

Édition
Spéciale
Novembre
2020

Analyse Marketing des clientèles étrangères en Pays de la Loire 2019 : une année repère



© Guillaume Chevaier Photographe

solutions&co
L'agence de développement économique PAYS
LOIRE

Ce document est réalisé par l'Observatoire Régional du Tourisme pour le compte de la Région des Pays de la Loire.
Solutions&co – 7, rue du général de Bollardièrre – CS 80221 – 44202 Nantes Cedex2
www.solutions-pro-tourisme-paysdelaloire.fr

Le schéma de développement régional du tourisme et des loisirs (2016-2020) établit comme priorité un gain en attractivité et un objectif clair : reconquérir l'international. Deux orientations stratégiques sont définies par le schéma :

- 1 : Gagner des parts de marché sur les clientèles étrangères avec pour priorité le marché européen, sans pour autant perdre de vue les marchés lointains.
- 2 : Définir une nouvelle stratégie de marketing et de communication touristique régionale.

Dans le contexte de la crise sanitaire et économique, ce document sert de synthèse de l'année 2019 afin de bien visualiser les points forts et faibles de la région.

Ce document vous aidera dans le développement de votre stratégie de (re)conquête des marchés internationaux et vous accompagnera au quotidien pour une meilleure compréhension de la fréquentation touristique dans la région.

Méthodes et sources

Ce document a été élaboré à partir des données fournies par l'INSEE dans le cadre de l'enquête annuelle portant sur l'hôtellerie et l'hôtellerie de plein air. Cette enquête permet de récolter des données de fréquentation très précises sur les clientèles observées. Par ailleurs, des données fournies par Atout France complètent la connaissance des clientèles internationales.

Ce que propose ce document

- Une vision d'ensemble de la fréquentation étrangère en Pays de la Loire
- Un outil pratique et pragmatique
- Information d'aide à la décision
- Un compagnon dans la mise en place de votre stratégie de reconquête des marchés étrangers
- Une clef de compréhension des différents marchés
- Un bilan à fin de 2019 avant 2020 qui est année particulière

Ce que ne propose pas ce document

- Une vision exhaustive de l'activité touristique (autres hébergements, lieux de visite, poids économique). Néanmoins les hôtels et les campings représentent 77% des lits marchands.
- Un outil permettant une connaissance poussée de chaque marché

Pour toute information complémentaire, se référer aux autres productions de l'ORT :

- Les chiffres clés du tourisme 2019
 - Bilan de saison touristique
- Les dossiers de l'Observatoire – La clientèle néerlandaise
 - Guide pratique - La clientèle allemande

À télécharger sur www.solutions-pro-tourisme-paysdelaloire.fr

CHIFFRES CLÉS

PLUS DE 20 MILLIONS DE NUITÉES HÔTELS ET CAMPINGS EN 2019

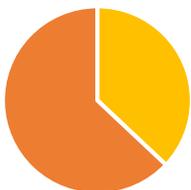
FRÉQUENTATION

NOMBRE DE NUITÉES HÔTELS ET CAMPINGS
en 2019 en Pays de la Loire

20 286 312

nuitées hôtels et campings
en 2019 en Pays de la Loire


12 895 154
nuitées en campings




7 391 158
nuitées en hôtels

dont **17 364 779** nuitées françaises **2 921 530** nuitées étrangères

ÉTRANGERS

14,4% d'étrangers sur l'ensemble des Pays de la Loire


2 141 439
nuitées en campings

Soit **73%** nuitées totales

6 jours de DMS


780 091
nuitées en hôtels

Soit **27%** nuitées totales

1,7 jour de DMS


22%
d'étrangers sur le non-littoral*


12%
d'étrangers sur le littoral**

 +  +  +  = **77%**
des nuitées en 2019

TENDANCES SUR 8 ANS

Une hausse des nuitées en camping

Une stabilité des nuitées en hôtel

Entre 2011 et 2019 :

+ 8,1% de nuitées étrangères
soit 219 864 nuitées supplémentaires

 **+ 0,3%** de nuitées étrangères

 **+ 37,6%** de nuitées étrangères


UK
- 152 454
nuitées


NL
- 70 448
nuitées


B
+ 146 499
nuitées

Entre 2018 et 2019 :

- 3,1% de nuitées étrangères
soit 94 770 nuitées en moins

 **- 1,1%** de nuitées étrangères

 **- 8,3%** de nuitées étrangères

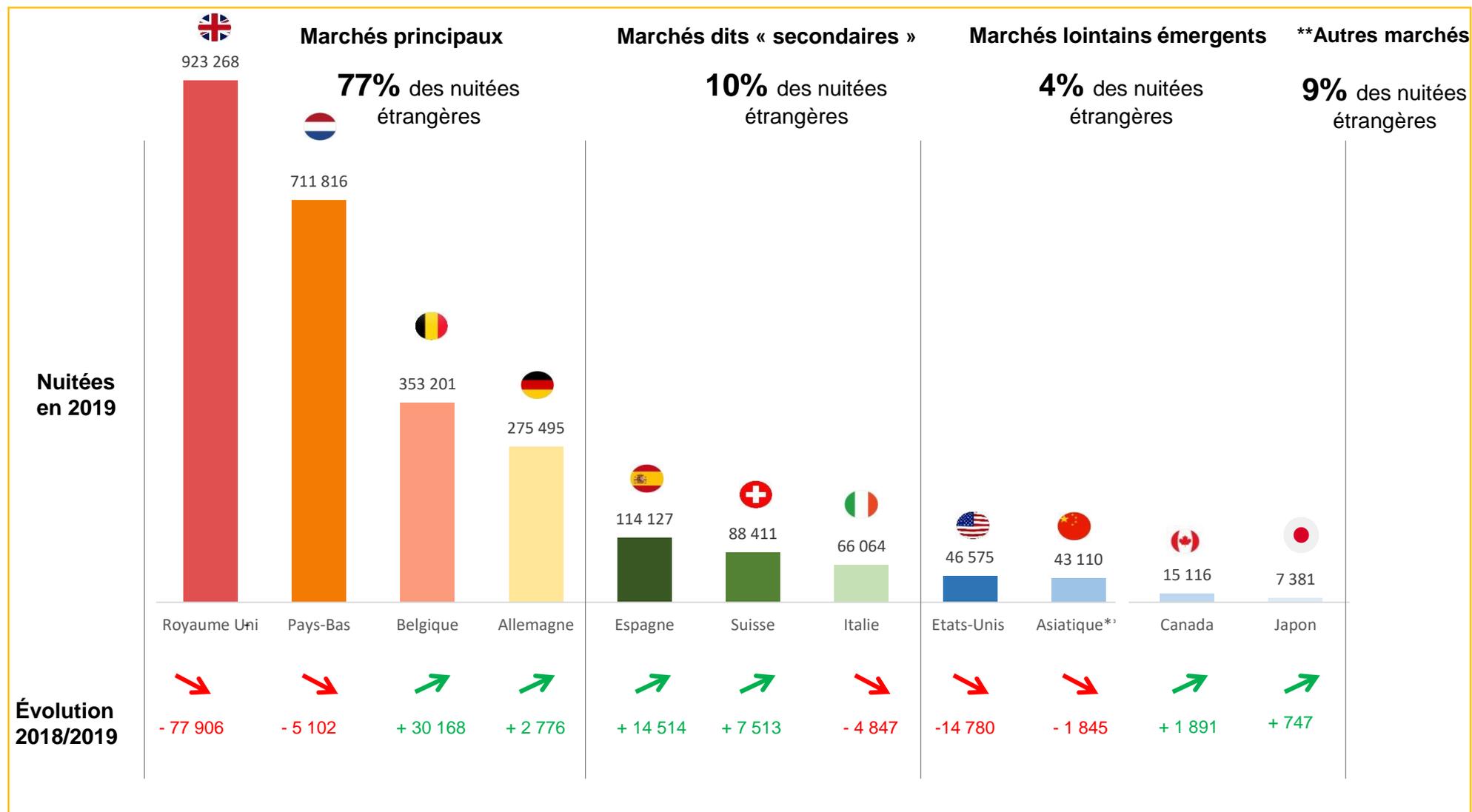

UK
- 77 906
nuitées


B
+ 30168
nuitées


ES
+ 14 514
nuitées

STRUCTURE DU MARCHÉ RÉGIONAL

AU REGARD DE LA FRÉQUENTATION INTERNATIONALE EN HÔTEL ET EN CAMPING
(CHIFFRES 2019)



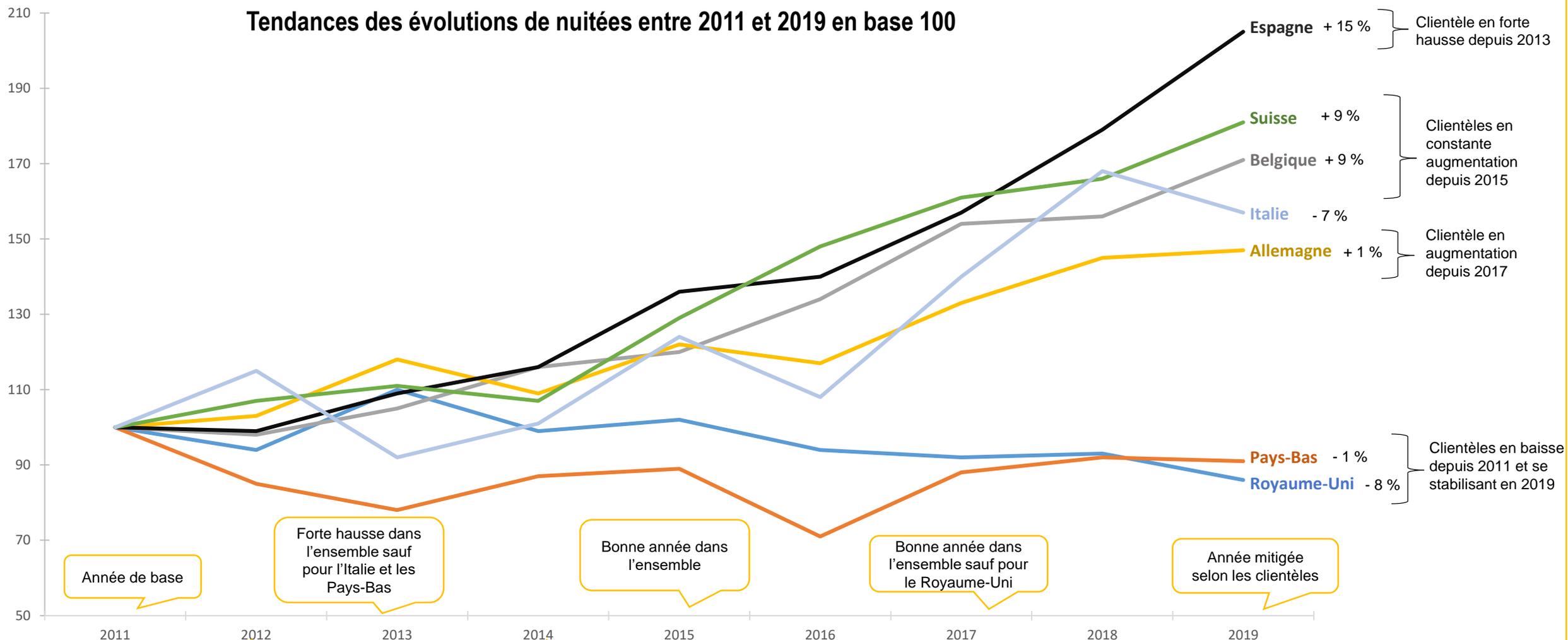
Les marchés Autre Europe, Autre Amérique, Afrique et Océanie ne sont pas représentés ici.

*Estimation clientèles asiatiques (Chine, Taïwan, Hong-Kong, Corée) hors Japon.

