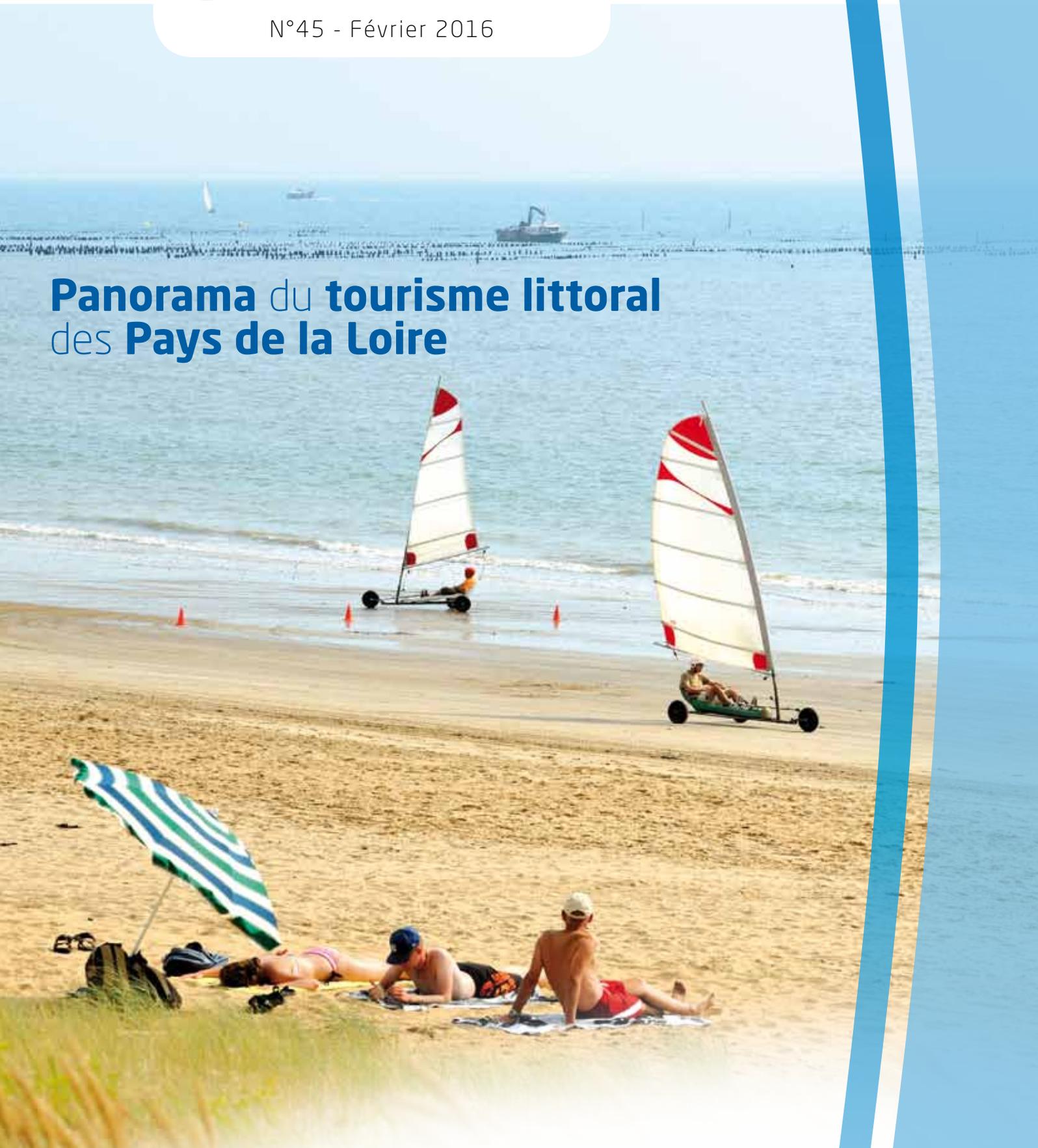


Panorama du tourisme littoral des Pays de la Loire





Le tourisme littoral, un enjeu économique fort

Le tourisme littoral ligérien : environnement et poids économique

Le contexte en Pays de la Loire

Le tourisme littoral en Pays de la Loire conjugue des atouts naturels et patrimoniaux... qui contribuent à conforter l'attractivité des vacances en bord de mer auprès des clientèles française et étrangère. Pour autant, quelques constats interpellent la vigilance et sont à considérer avec attention : **baisse de fréquentation de la clientèle internationale** (-34% de nuitées en camping et -16% en hôtels entre 2006 et 2012) ; **érosion du nombre de lits marchands** (-1% entre 1999 et 2011) au bénéfice d'une **augmentation de l'offre en lits non marchands** (+7% entre 1999 et 2011) ; **mauvaise identification de la côte atlantique** de La Rochelle à la Bretagne par les touristes étrangers. Dans le même esprit que l'étude nationale "Panorama du tourisme littoral" élaborée par Atout France, une démarche s'est engagée en 2015 en Pays de la Loire pour définir un projet partagé en faveur du tourisme littoral.

Franck LOUVRIER
Président du Comité Régional du Tourisme

Le tourisme littoral en France



Atout France consacre deux volumes aux "Destinations littorales" : "Analyse de l'offre et dynamiques d'évolution en France métropolitaine" et "Les clientèles - perceptions, attentes et pratiques". Ces études démontrent que l'offre balnéaire constitue un poids lourd de l'actif touristique français et que le littoral est une destination touristique majeure pour la France incontournable, en particulier l'été.

Le littoral : un grand terrain de jeu accessible

- 5 500 kilomètres de côtes.
- 35% sont des côtes sableuses.
- 20% du linéaire de plages européen.

Les emplois touristiques sur le littoral

330 000 salariés directs en 2013
