

2005

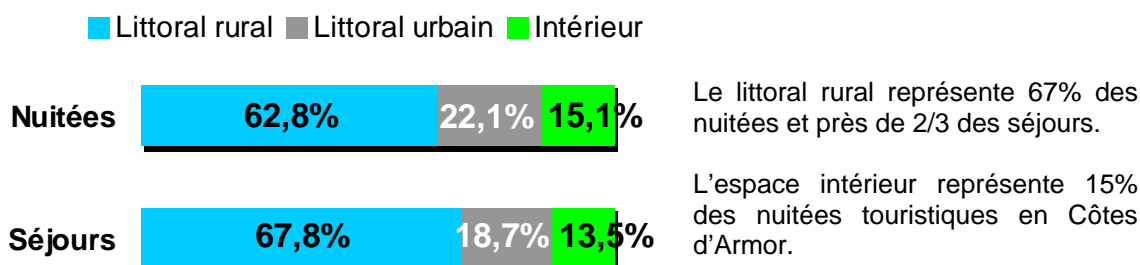
## Sommaire

1 CARTE D'IDENTITE	P 1	5 CONSOMMATION TOURISTIQUE ET HEBERGEMENTS	P 9
2 LE SEJOUR : PREPARATION	P 4	FICHE SYNTHETIQUE	P10
3 COMPORTEMENTS DES TOURISTES LORS DU SEJOUR	P 5	DEFINITIONS, MÉTHODES, REMERCIEMENTS ET RESTITUTION	P11
4 IMAGE DE LA BRETAGNE	P 6		

## Introduction

Ce document présente les caractéristiques des clientèles touristiques qui séjournent dans les espaces « littoral rural », « littoral urbain » et « intérieur » en Côtes d'Armor.

## Poids des espaces dans l'activité touristique

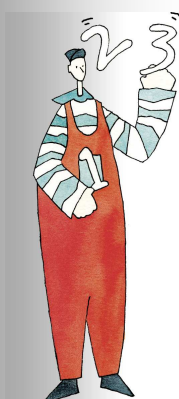


## 1. Carte d'identité

### 1.1 Types de groupes

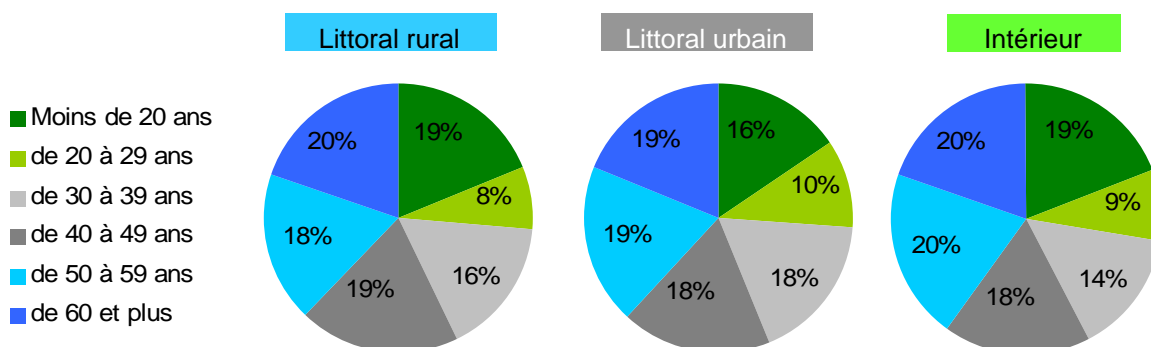
% (multi-réponse)	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Seul(e)	4,7%	2,3%	<b>8,0%</b>
Seul(e) avec des amis	4,3%	3,7%	2,0%
En couple	<b>59,3%</b>	47,6%	<b>38,8%</b>
En couple avec des amis	4,1%	5,7%	3,7%
En famille	27,6%	39,3%	<b>47,2%</b>
En famille avec des amis	1,0%	3,3%	3,5%

Les couples représentent près de 60% de la clientèle de l'espace littoral rural. L'intérieur, se caractérise plutôt par une forte proportion de clientèle familiale, et une proportion relativement importante de personnes seules (8%).



## 1.2 Age des touristes

Tranches d'âges  
Peu de différences selon les territoires



Nb : Ventilation de l'âge de l'ensemble des personnes déclarées composant le foyer touristique.

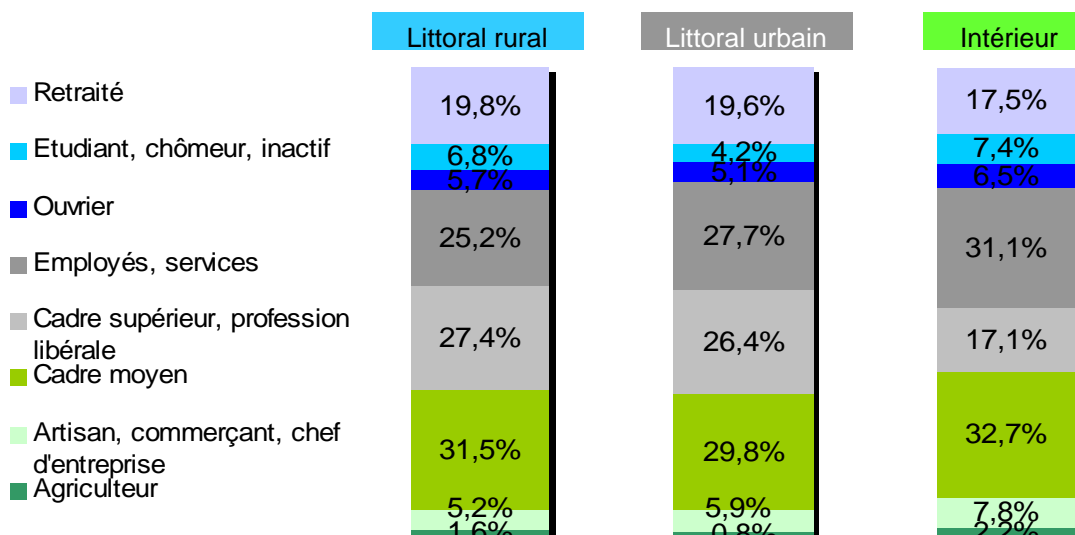
Il y a peu de différence de répartition des tranches d'âge selon les espaces géographiques. Les plus de 50 ans et moins de 20 ans sont plus présents dans l'intérieur. Aux contraire, les tranches d'âge de 20 à 50 ans sont plus représentées sur le littoral.