**9 % des nuitées étrangères réalisées par les pays scandinaves, Amérique latine, Amérique centrale, Australie,...

TENDANCES DEPUIS 2011

Tendances des évolutions de nuitées entre 2011 et 2019 en base 100



Clientèle en forte hausse depuis 2013

Clientèles en constante augmentation depuis 2015

Clientèle en augmentation depuis 2017

Clientèles en baisse depuis 2011 et se stabilisant en 2019

Année de base

Forte hausse dans l'ensemble sauf pour l'Italie et les Pays-Bas

Bonne année dans l'ensemble

Bonne année dans l'ensemble sauf pour le Royaume-Uni

Année mitigée selon les clientèles

Année mitigée selon les clientèles

Bonne année dans l'ensemble sauf pour le Royaume-Uni, l'Allemagne et la Suisse

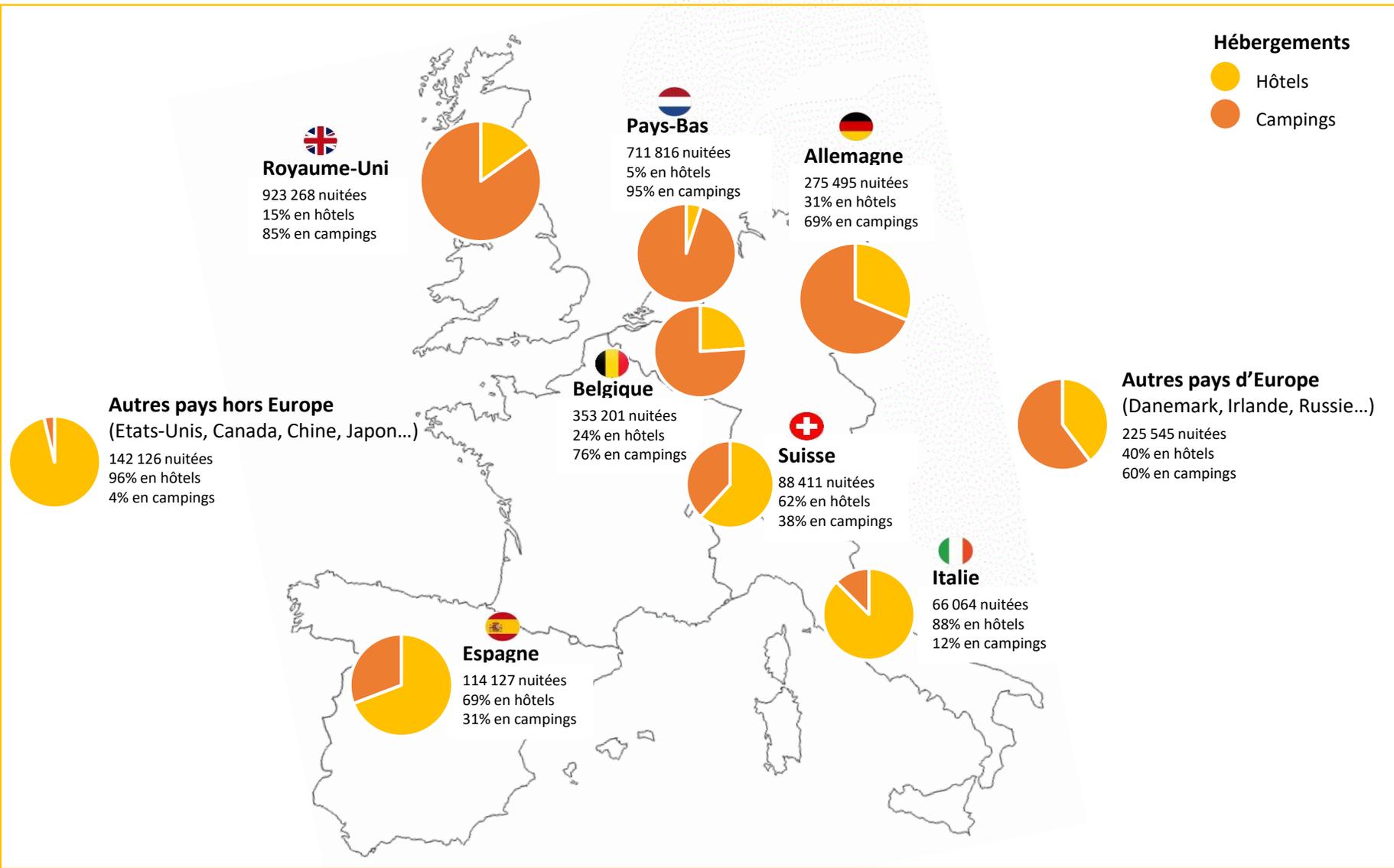
Année mitigée selon les clientèles

Très bonne année dans l'ensemble

Marchés émergents :
Dans un souci de lisibilité les marchés américain et chinois ne sont pas représentés ici mais sont en très forte progression depuis 2011.

ORIGINES DES CLIENTÈLES INTERNATIONALES

PRÈS DE 3 MILLIONS DE NUITÉES ÉTRANGÈRES EN 2019



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

DESTINATION DES CLIENTÈLES INTERNATIONALES

PRES DE 3 MILLIONS DE NUITÉES ÉTRANGÈRES EN 2019

Top 3 des clientèles Mayenne

-  13 678 nuitées
-  4 279 nuitées
-  4 052 nuitées

Top 3 des clientèles Loire-Atlantique

-  133 478 nuitées
-  125 722 nuitées
-  98 006 nuitées

Top 3 des clientèles Vendée

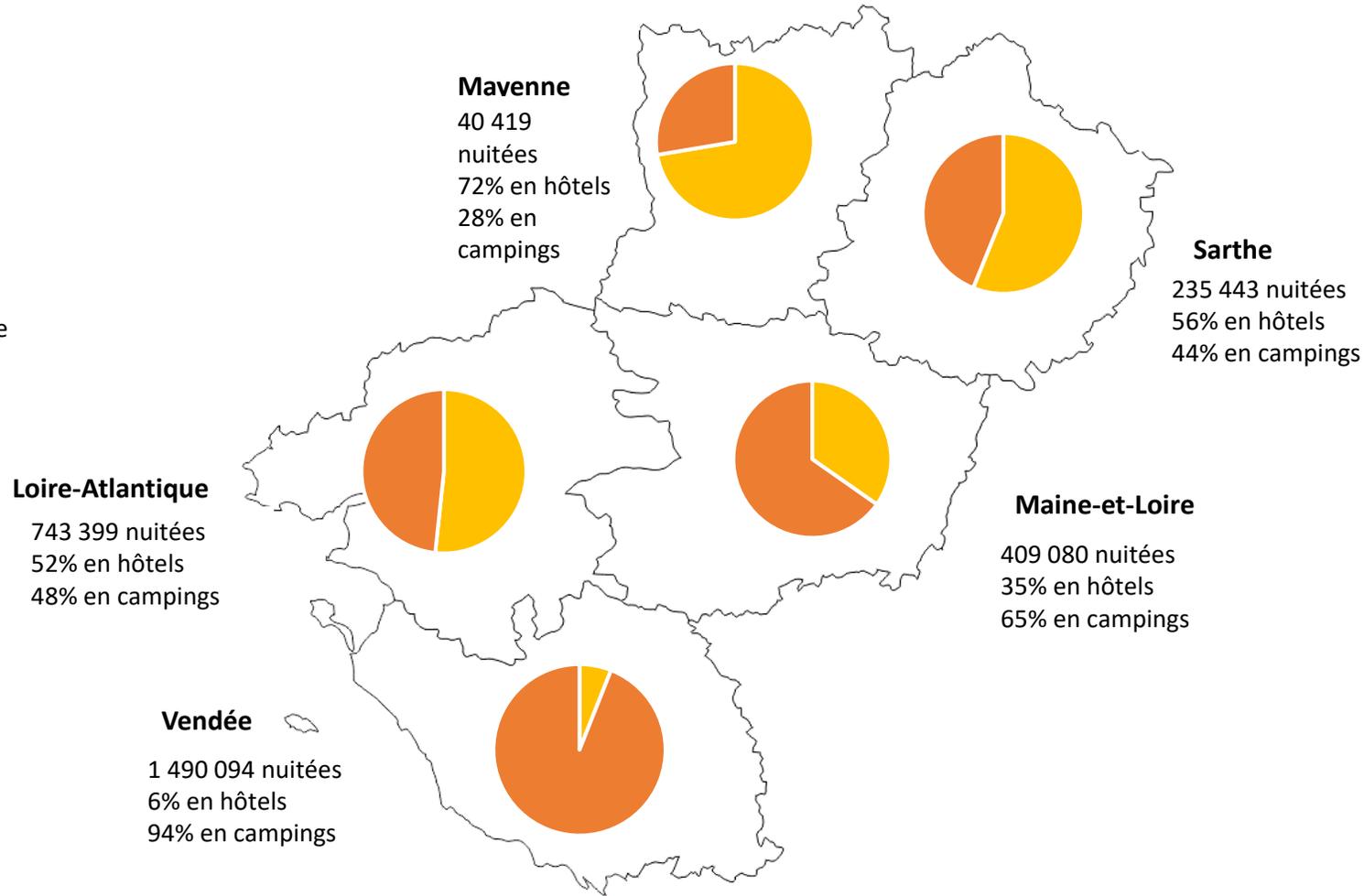
-  567 639 nuitées
-  432 873 nuitées
-  209 451 nuitées

Top 3 des clientèles Sarthe

-  81 281 nuitées
-  44 805 nuitées
-  24 318 nuitées

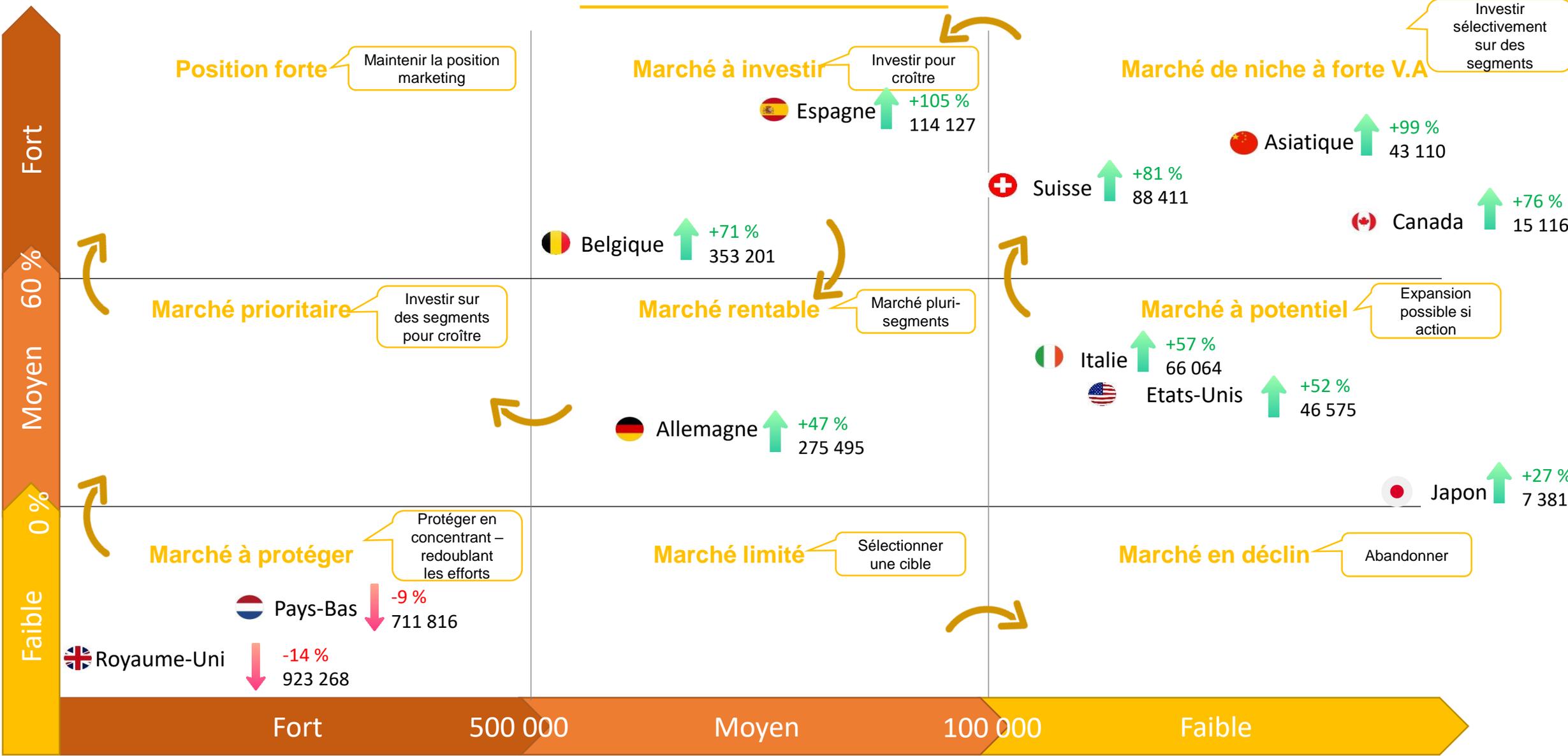
Top 3 des clientèles Maine et Loire

-  134 948 nuitées
-  96 608 nuitées
-  39 900 nuitées



MATRICE DE SYNTHÈSE

Evolution des nuitées depuis 2011



Fort 500 000 Moyen 100 000 Faible

Volume de nuitées en 2019



DENSITÉ DES CLIENTÈLES INTERNATIONALES

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

8

On observe en moyenne **5,9 nuitées britanniques** pour **1 chambre** 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.