Soit 5% de l'emploi salarié total (hors saisonniers)

Une offre dense d'hébergements

- Les départements littoraux totalisent 56% des lits touristiques recensés au niveau national.
- Entre 1999 et 2012, le parc d'hébergements marchands et non marchands sur le littoral a gagné 11% de lits contre 6% au niveau métropolitain (hors hébergements collectifs et résidences de tourisme) profitant essentiellement au secteur non marchand.
- Près de 40% des hébergements touristiques métropolitains sont dans les communes littorales.

Le littoral, espace touristique préféré des Français et des Européens

- 7,4 millions de touristes accueillis en 2013, pour une durée moyenne de 8 jours.
- Un tiers des nuitées touristiques totales des Français dont près de 40% en juillet, août et septembre *source : Mémento du tourisme 2013.*

Il est à noter :

- une désaffectation des familles (40% des voyages en 2005, seulement 34% en 2012),
- une érosion des Franciliens (1^{er} bassin émetteur),
- une baisse des plus jeunes au profit des plus de 50 ans actifs
- et des clientèles internationales en repli (entre 2006 et 2012, -7% de nuitées dans l'hôtellerie et -10% en hôtellerie de plein air).

Un modèle en mutation qui reste à inventer

Le littoral est une destination :

- **très concurrentielle** : en 2014, l'Espagne affichait 65 millions de touristes remplaçant le pays au 3^e rang mondial devant la Chine (55,6 millions). La France reste au 1^{er} rang avec 83,8 millions de touristes (*source : DGE 2015*).
- **menacée** : sur-fréquentation, capacité d'accueil, pollution, érosion... En 2011, l'Observatoire national de la mer et du littoral a évalué qu'un quart du littoral (soit 1 723 km sur 7 124 km) reculait du fait de l'érosion marine.
- **relativement banalisée** par : une multitude d'offres, une grande diversité de services mais un manque d'axes de différenciation.

