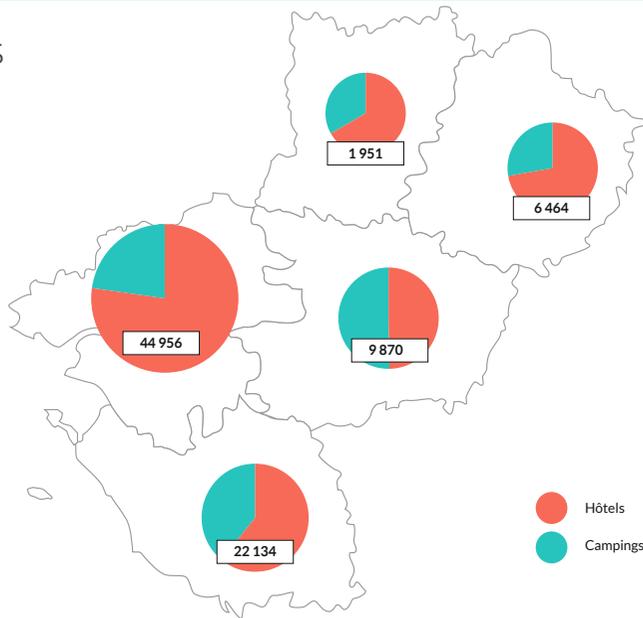
Forte évolution depuis 2014 en particulier à Nantes et sur les Bords de Loire (Loire-Atlantique)



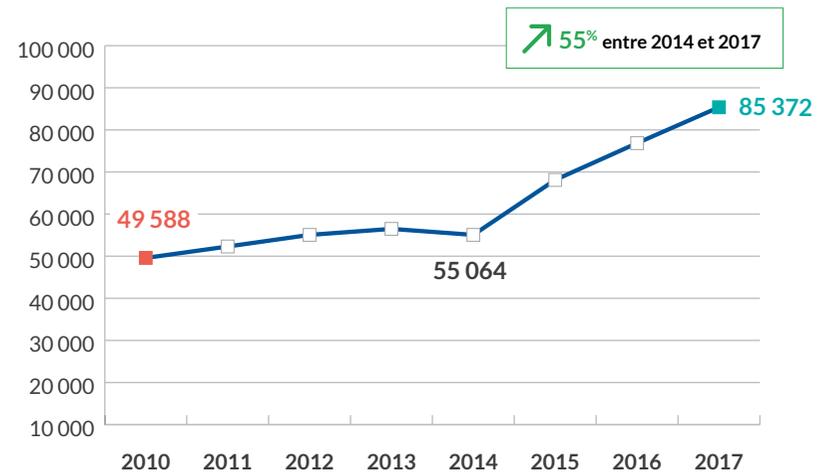
La clientèle suisse

Nuitées en 2017	Évolution 2010/2017	Évolution 2016/2017	Type d'hébergement (part de nuitées)	Répartition Littoral / Non littoral (part de nuitées)	Opportunités Augmentation de nuitées par rapport à la capacité (2010/2017)	Menaces Baisse de nuitées par rapport à la capacité (2010/2017)	Accessibilité	Motifs de venue en France	Taux d'intermédiation (2015)	Budget vacances moyen (2015)
85 372 6 ^e clientèle étrangère 3% des nuitées étrangères	72%	11%	67%	51% 49% 48% des nuitées hôtels en espace urbain	+22 000 nuitées hôtels en Loire-Atlantique	-1 700 nuitées camping sur le littoral vendéen	1 ligne aérienne directe «historique» (Genève-Nantes) TGV	Bien-être Balnéaire Tourisme urbain Oenotourisme	15 %	Non communiqué