On observe en moyenne **13,9 nuitées britanniques** pour **1 chambre** sur **l'agglomération de Saumur***

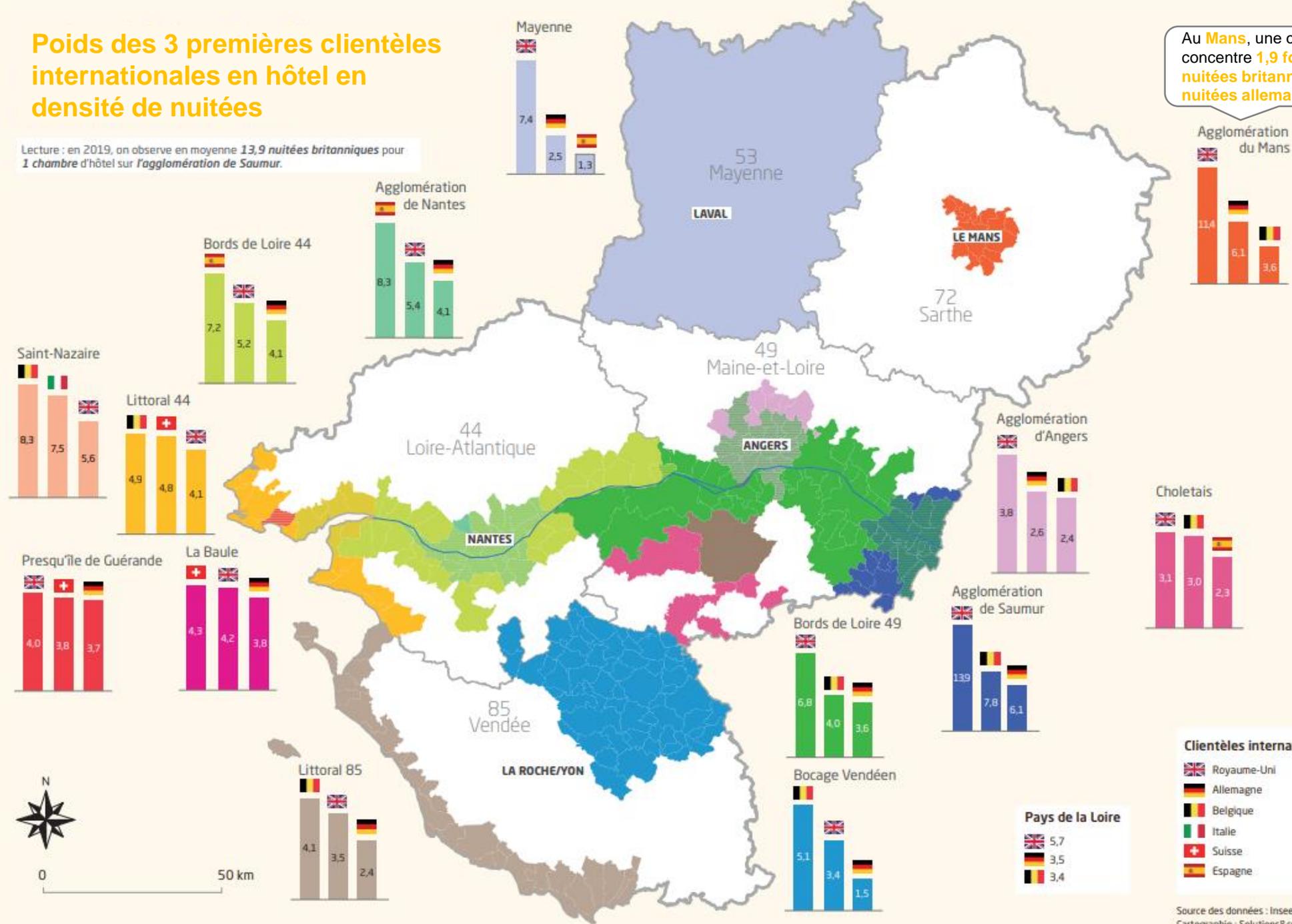
Zones / Clientèles	Allemandes	Belges	Espagnoles	Néerlandaises	Britanniques	Suisses	Italiennes	Américaines	Canadiennes	Asiatiques (Hors Japon)	Chinoises
Bord de loire en loire-atlantique	4,1	3,1	7,2	1,5	5,2	2,7	3,9	3,0	1,1	3,2	0,5
Bord de loire en anjou	3,6	4,0	2,4	2,0	6,8	1,5	2,4	2,5	0,6	1,9	0,4
Littoral loire-atlantique	4,1	4,9	1,3	1,0	4,1	4,8	2,7	1,3	0,8	1,2	0,1
Littoral vendee	2,4	4,1	0,4	1,0	3,5	1,5	0,5	0,7	0,2	0,3	0,1
Loire-atlantique	3,9	3,2	5,1	1,2	4,7	3,4	3,1	2,4	1,0	2,4	0,4
Anjou	3,2	3,9	2,3	1,8	6,1	1,4	2,3	2,2	0,5	1,8	0,4
Mayenne	2,5	1,2	1,3	1,0	7,4	1,2	1,0	1,1	0,3	1,2	0,3
Sarthe	5,2	3,5	2,6	2,1	10,5	1,6	2,8	2,0	0,3	1,6	0,5
Vendee	1,9	3,8	0,9	1,1	3,4	1,2	0,9	0,7	0,2	0,6	0,2
Agglomeration d'angers	2,6	2,4	2,1	1,4	3,8	1,1	2,3	1,6	0,5	1,3	0,3
Agglomeration de nantes	4,1	2,4	8,3	1,5	5,4	3,0	3,6	3,3	1,3	3,6	0,5
Agglomeration de saumur	6,1	7,8	3,3	3,4	13,9	2,4	3,1	5,0	1,0	3,2	0,7
Agglomeration du mans	6,1	3,6	3,1	2,3	11,4	1,8	3,2	2,3	0,3	1,9	0,7
Bocage vendeen	1,5	5,1	1,2	1,1	3,4	1,0	1,3	0,7	0,2	0,8	0,2
La baule	3,8	3,8	0,6	0,7	4,2	4,3	1,2	1,4	1,1	0,8	0,1
Le choletais	1,9	3,0	2,3	1,2	3,1	1,2	1,8	1,1	0,4	1,7	0,3
Les sables-d'olonne	2,5	3,3	0,4	1,4	3,7	1,9	0,6	1,6	0,3	0,6	0,1
Nantes	5,9	3,2	12,4	1,7	7,8	4,2	4,8	5,4	2,1	5,2	0,9
Saint-nazaire	5,4	8,3	3,8	1,8	5,6	2,2	7,5	2,3	0,6	2,5	0,4
Presqu'île de guerande	3,7	3,7	0,7	0,7	4,0	3,8	1,5	1,3	1,0	0,7	0,1
Pays de la Loire	3,7	3,9	3,1	1,5	5,9	2,3	2,5	2,1	0,7	1,8	0,4

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

Poids des 3 premières clientèles internationales en hôtel en densité de nuitées

Lecture : en 2019, on observe en moyenne 13,9 nuitées britanniques pour 1 chambre d'hôtel sur l'agglomération de Saumur.

Au Mans, une chambre d'hôtel concentre 1,9 fois plus de nuitées britanniques que de nuitées allemandes.



Source des données : Insee Pays de la Loire
Cartographie : Solutions&co



DENSITÉ DES CLIENTÈLES INTERNATIONALES

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

10

On observe en moyenne **9,7 nuitées britanniques** pour **1 emplacement** 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.

On observe en moyenne **31,8 nuitées britanniques** pour **1 emplacement** sur **les bords de Loire en Anjou***

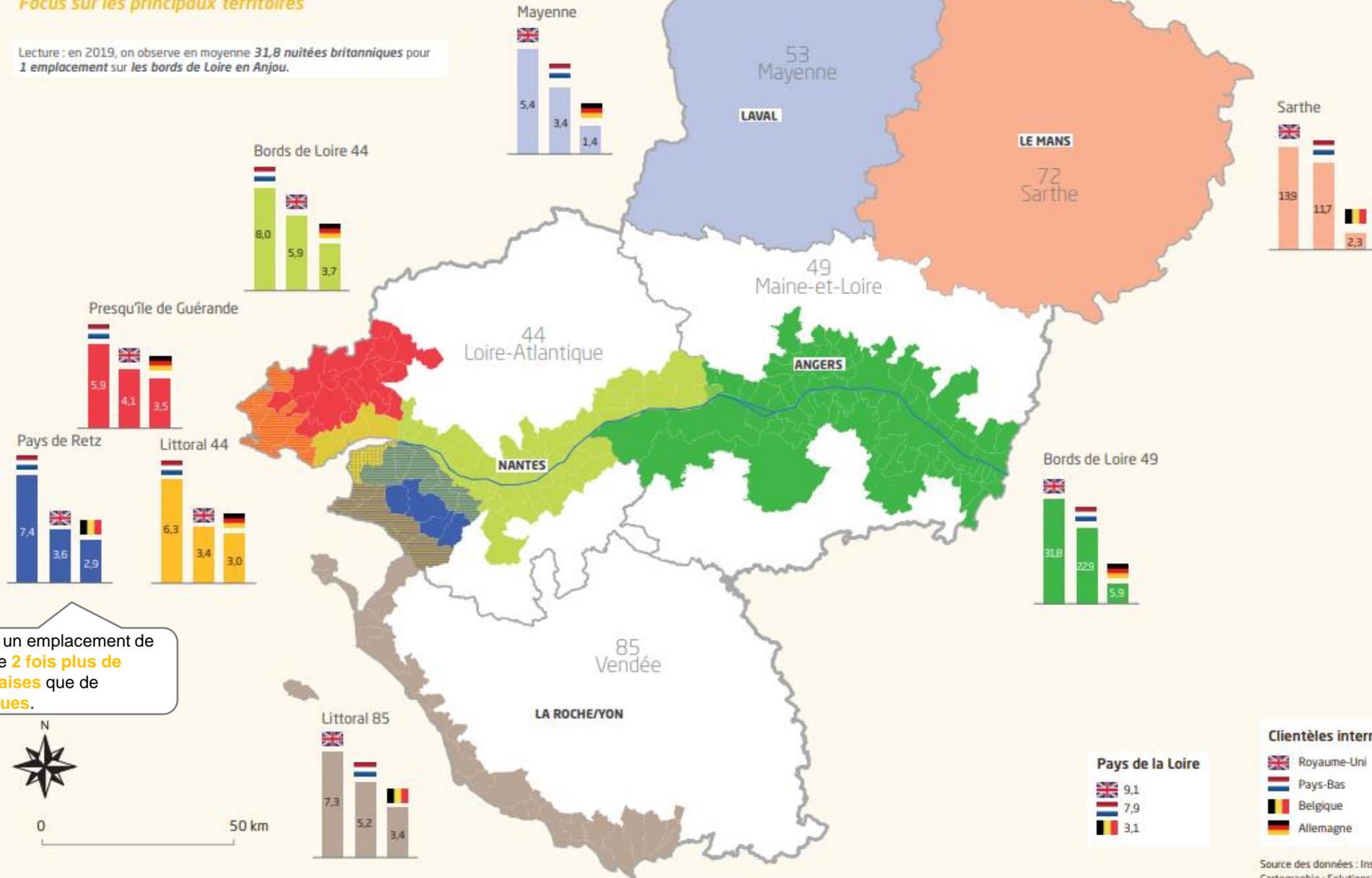
Zones / Clientèles	Allemandes	Belges	Espagnoles	Néerlandaises	Britanniques	Suisses	Italiennes
Bord de loire en loire-atlantique	3,7	3,5	1,3	8,0	5,9	0,8	0,8
Bord de loire en anjou	5,9	5,1	1,1	22,9	31,8	1,0	0,4
Littoral loire-atlantique	3,0	2,6	0,2	6,3	3,4	0,6	0,1
Littoral vendee	2,3	3,4	0,1	5,2	7,3	0,3	0,0
Loire-atlantique	2,9	2,4	0,7	6,0	3,9	0,6	0,2
Anjou	3,9	4,5	1,3	18,1	22,0	0,8	0,3
Mayenne	1,4	1,3	0,2	3,4	5,4	0,3	0,6
Sarthe	1,9	2,3	0,4	11,7	13,9	0,6	0,2
Vendee	1,8	3,3	0,2	7,5	9,7	0,3	0,0
Pays de retz	2,6	2,9	0,2	7,4	3,6	0,5	0,1
Presqu'île de guerande	3,5	2,7	0,3	5,9	4,1	0,7	0,1
Retro-littoral regional	0,5	2,6	0,2	6,6	5,6	0,1	0,0
Pays de la Loire	2,7	3,1	0,5	9,0	9,7	0,5	0,2

