

# DOSSIER DE PRESSE TOURISME LOIRE-ATLANTIQUE 2018

## CAP SUR UNE SAISON TOURISTIQUE SUR L'EAU ET À VÉLO



**Loire  
Atlantique**



## CE QU'IL FAUT RETENIR...

Classée **7ème destination touristique française** en nombre de nuitées\*, la Loire-Atlantique séduit en 2017 plus de 2,5 millions de touristes\*\* (nuitées touristiques hors excursionnistes). Une économie qui pèse lourd avec un chiffre d'affaires estimé à **3,2 milliards d'euros** et qui génère **16 000 emplois directs et 25 000 emplois indirects**.

En 2018, le Département de Loire-Atlantique, accompagné de Loire-Atlantique développement poursuit le développement et la promotion touristique du territoire autour des usages et activités pratiqués pendant les vacances et week-ends. Un parti pris qui se précise et s'affine autour de pratiques de loisirs, permettant toujours de rassembler et de valoriser les destinations, portes d'entrées du territoire.

Du littoral, atout touristique numéro un du département, émerge la pratique des **activités en mer**. Dans le cadre d'un projet partenarial en faveur du nautisme en Loire-Atlantique mené par le Département, **l'accent de la promotion touristique est mis sur les non pratiquants et les néophytes, à la recherche des meilleures conditions pour s'initier à ces activités nautiques**. La Loire-Atlantique par sa géographie, ses bassins protégés sans côtes exposées et ses 138 clubs nautiques, est une terre propice à l'initiation, pour un accompagnement pas à pas, adapté plus débutants.

Pour séduire et accompagner cette clientèle novice en amont du séjour, un « **chatbot** » (outil conversationnel doté d'une intelligence artificielle) sera mis en place en juin prochain. Disponible à long terme sur les sites web des offices de tourisme et partenaires, ce **dispositif inédit permettra aux utilisateurs d'identifier les activités et destinations les plus adaptées à leur profil**, de manière ludique et personnalisée.

La Loire-Atlantique, c'est aussi une offre importante et croissante en matière de cyclotourisme. Celui-ci s'oriente vers une pratique occasionnelle et moins sportive du vélo : le **vélo en vacances**, plutôt que les vacances à vélo. Récemment désignée **3ème Destination Vélo de France** par la Fédération Française de Cyclotourisme avec **Nantes également élue 2ème ville cyclable de France**, la Loire-Atlantique confirme la qualité de son offre vélo grâce à ses **3 grands itinéraires cyclables, ses 1500 km de pistes et ses 126 prestataires labellisés « Accueil Vélo »**. Cette année, l'accent est mis sur **5 boucles expérientielles valorisant les destinations et points culturels emblématiques du territoire**, permettant de découvrir ses trésors cachés comme le ferait un « local ».

Retrouvez dans ce dossier de presse :

- Le bilan touristique 2017 : fréquentation et retombées économiques
- Les tendances touristiques en Loire-Atlantique
- Le lancement de la nouvelle campagne et dévoilement d'un dispositif digital inédit
- Un focus sur les nouveautés de la saison 2018

Dans le cadre de ses missions de conseils et d'accompagnement des élus, des collectivités et des entreprises, l'agence d'ingénierie Loire-Atlantique développement soutient les projets et les acteurs de l'économie du tourisme qui contribuent à l'attractivité des destinations touristiques et à une qualité du cadre de vie reconnue par ses habitants et chaque année, par des touristes toujours plus nombreux