NUITÉES SUISSES en 2017



ÉVOLUTIONS NUITÉES SUISSES de 2010 à 2017



Zones à fort ratio nuitées/capacité (cf. p 7 & 8)*

Hôtels	Campings
Littoral Loire-Atlantique, La Baule, Presqu'île de Guérande, Nantes, Loire-Atlantique, Saint-Nazaire, Saumur, Bords de Loire (Loire-Atlantique), Les Sables d'Olonne	Bords de Loire (Anjou et Loire-Atlantique), Anjou Mayenne, Presqu'île de Guérande, Littoral Loire-Atlantique, Loire-Atlantique, Sarthe, Pays de Retz

Attention : les données campings 2017 prennent en compte le mois d'avril contrairement aux années précédentes

FAIT MARQUANT

Présence concentrée en Loire-Atlantique (Thalasso, nouvelle ligne aérienne...)

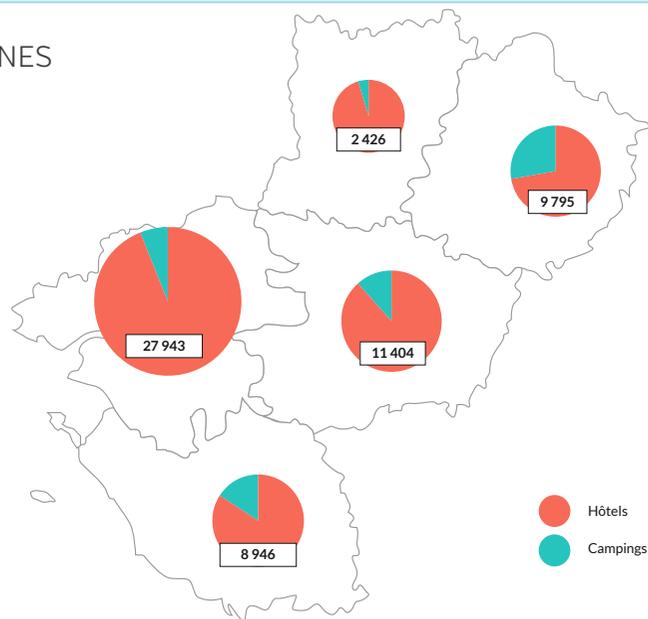
*classement du ratio le plus élevé au moins élevé



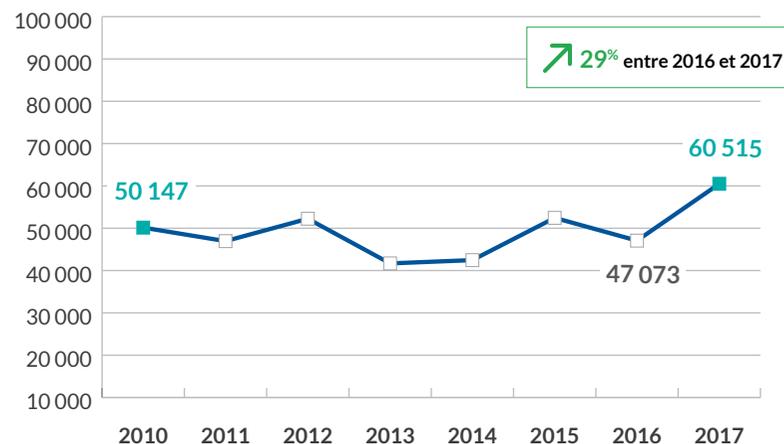
La clientèle italienne

Nuitées en 2017	Évolution 2010/2017	Évolution 2016/2017	Type d'hébergement (part de nuitées)	Répartition Littoral / Non littoral (part de nuitées)	Opportunités Augmentation de nuitées par rapport à la capacité (2010/2017)	Menaces Baisse de nuitées par rapport à la capacité (2010/2017)	Accessibilité	Motifs de venue en France	Taux d'intermédiation (2015)	Budget vacances moyen (2015)
60 515 7 ^e clientèle étrangère 2% des nuitées étrangères	21%	29%	92%	23% 77% 67% des nuitées hôtels en espace urbain	+7 450 nuitées hôtels en Loire-Atlantique	-1 600 nuitées hôtels sur les Bords de Loire (Maine-et-Loire)	10 lignes aériennes TGV	Oenotourisme Tourisme urbain Gastronomie	7%	Non communiqué