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

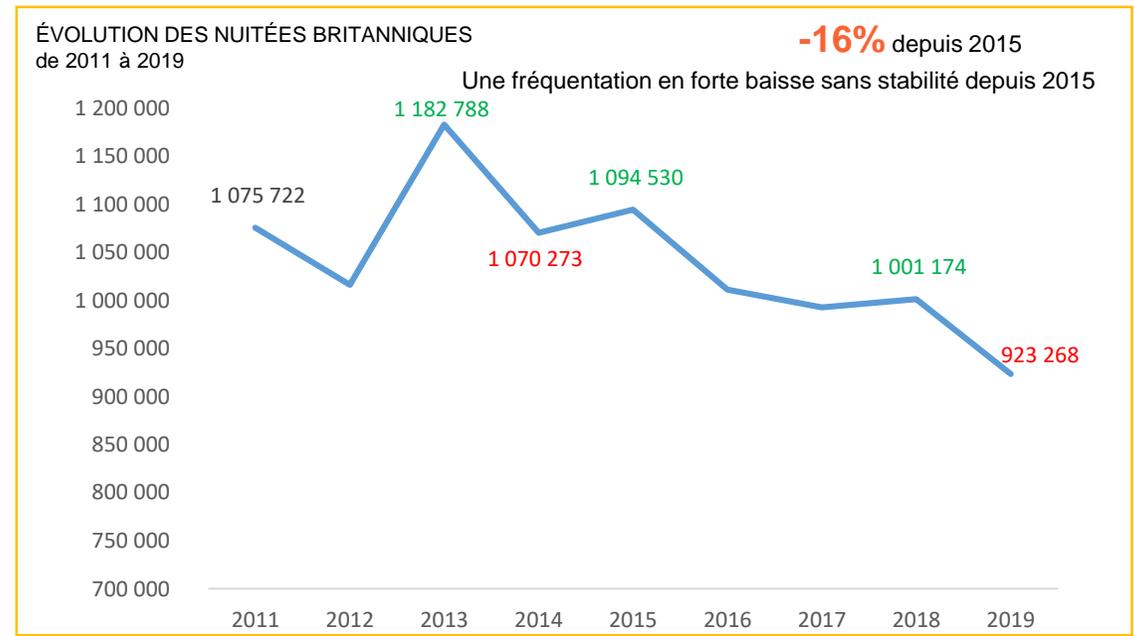
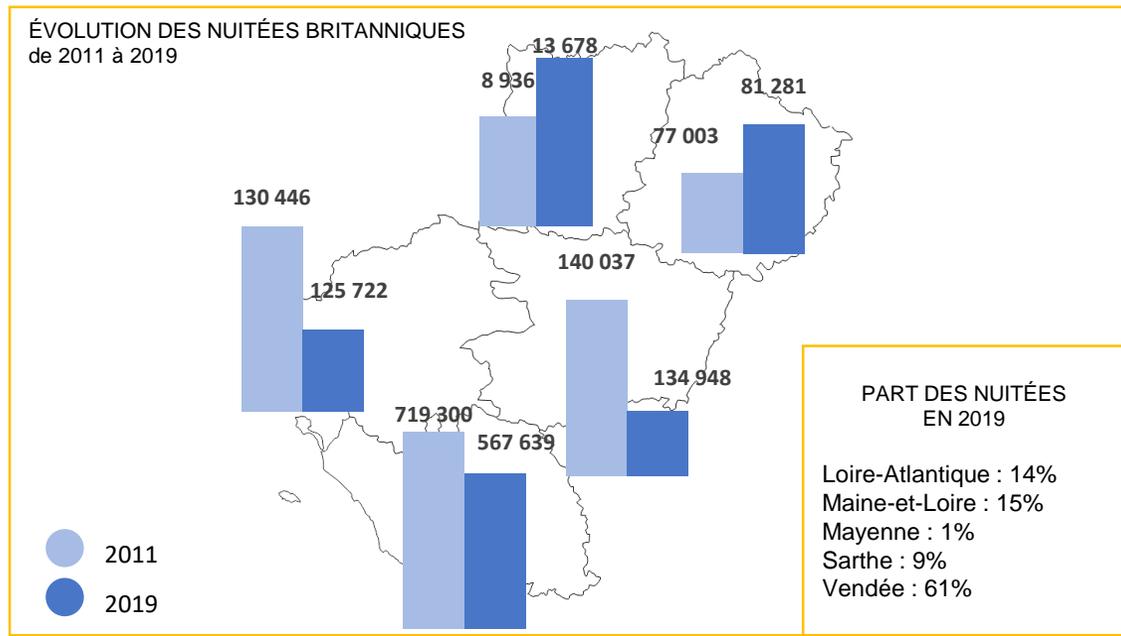
Poids des 3 premières clientèles internationales en camping en densité de nuitées

Focus sur les principaux territoires

Lecture : en 2019, on observe en moyenne 31,8 nuitées britanniques pour 1 emplacement sur les bords de Loire en Anjou.



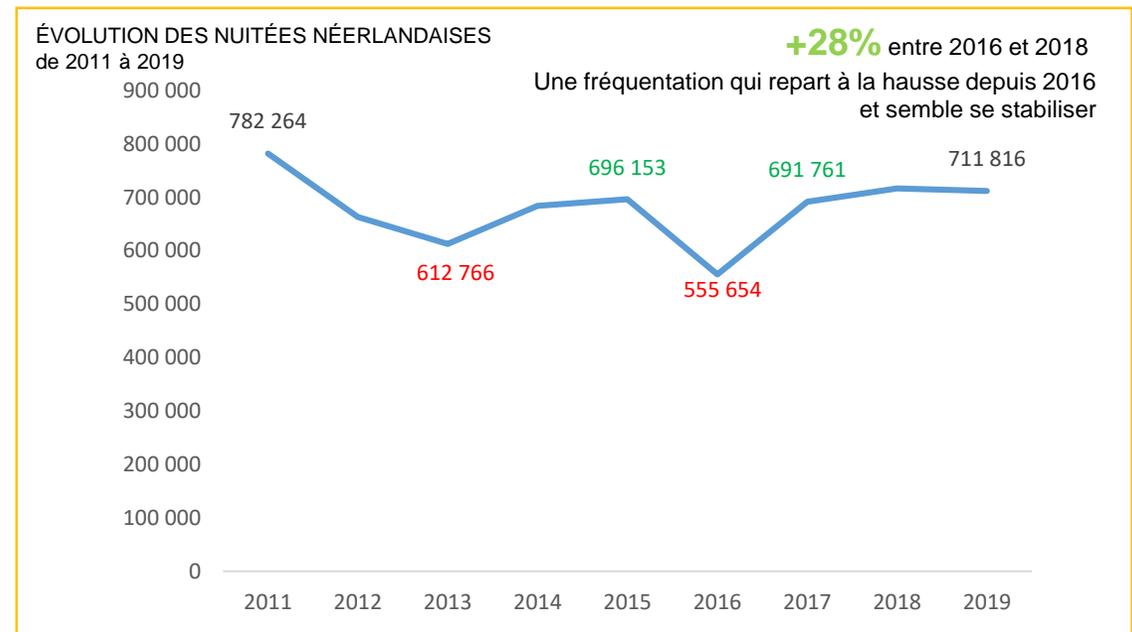
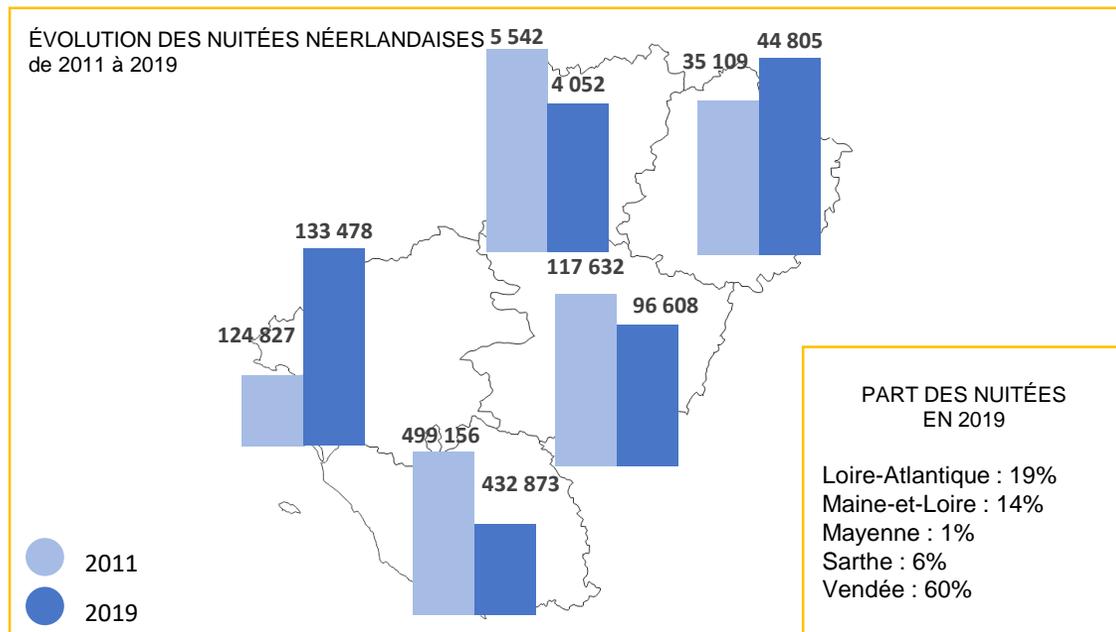
Nuitées en 2019	Evolution 2011/2019	Evolution 2018/2019	Type d'hébergement (parts des nuitées)	Répartition Littoral / Non littoral (part des nuitées)	Point de vigilance (baisse de nuitées entre 2011 et 2019)	Accessibilité	Motifs de déplacement	Intérêts	Attentes	Taux intermédiation (2015)
923 268 1ère clientèle étrangère 32% des nuitées étrangères	- 14%	- 8%	🏠 15 % 🏕️ 85 %	Littoral : 42% Non littoral : 58% 68% des nuitées hôtels en espace urbain	- 152 071 nuitées camping sur le littoral régional	<ul style="list-style-type: none"> 12 lignes aériennes directes 5 ports Eurotunnel 	<ul style="list-style-type: none"> 65% loisirs 11% affaires 18% VFR 6% autres 	<ul style="list-style-type: none"> Golf œnotourisme Tourisme urbain 	<ul style="list-style-type: none"> Authenticité Services en anglais Convivialité 	19%



Zones touristiques où la concentration est la plus faible	
Hôtels	Campings
Bocage Vendéen, Le Choletais, Vendée	Littoral Loire-Atlantique, Retro-Littoral Régional, Vendée

- ### FAITS MARQUANTS
- Perte de 14 % des nuitées entre 2018 et 2019
 - Près d'1/3 des nuitées étrangères

Nuitées en 2019	Evolution 2011/2019	Evolution 2018/2019	Type d'hébergement (parts des nuitées)	Répartition Littoral / Non littoral (part des nuitées)	Point de vigilance (baisse de nuitées entre 2011 et 2019)	Accessibilité	Motifs de déplacement	Intérêts	Attentes	Taux intermédiation (2015)
711 816 2e clientèle étrangère 24% des nuitées étrangères	- 9%	- 1%	 5 %  95 %	Littoral : 47% Non littoral : 53% 68% des nuitées hôtels en espace urbain	- 67 998 nuitées camping en Vendée	<ul style="list-style-type: none"> 1 ligne aérienne directe Autoroute Train 	Non communiqué	<ul style="list-style-type: none"> Énotourisme Cyclotourisme Nature Littoral 	<ul style="list-style-type: none"> Rapport qualité/prix Qualité de l'hébergement Accès Wifi 	55%

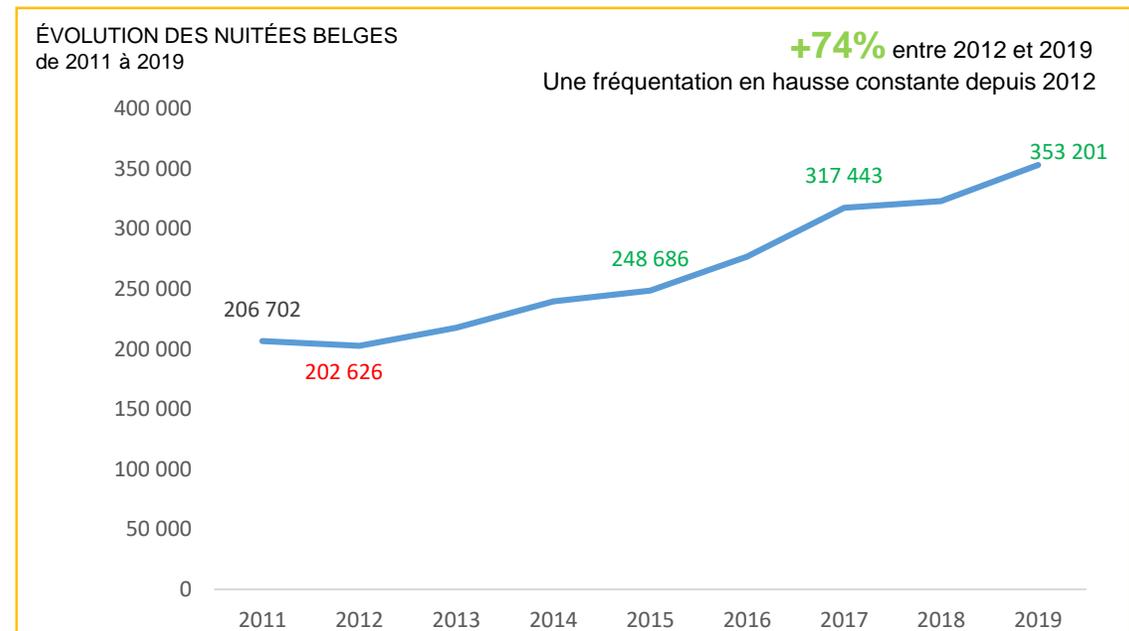
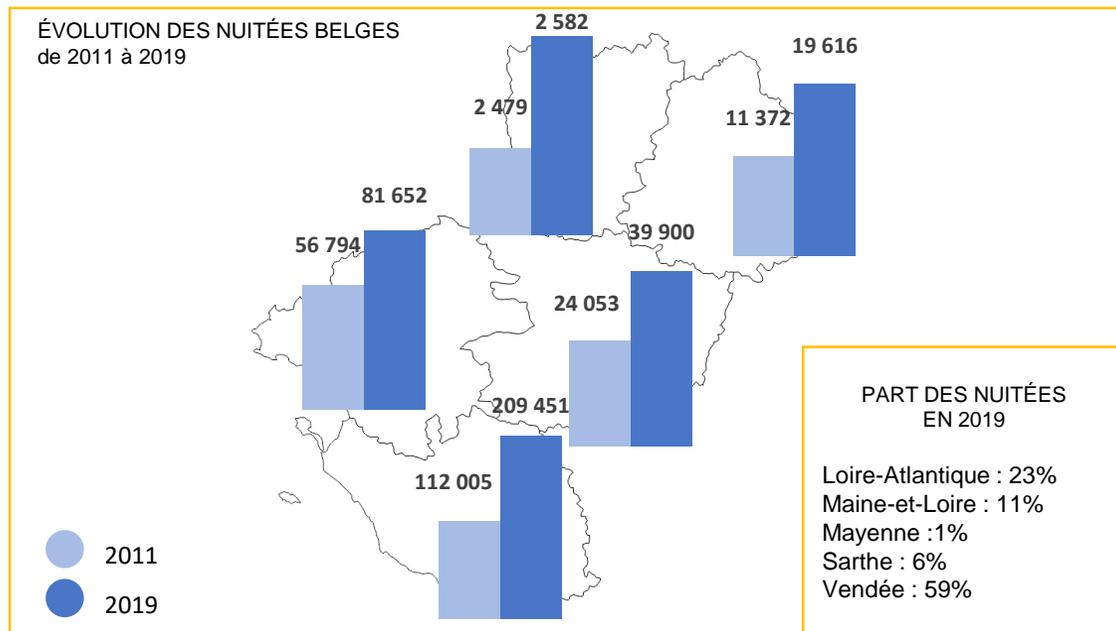


