



## La fréquentation touristique en Gironde - 2016 -

# Sommaire

<b>1   Présentation de l'enquête</b>	<b>p. 3</b>
2   Données de cadrage	<b>p. 10</b>
2.1 Période de séjour	p. 11
2.2 Lieux de séjour	p. 15
2.3 Origine de la clientèle	p. 16
3   Caractéristiques de la clientèle	<b>p. 19</b>
3.1 Origine de la clientèle	p. 20
3.2 Structure et taille des groupes	p. 26
3.3 Âge de la clientèle	p. 27
3.4 Catégorie socio-professionnelle	p. 28
4   Caractéristiques du séjour	<b>p. 31</b>
4.1 Préparation et modalité de réservation du séjour	p. 32
4.2 Motif du séjour	p. 35
4.3 <b>Facteurs d'attractivité</b>	p. 37
<b>4.4 Mode d'hébergement</b>	p. 41
4.5 Durée du séjour	p. 47
4.6 Mode de transport utilisé pour quitter la région	p. 50
4.7 Activités pratiquées	p. 53
5   Dépenses du séjour	<b>p. 62</b>
6   Fidélité / Satisfaction	<b>p. 73</b>
6.1 Fidélité	p. 74
6.2 Satisfaction	p. 76
7   Synthèse	<b>p. 91</b>

# Présentation de l'enquête



## Objectifs



Mise à jour de **l'outil d'observation** mis en place par le **Comité Régional du Tourisme d'Aquitaine** et ses partenaires, dont la dernière actualisation a été menée en 2009



Apporter un éclairage sur les nouvelles pratiques et comportements émergents par rapport à la consommation touristique sur le territoire



Prendre **en considération l'ensemble des pratiques et des types de touristes**, quels que soient leur motif et leur provenance



## Cible

Les touristes ayant séjourné au moins 1 nuit dans la région, **c'est-à-dire...**



les extra-aquitains, quel que soit le motif de présence en Aquitaine dès lors que le séjour comporte au moins 1 nuit en région Aquitaine



les intra-**aquitains dès lors qu'ils ont séjourné au moins 1 nuit** hors de leur domicile principal (que ce soit dans leur département de résidence ou dans un autre département de la région)



# Une démarche partenariale



## Partenaires co-financeurs

Une étude financée principalement par la Région Nouvelle-Aquitaine ...



... avec la participation des départements



## Partenaires techniques

OT Porte de la Vézère	Syndicat Dune du Pilat
OT Périgueux	OT du Marsan
OT Terrasson	OT Dax
OT Sarlat	PNR des Landes de Gascogne
OT Périgord Dronne Belle	OT Biscarrosse
OT Montignac	OT Eugénie-Les-Bains
OT Nontron	<b>Réserve Naturelle d'Arjuzanx</b>
SEMITOUR	OT Capbreton
OT Pauillac	OT Moliets
OT Entre-deux-Mers	OT Saint-Sever
OT Médoc Océan	OT Villeneuve
OT Langon	OT Duras
Ecomusée du Libournais	OT Nérac
OT Souillac-sur-Mer	OT Fumel
OT Arcachon	OT Marmande
OT Bordeaux	OT Tournon d'Agenais
Maison du Sauternes	OT Pau
OT La Teste-de-Buch	OT Nay
OT Lège-Cap Ferret	OT Orthez
OT Le Teich	OT Salies
Réserve ornithologique du Teich	OT Arette
OT Andernos-les-Bains	OT Bidache
OT Blaye	OT Mauléon
OT Bazas	OT Sauveterre
OT Saint-Emilion	OT Tardets
OT Libourne	

Plus de 500 partenaires privés partenaires collecteurs en lien avec le CRT, les CDTs et ADT

Et avec l'appui de



# Présentation de l'enquête globale



## Méthodologie

Questionnaire auto-administré  
(papier ou web)

Qualification préalable du statut  
de **l'interviewé** : Touriste ? Non touriste ?  
Intra-régionaux ? Extra-régionaux ? Quelle  
nationalité ?