## 1.3 PCS

Littoral rural  
Cadres et retraités

Littoral urbain  
Plus d'employés et d'artisans

Intérieur  
Plus d'employés, d'ouvriers et de cadres moyens



En littoral rural, les clientèles de cadres (moyens et supérieurs) et de retraités prédominent.

Sur le littoral urbain, les employés et artisans sont plus représentés.

L'intérieur se caractérise par des proportions plus fortes d'employés, de cadre moyens et d'ouvriers.

## 1.4 Revenus nets mensuels du foyer

Littoral rural  
+ de revenus supérieurs à 4 000 €

Intérieur  
+ de revenus inférieurs à 1 200 €

% des séjours	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
- de 1 200 €	4,0%	4,5%	5,7%
1 200 € à de 2 000 €	15,4%	16,6%	16,6%
2 000 € à de 3 000 €	27,1%	27,7%	<b>29,4%</b>
3 000 € à de 4 000 €	21,7%	24,4%	25,9%
4 000 € à de 6 000 €	<b>19,6%</b>	16,4%	14,8%
6 000 € et +	12,2%	10,4%	7,6%

Quelque soit le territoire, ce sont les foyers aux revenus entre 2 000 € et 3 000 € qui prédominent. Sur le littoral rural, on retrouve plus de foyers aux revenus supérieurs à 4 000 €. En espace intérieur, les revenus faibles et moyens sont davantage représentés.

## 1.5 Origine des clientèles

% des nuitées	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Français	<b>86,4%</b>	83,1%	<b>80,0%</b>
Etrangers	13,6%	16,9%	<b>20,0%</b>

La clientèle française représente 86,4% de l'activité dans l'espace littoral rural. La proportion d'étrangers est supérieure dans le littoral urbain et surtout l'intérieur.

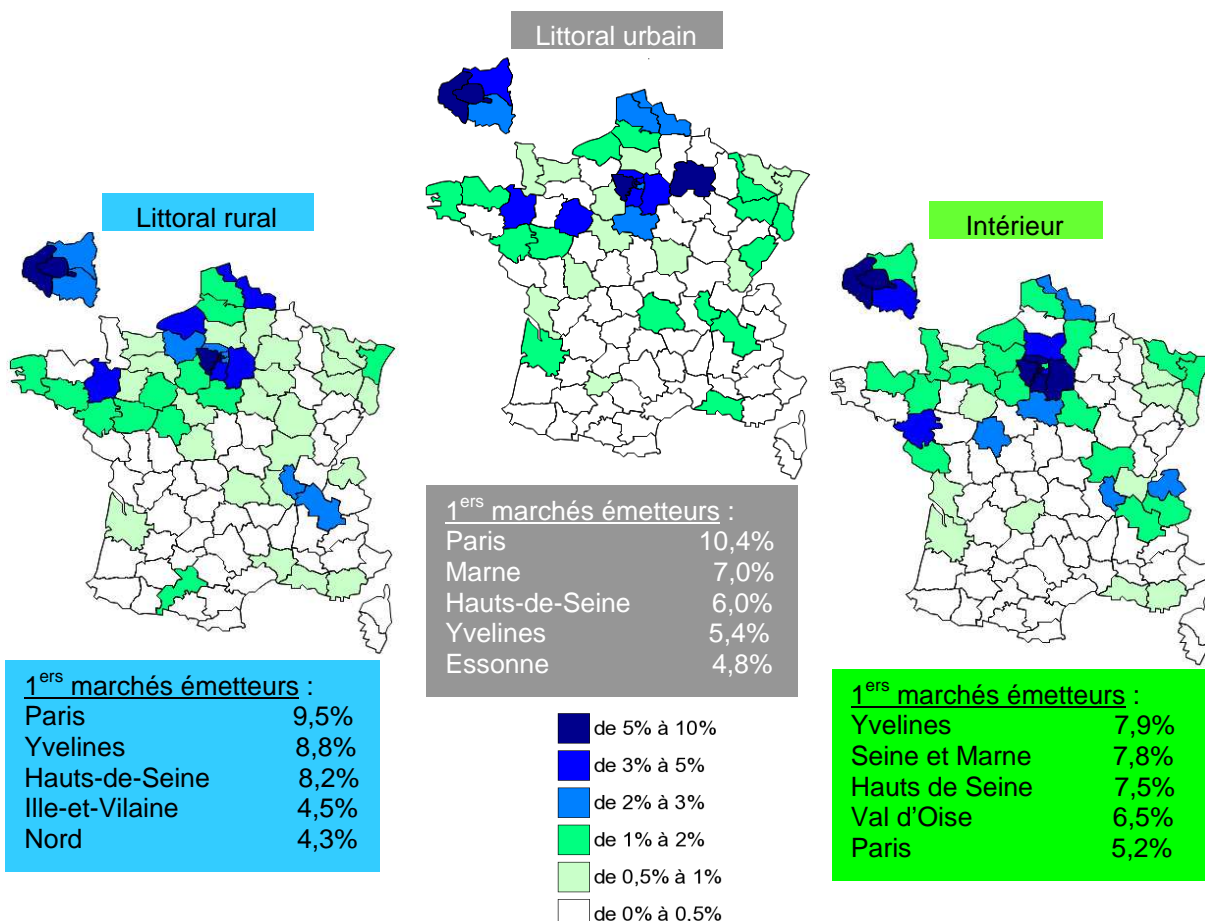
## 1.6 Origine : Les clientèles étrangères\*