\*Source : Kantar TNS - 2017

\*\*Source : INSEE - 2018

## Sommaire

Ce qu'il faut retenir

Attractivité et économie du tourisme

- Un territoire qui séduit par sa diversité

- Des sites de visites toujours plus populaires

- Le bilan de fréquentation et retombées économiques

- Un trafic aérien et ferroviaire qui s'intensifie

Zoom sur les clientèles étrangères

- La clientèle allemande : le contrat Côte Atlantique

- Le comité du Tourisme Aérien – un partenariat unique

Zoom sur la clientèle touristique nationale

Les tendances du tourisme en Loire-Atlantique

- Le slow tourisme

- L'éco-tourisme

- Le tourisme urbain

Nouvelle campagne sur l'eau et à vélo

- Une campagne toute en poésie

- Un chatbot inédit pour s'initier aux loisirs de mer

- 5 boucles vélos pour découvrir le territoire

Une offre commerciale qualitative

Les nouveautés touristiques 2018 en Loire-Atlantique



# ATTRACTIVITÉ ET ÉCONOMIE DU TOURISME EN LOIRE-ATLANTIQUE

Un territoire qui séduit par sa diversité

Nombreux sont les atouts qui attirent chaque année les touristes à venir en Loire-Atlantique. La **diversité de l'offre touristique, de son patrimoine architectural, environnemental et culturel, de ses paysages et la complémentarité de ses destinations** permettent de capter une clientèle aux attentes variées. Un cadre et une qualité de vie qui attirent chaque année plus de **17 000 nouveaux habitants**.

## Littoral

- 133 km de côte dont 68 km de plages
- La plage de La Baule, membre du club des plus belles baies du monde
- 138 clubs nautiques
- 200 évènements sur le littoral

## Vélo

- 3 grands itinéraires cyclables : la Vélodyssée®, la Loire à Vélo® et la Vélocéan
- 1 500 km de pistes cyclables
- 126 prestataires labellisés « Accueil Vélo »

## Nature et Vignoble

- Grand-Lieu, le plus grand lac naturel de plaine de France en hiver
- Le parc naturel régional de la Brière
- Le canal de Nantes à Brest et ses 16 maisons éclésières
- Le vignoble de 9000 ha avec 4 AOC muscadet, 3 routes des vins et 93 prestataires labellisés « Vignobles & Découvertes »

## Nantes et ses alentours

- Nantes, métropole culturelle avec l'incontournable parcours artistique du Voyage à Nantes
- Le Château des ducs de Bretagne comme premier site de visite du département
- Le Musée d'Arts et ses 248 707 visiteurs en 2017 après sa réouverture en juin
- Les Machines de l'île et leur créativité

## Des sites de visites toujours plus populaires

En 2017, la Loire-Atlantique enregistre 3 944 214 visiteurs sur les 10 sites de visites les plus populaires : une croissance de 6,8%, en grande partie due à la réouverture du Musée d'Arts de Nantes en juin 2017, qui se classe à la 6ème position après seulement 6 mois d'ouverture.

### Top 10 des sites de visites par nombre d'entrées

1 Château des ducs de Bretagne de Nantes	1 471 741
2 Les Machines de l'Île de Nantes	674 395
3 Le Port de tous les Voyages à Saint-Nazaire	286 669
4 Musée d'Histoire de Nantes	270 242
5 Domaine de la Garenne Lemot	259 147
6 Musée d'Arts de Nantes	248 707
7 Océarium du Croisic	237 497
8 Planète Sauvage	226 520
9 Zoo de la Boissière du Doré	151 296
10 Muséum d'Histoire Naturelle	118 000

Source : étude Loire-Atlantique développement



© V. Bauza

### Top 5 des festivals 2017

1. HellFest – 220 000 spectateurs
2. Les RDV de l'Erdre – 180 000 festivaliers
3. La Folle Journée – 150 000 spectateurs
4. Les Escales – 41 000 spectateurs
5. La nuit de l'Erdre – 32 000 spectateurs

## Bilan de fréquentation et retombées économiques

En 2017, le nombre de touristes qui séjournent en hôtel et camping s'élève à **2 514 531\***. Une fréquentation qui se stabilise par rapport à 2016, tout comme le **séjour moyen qui s'établit à 2,2 jours pour les clientèles nationales contre 2,7 pour les clientèles étrangères**.

Géographiquement, les clientèles sont en particulier séduites par **le littoral qui, à lui seul capte 57% des nuitées touristiques départementales**. Un atout touristique qui reste fortement dépendant du climat.

Ce dernier, moins clément en juillet 2017, explique en partie la baisse du nombre de nuitées marchandes.