NUITÉES ITALIENNES en 2017



ÉVOLUTIONS NUITÉES ITALIENNES de 2010 à 2017



Zones à fort ratio nuitées/capacité (cf. p 7 & 8)*

Hôtels	Campings
Saint-Nazaire, Le Mans, Nantes, Bords de Loire (Loire-Atlantique), Sarthe, Littoral Loire-Atlantique, Angers, Loire-Atlantique	Bords de Loire (Anjou), Littoral Loire-Atlantique, Anjou Bords de Loire (Loire-Atlantique), Sarthe

*classement du ratio le plus élevé au moins élevé

Attention : les données campings 2017 prennent en compte le mois d'avril contrairement aux années précédentes

FAITS MARQUANTS

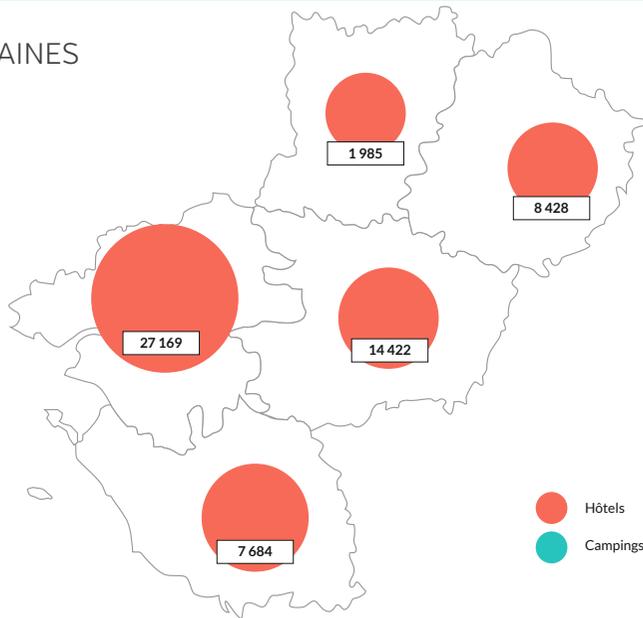
- Clientèle italienne à dominante urbaine
- Fortement présente en Loire-Atlantique



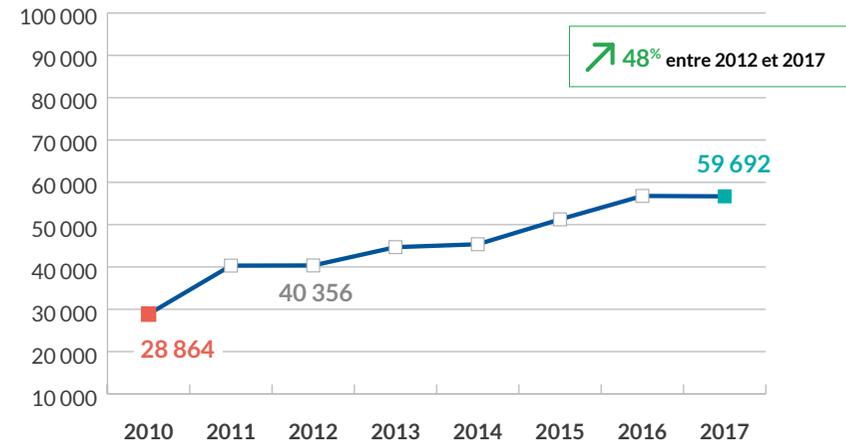
La clientèle américaine

Nuitées en 2017	Évolution 2010/2017	Évolution 2016/2017	Type d'hébergement (part de nuitées)	Répartition Littoral / Non littoral (part de nuitées)	Opportunités Augmentation de nuitées par rapport à la capacité (2010/2017)	Menaces Baisse de nuitées par rapport à la capacité (2010/2017)	Accessibilité	Motifs de venue en France	Taux d'intermédiation (2015)	Budget vacances moyen (2015)
59 692 2% des nuitées étrangères	108%	5%	100%	<ul style="list-style-type: none"> 13% 87% 71% des nuitées hôtels en espace urbain 	+17 000 nuitées hôtels en Loire-Atlantique	- 50 nuitées hôtels sur Saumur	Pas de ligne aérienne directe à Nantes	Tourisme urbain Golf Oenotourisme Croisières	30%	Non communiqué