% des nuitées	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Grande Bretagne, Irlande	44,5%	42,4%	<b>72,4%</b>
Allemagne	<b>26,9%</b>	22,3%	5,7%
Pays Bas	13,8%	14,3%	11,7%
Belgique, Luxembourg	4,7%	3,4%	1,4%
USA Canada	4,0%	<b>7,8%</b>	2,2%
Espagne	1,9%	2,3%	1,0%
Suisse	1,6%	2,0%	0,3%
Italie	0,9%	2,0%	1,1%
Reste du Monde	0,6%	3,5%	4,2%

\*Données régionales car pas assez d'information sur le département pour analyser les clientèles étrangères.

La Grande-Bretagne est la 1<sup>ère</sup> clientèle étrangère quelque-soit le territoire. Sa part, est bien plus importante dans l'intérieur (72%) que sur les autres espaces. La clientèle allemande est plus présente sur le littoral rural, tandis que les américains, espagnols, italiens et suisses affectionnent particulièrement l'espace littoral urbain.

## 1.7 Origine : Les départements français



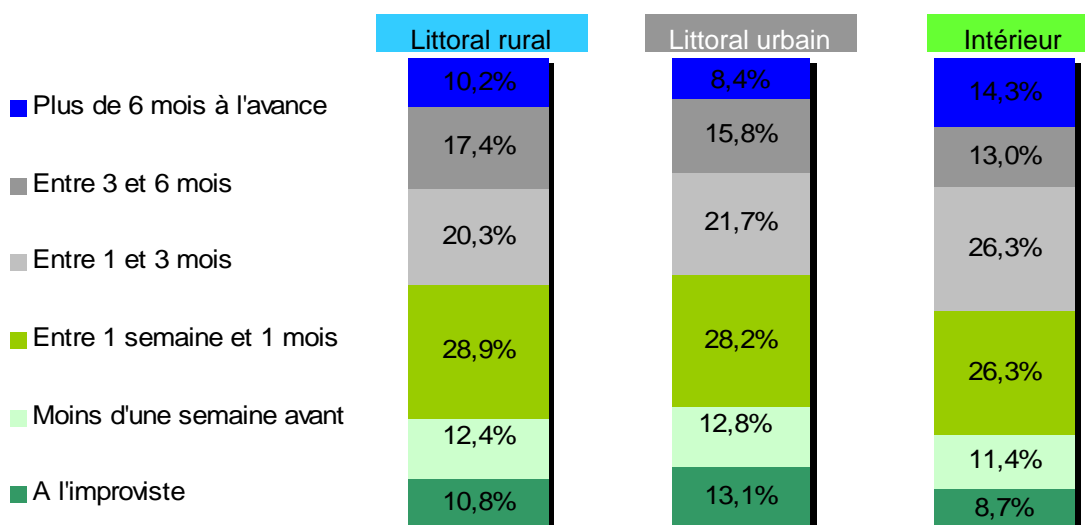
## 2. Le séjour : préparation

### 2.1 Cadre de réalisation du séjour

% séjours	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Congé	76,6%	75,8%	76,4%
Week-ends, ponts	10,0%	9,8%	8,1%
Journées de RTT	2,9%	2,2%	1,1%
Déplacement professionnel	0,5%	1,2%	1,0%
Autre (événement, retraité...)	12,0%	13,7%	16,1%

Les séjours sont réalisés pour une grande majorité dans le cadre de congés quelque-soit le territoire. En espace littoral rural, la part des week-ends et ponts est plus forte que sur les autres territoires. Dans l'intérieur, on note une proportion plus forte de séjours liés à des événements autre (retraités...).

### 2.2 Organisation préalable du séjour



La proportion de séjours organisés plus d'un mois en avance est supérieure dans l'intérieur aux autres territoires. La proportion de séjours à l'improviste est la plus forte dans l'espace littoral urbain.

### 2.3 Moyens utilisés pour la préparation du séjour

% (multi-réponse)	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Aucune préparation	41,9%	42,1%	47,9%
Guide touristique	35,7%	31,4%	29,1%
Office de tourisme	22,0%	23,0%	18,9%
Agence de voyage	1,8%	1,8%	0,9%
Foire, exposition salon	0,4%	0,5%	0,1%
Comité d'entreprise	2,4%	2,2%	0,9%
Internet	31,2%	29,3%	28,1%
Publicité et prospectus	6,2%	8,3%	5,8%
Bouche à oreille	24,6%	22,3%	21,3%
Originaire de la région	15,4%	17,6%	25,0%
Connait la région	45,3%	40,7%	45,4%
Forte notoriété	7,3%	7,5%	5,7%
Autre	9,2%	14,1%	10,9%

Quelque-soit le territoire, plus de 40% des séjours n'ont fait l'objet d'aucune préparation. Cette part est plus importante pour l'intérieur (47,9%) que les autres espaces. La connaissance de la région est moins déterminante pour le littoral urbain et la part d'Internet et des guides touristiques est plus forte pour les séjours effectués sur le littoral rural.