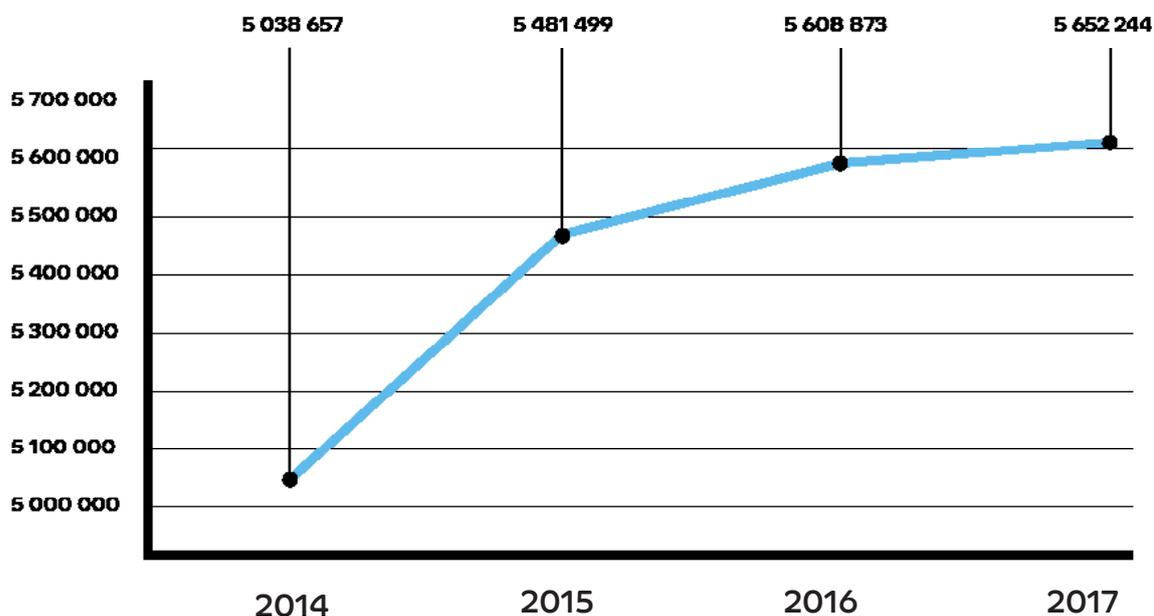
À noter que 2015 et 2016 restent deux années exceptionnelles pour le secteur, les clientèles nationales favorisant leurs vacances sur le territoire suite aux attentats. La tendance à la hausse doit cependant faire face à la concurrence des destinations européennes, qui multiplie les connections low cost, (l'Espagne en tête) et de fortes promotions internationales (comme pour la Croatie).

### Nuitées touristiques en Loire-Atlantique en 2017

2017	nuitées totales	nuitées françaises	nuitées étrangères	arrivées totales	arrivées françaises	arrivées étrangères
Loire-Atlantique	5 652 244	4 923 012	729 228	2 514 531	2 243 061	271 470
hôtellerie	3 225 087	2 837 718	387 365	2 009 251	1 807 354	201 898
camping	2 427 157	2 085 294	341 863	505 280	435 707	69 572

Source : Insee - ORT Pays de la Loire et ses partenaires 2018

### Evolution des nuitées touristiques de 2014 à 2017 en Loire-Atlantique



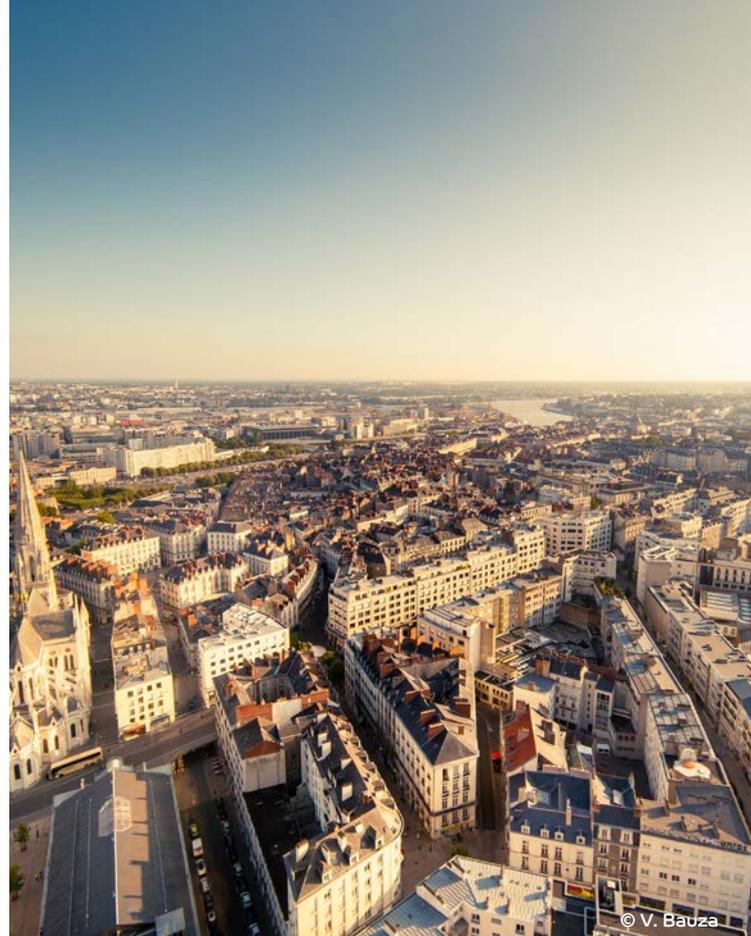
\*Suite à l'intégration du mois d'avril dans les statistiques de campings pour 2017, les évolutions sont calculées à périmètre constant sans prendre en compte le mois d'avril pour les données camping.