Une combinaison de dispositifs  
associant les Partenaires du CRT



## Calendrier



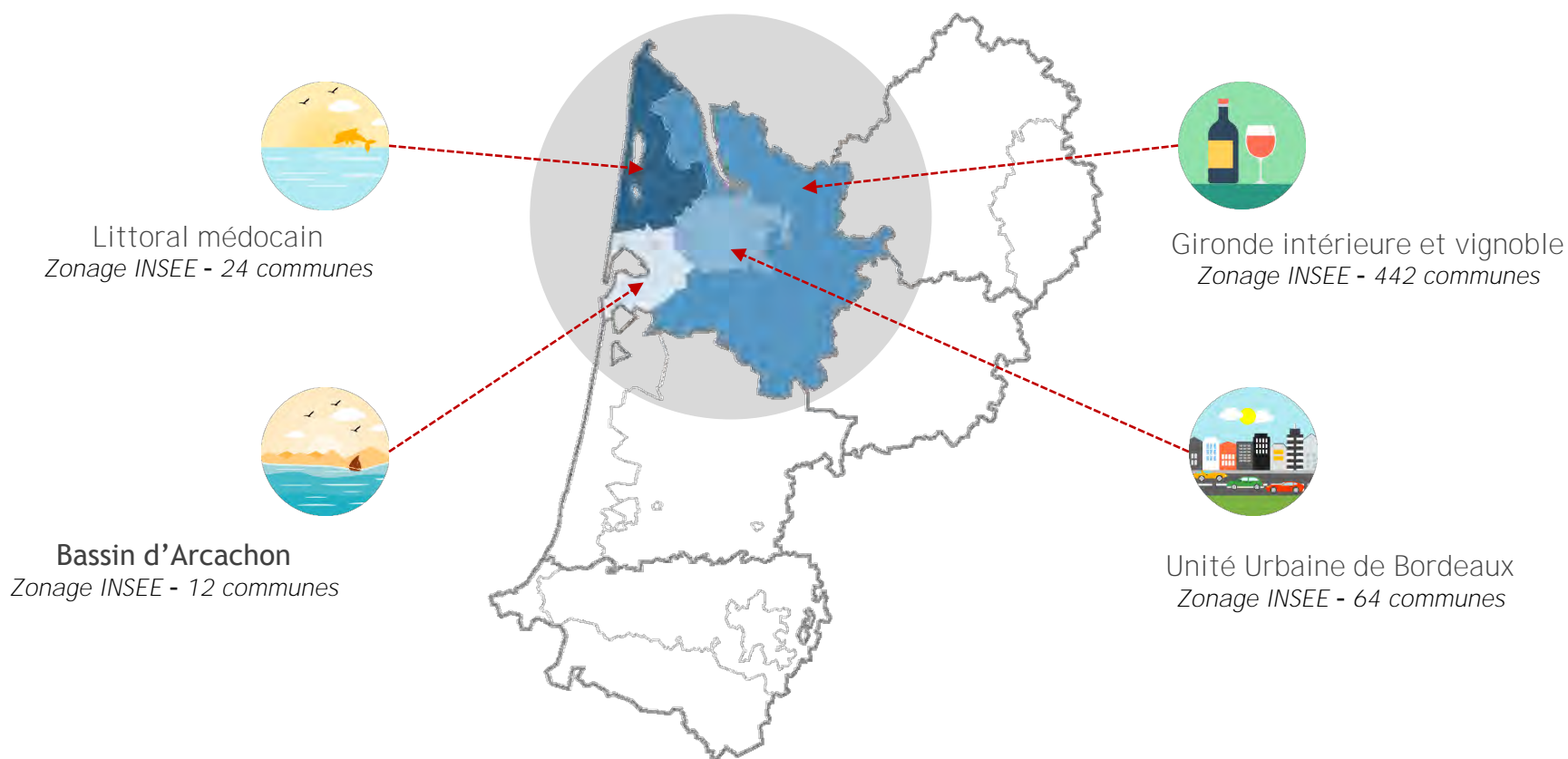
Enquête de mai 2015 à juin 2016



Vacations programmées afin de couvrir tous les types de  
**JOURS** (jour de semaine, week-end, jour férié, pont, vacances scolaires...) **SUR**  
**l'ensemble des saisons** : printemps (mai/juin), été (juillet/août),  
automne (septembre/octobre) et hiver (novembre/avril).



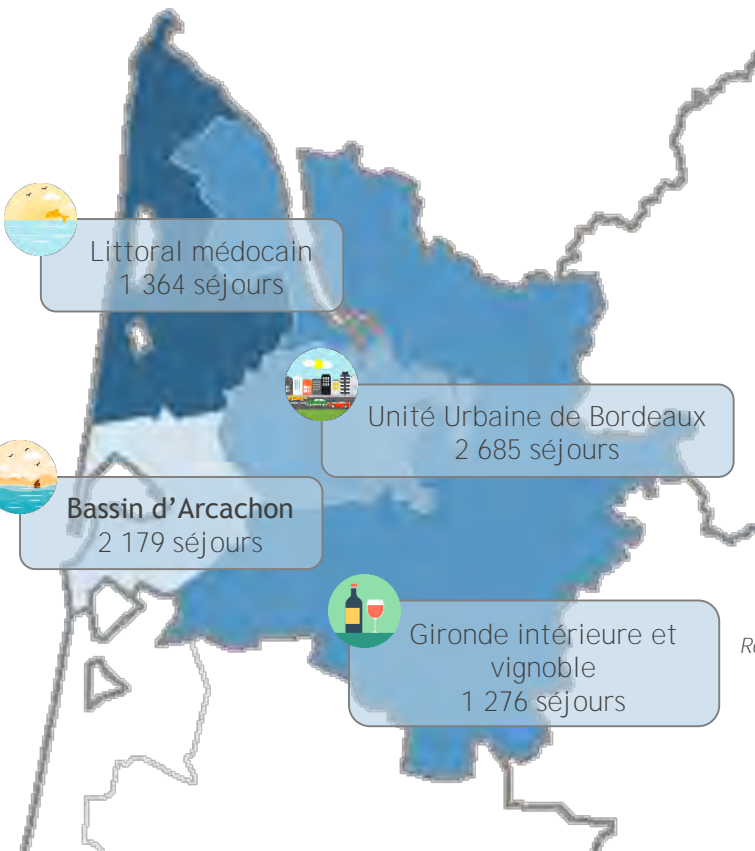
Ce rapport présente les résultats observés sur le département de la Gironde et les bassins qui le composent ...