Des séjours organisés sur le temps de congé

Littoral urbain  
54% des séjours organisés moins d'un mois à l'avance

Intérieur  
54% des séjours organisés plus d'un mois à l'avance

Intérieur  
47% des touristes ne préparent pas leurs séjours

Littoral urbain  
«seulement»  
40% connaissent la région

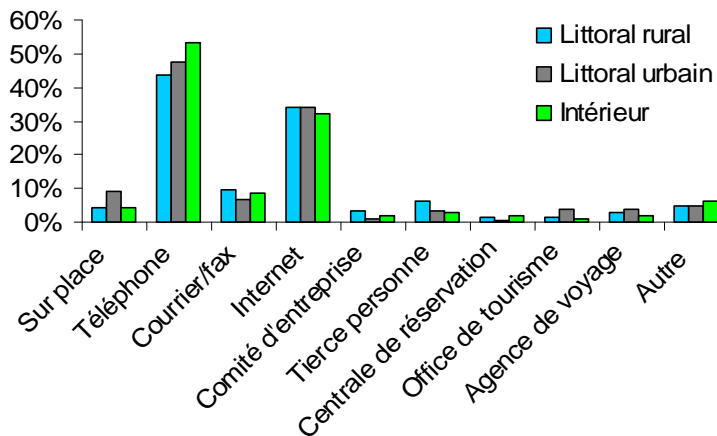
Littoral rural  
31% utilisent Internet

## 2.3 Réserveation des prestations

% (multi-réponse)	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Le transport	6,5%	12,0%	10,8%
La location de véhicule	2,2%	4,2%	2,6%
Les activités	2,2%	2,3%	3,3%
Un ensemble de prestations	0,8%	0,7%	1,3%
L'hébergement seul	42,0%	34,2%	32,5%
L'hébergement en 1/2 pension	3,2%	1,8%	4,1%
L'hébergement en pension	0,9%	1,4%	1,4%
Aucune	48,2%	51,8%	51,3%

Autour de la moitié des séjours ne font l'objet d'aucune réservation, quelque-soit le territoire. Le littoral urbain se caractérise par une part plus forte de réservation des transports.

## 2.5 Modes de réserveation



Quelque-soit les territoires, les deux principaux modes de réservations sont le téléphone et Internet.

La proportion de séjours réalisés par téléphone est plus importante dans l'intérieur.

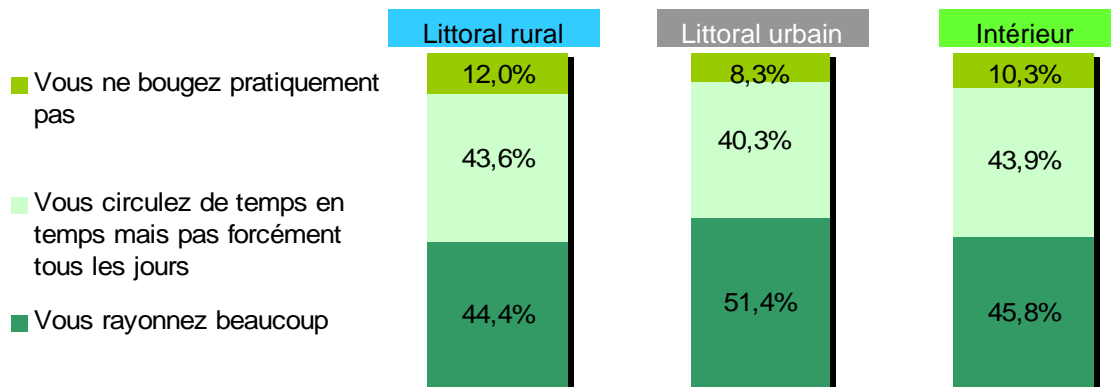
Les réservations sur place sont plus courantes dans le littoral urbain.

## 3. Comportements des touristes lors du séjour

### 3.1 Modes de transport

% (multi-réponse)	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Voiture	89,1%	90,6%	90,0%
Camping-car	1,7%	2,7%	2,6%
Train	3,3%	7,9%	2,5%
Avion	1,1%	0,5%	4,0%
Ferry	3,6%	8,2%	12,1%
Autre	1,2%	2,6%	1,7%

### 3.2 Mobilité



Contrairement aux autres territoires, la majorité des touristes rayonnent beaucoup lors de leur séjour sur l'espace littoral urbain. La proportion de touristes qui ne bougent pas est la plus forte en littoral rural.

Littoral rural  
42% réservent seulement l'hébergement

Littoral urbain  
52% ne font aucune réservation

Principaux modes de réservation  
téléphone  
Internet

Intérieur  
téléphone  
Plus utilisé

En voiture  
Principalement

Littoral urbain  
8% en train

Intérieur  
12% en ferry

Littoral rural  
56% rayonnent peu ou pas du tout

Littoral urbain  
51% rayonnent beaucoup

### 3.3 Activités pratiquées

% (multi-réponse)	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Balade (à pied, à vélo)	<b>76,4%</b>	75,8%	69,0%
Grande randonnée pédestre	12,4%	11,1%	8,2%
Plage, baignade	<b>48,8%</b>	45,2%	38,8%
Bateau, plongée	17,0%	13,1%	9,3%
Repos	41,4%	39,4%	<b>43,4%</b>
Activité sportive	6,2%	7,5%	7,9%
Entretien, jardinage	8,2%	9,2%	<b>18,4%</b>
Visite de sites naturels	45,2%	46,2%	44,0%
Découverte des îles	<b>19,3%</b>	11,5%	14,2%
Entreprises, sites techniques	1,0%	0,7%	0,2%
Fêtes, festivals, spectacles	6,3%	7,5%	10,8%
Monuments ou musées	17,7%	<b>24,9%</b>	22,3%
Equipement de loisirs	4,2%	3,4%	5,1%
Visite de parcs et jardins	3,8%	4,1%	5,3%
Spécialités culinaires	12,9%	<b>16,0%</b>	12,5%
Autre	7,0%	7,2%	11,9%

Quelque-soit les territoires, la balade et la visite de sites naturels sont les principales activités pratiquées par les touristes. Sur le littoral rural, la plage, baignade et la découverte des îles sont plus pratiqués qu'ailleurs. Les visites de monuments et musées ainsi que les découvertes de spécialités culinaires sont plutôt des activités choisies par les touristes en espace littoral urbain. Dans l'intérieur, on note une part plus importante du repos et du jardinage.