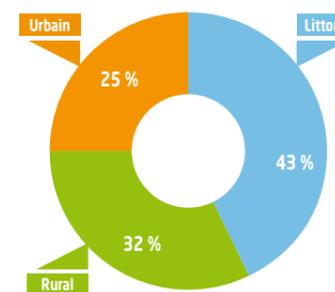
Le périmètre



Source : ORES 2015

Le tourisme littoral créateur de richesse économique

- 1 milliard d'euros de valeur ajoutée.
- 3,3 milliards d'euros de chiffre d'affaires (hors rétro-littoral) générés dans les activités économiques des communes du littoral.
- Plus de 40% du chiffre d'affaires du tourisme ligérien généré par le littoral*
- Pour mémoire l'activité touristique représente 7,2% du PIB national et 7,8% du PIB régional.



Source : ORT - étude poids économique du tourisme - août 2014

Une part de l'emploi élevée sur le littoral

Plus de 13 340 emplois salariés touristiques directs. Comparativement aux zones urbaines et rurales (diversité d'activités, industries...), c'est sur le littoral que l'emploi lié au tourisme est le plus important. Il atteint 16,4% de l'emploi salarié total sur le littoral vendéen ou plus de 8,1% en Loire-Atlantique (3,5% en région Pays de la Loire) - *Source CLAP - INSEE et ESANE 2011.*

Le littoral ligérien, une position centrale sur la façade atlantique

Situé au sud de la Bretagne et au nord de la région Aquitaine-Limousin-Poitou-Charentes, ce territoire se présente comme un espace touristique diversifié, à la croisée de grandes routes maritimes et fluviales avec la Loire notamment. Structuré autour d'une trentaine de stations littorales dont certaines sont de renommée internationale comme La Baule ou Les Sables d'Olonne, il maintient des liens étroits avec le rétro-littoral, Nantes, le Vignoble de Nantes ou encore le Puy du Fou.

- 450 km de côtes, 215 km de plages (soit 47% du linéaire du littoral)
- 2 îles (Yeu et Noirmoutier), la Loire et son estuaire
- 11% du trait de côte français métropolitain
- 296 075 habitants sur les communes du littoral*
- 8% de la population permanente des Pays de la Loire
- 2 départements : Vendée, Loire-Atlantique
- 12 communautés de communes
- 28 communes touristiques dont l'île d'Yeu
- 15 stations classées
- 20% supérieur au coût médian du foncier régional

Environnement et démographie

De fortes variations de population en été

Le littoral régional bénéficie d'une forte attractivité résidentielle se traduisant par une densité croissante de population (+9% entre 1999 et 2010). En période estivale, cette densité peut être multipliée par neuf au plus haut de la saison touristique, en fonction de la capacité d'accueil des communes littorales. Ainsi, en août sur le littoral, la population est multipliée par 3,5 dans le bassin de vie de La Turballe et par 9 dans le bassin de vie de La Tranche-sur-Mer, par rapport à la population annuelle résidente (respectivement 4 521 et 2 774 habitants) *Source : INSEE 2013.*

Un littoral et un rétro-littoral protégés mais fragiles

Le littoral compte plusieurs sites naturels à très fort intérêt patrimonial, notamment l'estuaire de la Loire, les Parcs Naturels Régionaux de Brière et du marais Poitevin, la baie de Bourgneuf, la baie de l'Aiguillon... 38% de la façade est couverte par ces milieux naturels qui restent fragiles en dépit des nombreux dispositifs de protection.

La perception du littoral français par les clientèles



Source : Atout France - Panorama du littoral - Cahier 2



La parole des acteurs du littoral des Pays de la Loire

Pour réaliser le panorama du tourisme littoral, partager les forces et les faiblesses et identifier les défis à venir, une quarantaine d'acteurs du littoral (les 12 intercommunalités littorales, l'île d'Yeu et les acteurs économiques) s'est exprimée sur le tourisme littoral des Pays de la Loire. Le constat collectif porte sur le potentiel économique du littoral, ses atouts, ses savoir-faire et ses fragilités.

Des points forts constatés ...