## Un trafic aérien et ferroviaire qui s'intensifie

En 2017, le trafic affiche une augmentation de 14,9% avec près de 5,5 millions de passagers accueillis, soit la meilleure progression des grands aéroports français. À ce jour, on compte 110 destinations directes et 26 compagnies régulières. Nantes attire de plus en plus d'étrangers :

- 48% du trafic provient de l'Europe en 2017, une croissance de 21%
- Le national qui alimente 45% du trafic augmente également de 9%

En 2018, 11 ouvertures de lignes sont déjà annoncées, dont 9 lignes hors France Métropolitaine.



### Nouvelles lignes Nantes-Atlantique 2018

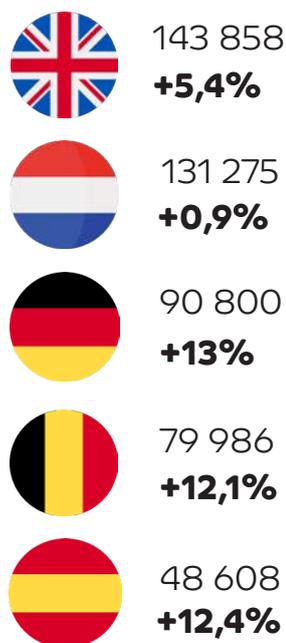
Fort-de-France
Rome
Ajaccio
Bastia
Pula
Catane
Agadir
Djerba
Casablanca
Londres Stansted
Séville

Point d'entrée principal des clientèles nationales limitrophes, la gare de Nantes classée 6ème gare française (hors gares parisiennes) a accueilli en 2017 plus de 11 millions de visiteurs. À ce jour on compte 23 liaisons quotidiennes entre Nantes et Paris.

Un trafic également stable sur le littoral avec 1 362 402 visiteurs partagés entre les gares de La Baule, Saint-Nazaire et Le Croisic.

## ZOOM SUR LES CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES

Afin d'attirer une clientèle plus internationale sur le territoire, Loire-Atlantique développement fédère les destinations autour d'actions communes pour maximiser leurs notoriétés, tout en valorisant les points d'entrées internationaux que sont la métropole et le littoral. Des actions de communication coordonnées tant à l'échelle interrégionale et interdépartementale (Agence Régionale des Pays de la Loire) que nationale (Atout France) sont mises en place.



**Top 5 des clientèles étrangères en nombre de visites**

**AU TOP DU CLASSEMENT, LA CLIENTÈLE BRITANNIQUE TOTALISE À ELLE SEULE 19,7% DES NUITÉES TOURISTIQUES ÉTRANGÈRES. LA PLUS FORTE CROISSANCE EST ENREGISTRÉE PAR L'ALLEMAGNE AVEC 13% DE NUITÉES.**

### Couverture booklet



Avec 729 228 nuitées en 2017, la fréquentation des touristes étrangers enregistre une croissance annuelle de 6,8% et représentent 13% du total des nuitées touristiques pour un séjour moyen de 2,7 nuitées marchandes.