# Bilan de la collecte : plus de 7 500 séjours décrits



## Par Bassin



## Par Saison

Printemps  
(mai à juin)



1 619  
séjours

Été  
(juillet à août)



3 146  
séjours

Automne  
(septembre à octobre)



1 047  
séjours

Hiver  
(novembre-avril)



1 692  
séjours



## Par Nationalité

France



5 585  
séjours

USA +  
Canada



193  
séjours

Autres  
Pays



298  
séjours

Royaume-Uni



482  
séjours

Pays-Bas



153  
séjours

Allemagne



294  
séjours

Belgique



130  
séjours

Espagne



171  
séjours

Suisse



83  
séjours

- Australie
- Pays Scandinaves
- Italie
- Maroc
- Chine
- ...



# Les 1<sup>ers</sup> chiffres du département



La fréquentation touristique en Gironde en 2015, c'est :



5,6 Millions de séjours dans le département



6,0 Millions de séjours dans les communes du dépt.



32,6 Millions de nuitées



5,8 Millions de nuitées étrangères



6,6 Millions de nuitées pour les primo-visiteurs



1,8 Milliard d'€ généré



# Les 1<sup>ers</sup> chiffres par bassin



La fréquentation touristique en Gironde en 2015 par bassin, c'est :



## Bassin d'Arcachon



1,1 Million de séjours dans le bassin



0,9 Million de nuitées étrangères



1,2 Million de séjours dans les communes du bassin



1,5 Million de nuitées primo-visiteurs



7,8 Millions de nuitées



410 Millions d'€ générés



## Unité Urbaine de Bordeaux



2,7 Millions de séjours dans le bassin



2,3 Millions de nuitées étrangères



2,9 Millions de séjours dans les communes du bassin



3,0 Millions de nuitées primo-visiteurs



13,0 Millions de nuitées



840 Millions d'€ générés



## Gironde intérieure et vignoble



1,1 Million de séjours dans le bassin



1,1 Million de nuitées étrangères



1,1 Million de séjours dans les communes du bassin



0,8 Million de nuitées primo-visiteurs



5,4 Millions de nuitées



246 Million d'€ générés



## Littoral médocain



0,8 Million de séjours dans le bassin



1,5 Million de nuitées étrangères



0,8 Million de séjours dans les communes du bassin



1,3 Million de nuitées primo-visiteurs



6,5 Millions de nuitées



349 Millions d'€ générés

# Données de cadrage



Période de séjour



Lieux de séjour



Origine de la clientèle

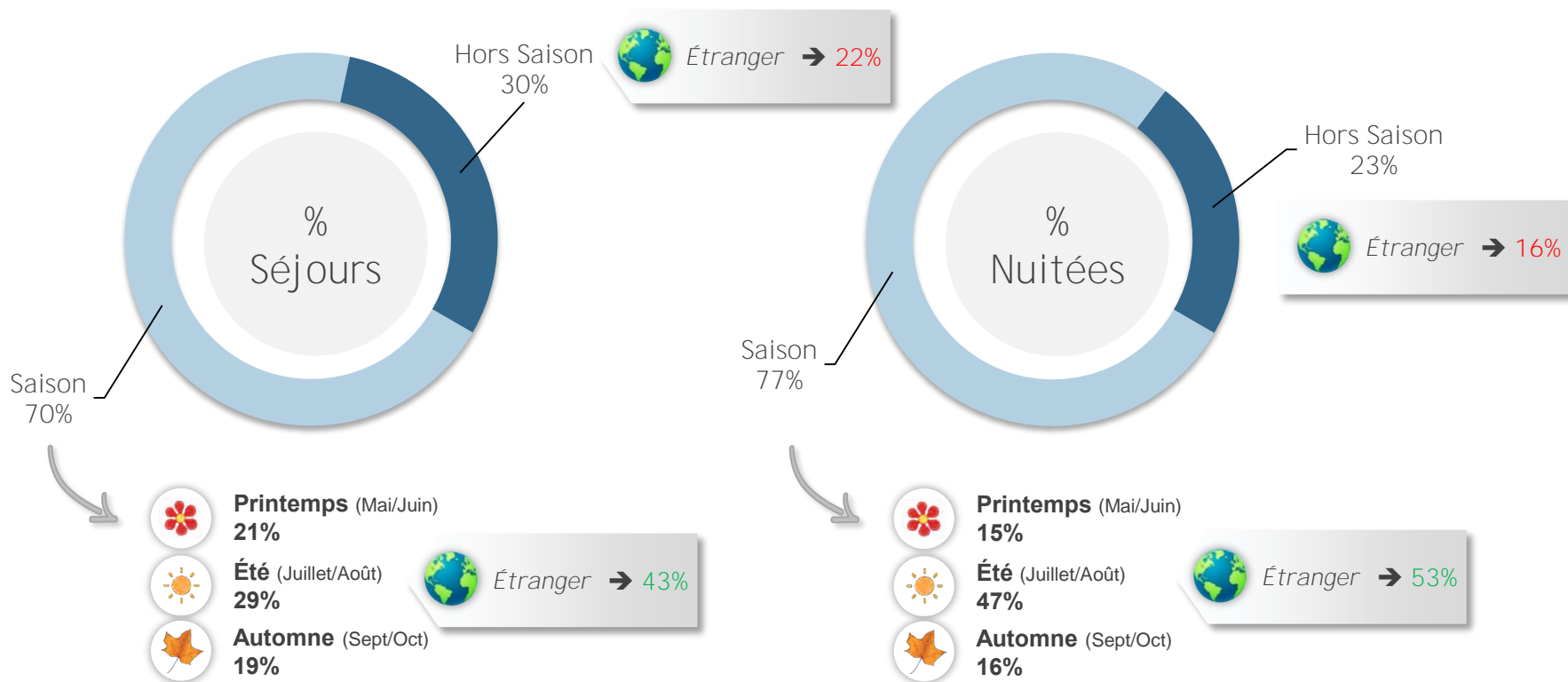
Des séjours fortement concentrés sur la saison, notamment en nuitées