- Un littoral protégé, préservé très attractif : espaces naturels remarquables...
- Une offre d'hébergements reconnue de qualité, en particulier en hôtellerie de plein air.
- Une offre variée en matière d'activités (34% de l'offre de loisirs en région) : des axes d'itinéraires forts (la Vélodyssée...), une offre nautique diversifiée, une offre "bien-être" importante, une gastronomie et un art de vivre.
- La recherche de qualité, avec des démarches collectives.
- Un littoral incubateur de projets structurants : des projets de création d'hôtels, d'un centre d'interprétation, d'un parc aquatique, de centres de thalassothérapie, d'un golf...

Et... des axes de progrès ou des incertitudes évoqués par les acteurs :

- Une hôtellerie économiquement fragilisée sur certaines parties du littoral.
- La poursuite des démarches d'intégration paysagère des HLL* dans les campings.
- La pression foncière accrue, frein au maintien et au développement des projets d'hébergements marchands.
- Le développement d'une nouvelle offre d'hébergements alternative et diffuse via l'économie collaborative (par ex : airbnb...) qui demande une attention particulière.
- Des activités nautiques de qualité mais insuffisamment valorisées.
- Difficultés du maintien et du développement d'une offre accessible et de qualité sur l'espace «plages» (décret relatif aux concessions de plage).
- Une mise en tourisme de certains espaces naturels à développer.
- La restauration valorisant les produits locaux qui demande un développement spécifique (circuit de proximité).

- Le poids croissant des gros opérateurs de vente de séjours en ligne et l'émergence de pratiques tarifaires nouvelles bouleversant les modèles plus traditionnels (via les OTA*, l'économie collaborative...).
- L'accueil des clientèles, en particulier étrangères, et l'accueil des travailleurs saisonniers à organiser et à professionnaliser.

Des modèles de mobilité à réinventer

- Des durées d'accès au littoral à raccourcir.
- Des réseaux routiers saturés sur les portes d'entrées au littoral.
- Des problèmes de gestion des mobilités le long du littoral sur les périodes de vacances.

La perception sur les clientèles et la fréquentation

- Des clientèles "familles" françaises très fidèles au littoral des Pays de la Loire en provenance d'Ile-de-France, des Pays de la Loire et des régions limitrophes.
- Une perte des clientèles étrangères provenant des principaux marchés émetteurs (NL, D, UK).

Le regard sur le marketing et la communication

- Un manque de positionnement et d'identité pour le littoral régional.
- Une image nautique à développer.
- Une volonté de bâtir collectivement un plan marketing et de promotion du tourisme littoral.
- Des partenariats à développer avec les pôles d'attractivité forts (Nantes, le Puy du Fou...).

Les principales attentes et propositions des acteurs du littoral

- Développer le réseau des acteurs du tourisme littoral
- Renforcer la qualité et la mise en tourisme de l'offre littorale
- Requalifier les hébergements pour répondre aux évolutions des attentes des clientèles
- Garantir des aménagements touristiques durables sur le littoral
- Réinventer des modèles de mobilité et poursuivre le développement des circulations douces
- Accentuer les connexions littoral/réto-littoral
- Communiquer en direction des propriétaires des résidences secondaires
- Poursuivre la promotion et la communication du tourisme littoral, notamment à l'international
- Repenser la gouvernance du tourisme (Loi NOTRe)

Des atouts majeurs



Le patrimoine naturel et maritime

Ce patrimoine situé sur le littoral et le rétro-littoral constitue un atout essentiel dans l'attractivité du territoire. En témoigne la fréquentation de ces quelques grands sites, notamment le Parc Naturel Régional de Brière, 54 800 ha classés, dénombreait 93 724 visiteurs dans ses équipements en 2014. Le Parc Naturel Régional du marais Poitevin qui accueille 1,4 million de visiteurs par an. Les îles d'Yeu, de Noirmoutier (85) et Dumet (44) sont également partie prenante de ce patrimoine tout comme les marais salants, et "l'écomusée de demain" dans le marais Breton...

Le nautisme

La Loire-Atlantique et la Vendée, (département leader mondial de l'industrie nautique) possèdent tous deux un potentiel de sports et de loisirs nautiques, avec plus de 70% des clubs et associations nautiques de la région sur leurs côtes. Le littoral ligérien est 3^e en termes de licenciés derrière la Bretagne et Provence Alpes-Côte d'Azur.