## 4. Image de la Bretagne

### 4.1 Raisons de choix

% (multi-réponse)	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Patrimoine naturel	<b>46,5%</b>	46,3%	38,0%
Patrimoine architectural	10,6%	10,7%	10,7%
Cultures et traditions	11,2%	14,8%	14,8%
Activités liées à la mer	<b>50,6%</b>	46,2%	26,8%
Climat	11,4%	12,0%	10,5%
Prix attractifs	2,1%	2,6%	2,6%
- de concentration touristique	21,5%	17,0%	20,5%
Origines bretonnes	20,7%	21,6%	<b>33,1%</b>
Spécialités culinaires	12,5%	12,9%	9,3%
Festival, événement, fest-noz	3,5%	3,5%	4,8%
Proximité	11,9%	10,7%	9,2%
Attaches à la région	21,4%	15,9%	22,0%
Hébergement gratuit	13,1%	14,0%	19,3%
Visite à des parents et amis	22,1%	28,7%	<b>41,7%</b>
Santé, thalassothérapie	2,7%	1,6%	1,5%
Découverte de la Bretagne	34,4%	<b>36,7%</b>	33,5%
Résidence secondaire	17,8%	13,5%	19,0%
Autre (travail, transit...)	1,9%	2,0%	1,9%

Les principales raisons de choix des touristes ayant séjourné en espace littoral rural sont les activités liées à la mer et le patrimoine naturel. Ce sont les mêmes raisons pour le littoral urbain, mais la découverte de la Bretagne est plus souvent citée. Dans l'intérieur, la visite à des parents et amis est la première raison de choix, on note aussi une part importante d'attaches et origines bretonnes.

## 4.2 Facteurs de choix

Principal  
facteur  
de choix

L'environnement

% (multi-réponse)	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Le type d'environnement	<b>91,3%</b>	87,4%	85,6%
L'hébergement	42,4%	36,5%	<b>45,1%</b>
Les prix	27,5%	<b>31,8%</b>	28,9%
Le prestataire	1,8%	1,8%	1,1%
Les activités proposées	22,0%	20,3%	24,2%
Les habitudes	15,0%	11,0%	15,7%
L'opportunité	19,7%	<b>23,6%</b>	14,3%
Le rapport qualité/prix	29,0%	27,5%	<b>30,6%</b>
Le hasard	9,6%	10,2%	10,4%
Autre	9,3%	9,1%	12,9%

Quelque-soit les territoires, le type d'environnement (mer, montagne...) est le principal facteur de choix. L'hébergement et le rapport qualité/prix sont des facteurs plus importants pour l'intérieur. Tandis que le prix et l'opportunité sont plus indiqués pour le littoral urbain.

## 4.3 Atouts et faiblesses

### > Les Principaux atouts

En % des séjours (multi-réponses)	Littoral rural			Littoral urbain			Intérieur		
	Point positif	Point négatif	Sans opinion	Point positif	Point négatif	Sans opinion	Point positif	Point négatif	Sans opinion
Les sites naturels	<b>98,5</b>	0,4	1,1	<b>97,8</b>	1,2	1	<b>96,7</b>	1,7	1,6
L'environnement	<b>93,4</b>	3,2	3,4	<b>91</b>	3,6	5,4	<b>88,3</b>	4,3	7,4
Le cadre de vie	<b>93,3</b>	1,3	5,4	<b>88</b>	2	10	<b>90,5</b>	2,5	7
L'état des sites, des plages	<b>89,3</b>	5,5	5,2	<b>89,1</b>	4,6	6,3	<b>84,3</b>	5,1	10,6
La gastronomie	<b>83,5</b>	2,7	13,8	<b>79,4</b>	3,1	17,5	<b>80,3</b>	4	15,7
L'accueil	<b>81,4</b>	4,2	14,4	<b>81</b>	2,5	16,5	<b>79,7</b>	5	15,3
La culture, les traditions	<b>78</b>	3	19	<b>78</b>	2,9	19,1	<b>83,5</b>	3,6	12,9

Les sites naturels, l'environnement et le cadre de vie sont identifiés comme les principaux atouts du département sur les trois territoires. La gastronomie est mieux perçue sur le littoral rural que dans les autres territoires. La culture et les traditions sont plus positivement notées dans l'intérieur.

### > Les Principales faiblesses

En % des séjours (multi-réponses)	Littoral rural			Littoral urbain			Intérieur		
	Point positif	Point négatif	Sans opinion	Point positif	Point négatif	Sans opinion	Point positif	Point négatif	Sans opinion
Les prix	30,1	<b>31,8</b>	38,1	31,3	<b>27,4</b>	41,3	38,7	<b>26,9</b>	34,4
Les conditions météo	46,9	<b>28,5</b>	24,6	53,8	<b>20,4</b>	25,8	44,1	<b>31,9</b>	24
La signalisation	50,1	<b>20,7</b>	29,2	55,7	<b>17,4</b>	26,9	47	<b>25</b>	28
La circulation, le stationnement	55,1	<b>20,4</b>	24,5	52,9	<b>23,5</b>	23,6	53,2	<b>20,4</b>	26,4

Pour le littoral rural, les points les plus négatifs sont le prix et les conditions météo, dans le littoral urbain s'y intercale la circulation et le stationnement. Concernant les touristes séjournant dans l'intérieur, on note d'abord une relative insatisfaction pour les conditions météo et la signalisation.