Quant au marché secondaire formé par la clientèle espagnole, il est en progression sur le tourisme urbain et patrimonial.

### La clientèle allemande : le contrat Côte Atlantique (Atlantikküste Frankreich)

Rassemblées depuis 2015 autour d'une marque commune, les destinations des 6 départements et deux régions du littoral Atlantique, allant de la Loire-Atlantique aux Pyrénées Atlantique, poursuivent leurs efforts de communication pour capter la clientèle allemande. Un plan d'actions qui porte ses fruits puisque la clientèle allemande enregistre la plus forte croissance en 2017 avec +13%.



© A. Lamoureux

Structures impliquées en Loire-Atlantique sous la coordination de Loire-Atlantique développement : l'aéroport de Nantes-Atlantique, Destination Bretagne Plein Sud, Pornichet la Destination, Saint-Nazaire Agglomération Tourisme et Patrimoine, Destination Pornic et le réseau des Gîtes de France.

*Coût du dispositif global : 285 000 € mutualisés, dont 35 000 € financés par la Loire-Atlantique et ses destinations partenaires. Actions de promotions : accueils presse et blogueurs allemands, site web dédié, animation d'une page Facebook dédiée (10 000 abonnés), vidéo 360°, insertion presse, workshop en partenariat avec Atout France Allemagne à destination des journalistes allemands, représentation au salon du Tourisme International (ITB Berlin) en mars dernier.*

## Le Comité du Tourisme Aérien – un partenariat unique

Le partenariat à destination des clientèles européennes se poursuit entre l'aéroport Nantes Atlantique, Loire-Atlantique développement, le Voyage à Nantes, et l'Agence Régionale des Pays de la Loire, de manière à créer une synergie d'actions et améliorer l'accueil des touristes.

*Exemples d'actions :*

*En 2017, le vol inaugural Munich-Nantes a fait l'objet d'une opération d'accueil privilégiée ; les premiers passagers se sont vus offrir des produits locaux à l'arrivée. Une opération en partenariat avec Saint-Nazaire Agglomération Tourisme, le Zoo de la Boissière-du-Doré et les parties prenantes.*