Des infrastructures

- Plus de 330 km d'itinéraires cyclables dont la Vélodyssée (Eurovéloroute n°1 entre Roscoff et Hendaye). La Loire à Vélo (Eurovéloroute n°6) à Saint-Nazaire et Saint-Brevin, fréquentée par 956 300 cyclistes en 2014.
- 29 ports de plaisance (14 435 places) ; des projets en réflexion.
- Des opportunités économiques telles que le développement des éoliennes en mer au large de Saint-Nazaire et de Yeu/Noirmoutier à l'horizon de 2020.
- 6 centres de thalassothérapie qui ont une activité toute l'année.

Des événements pour certains de renommée internationale

L'événementiel est l'un des leviers de mise en tourisme contribuant à la notoriété des territoires.

- Le Vendée Globe : l'événement quadriennal attire 1 million de visiteurs à l'occasion du départ des Sables-d'Olonne.
- Le Longines Jumping International de La Baule : 27 000 spectateurs assistent au concours annuel, télédiffusé dans 90 pays.

Une diversité d'activités

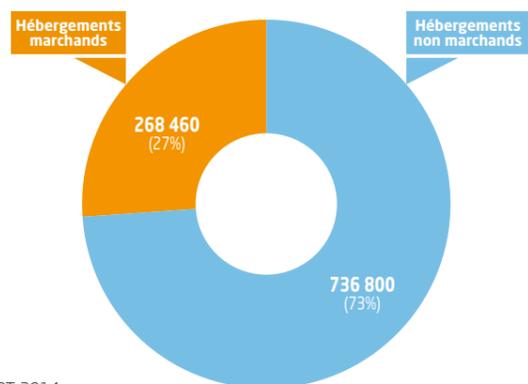
Des activités non spécifiques au littoral mais qui complètent la diversité de l'offre de loisirs : 9 casinos, 3 aquariums, 7 golfs (et 1 projet), 2 hippodromes (situés sur une commune du littoral), des parcs aquatiques...



L'offre d'hébergements sur le littoral ligérien

Les résidences secondaires représentent plus de 73% de l'offre globale d'hébergements sur les communes du littoral

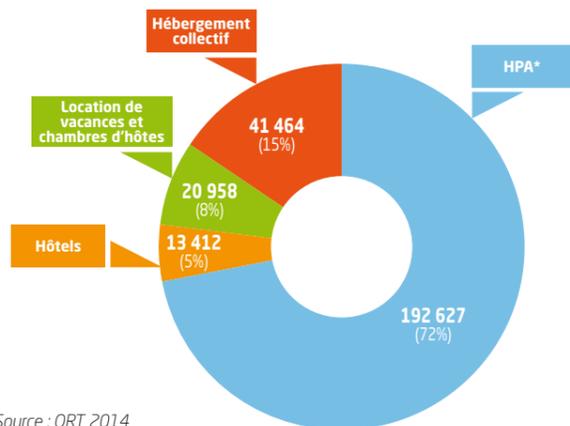
Répartition entre hébergements marchands et non marchands (en nombre de lits)



Source : ORT 2014

- Le nombre de lits touristiques marchands sur le littoral représente 72% des lits touristiques de l'offre régionale. 2/3 se situent en Vendée et 1/3 en Loire-Atlantique.
- Sur le littoral, on dénombre près de 530 hôtels et campings (1/3 d'hôtels et 2/3 de campings).

Répartition par type d'hébergements (en nombre de lits)



Source : ORT 2014

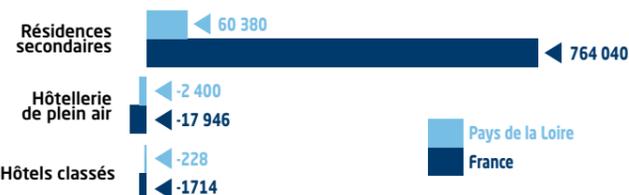
La capacité d'accueil de l'hôtellerie et de l'hôtellerie de plein air sur le littoral ligérien

- 28% des hôtels de la région.
- 54% des campings de la région.
- +4% de lits dans l'hôtellerie entre 2000 et 2015.
- 7% de lits dans l'hôtellerie de plein air sur la même période.