NUITÉES AMÉRICAINES en 2017



ÉVOLUTIONS NUITÉES AMÉRICAINES de 2010 à 2017



Zones à fort ratio nuitées/capacité (cf. p 7 & 8)*

Hôtels

Saumur, Nantes, Bords de Loire (Anjou), Le Mans, Bords de Loire (Loire-Atlantique), Anjou, Loire-Atlantique, Sarthe

Attention : les données campings 2017 prennent en compte le mois d'avril contrairement aux années précédentes

FAITS MARQUANTS

- Clientèle américaine en hausse constante
- Principalement présente dans les grandes agglomérations (Saumur, Nantes, Le Mans)

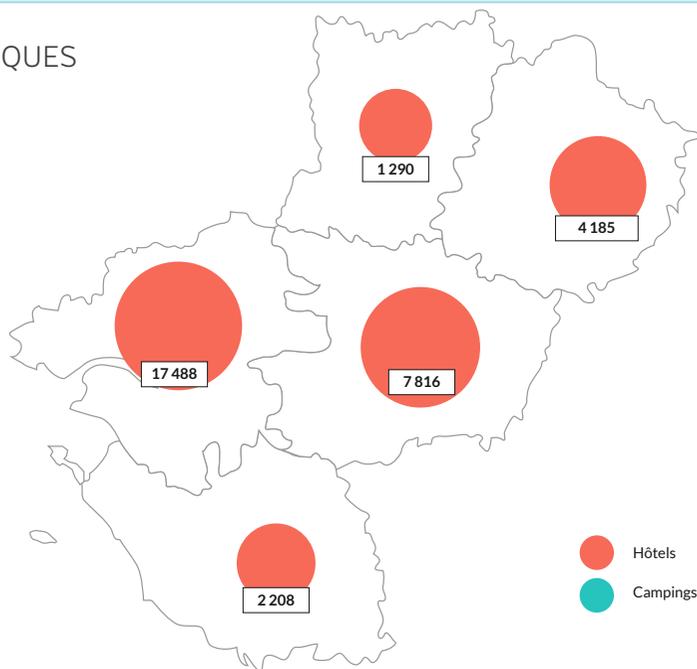
*classement du ratio le plus élevé au moins élevé



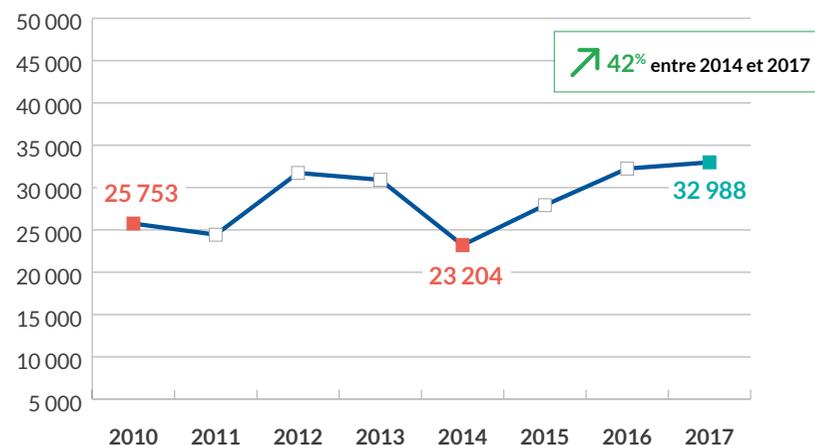
La clientèle asiatique (Chine, Taïwan, Hong-Kong, Corée)