## La période du séjour



Rappel région → 71% des séjours en saison et 79% des nuitées

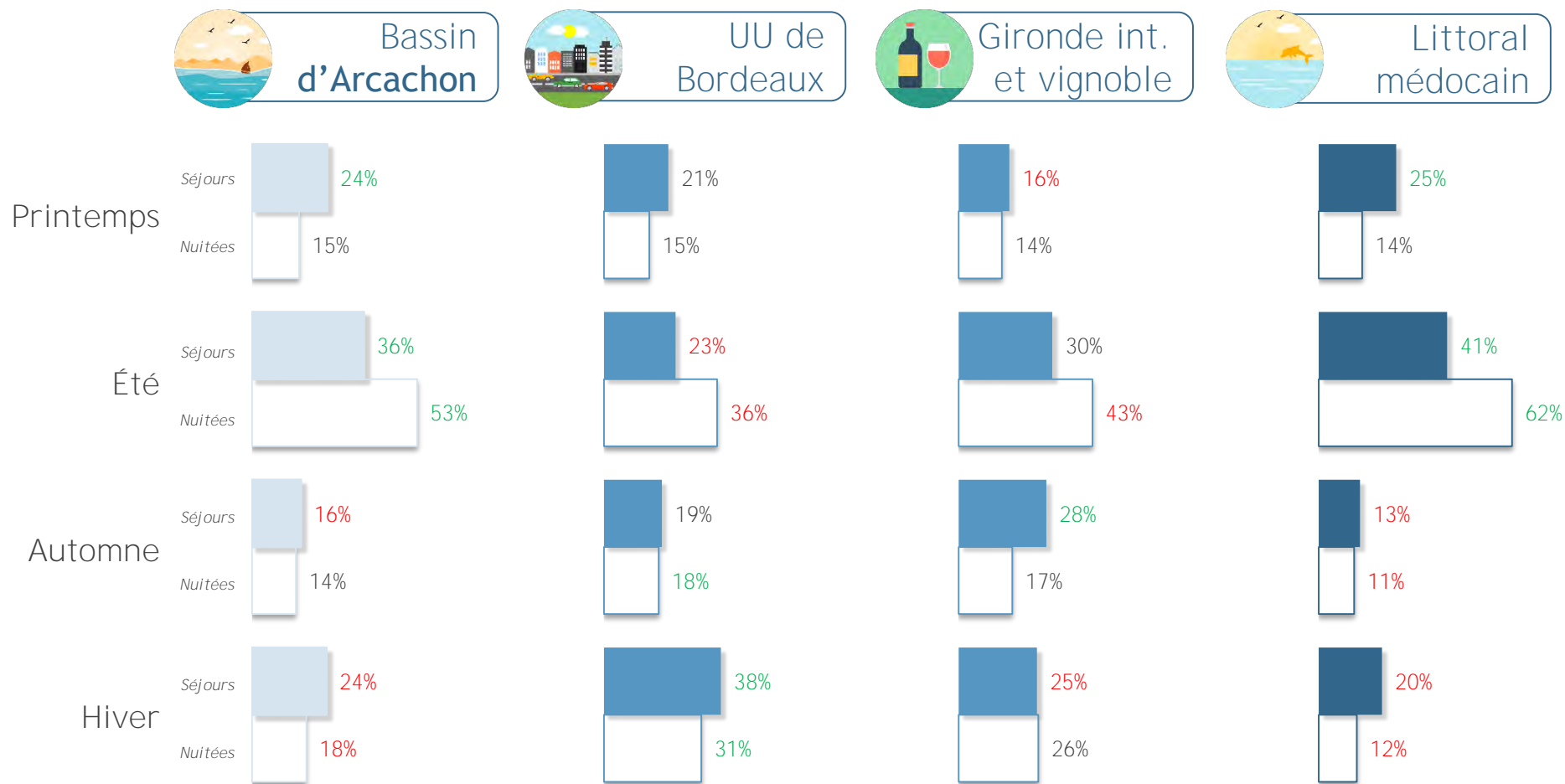


Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble

Des bassins littoraux logiquement plus visités en été, un tourisme important **en hiver dans l'UU de Bordeaux**



## La période du séjour



Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
 Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble



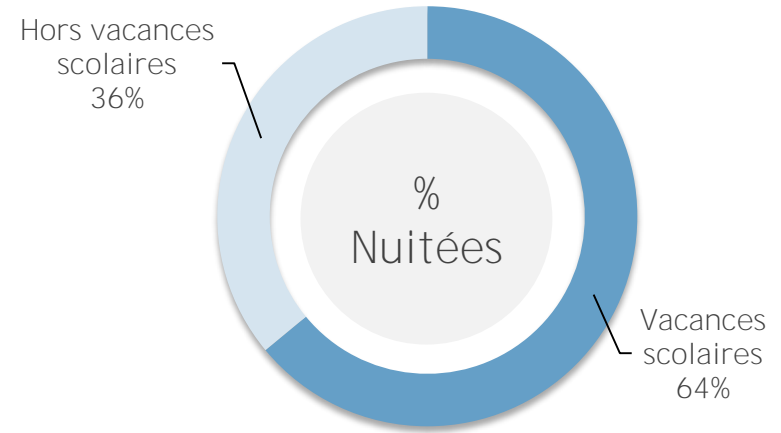
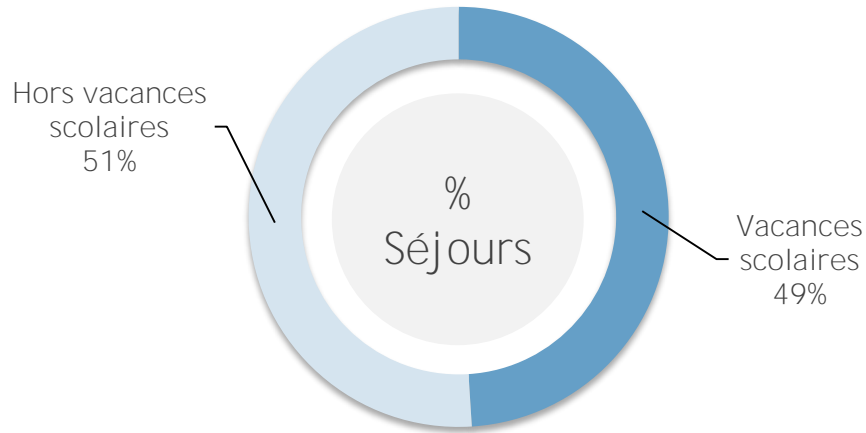
Les périodes de vacances scolaires concentrent les deux tiers des **nuitées...**




La période du séjour *(périodes de vacances scolaires françaises)*



Rappel région → 51% des séjours et 65% des nuitées en vacances scolaires



	Étrangers	60% des séjours en vacances scolaires
	Intra-régionaux	67% des séjours hors vacances scolaires

Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
 Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble

Dans les bassins intérieurs, plus de la moitié des séjours hors vacances scolaires



## La période du séjour



Bassin  
d'Arcachon



UU de  
Bordeaux

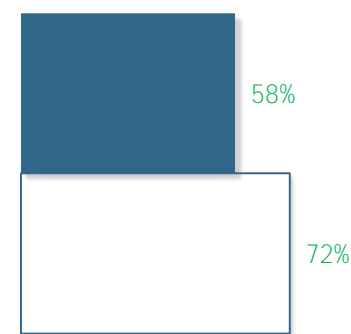
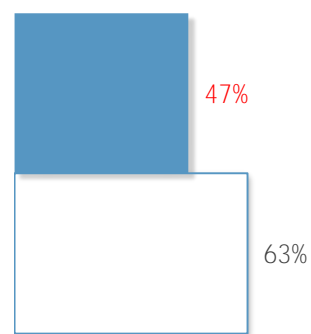
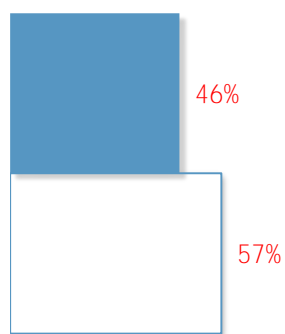
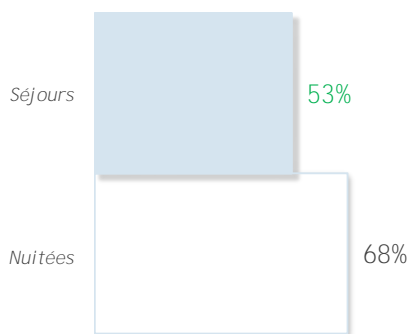


Gironde int.  
et vignoble

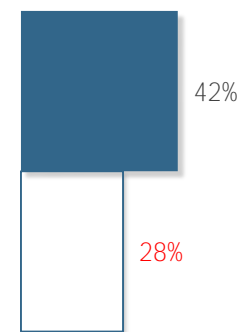
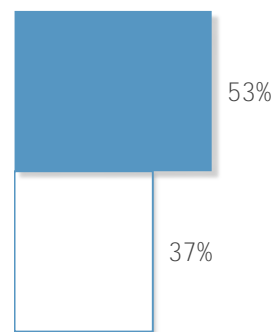
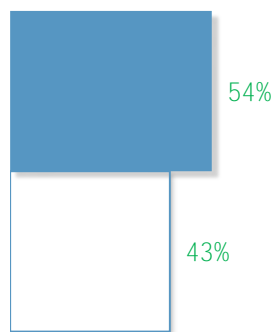
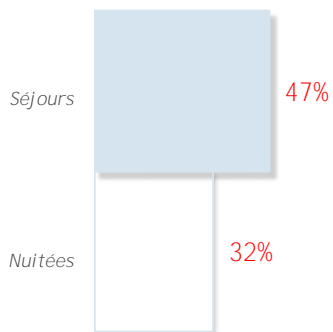


Littoral  
médocain

Vacances  
scolaires



Hors  
vacances  
scolaires



Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble

Des séjours qui se répartissent sur tout le territoire départemental : **Bordeaux et l'UU, moteurs de cette fréquentation.**