Sur le littoral métropolitain

L'évolution de la capacité d'accueil sur le littoral national : le gain en lits observé entre 1999 et 2012 est le fait de lits en résidences secondaires (+15% contre 8% au niveau national) alors que l'hôtellerie et l'hôtellerie de plein air accusent une baisse de 1% de la capacité d'accueil.

Evolution des capacités d'hébergements
Nombre de lits entre 1999 et 2011

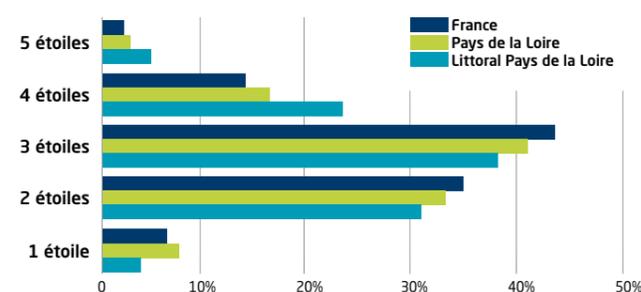


Source : BDD Atout France - SoeS (Observatoire national de la mer et du littoral) - INSEE

Des hébergements haut de gamme sur le littoral ligérien

- 70% des campings sont des établissements 3 ou 4 étoiles.
- Plus de 80% des lits en camping 4* se situent sur le littoral.
- 4 des 6 hôtels 5* de la région se situent sur le littoral.
- Comparativement à la France, la région se démarque par un taux d'hébergements classés 4 et 5* (hôtels, campings, locations de vacances...) parmi les plus élevés.

28% d'hébergements 4 et 5*



Source : INSEE 2014

Les clientèles sur le littoral ligérien

Une clientèle essentiellement française

- 4^e rang du littoral métropolitain pour les déplacements des Français, derrière Languedoc-Roussillon-Midi-Pyrénées (1^{er}), Aquitaine-Limousin-Poitou-Charentes (2^e) et Provence-Alpes-Côte d'Azur (3^e). Source : DGE, enquête SDT 2013.
- 5^e rang du littoral métropolitain en nombre de nuitées des Français, derrière les régions Languedoc-Roussillon-Midi-Pyrénées (1^{er}), Aquitaine-Limousin-Poitou-Charentes (2^e), Provence-Alpes-Côte d'Azur (3^e), Bretagne (4^e). Source : DGE, enquête SDT 2013.

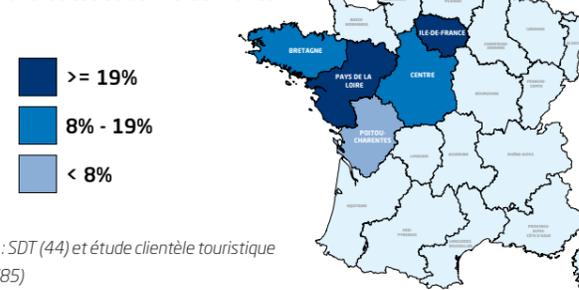
54,9 millions de nuitées françaises sont totalisées dans les hébergements marchands et non marchands du littoral en 2013. (71,9 millions de nuitées en Pays de la Loire, soit 76,3% de la fréquentation) - Source : SDT (44) et étude F. Marchand (85).

- Plus de 60% des nuitées françaises ligériennes en hôtels et campings sont effectuées sur le littoral ligérien.

La clientèle française représente 86,4% de la fréquentation. On trouve une majorité de population entre 35 et 64 ans.

Le littoral ligérien est une destination familiale, alors que les autres littoraux métropolitains constatent une baisse de fréquentation de cette clientèle. La part de nuitées des groupes avec enfants représente plus de 40%. Source : Atout France d'après TNS Sofres/DGCIS 2012.