## 4.4 Régions concurrentes

%	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Ont hésité	19,6%	18,9%	14,1%
N'ont pas hésité	80,4%	81,1%	85,9%

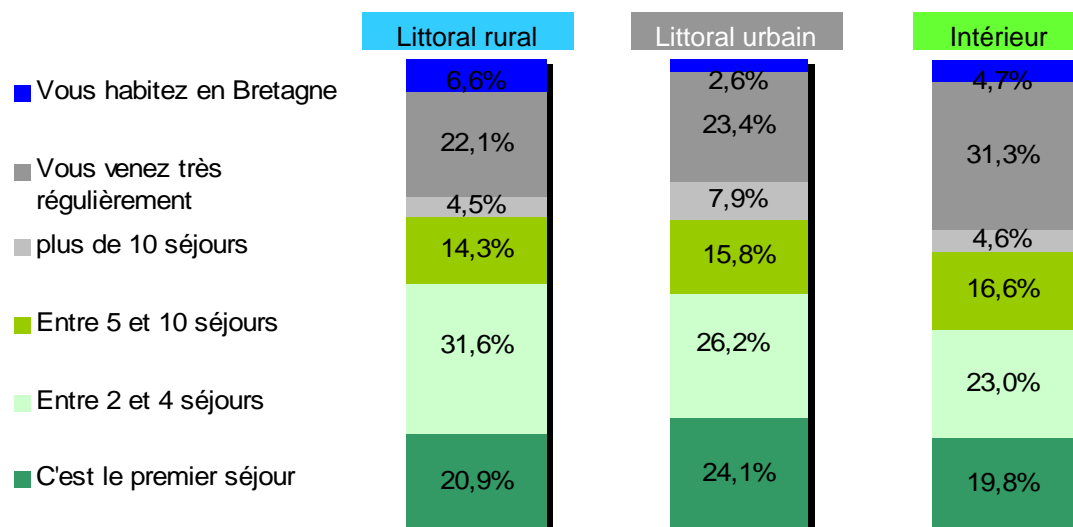
### Pour ceux qui ont hésité : avec quelles destinations ?

%	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
France	69,3%	Pas assez de répondants	Pas assez de répondants
Etranger	30,7%		

Quelque-soit les territoires, plus de 80% des touristes n'ont pas hésité avec une autre destination. La part d'hésitation est la plus forte en littoral rural (19,6%) et la plus faible dans l'intérieur (14,1%).

Parmi les touristes du littoral rural qui ont hésité avec une autre destination, 69% étaient intéressés par une destination française, et particulièrement l'aquitaine et la Normandie. Concernant les destinations étrangères, ce sont d'abord la Grande-Bretagne et la Belgique.

## 4.5 Fidélité des touristes depuis les 5 dernières années



Les touristes qui séjournent dans l'intérieur du département sont les plus fidèles, près d'1/3 reviennent régulièrement contre 22% sur le littoral rural. C'est sur le littoral urbain que le taux de 1<sup>er</sup> séjour est le plus important, 1/4 des visiteurs.

## 4.6 Intention de retour en Bretagne d'ici 2 ans

% (multi-réponse)	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
En juillet/août	34,5%	26,6%	28,7%
En juin/septembre	24,0%	25,2%	19,5%
Lors des vacances (hors été)	11,5%	9,9%	9,5%
Hors des vacances (hors été)	9,4%	11,2%	9,4%
Indifféremment	26,1%	28,5%	35,0%
Envisagent pas de revenir	4,0%	5,8%	2,4%

% (multi-réponse)	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Week-ends, des ponts	12,3%	14,2%	13,3%
Courts séjours (< 4 nuits)	22,0%	26,1%	21,2%
Longs séjours (> =4 nuits)	71,7%	64,0%	70,0%
Très longs séjours (> 1 mois)	10,9%	8,9%	11,6%

Les touristes du littoral rural ont plutôt l'intention de revenir en été et principalement pour des longs séjours. Concernant le littoral urbain, l'intention de retour est plus dirigée vers des courts séjours en bord et hors saison. Dans l'intérieur, on note une part importante de touristes (1/3) indifférents à la période de retour.