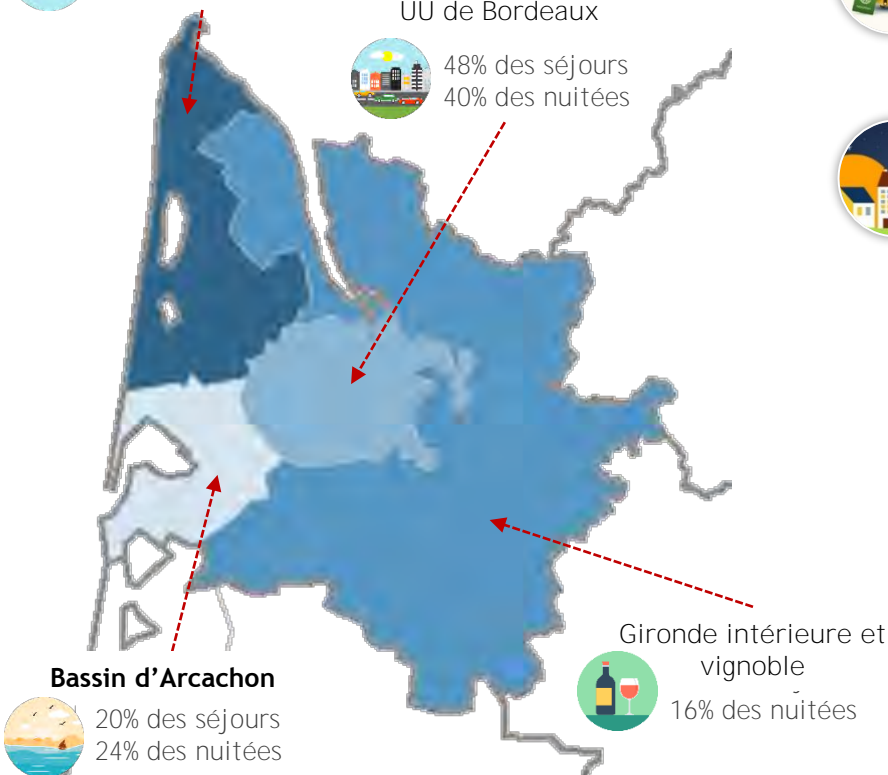
## Lieu de séjour

### — Littoral médocain

 14% des séjours  
20% des nuitées

### UU de Bordeaux

 48% des séjours  
40% des nuitées



Sur 10 séjours, **5 ont lieu dans l'UU de Bordeaux**, 3 sur le littoral et 2 en Gironde intérieure et vignoble



Sur 10 nuitées, 4 sont réalisées sur le **littoral**, 4 dans l'**UU de Bordeaux** et 2 en Gironde intérieure et vignoble

	Séjours	Nuitées
<b>Bassin d'Arcachon</b>	1 184 071	7 773 589
Unité Urbaine de Bordeaux	2 858 823	12 972 159
Gironde intérieure et vignoble	1 129 466	5 357 098
Littoral médocain	845 019	6 468 223
<b>ENSEMBLE</b>	<b>6 017 379</b>	<b>32 571 068</b>

Une proportion de séjours et nuitées réalisés par les intra-régionaux identique à 2009, avec cependant une baisse des intra-départementaux

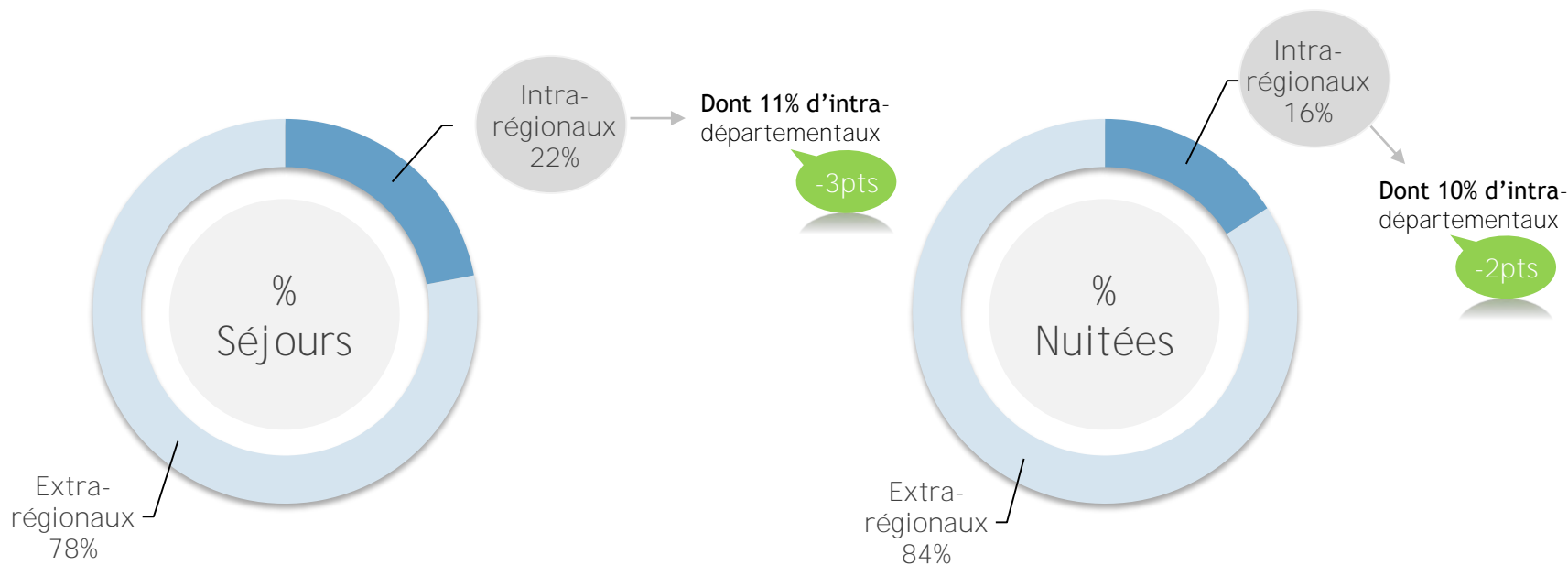


## L'origine de la clientèle



Rappel région → 75% des séjours et 82% des nuitées réalisés par des extra-régionaux