Provenance des clientèles françaises du Grand Ouest et de l'Île-de-France



Source : SDT (44) et étude clientèle touristique 2014 (85)

Près de 14% de clientèle internationale en hôtellerie et hôtellerie de plein air sur le littoral ligérien.

- 6^e rang du littoral métropolitain pour les déplacements des étrangers (avant la région Nord-Pas-de-Calais-Picardie et la Corse) Source DGE, enquête SDT 2013.
- Plus de 8,6 millions de nuitées étrangères en hébergements marchands et non marchands - Source INSEE + enquête clientèles 44 et 85
- Soit plus d'1,3 million de nuitées,
- L'hôtellerie de plein air concentre 89% de ces nuitées étrangères.

Les 4 premières clientèles sont :

Clientèle	Pourcentage
Hôtellerie	Britanniques : 21%
Hôtellerie de plein air	Britanniques : 41%
	Belges : 21%
	Néerlandais : 31%
	Allemands : 12%
	Belges : 10%
	Suisses : 11%
	Allemands : 9%

Une clientèle internationale en repli dans le secteur marchand, sur le littoral ligérien.

Evolution de la fréquentation entre 2010 et 2013 des 7 premiers marchés en hôtellerie et camping, sur le littoral ligérien

Nationalité	Nuitées sur le littoral en 2010	Nuitées sur le littoral en 2013	Evolution sur le littoral entre 2010 et 2013	Evolution en Pays de la Loire entre 2010 et 2013
1 - Royaume Uni	615 124	583 246	-5%	+8%
2 - Pays-Bas	435 811	320 427	-26%	-24%
3 - Allemagne	125 770	142 724	+13%	+4%
4 - Belgique	130 667	130 807	0%	+5%
5 - Suisse	30 002	35 605	+19%	+14%
6 - Espagne	10 185	7 941	-22%	+10%
7 - Italie	10 263	6 986	-32%	-17%

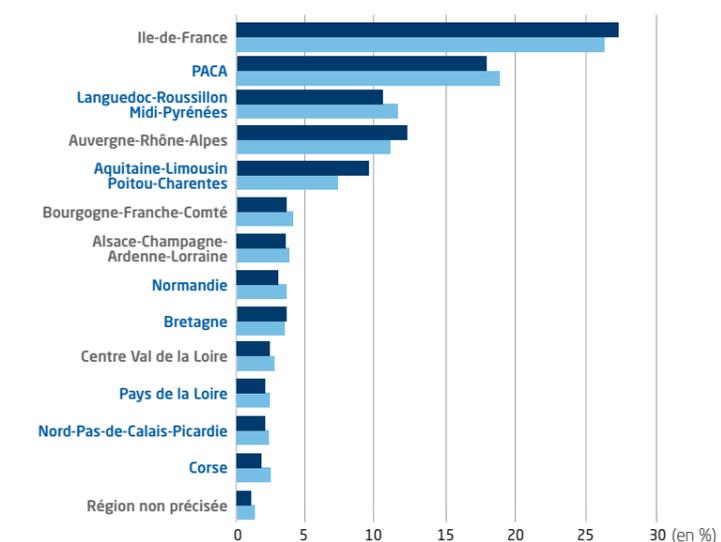
Source : Insee - Données rétrospectives*

- Baisse significative de la fréquentation des Néerlandais (-115 384 nuitées) et des Britanniques (-31 878 nuitées) dans les hôtels et les campings entre 2010 et 2013.
- Quant à la clientèle allemande, on note depuis les dix dernières années une baisse de la fréquentation, qui malgré une légère hausse en 2013, n'a jamais retrouvé son niveau d'avant la crise économique de 2008.

La clientèle internationale sur le littoral métropolitain

Globalement, entre 2010 et 2013, on note une baisse de fréquentation de la clientèle européenne de 7% (-2% en région Pays de la Loire).