Nuitées en 2017	Évolution 2010/2017	Évolution 2016/2017	Type d'hébergement (part de nuitées)	Répartition Littoral / Non littoral (part de nuitées)	Opportunités Augmentation de nuitées par rapport à la capacité (2010/2017)	Menaces Baisse de nuitées par rapport à la capacité (2010/2017)	Accessibilité	Motifs de venue en France	Taux d'intermédiation (2015)	Budget vacances moyen (2015)
32 988	28%	2%	100%	13% 87% 83% des nuitées hôtels en espace urbain	+3 000 nuitées hôtels en Anjou	- 2 700 nuitées hôtels à Nantes	Pas de ligne aérienne directe à Nantes	Tourisme urbain Culture Nature Tourisme d'affaires	85 %	Non communiqué

NUITÉES ASIATIQUES en 2017



ÉVOLUTIONS NUITÉES ASIATIQUES de 2010 à 2017



Zones à fort ratio nuitées/capacité (cf. p 7 & 8)*

Hôtels

Saumur, Le Choletais, Nantes, Bords de Loire (Loire-Atlantique), Saint-Nazaire, Bords de Loire (Anjou), Loire-Atlantique, Anjou, Le Mans

FAITS MARQUANTS

- Clientèle asiatique à dominante urbaine
- Clientèle présente essentiellement dans les grandes agglomérations

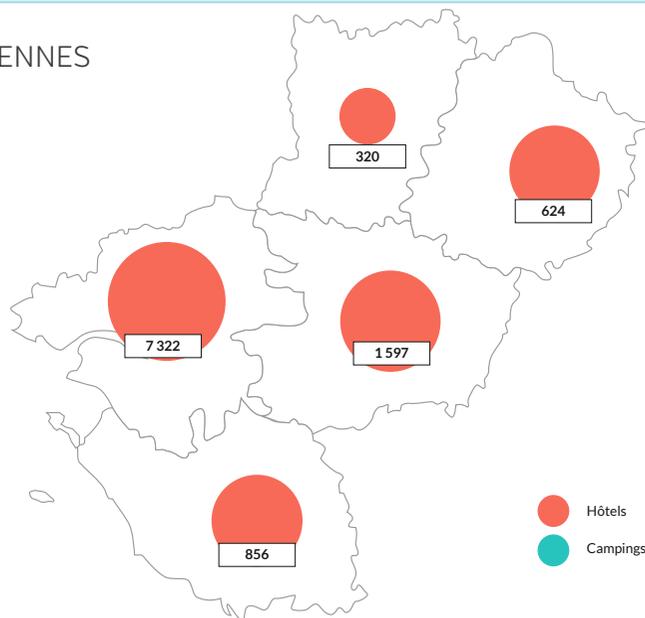
*classement du ratio le plus élevé au moins élevé