*Touriste Intra-régional : résident aquitain qui passe une nuit ou plus en dehors de sa résidence principale, dans une commune d'Aquitaine.*



Été

89% des séjours et 89% des nuitées pour les extra-régionaux

Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble



Des intra-régionaux plus présents en proportion dans la Gironde intérieure et le vignoble



## L'origine de la clientèle



Bassin  
d'Arcachon



UU de  
Bordeaux

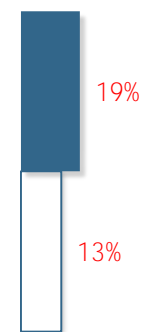
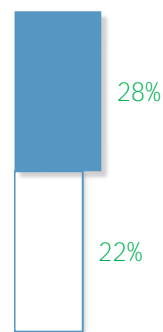
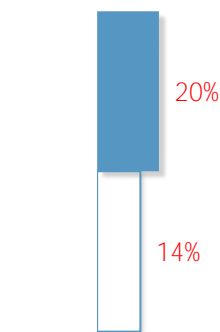
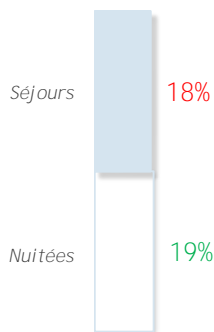


Gironde int.  
et vignoble

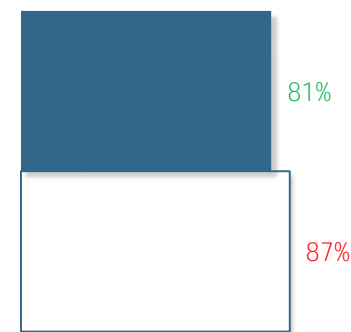
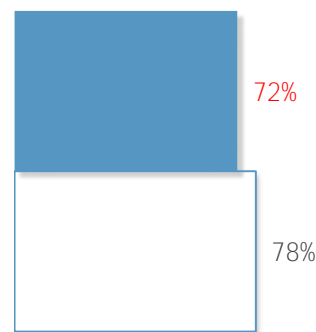
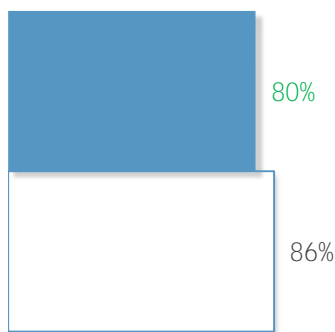
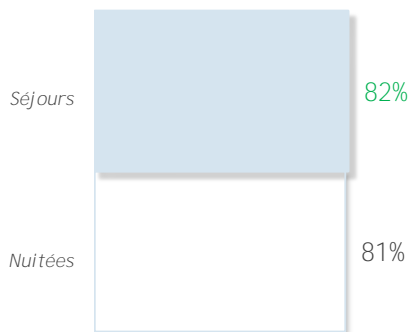


Littoral  
médocain

Intra-  
Régionale



Extra-  
Régionale



Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble

## Données de cadrage : ce qu'il faut retenir



Par rapport à 2009 : malgré le contexte économique peu favorable, la fréquentation touristique de la Gironde est stable avec presque 33 millions de nuitées, captant ainsi un tiers des nuitées touristiques de la région.

**Cette fréquentation se concentre sur la saison de mai à octobre (77% des nuitées), l'été (juillet-août) centralisant près de la moitié des nuitées ; les vacances scolaires demeurent une période privilégiée, générant les 2/3 des nuitées ; cette saisonnalité est encore plus marquée sur les zones littorales.**

**Concernant la répartition sur le territoire départemental, l'Unité Urbaine de Bordeaux, concentre 40% de la fréquentation touristique, les deux zones littorales, Bassin d'Arcachon et littoral médocain, attirant chacune près d'un quart des nuitées ; enfin, la Gironde intérieure et le vignoble génèrent 16% des nuitées.**

Les résidents aquitains contribuent à la fréquentation touristique du territoire départemental, à hauteur d'un petit quart des séjours, sensiblement moins en termes de nuitées ; la présence de la clientèle régionale est plus manifeste dans l'intérieur du département. Notons que l'apport des Girondins au tourisme départemental est en baisse par rapport à 2009.

# Caractéristiques de la clientèle



Origine de la clientèle



Structure des groupes et taille moyenne



Âge de la clientèle



CSP (du répondant)