Déplacements des visiteurs internationaux (en nuitées) selon la région principale de destination



Source : DGE 2014

(p) = provisoire
Pays de la Loire = région littorale.



En bref

Panorama du tourisme littoral

L'expression des acteurs

- Ils citent en points forts : les espaces naturels remarquables, la variété de l'offre de loisirs, l'accessibilité de la destination, la proximité de bassins de clientèle émetteurs et les projets à venir.
- Ils soulèvent des incertitudes : les nouveaux modes de consommation collaborative, la difficulté d'accès au littoral, un manque de positionnement et d'identité de la destination.

Une diversité et une qualité d'hébergements

- 5% d'hôtels, 72% de campings.
- Un boom des résidences de tourisme et une croissance des résidences secondaires entre 2000 et 2014 (84% de ces dernières se situent sur le littoral régional).
- Plus des 2/3 des campings sont classés 3 ou 4 étoiles.
- 17% des hôtels sont classés 4* et plus.

Une destination attractive

- La clientèle française reste captive.
- La clientèle internationale, à plus fort impact économique, est en recul notamment britannique et néerlandaise.

Un littoral et un rétro-littoral protégés mais fragiles

- 38% de la façade littorale ligérienne est composée de milieux naturels.
- La préservation de ces espaces oblige les acteurs à maîtriser leur développement à l'aune des besoins qui peuvent apparaître divergents entre la population résidente et l'afflux des visiteurs.

Méthodologie

- Le "Panorama du tourisme littoral" a été réalisé en 2015.
- Une quarantaine d'acteurs du tourisme littoral a été consultée sur sa vision du littoral ligérien.
- Un comité technique - composé des 12 EPCI* du littoral, de l'île d'Yeu, des OT 1^{ère} cat*, sur le littoral, des représentants des fédérations professionnelles, de la CCIR, des agences de développement et des services tourisme des 3 collectivités partenaires (Vendée, Loire-Atlantique et Pays de la Loire) et la DIRECCTE - a été chargé d'analyser les données, d'identifier des enjeux partagés et de dégager des pistes de réflexion.
- Ce panorama et les propositions d'enjeux ont été présentés le 23 novembre 2015 au comité de pilotage stratégique composé des élus des intercommunalités, des élus référents tourisme des deux départements et de la Région Pays de la Loire.

Définitions

- HPA : Hôtellerie de plein air
- OTA : Online Travel Agency
- Acteurs du tourisme : entreprises, institutionnels du tourisme (Agence de développement, Comité d'expansion, Comité départemental du tourisme, Office du tourisme, EPCI...)
- Communes du littoral : communes exclusivement situées le long du littoral
- OT 1^{ère} Cat. : Office de tourisme 1^{ère} catégorie
- EPCI : Etablissement public de coopération intercommunale
- Données rétrospectives : données recalculées à partir d'une nouvelle méthode INSEE 2012
- HLL : Habitats Légers de Loisirs

Les chiffres clés du tourisme sur le littoral des Pays de la Loire

- **73%** des hébergements marchands de la région (en nombre de lits)
- **84%** des résidences secondaires de la région (en nombre de lits)
- **10%** des nuitées en hôtels et campings sur l'ensemble du littoral français métropolitain
- **13,6%** de clientèle étrangère sur le littoral (en nombre de nuitées) ; **16%** sur la région des Pays de la Loire ; **35,5%** en France]
- **3,3** milliards d'euros de chiffre d'affaires ; **1** milliard de valeur ajoutée ; soit plus de **44%** du total régional
- Plus de **13 340** emplois salariés directs (hors saisonniers - estimés autour de **20 000** emplois - et non salariés)

Une ambition partagée pour le tourisme littoral

- Renforcer la dynamique de réseau des acteurs* du tourisme littoral
- Innover dans les offres et les services pour se différencier
- Aménager durablement le littoral et réinventer les modèles de mobilité
- Reconquérir les clientèles internationales

Pour en savoir plus : Panorama du tourisme littoral français - cahiers 1 et 2 - Editions Atout France 2014