Zones touristiques où la concentration est la plus faible	
Hôtels	Campings
Littoral régional, La Baule, zone de Guérande	Littoral régional, littoral Vendée, Mayenne

FAITS MARQUANTS

- Plus de 700 000 nuitées
- Dont plus de la moitié en Vendée

Nuitées en 2019	Evolution 2011/2019	Evolution 2018/2019	Type d'hébergement (parts des nuitées)	Répartition Littoral / Non littoral (part des nuitées)	Point de vigilance (baisse de nuitées entre 2011 et 2019)	Accessibilité	Motifs de déplacement	Intérêts	Attentes	Taux intermédiation (2015)
353 201 3e clientèle étrangère 12% des nuitées étrangères	+ 71%	+ 9%	 24 %  76 %	Littoral : 60% Non littoral : 40% 48% des nuitées hôtels en espace urbain	- 8 709 nuitées hôtel sur le littoral Loire-Atlantique	<ul style="list-style-type: none"> 1 ligne aérienne directe (Bruxelles-Nantes) Autoroute Train 	<ul style="list-style-type: none"> 73% loisirs 10% affaires 17% VFR 	<ul style="list-style-type: none"> Tourisme d'affaires œnotourisme Bien-être 	<ul style="list-style-type: none"> Qualité des prestations Authenticité de l'hébergement 	13%



Zones touristiques où la concentration est la plus faible	
Hôtels	Campings
Mayenne, Agglomération de Nantes, Urbain	Loire-Atlantique, Mayenne, Sarthe

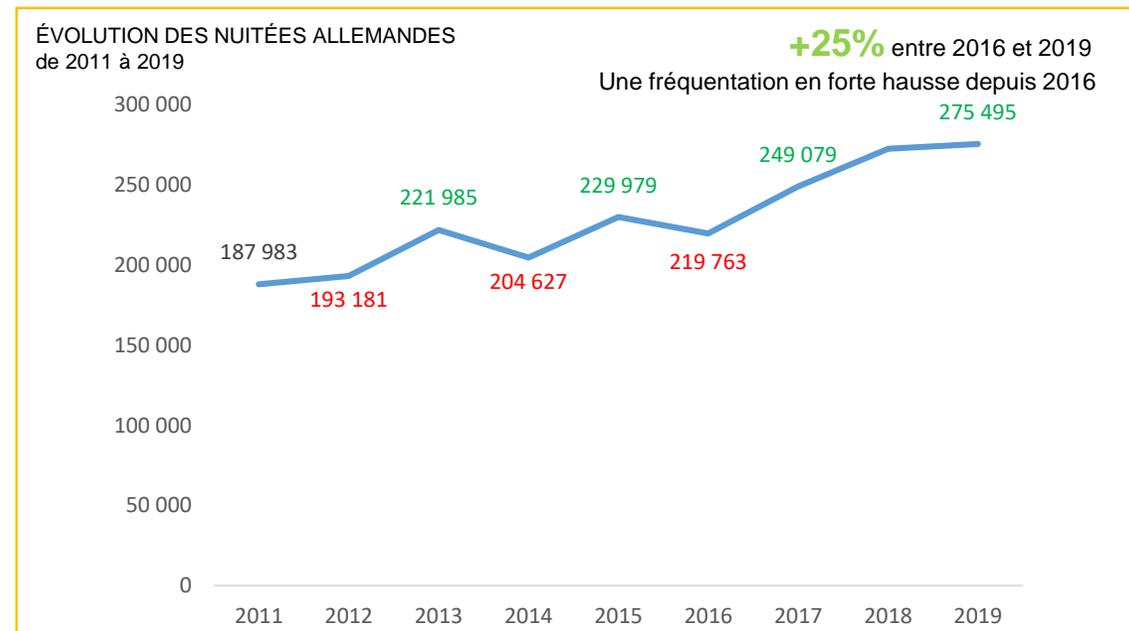
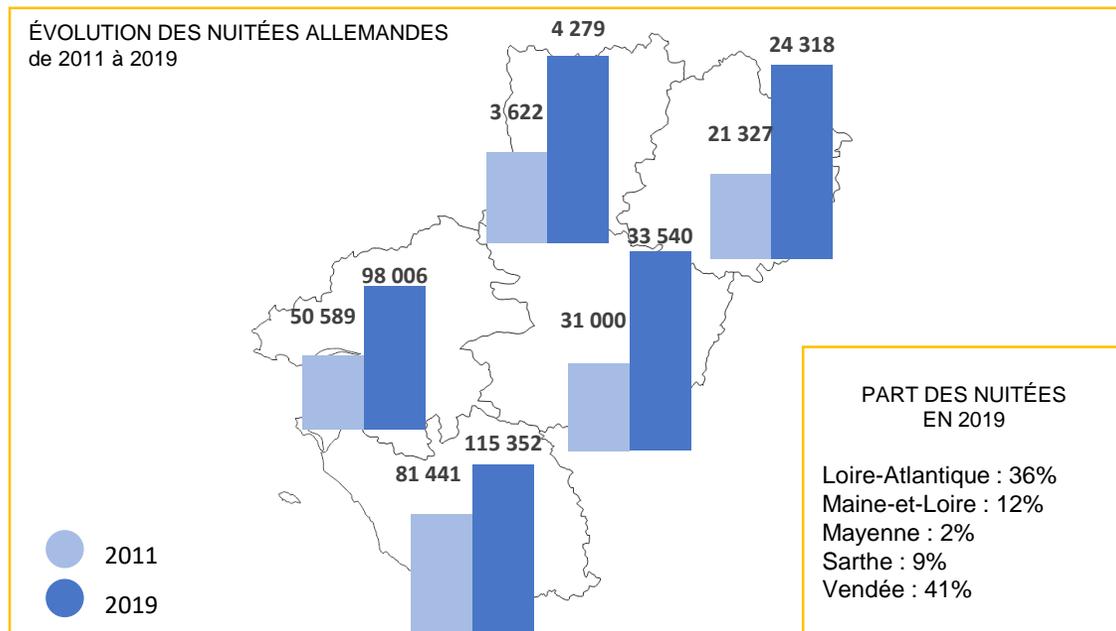
FAIT MARQUANT

- Clientèle belge de plus en plus présente sur le littoral et l'axe de la Loire
- Plus de 350 000 nuitées



La clientèle allemande

Nuitées en 2019	Evolution 2011/2019	Evolution 2017/2019	Type d'hébergement (parts des nuitées)	Répartition Littoral / Non littoral (part des nuitées)	Point de vigilance (baisse de nuitées entre 2011 et 2019)	Accessibilité	Motifs de déplacement	Intérêts	Attentes	Taux intermédiation (2015)
275 495 9% des nuitées étrangères	+ 47%	+ 1%	21 % 69 %	Littoral : 61% Non littoral : 39% 67% des nuitées hôtels en espace urbain	- 2 151 nuitées hôtels en Maine-et-Loire	<ul style="list-style-type: none"> 4 lignes aériennes directes Autoroute Train 	<ul style="list-style-type: none"> 70% loisirs 13% affaires 17% VFR 	<ul style="list-style-type: none"> Culture Tourisme urbain œnotourisme Cyclotourisme 	<ul style="list-style-type: none"> Rapport prestations/prix Services en allemand Infrastructures modernes 	35%



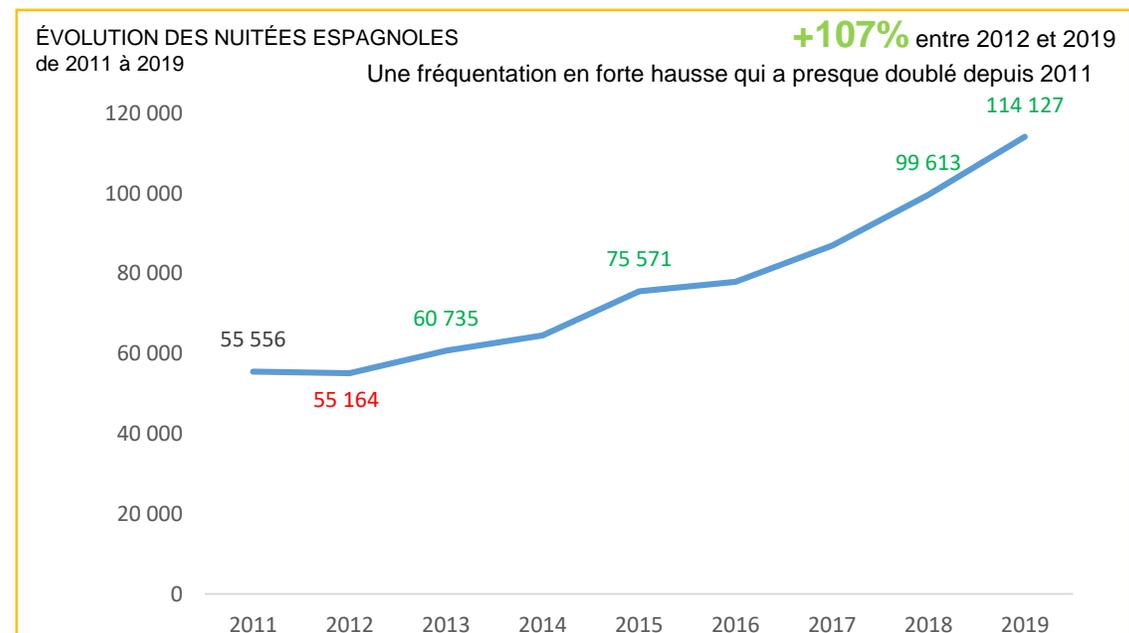
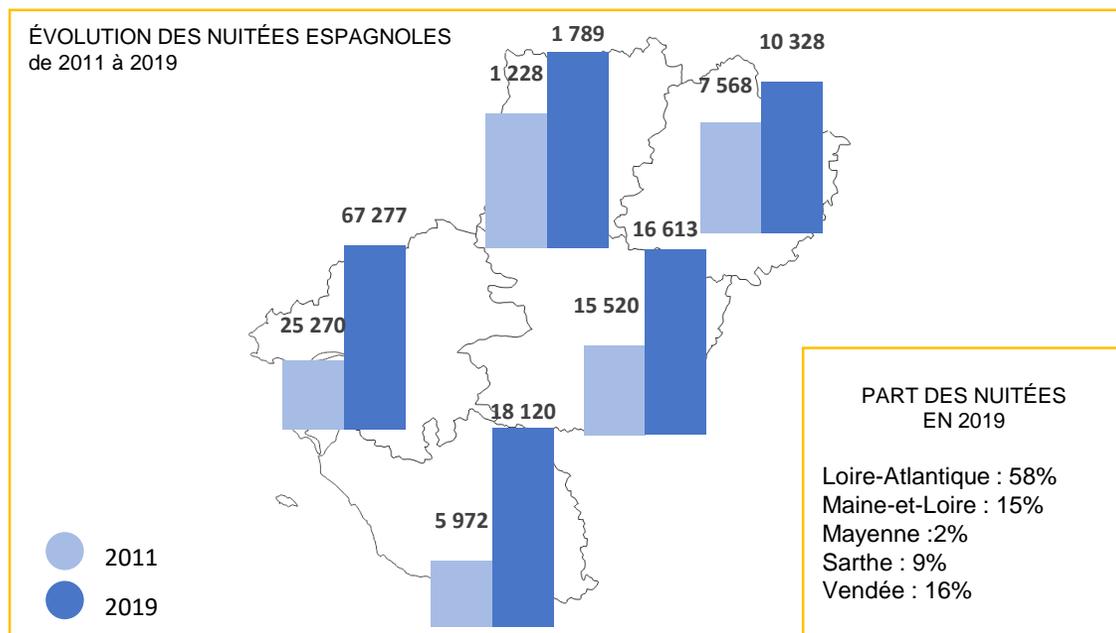
Zones touristiques où la concentration est la plus faible	
Hôtels	Campings
Bocage Vendéen, Rural, Vendée	Mayenne, Rétro-littoral régional, Vendée