Littoral rural  
20% d'hésitation

Intérieur  
14% d'hésitation

Littoral urbain  
1/4 de 1<sup>er</sup> séjour

Intérieur  
Près d'1/3  
reviennent  
régulièrement

Littoral rural  
Plus en  
juillet/août  
pour des  
longs séjours

Littoral urbain  
Plus de juin à  
septembre  
pour des  
courts séjours

Intérieur  
Plus indifférents  
à la période

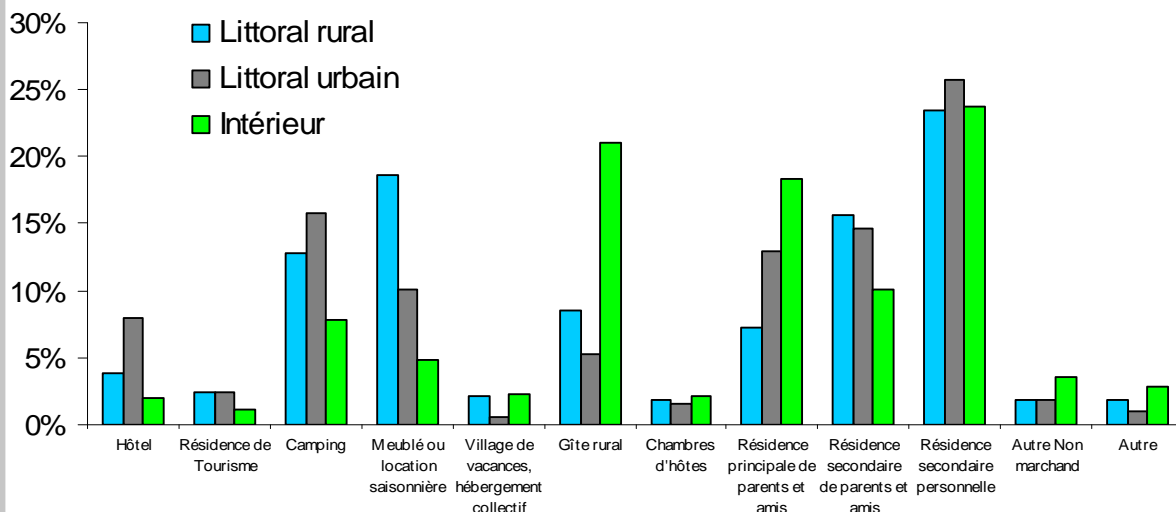
## 5 Consommation touristique et fréquentation

### 5.1 Dépenses globales

	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Dépense moyenne/jour/personne	26,1 €	23,6 €	26,1 €
Durée moyenne de séjour	11,2 j	10,8 j	10,0 j
Taille moyenne du groupe	3,7 p	3,6 p	3,3 p
Budget du séjour	1 100 €	900 €	900 €

La dépense moyenne par jour et par personne est autour de 26 € en littoral rural et dans l'intérieur. C'est dans le littoral urbain qu'elle est la plus faible. Le budget global d'un séjour est le plus important en littoral rural car les durées de séjour et taille de groupe sont plus grandes que pour les autres territoires.

### 5.2 Nuitées par hébergements



Quelque-soit le territoire, le principal mode d'hébergement est la résidence secondaire personnelle qui représente entre 23% et 25% des nuitées.

En **littoral rural**, le 2<sup>ème</sup> mode d'hébergement est la location saisonnière suivie des résidences secondaires de parents et amis.

En **littoral urbain**, le camping est en 2<sup>ème</sup> position et l'hôtellerie représente 8% des nuitées contre moins de 4% pour les autres territoires.

En **espace intérieur**, le gîte rural représente plus de 20% des nuitées. On note le faible poids de l'hôtellerie et des campings.

### 5.3 Durées de séjour par hébergements

En jours	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Hôtel	4,5 j	3,4 j	3,8 j
Résidence de Tourisme	9,7 j	13,7 j	13,1 j
Camping	9,3 j	8,4 j	8,3 j
Location saisonnière	10,7 j	10,7 j	10,6 j
Village de vacances	8,4 j	6,5 j	12,3 j
gîte rural	10,1 j	10,4 j	9,9 j
Chambres d'hôtes	4,3 j	4,6 j	4,0 j
<b>Total marchand</b>	<b>8,7 j</b>	<b>7,0 j</b>	<b>8,5 j</b>
RP* de parents et amis	7,9 j	6,7 j	6,3 j
RS** de parents et amis	10,1 j	9,3 j	9,3 j
RS personnelle	18,0 j	23,6 j	15,0 j
Autre Non marchand	5,9 j	6,8 j	17,6 j
<b>Total Non marchand</b>	<b>11,8 j</b>	<b>11,3 j</b>	<b>9,7 j</b>
Autre	9,8 j	3,9 j	5,4 j

Les durées de séjours sont globalement plus longues sur le littoral que dans l'intérieur, à part dans les villages vacances (12 jours contre 8 jours) et dans l'autre non marchand. En hôtellerie et en campings la durée de séjour est bien plus longue en littoral rural qu'en littoral urbain.

## Carte d'identité

Thème	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Age des touristes	Près de 40% de plus de 50 ans quelque-soit le territoire		
PCS	Cadres et retraités	Plus d'employés et artisans	Plus d'ouvriers
Revenus nets mensuels du foyer	1/3 supérieurs à 4 000 €	52% entre 2 000 et 4 000 €	51% inférieurs à 3 000 €
Origine des clientèles	86% de Français	17% d'étrangers	20% d'étrangers
Origines françaises	Paris et Grand Ouest	Plus du Nord et Est	Plus de Paris
Origines étrangères	Forte proportion d'allemands	Plus d'USA et Canada	72% de Grande-Bretagne

## Le séjour : préparation

Thème	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Cadre de réalisation du séjour	Plus de Week-ends et ponts	76% de congé	Plus d'évènements autre
Organisation préalable du séjour	54% moins d'un mois en avance	26% moins d'une semaine en avance	54% plus d'un mois en avance
Moyens de préparation	Guides touristiques et Internet		48% pas de préparation
Réservations	L'hébergement seul	1/2 sans réservation	
Modes de réservations	Par téléphone et Internet		

## Comportement des touristes lors du séjour

Thème	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Modes de transport	En voiture	8% en train	12% en Ferry
Mobilité	56% rayonnent peu ou pas beaucoup	Plus d'1/2 rayonnent beaucoup	55% rayonnent peu ou pas beaucoup
Activités pratiquées (balades et sites naturels)	Plus de plage et îles	Plus de musées et gastronomie	Plus de repos et d'entretien de jardin