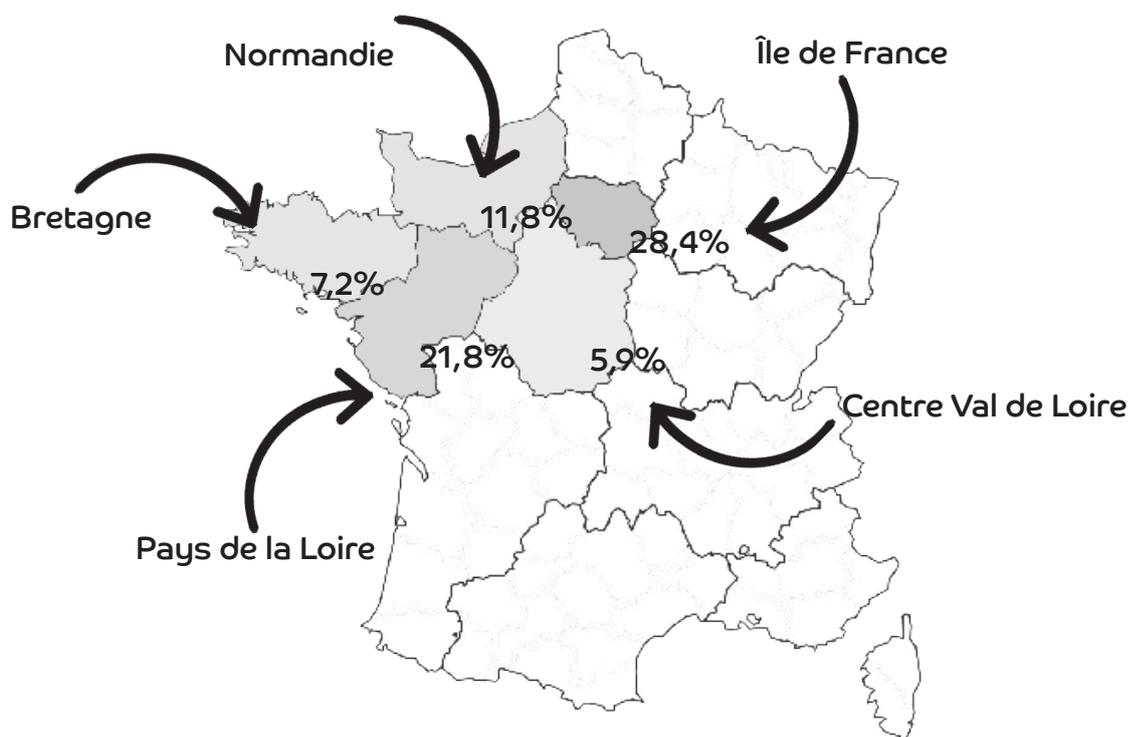


## ZOOM SUR LA CLIENTÈLE TOURISTIQUE NATIONALE

Avec près de 30% en provenance d'Île-de-France, la clientèle nationale est séduite principalement par la proximité et la diversité de son littoral, pour une durée de séjour moyen de 2,2 jours.

En 2017, la clientèle française a totalisé 2 243 061 visiteurs.

### D'où vient la clientèle touristique nationale ?



Source : Kantar TNS Soffres

### Qui est la clientèle nationale ?



**SÉNIORS**  
**49,5%**



**FAMILLES**  
**33,3%**



**COUPLES**  
**32,5%**



**SEULS**  
**30,7%**



## LES TENDANCES DU TOURISME EN LOIRE-ATLANTIQUE

### Le « slow tourisme »

La Loire-Atlantique poursuit son ambition de développer et promouvoir des offres touristiques adaptées à la pratique du slow tourisme : **l'art de vivre, les rencontres et les modes de déplacement doux.**

Concernant l'itinérance, **le vélo continue d'être au cœur des pratiques.** Grâce à ses **1500 km de pistes cyclables, ses 3 grands itinéraires et ses 126 partenaires labellisés « Accueil Vélo »**, la Loire-Atlantique a été élue **3ème Destination Vélo 2018 de France** par la Fédération Française de Cyclotourisme.

### L'éco tourisme

Le territoire séduit par la diversité et la préservation de son patrimoine naturel exceptionnel comme le lac de Grand-Lieu, les marais de Brière, la Loire, ou encore le Canal de Nantes à Brest... Sans oublier le Vignoble du Muscadet, qui attire de nombreux touristes en quête de dépaysement, le long de ses 3 routes des vins.

Dans cette optique, le Département de Loire-Atlantique veille à sensibiliser les professionnels du secteur au respect et à la valorisation des espaces naturels.

### Le tourisme urbain

En parallèle, le tourisme urbain est une tendance qui se confirme en Loire-Atlantique avec **Nantes qui se classe à la 7ème position des villes touristiques françaises** en nombre de nuitées (Atout France – 2017). Toujours en quête d'authenticité, les visiteurs sont ainsi au plus près du quotidien des habitants et de leur mode de vie, tout en appréciant le riche patrimoine matériel et immatériel local.

## NOUVELLE CAMPAGNE « SUR L'EAU ET À VÉLO »

En 2018, l'accent est mis sur deux thématiques touristiques, qui se précisent et se personnifient. Les prestataires seront valorisés pour humaniser l'offre touristique et la rendre plus accessible :

- **Du littoral au « loisir de mer »** : une offre nautique axée sur l'initiation et la découverte, pour les néophytes et les familles

- **Du cyclotourisme au « vélo en vacances »** : la pratique du vélo se veut de loisir et moins sportive. Au-delà des grands itinéraires, la Loire-Atlantique met l'accent sur des boucles vélo expérientielles, qui valorise chacune une facette du territoire, savoir-faire et les rencontres locales.

### Une campagne tout en poésie

Cette année, l'identité graphique de la campagne évolue de la 3D à l'illustration, en respectant cet univers coloré et onirique si particulier de la campagne précédente. En collaboration avec l'agence nantaise Apapa Rosenthal, la Loire-Atlantique continue d'affirmer sa singularité face aux campagnes touristiques traditionnelles.

Le style graphique se veut épuré, une illustration au rendu plein de douceur. Dans ce cadre bucolique maritime ou champêtre, le texte en forme de porte voix met l'accent sur les points d'entrées que sont les destinations. Puis celui-ci se distille pour évoquer les activités associées : le vélo en vacances et les loisirs de mer, pour enfin permettre au lecteur de se projeter mentalement dans ce décor.