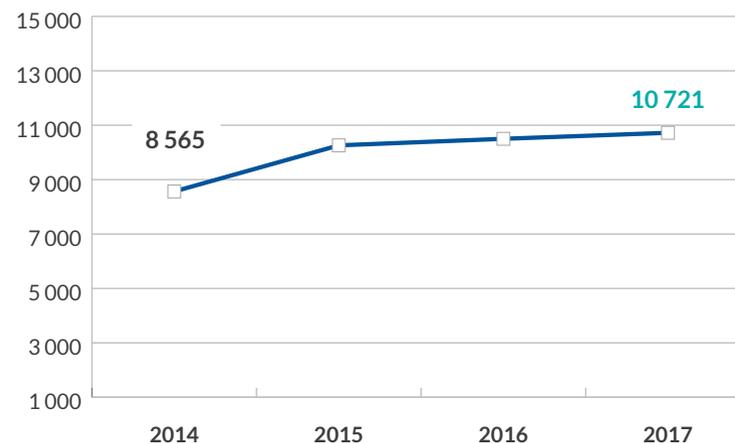
La clientèle canadienne

Nuitées en 2017	Évolution 2010/2017	Évolution 2016/2017	Type d'hébergement (part de nuitées)	Répartition Littoral / Non littoral (part de nuitées)	Opportunités Augmentation de nuitées par rapport à la capacité (2014/2017)	Menaces Baisse de nuitées par rapport à la capacité (2014/2017)	Accessibilité	Motifs de venue en France	Taux d'intermédiation (2015)	Budget vacances moyen (2015)
10 721	67%	2%	 100%	 20%  80%  75% des nuitées hôtels en espace urbain	 +2 700 nuitées hôtels en Loire-Atlantique	- 330 nuitées hôtels sur Le Mans	1 ligne aérienne directe (Montréal-Nantes)	Tourisme urbain Oenotourisme Littoral Cyclotourisme	50%	Non communiqué

NUITÉES CANADIENNES en 2017



ÉVOLUTIONS NUITÉES CANADIENNES de 2014* à 2017



*L'Insee ne dispose pas de données antérieures à 2014 pour cette clientèle.

Zones à fort ratio nuitées/capacité (cf. p 7 & 8)*

Hôtels

Bords de Loire (Loire-Atlantique), Loire-Atlantique, Saumur, La Baule, Littoral Loire-Atlantique, Saint-Nazaire, Presqu'île de Guérande

FAITS MARQUANTS

- Clientèle canadienne à dominante urbaine
- Clientèle présente essentiellement dans les grandes agglomérations

*classement du ratio le plus élevé au moins élevé

Synthèse

LÉGENDE



en fluctuation
à la baisse



en fluctuation
à la hausse



en baisse



en hausse



>50% en camping
<= 50% en hôtel



>50% en hôtel
<= 50% en camping

Clientèles	Nuitées en 2017 Ordre de grandeur	Tendance depuis 2010	Évolution 2016/2017	Mode d'hébergement	Zones à fort ratio nuitées/capacité	Motifs de venue en France	Taux d'intermédiation (2015)	Modes d'accès principaux	Budget vacances moyen (2015)
	1 000 000		-2 %		Bords de Loire Anjou Sarthe	Golf Oenotourisme Tourisme urbain	19 %	11 lignes aériennes 5 ports (Brittany Ferries) Eurotunnel	3 081€
	690 000		+ 24 %		Bords de Loire Anjou	Oenotourisme Cyclotourisme Nature Littoral	55 %	1 ligne aérienne Autoroute TGV	NC
	320 000		+ 16 %		Bords de Loire Anjou	Oenotourisme Bien-être Tourisme d'affaires	13 %	1 ligne aérienne Autoroute TGV	NC
	250 000		+ 14 %		Bords de Loire Anjou	Culture Tourisme urbain Oenotourisme Cyclotourisme	35 %	5 lignes aériennes Autoroute TGV	2 468€
	90 000		+ 11 %		Nantes Bords de Loire Loire-Atlantique	Tourisme urbain Patrimoine Gastronomie	26 %	14 lignes aériennes TGV	NC
	85 000		+ 11 %		Littoral 44 La Baule Nantes	Bien-être Balnéaire Tourisme urbain Oenotourisme	15 %	1 ligne aérienne TGV	NC
	60 500		+ 29 %		Saint-Nazaire Le Mans Nantes	Oenotourisme Tourisme urbain Gastronomie	7 %	10 lignes aériennes TGV	NC
	59 600		+ 5 %		Saumur Nantes Le Mans	Tourisme urbain Golf Oenotourisme Croisières	30 %	Pas de ligne aérienne directe	NC
	33 000		+ 2 %		Saumur Nantes	Tourisme urbain Affaires Culture Nature	85 %	Pas de ligne aérienne directe	NC
	10 700		+ 2 %		Nantes Bords de Loire Saumur	Tourisme urbain Oenotourisme Littoral Cyclotourisme	50 %	1 ligne aérienne	NC