## Image de la Bretagne

Thème	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Raison de choix	Patrimoine naturel	Découverte de la Bretagne	Visite à des parents et amis
Facteur de choix	L'environnement, l'hébergement et le prix		
Atouts	Sites naturels, environnement et état des plages		
Faiblesses	Prix, météo et signalisation		
Hésitation avec d'autres régions	20% ont hésité	81% n'ont pas hésité	86% n'ont pas hésité
Régions concurrentes	70% destinations françaises	<i>Pas de données</i>	
Fidélité des touristes	31% entre 2 et 4 séjours	1/4 de 1 <sup>er</sup> séjour	1/3 reviennent régulièrement
Intention de retour	En été pour des longs séjours	Plus de courts séjours en bord de saison	Plutôt indifférents à la période

## Consommation touristique et hébergements

Thème	Littoral rural	Littoral urbain	Intérieur
Dépense moyenne/jour/personne	26,1 €	23,6 €	26,1 €
Nuitées en hébergements	Résidences secondaires et location saisonnière	Plus de campings et hôtels	Résidences secondaires et Gîtes
Durées de séjour en hébergements	Durées de séjours plus longues	24 jours en résidences secondaires	Durées plus courtes sauf en Village vacances

## Définition

**Touriste** : toute personne ayant passé au moins une nuit dans un lieu différent de son lieu de résidence habituel.

**Nuitée** : période égale à une nuit de présence d'un touriste sur un territoire observé.

**Séjour** : période continue incluant au moins une nuit effectuée par un touriste. Un séjour peut comporter un ou plusieurs lieux de séjour.

**Voyage** : départ du domicile, retour au domicile avec au moins une nuit passée hors de celui-ci. Un voyage peut comprendre un ou plusieurs séjours.

**Fréquentation en hôtellerie** : séjour en hôtellerie classée ou non.

**Fréquentation en camping** : séjour en terrain de camping en tente, caravane, mobil home, chalet ou camping-car.

## Méthodologie

Entre février et décembre 2005, plus de 17 000 questionnaires ont été recueillis sur différents points d'enquête représentatifs et emblématiques du tourisme en Bretagne et en Côtes d'Armor :

- des sites de loisirs regroupés en 3 catégories : sites naturels, sites familiaux, sites patrimoniaux historiques,

- des boulangeries situées dans des communes touristiques, afin d'interroger les touristes ne visitant pas de sites de loisirs,

- le péage de La Gravelle (entrée de l'autoroute A81 vers Paris).

## Partenariat

L'enquête MORGOAT Tourisme est le fruit d'un partenariat regroupant les acteurs du tourisme breton.

La méthodologie a été élaborée par le Comité Technique composé de techniciens des C.D.T, des C.C.I de Bretagne, de la C.R.C.I, de l'O.R.T.B et d'experts, notamment Jean-Claude DEVILLE. Le terrain d'enquête et la saisie des questionnaires ont été effectués par TNS SOFRES. Les données statistiques sont produites par l'O.R.T.B. Les analyses des données sont effectuées par les C.D.T et l'O.R.T.B.

Les partenaires financiers de MORGOAT enquête Tourisme en Bretagne en 2005 sont :

- L'État,
- Le Conseil Régional de Bretagne,
- Le C.D.T, le Conseil Général et la C.C.I des Côtes d'Armor,
- Le C.D.T, le Conseil Général et la C.C.I du Finistère
- Le C.D.T de Haute Bretagne, l'Ille-et-Vilaine, le Conseil Général d'Ille et Vilaine et Force 5,
- Le C.D.T, le Conseil Général et la C.C.I du Morbihan,
- L'Observatoire Régional du Tourisme en Bretagne (O.R.T.B).

## Restitution

L'Observatoire Régional du Tourisme de Bretagne et les Comités Départementaux du Tourisme ont produit une série de publications analysant les comportements des clientèles touristiques de la Bretagne et de chaque département.

Le grand volume de questionnaires recueillis (plus de 17 000) a essentiellement pour objectif de produire des résultats à un niveau départemental et

infra-régional et de segmenter finement la clientèle touristique.

Les différentes éditions sont mentionnées sur les sites Internet des partenaires de MORGOAT enquête tourisme, notamment du Comité Départemental du Tourisme des Côtes d'Armor.



**Comité Départemental du Tourisme  
Maison du Tourisme**

B.P. 4620

22046 SAINT BRIEUC Cedex 2

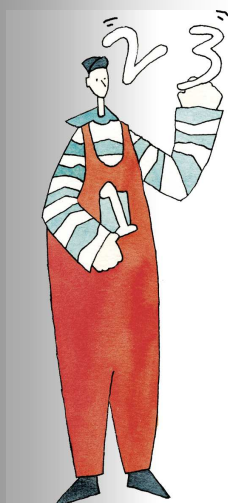
Observatoire : 02 96 62 72 13

E-mail : [vcorre.cdt@cotesdarmor.com](mailto:vcorre.cdt@cotesdarmor.com)

[http : //www.cotesdarmor.com](http://www.cotesdarmor.com)

**Les membres du comité technique :**

Jean-Claude DEVILLE responsable du laboratoire de statistique d'enquête CREST-ENSAI (BRUZ), Laurent VASSILLE conseiller auprès du Directeur du Tourisme, Frédéric TARDIEU, Chef du Bureau des Etudes, des Statistiques et des Comptes Economiques à la Direction du Tourisme, Jean-Marc CALVAT responsable du pôle national de compétence tourisme de l'INSEE, Gildas BROSSIER, professeur de statistiques à l'université de Rennes 2, Myriam MAUMY maître de conférence à l'université de mathématiques de Strasbourg et chercheur au laboratoire de statistiques de Rennes 2. Les techniciens des CDT, des CCI de Bretagne, le responsable des études de la CRCI et l'ORTB.



Édité le 5 novembre 2008

*Côtes d'Armor,*

*les bons côtés de la Bretagne*