Un important **dispositif digital** et une **campagne d'affichage** démarrent la semaine prochaine dans le Grand-Ouest avec des villes ciblées (Nantes, Angers, Le Mans, Saint-Nazaire, Caen, Rennes).

**Nouveaux visuels de campagne >**



## Un « chatbot » inédit pour s'initier aux loisirs de mer

Situé sur une façade propice aux sports nautiques, la Loire-Atlantique s'impose comme une terre d'accueil pour les novices avec ses côtes protégées et ses eaux relativement calmes.

Il convient d'accompagner les néophytes dans leurs choix d'activités et de prestataires et de désacraliser la pratique des sports de mer.

Afin de rendre ces loisirs de mer accessibles, Loire-Atlantique développement en collaboration avec l'agence Matière Noire lance en juin prochain un « chatbot » via Facebook Messenger dédié au nautisme.

Doté d'une intelligence artificielle en associant le Machine Learning\*, le « chatbot », dans un format conversationnel, valorise les pratiques de mer en toute légèreté tout en répondant aux besoins de personnalisation des touristes. Selon les profils d'utilisateurs, le chatbot va identifier les activités, les destinations et les prestataires qui leur correspondent le mieux parmi les clubs nautiques référencés sur le littoral.

Un dispositif inédit pour une destination française qui, à moyen terme, sera également accessible via les pages Facebook des territoires de Loire-Atlantique.

Pour rendre la pratique d'autant plus accessible, Loire-Atlantique développement fait appel cette saison à Bruno Maltor, influenceur incontournable de la scène des blogs voyages avec son célèbre site « Votre Tour du Monde ». Dans une série de vidéos capsules, Bruno et son équipe partiront à la rencontre des prestataires nautiques pour une séance d'initiation, toute en légèreté.

\* apprentissage automatique par une machine



## 5 boucles vélos pour découvrir le territoire

Récemment désigné 3ème département « Destination Vélo », la Loire-Atlantique poursuit ses efforts d'aménagement et de promotion de la pratique du vélo en vacances.

Une pratique qui se veut cette année plus occasionnelle et moins sportive, s'adressant aussi bien aux touristes qu'aux habitants curieux, le vélo étant la meilleure façon de découvrir les perles cachées du territoire.

Afin de révéler aux visiteurs les différentes facettes touristiques du département, Loire-Atlantique développement en partenariat avec les territoires, a sélectionné 5 boucles vélos autour de destinations emblématiques : La Turballe, le canal de Nantes à Brest, Nantes, Ancenis et le Vignoble.

Un carnet d'inspiration recensera ainsi ces 5 circuits, en mettant l'accent sur les points d'intérêts et prestataires aux alentours, dans le plus grand respect de l'art de vivre local.



© A. Lamoureux

Pour promouvoir ces boucles vélos, la blogueuse et photographe Madame Oreille en fera l'expérience avec sa famille, qu'elle partagera sous forme de contenus photos et vidéos avec sa communauté.

Autre outil mis en place, une nouvelle carte vélo départementale disponible dès cet été dans les offices de tourisme, mettant en avant au-delà des vélo routes et circuits emblématiques, les sites touristiques incontournables.

## LA BOX ACTIVITES ET WEEK-ENDS, UNE OFFRE COMMERCIALE DE QUALITÉ

Fort du succès des années précédentes, Loire-Atlantique développement poursuit la commercialisation des Box Loire-Atlantique. **Déclinées en coffret activités et week-ends, ces box rassemblent 70 prestataires aux offres touristiques les plus emblématiques, authentiques et qualitatives du département.**

En 2017, le **taux de consommation de la box week-ends atteint les 91%** : un résultat exemplaire lié à la volonté de favoriser leurs utilisations pour générer des retombées économiques chez les prestataires, qui totalisent l'année passée 133 425 euros toutes box confondues.

Cette année, **la box change de look et propose 5 nouveautés week-ends et 9 nouveautés activités**, à découvrir en coffret et format dématérialisé à partir du mois de mai.



# LES TEMPS FORTS ET NOUVEAUTES 2018