FAIT MARQUANT

- Clientèle allemande très présente sur le littoral
- Augmentation de 25 % des nuitées depuis 2016

La clientèle espagnole

Nuitées en 2019	Evolution 2011/2019	Evolution 2018/2019	Type d'hébergement (parts des nuitées)	Répartition Littoral / Non littoral (part des nuitées)	Point de vigilance (baisse de nuitées entre 2011 et 2019)	Accessibilité	Motifs de déplacement	Intérêts	Attentes	Taux intermédiation (2015)
114 127 4% des nuitées étrangères	+ 105%	+ 15%	 31 %  69 %	Littoral : 12% Non littoral : 88% 88% des nuitées hôtels en espace urbain	- 2 728 nuitées hôtel sur la Loire à Vélo (Maine-et-Loire)	<ul style="list-style-type: none"> 16 lignes aériennes directes Autoroute Train 	Non communiqué	<ul style="list-style-type: none"> Tourisme urbain Patrimoine Gastronomie 	<ul style="list-style-type: none"> Services en espagnol Horaires flexibles Qualité de l'information 	26%

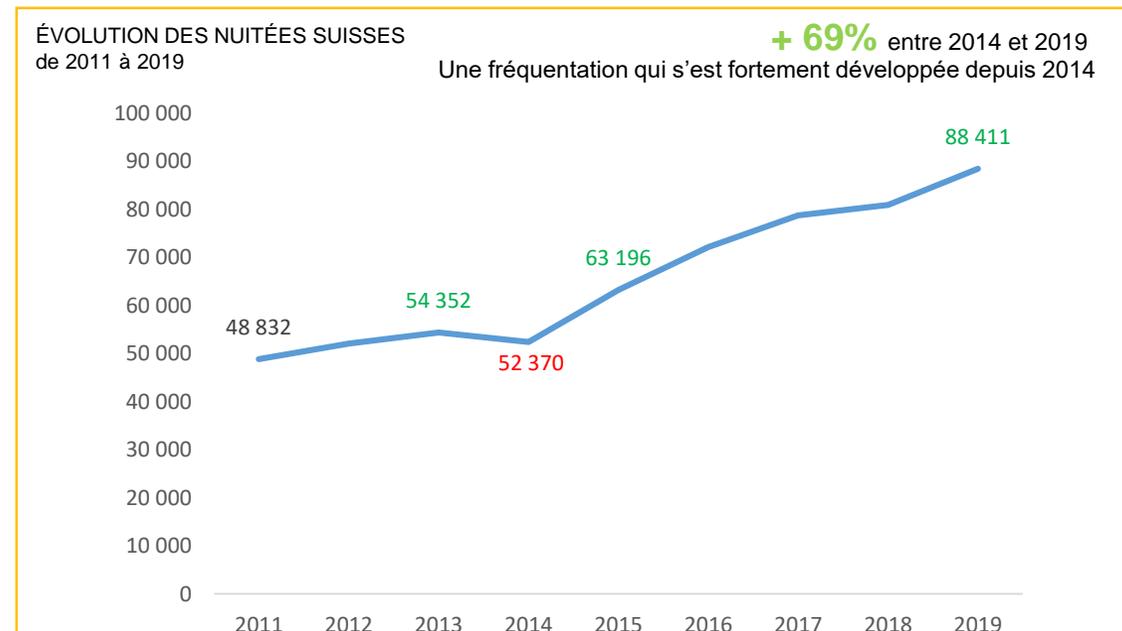
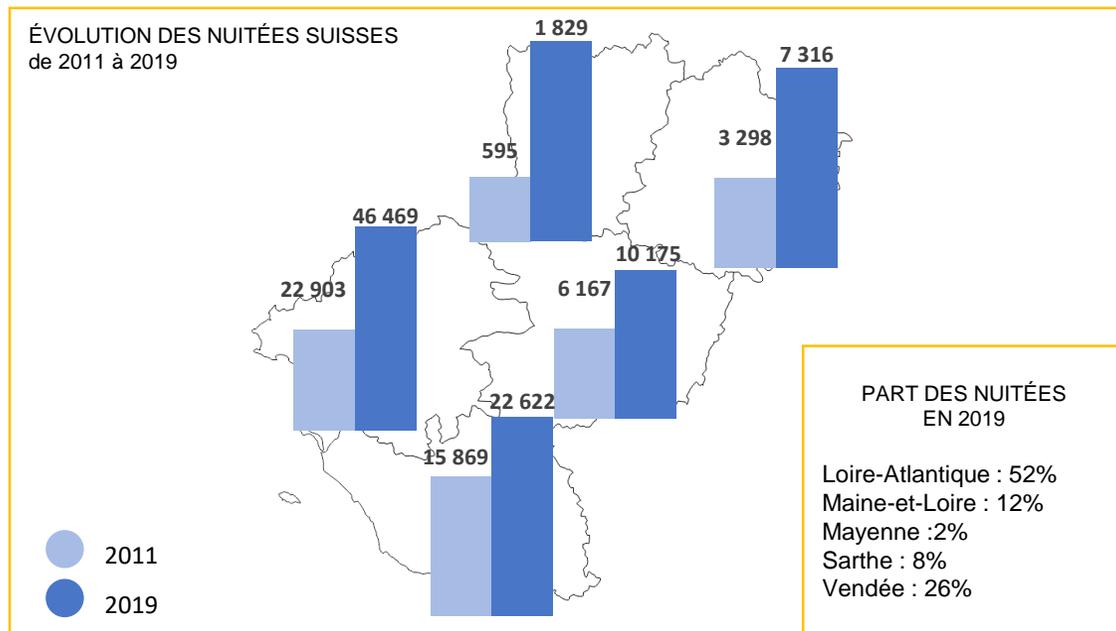


Zones touristiques où la concentration est la plus faible	
Hôtels	Campings
Littoral Vendée, La Baule, Les Sables-d'Olonne	Littoral régional, Littoral Vendée, Rétro-littoral régional

FAIT MARQUANT

- Forte évolution depuis 2014, en particulier à Nantes et sur les bords de Loire (Loire-Atlantique)
- Deux fois plus de nuitées depuis 2011

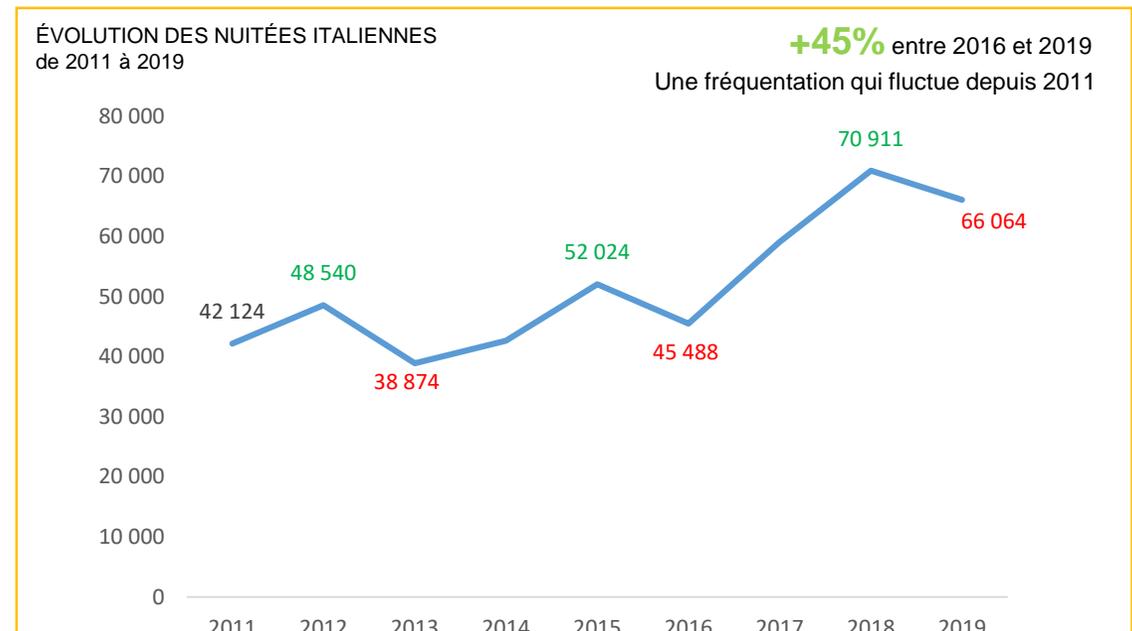
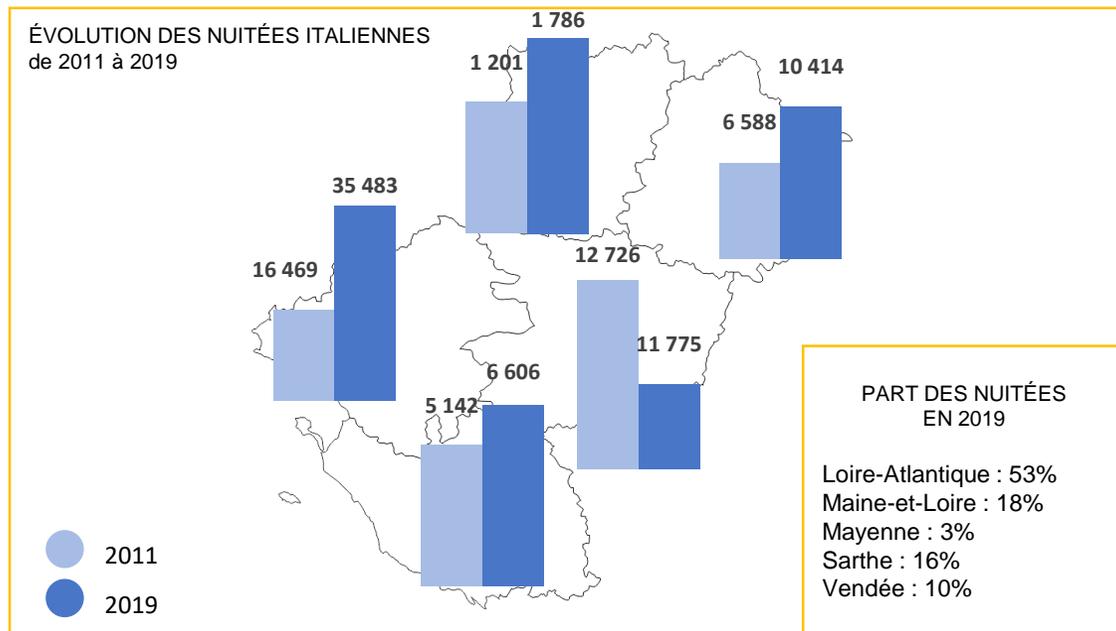
Nuitées en 2019	Evolution 2011/2019	Evolution 2018/2019	Type d'hébergement (parts des nuitées)	Répartition Littoral / Non littoral (part des nuitées)	Point de vigilance (baisse de nuitées entre 2011 et 2019)	Accessibilité	Motifs de déplacement	Intérêts	Attentes	Taux intermédiation (2015)
88 411 3% des nuitées étrangères	+ 81%	+ 9%	 38 %  62 %	Littoral : 50% Non littoral : 50% 54% des nuitées hôtels en espace urbain	Aucun point de vigilance à noter	<ul style="list-style-type: none"> 1 ligne aérienne directe Train Autoroute 	<ul style="list-style-type: none"> 70% loisirs 30% affaires 	<ul style="list-style-type: none"> Bien-être Balnéaire Urbain œnotourisme 	<ul style="list-style-type: none"> Rapport qualité/prix Qualité du service Art de vivre Propreté 	10%



Zones touristiques où la concentration est la plus faible	
Hôtels	Campings
Agglomération d'Angers, Bocage Vendéen, Rural	Littoral Vendée, Rétro-littoral régional, Vendée

- ### FAITS MARQUANTS
- Plus de 80% d'augmentation des nuitées suisses depuis 2011
 - Plus de la moitié des nuitées en Loire-Atlantique

Nuitées en 2019	Evolution 2011/2019	Evolution 2018/2019	Type d'hébergement (parts des nuitées)	Répartition Littoral / Non littoral (part des nuitées)	Point de vigilance (baisse de nuitées entre 2011 et 2019)	Accessibilité	Motifs de déplacement	Intérêts	Attentes	Taux intermédiation (2015)
66 064 2% des nuitées étrangères	+ 57%	- 7%	 12 %  88 %	Littoral : 18% Non littoral : 82% 73% des nuitées hôtels en espace urbain	- 2 371 nuitées hôtel agglomération d'Angers	<ul style="list-style-type: none"> 11 lignes aériennes Train Autoroute 	78% loisirs 22% affaires	<ul style="list-style-type: none"> œnotourisme Urbain Gastronomie 	Sensibilité aux promotions tarifaires et aux formules tout compris	7%

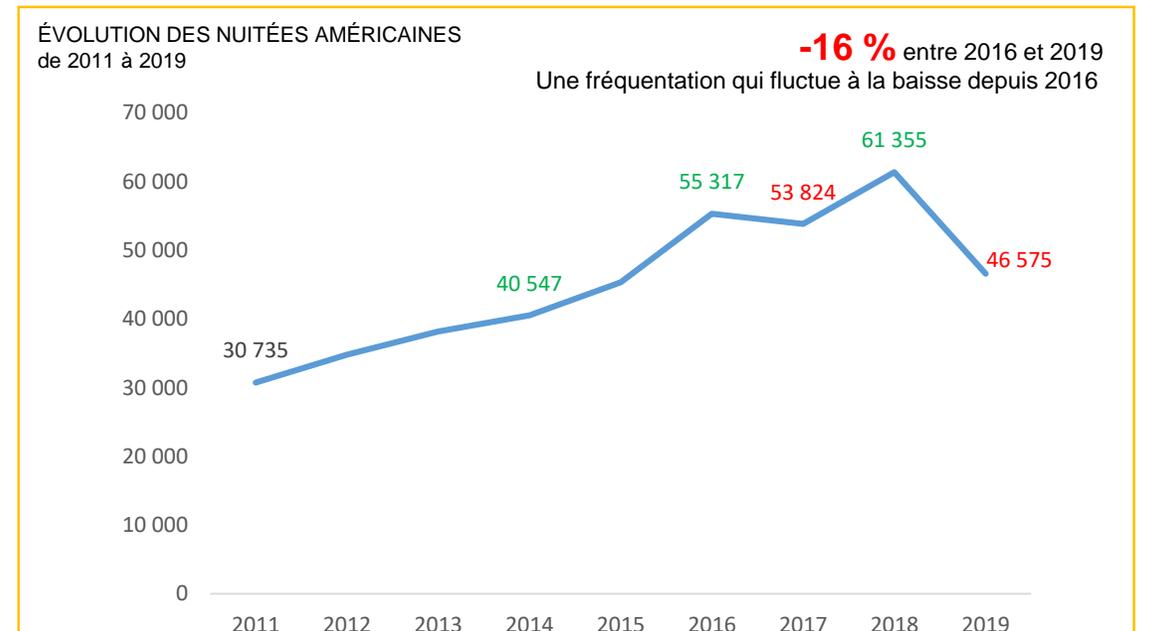
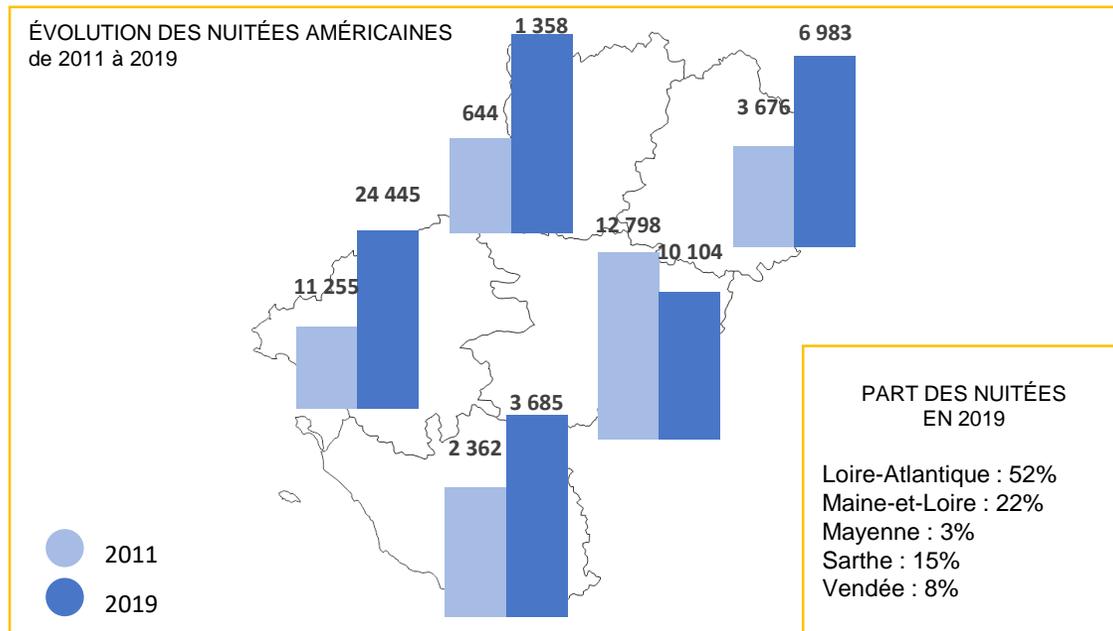


Zones touristiques où la concentration est la plus faible	
Hôtels	Campings
Littoral Vendée, Les Sables-d'Olonne, Vendée	Littoral Vendée, Rétro-littoral régional, Vendée

FAITS MARQUANTS

- Une hausse de 56% des nuitées italiennes entre 2016 et 2018
- Perte de 7% des nuitées entre 2018 et 2019

Nuitées en 2019	Evolution 2011/2019	Evolution 2018/2019	Type d'hébergement (parts des nuitées)	Répartition Littoral / Non littoral (part des nuitées)	Point de vigilance (baisse de nuitées entre 2011 et 2019)	Accessibilité	Motifs de déplacement	Intérêts	Attentes	Taux intermédiation (2015)
46 575 2% des nuitées étrangères	+ 52%	- 24%	 100%	Littoral : 13% Non littoral : 87% 71% des nuitées hôtels en espace urbain	- 2 694 nuitées hôtel en agglomération d'Angers	<ul style="list-style-type: none"> Pas de ligne aérienne directe à Nantes Vient par le Gand Ouest, Normandie, Val de Loire 	Non communiqué	<ul style="list-style-type: none"> Urbain Golf Enotourisme Croisières 	<ul style="list-style-type: none"> Expériences nouvelles Authenticité Offre adaptée à toutes les générations 	30%

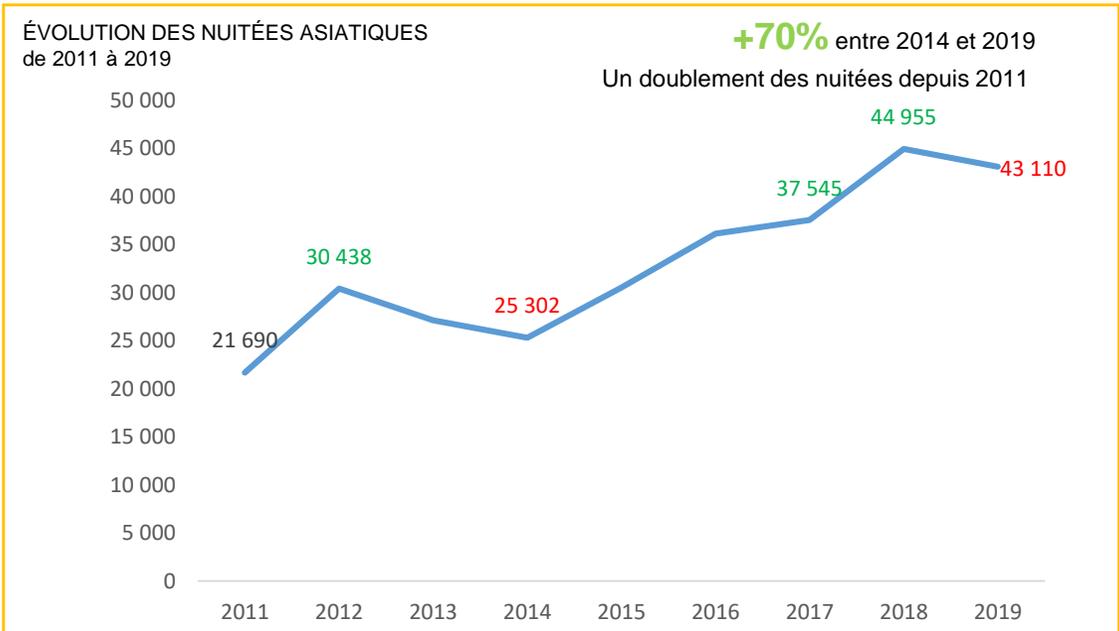
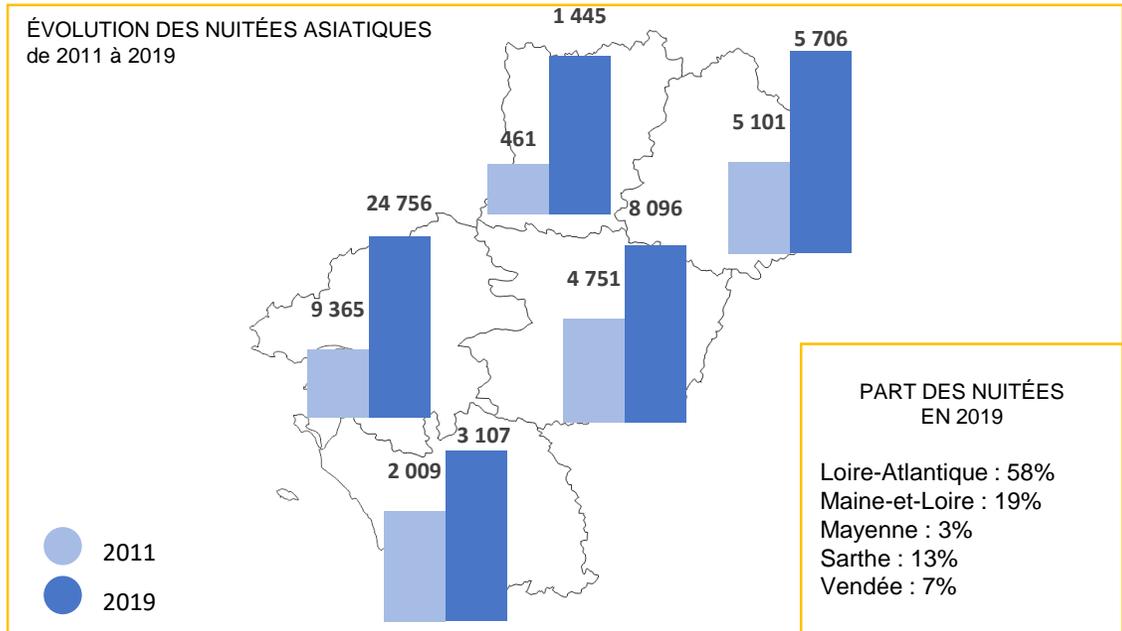


Zones touristiques où la concentration est la plus faible
Hôtels
Littoral Vendée, Bocage Vendéen, Vendée

FAITS MARQUANTS
<ul style="list-style-type: none"> • Doublement des nuitées entre 2011 et 2018 • Baisse de près d'1/4 des nuitées entre 2018 et 2019

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

Nuitées en 2019	Evolution 2011/2019	Evolution 2018/2019	Type d'hébergement (parts des nuitées)	Répartition Littoral / Non littoral (part des nuitées)	Point de vigilance (baisse de nuitées entre 2011 et 2019)	Accessibilité	Motifs de déplacement	Intérêts	Attentes	Taux intermédiation (2015)
43 110 1% des nuitées étrangères	+ 99%	- 4%	 100%	Littoral : 9% Non littoral : 90% 83% des nuitées hôtels en espace urbain	Aucun point de vigilance à noter	<ul style="list-style-type: none"> Pas de ligne aérienne directe à Nantes, vient du Mont St-Michel, du Val de Loire Train de Paris ou de Bordeaux 	Non communiqué	<ul style="list-style-type: none"> Urbain Affaires Culture Nature 	Non communiqué	85%



Zones touristiques où la concentration est la plus faible

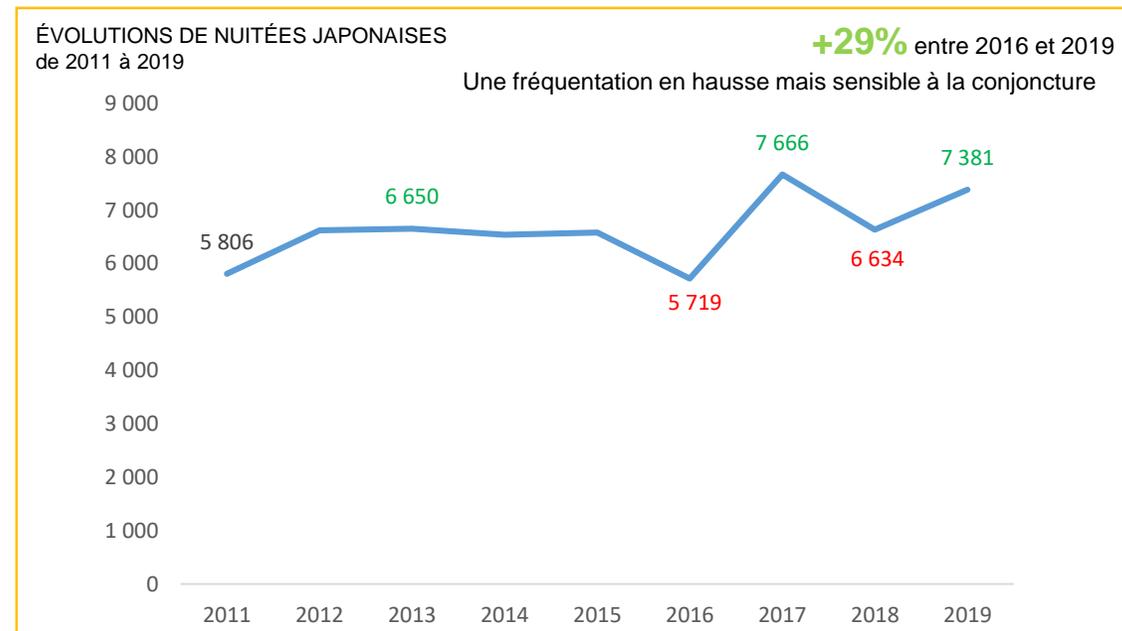
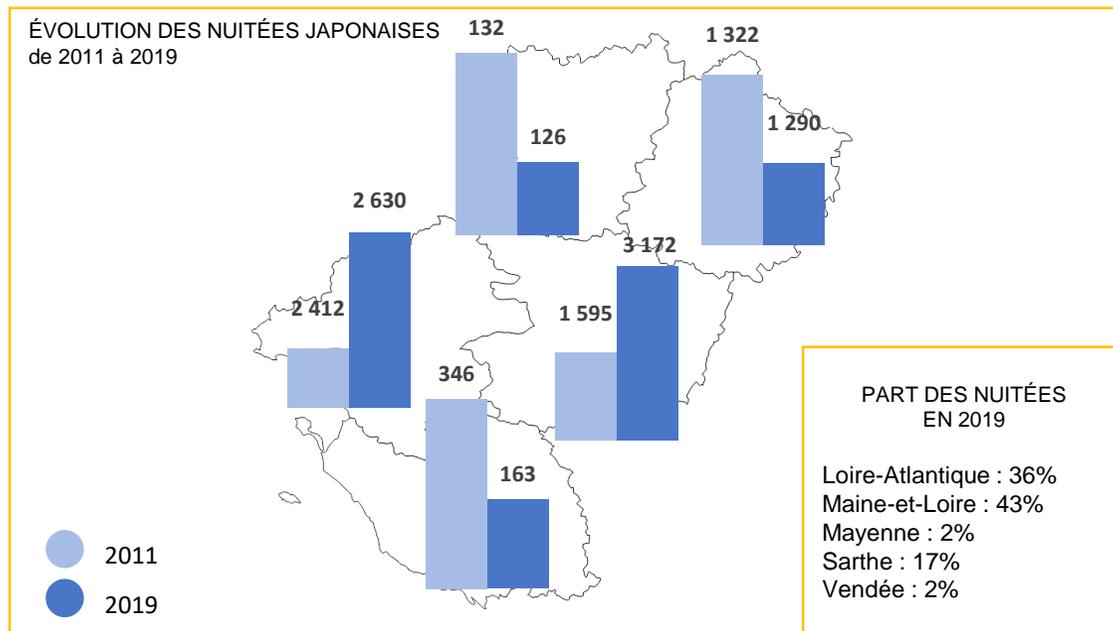
Hôtels

Littoral Vendée, Les Sables-d'Olonne, Vendée

FAIT MARQUANT

- Clientèle à dominante urbaine présente essentiellement dans les grandes agglomérations
- Deux fois plus de nuitées depuis 2011

Nuitées en 2019	Evolution 2011/2019	Evolution 2018/2019	Type d'hébergement (parts des nuitées)	Répartition Littoral / Non littoral (part des nuitées)	Point de vigilance (baisse de nuitées entre 2011 et 2019)	Accessibilité	Motifs de déplacement	Intérêts	Attentes	Taux intermédiation (2015)
7 381	+ 27%	+ 11%	 100%	Littoral : 4% Non littoral : 96%	-220 nuitées hôtel rural	<ul style="list-style-type: none"> Pas de ligne aérienne directe à Nantes, vient du Mont St-Michel, du Val de Loire Train de Paris ou de Bordeaux 	Non communiqué	<ul style="list-style-type: none"> Urbain Affaires Culture Nature 	Non communiqué	85%
				91% des nuitées hôtels en espace urbain						

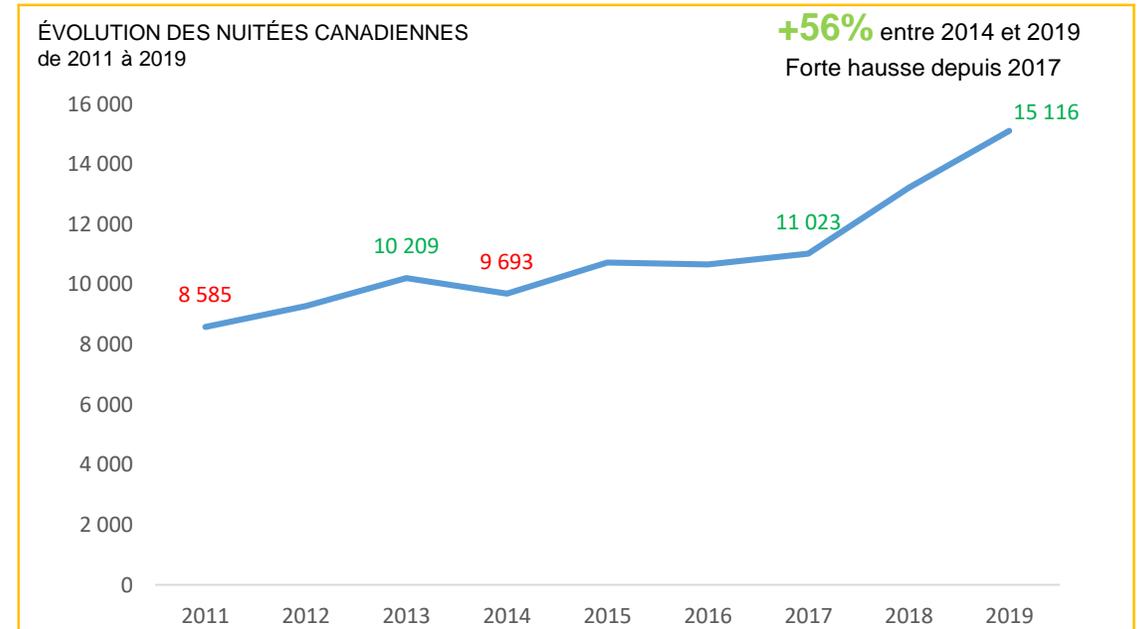
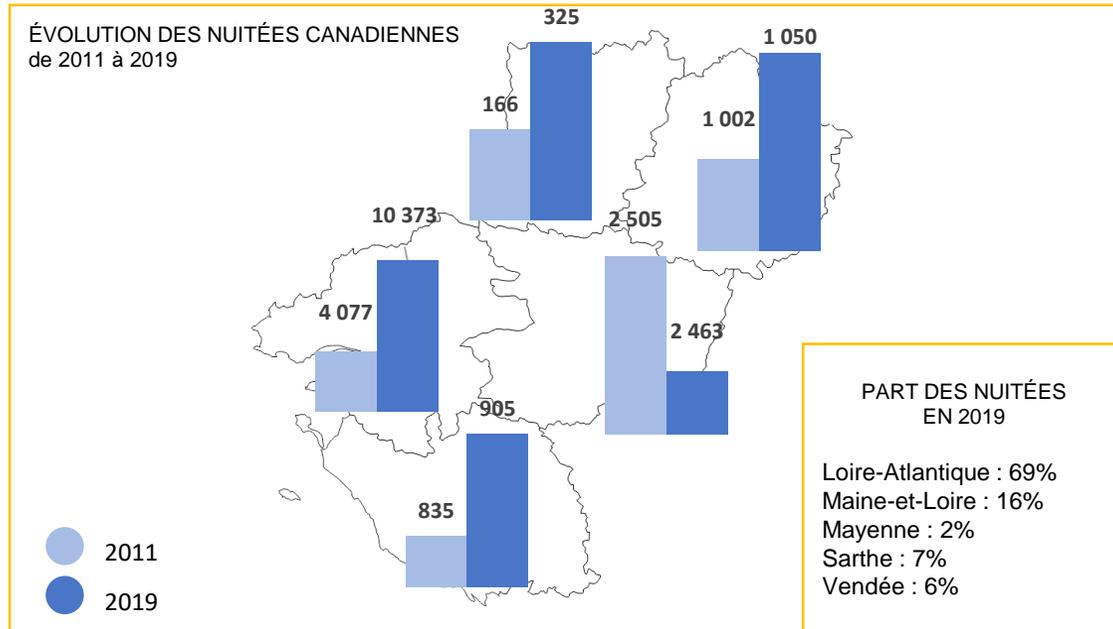


Zones touristiques où la concentration est la plus faible
Hôtels
Littoral Vendée, Les Sables-d'Olonne, Vendée

FAITS MARQUANTS

- Un clientèle très majoritairement présente dans les zones urbaines.

Nuitées en 2019	Evolution 2011/2019	Evolution 2018/2019	Type d'hébergement (parts des nuitées)	Répartition Littoral / Non littoral (part des nuitées)	Point de vigilance (baisse de nuitées entre 2011 et 2019)	Accessibilité	Motifs de déplacement	Intérêts	Attentes	Taux intermédiation (2015)
15 116 1% des nuitées étrangères	+ 76%	+ 14%	 100%	Littoral : 20% Non littoral : 80% 74% des nuitées hôtels en espace urbain	- 220 nuitées hôtel en agglomération d'Angers	• 1 ligne aérienne directe	Non communiqué	<ul style="list-style-type: none"> • Urbain • Énotourisme • Littoral • Cyclotourisme 	• Besoin d'exclusivité et d'insolite	50%



Zones touristiques où la concentration est la plus faible
Hôtels
Littoral Vendée, Rural, Vendée

FAIT MARQUANT

- Clientèle canadienne à dominante urbaine, présente essentiellement dans les grandes agglomérations et notamment Nantes

Synthèse

LÉGENDE :



en baisse



en hausse



>50% en camping
<= 50% en hôtel



>50% en hôtel
<= 50% en camping

Clientèles	Nuitées en 2019 <i>Ordre de grandeur</i>	Tendance depuis 2011	Évolution 2018/2019	Mode d'hébergement	Zones où la concentration est la plus forte	Motifs de venue en France	Taux d'intermédiation (2015)	Modes d'accès principaux
Royaume-Uni	923 000		-8%		Anjou Loire à vélo 49 Loire à vélo PDL	Golf Œnotourisme Urbain	19 %	12 lignes aériennes 5 ports (Brittany Ferries) Eurotunnel
Pays-Bas	711 000		-1%		Anjou Loire à vélo 49 Loire à vélo PDL	Œnotourisme Cyclotourisme Nature Littoral	55 %	1 ligne aérienne Autoroute Train
Belgique	353 000		+9%		Saumur Bocage vendéen Saint-Nazaire	Œnotourisme Bien-être Tourisme d'affaires	13 %	1 ligne aérienne Autoroute Train
Allemagne	275 000		+1%		Saumur Le Mans Nantes	Culture Urbain Œnotourisme Cyclotourisme	35 %	4 lignes aériennes Autoroute Train
Espagne	114 000		+15%		Nantes Loire à vélo 44 Agglomération de Nantes	Urbain Patrimoine Gastronomie	26 %	16 lignes aériennes Autoroute Train
Suisse	88 000		+9%		Littoral 44 La Baule Nantes	Bien-être Balnéaire Urbain Œnotourisme	15 %	1 ligne aérienne Autoroute Train
Italie	66 000		-7%		Saint-Nazaire Loire à Vélo 44 Nantes	Œnotourisme Urbain Gastronomie	7%	11 lignes aériennes Autoroute Train
Etats-Unis	46 000		-24%		Saumur Nantes La Baule	Urbain Golf Œnotourisme Croisières	30 %	Pas de ligne aérienne directe
Asie (Chine, Taiwan, Hong-Kong, Corée)	43 000		-4%		Agglomération de Nantes Saumur Nantes	Urbain Affaires Culture Nature	85 %	Pas de ligne aérienne directe
Canada	15 000		+14%		Nantes La Baule Agglomération de Nantes	Urbain Œnotourisme Littoral Cyclotourisme	50 %	1 ligne aérienne directe