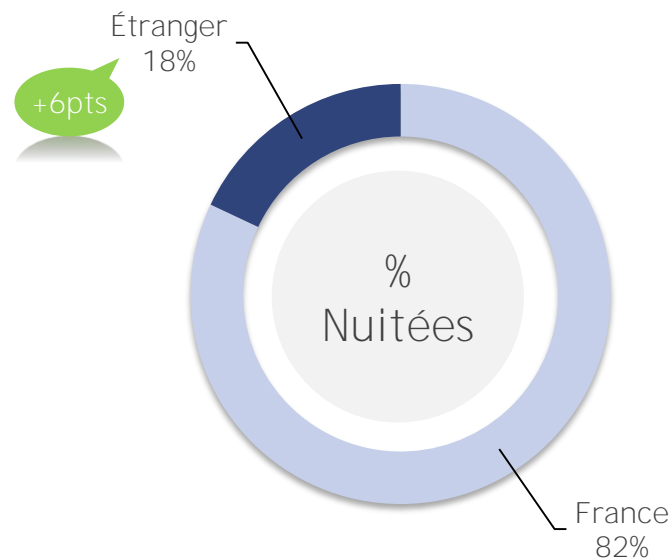
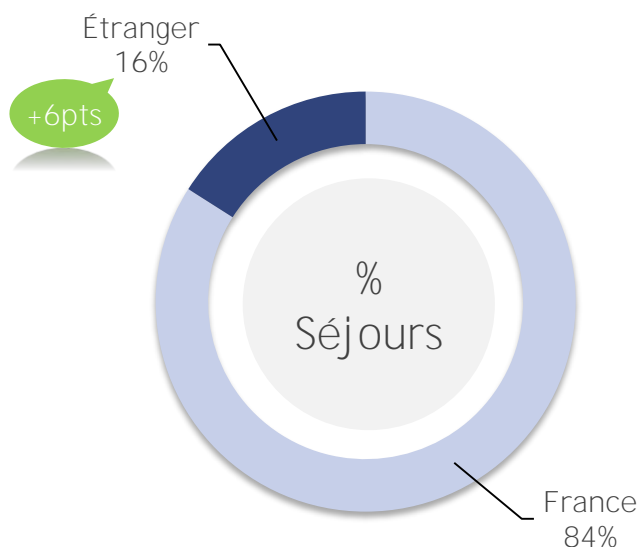
Près de 2 nuitées sur 10 réalisées dans le département par des étrangers, cette présence est en forte hausse par rapport à 2009



## L'origine de la clientèle



Rappel région → 15% des séjours et 17% des nuitées réalisés par des étrangers



Été

20% d'étrangers en séjours



Hiver

88% de Français en séjours

Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble



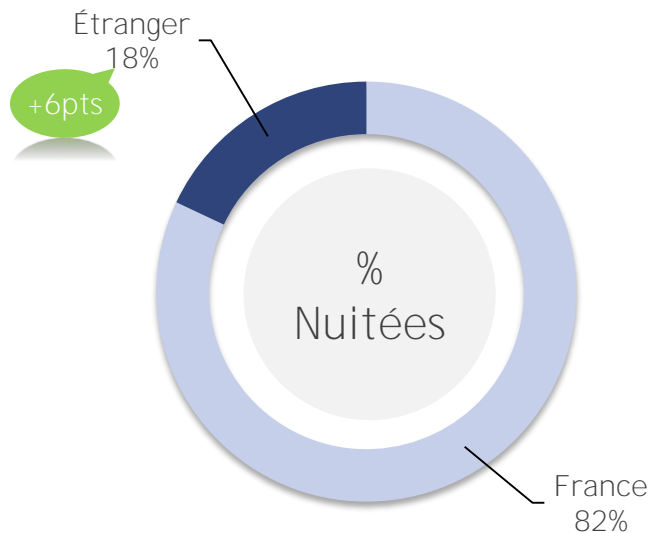
Une présence étrangère sur tout le territoire départemental mais particulièrement établie sur le littoral médocain



## L'origine de la clientèle en nuitées



Rappel région → 17% des nuitées réalisées par des étrangers



Saison 19% des nuitées par les étrangers



Hors saison 12% des nuitées par les étrangers

Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble

### Littoral médocain



76% des nuitées



24% des nuitées



### UU de Bordeaux



82% des nuitées



18% des nuitées



### Bassin d'Arcachon



88% des nuitées



12% des nuitées



### Gironde int. et vignoble



80% des nuitées




20% des nuitées

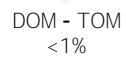


[illegible]

© 2013 Pearson Education, Inc. or its affiliate(s). All rights reserved. Pearson Education, Inc., publishing as Pearson Benjamin Cummings, 101 Philip Drive, Assinippi Park, New York, NY 10984-2135.



-3pts



# Sur l'ensemble des bassins, les mêmes régions émettrices dans le trio de tête (Aquitaine, Île-de-France, Midi-Pyrénées)



La clientèle **française** en Gironde est originaire de ...



## Bassin d'Arcachon

1 - Île-de-France	22%
2 - Aquitaine	21%
3 - Midi-Pyrénées	21%
4 - Rhône-Alpes	6%
5 - Poitou-Charentes	5%



## UU de Bordeaux

1 - Aquitaine	24%
2 - Île-de-France	20%
3 - Midi-Pyrénées	16%
4 - Rhône-Alpes	6%
5 - Poitou-Charentes	5%

### Origine des Français sur 100% des séjours français



## Gironde intérieure et vignoble

1 - Aquitaine	35%
2 - Île-de-France	11%
3 - Midi-Pyrénées	11%
4 - Bretagne	10%
5 - Pays-de-la Loire	5%



## Littoral médocain

1 - Aquitaine	23%
2 - Midi-Pyrénées	19%
3 - Île-de-France	12%
4 - Rhône-Alpes	9%
5 - Pays-de-la Loire	6%



Des touristes étrangers  
**principalement issus d'Allemagne,**  
du Royaume-**Uni** et d'**Espagne**



La clientèle **étrangère** en Gironde, c'est :



Rappel région → 2 millions de séjours et  
16,1 millions de nuitées pour les étrangers

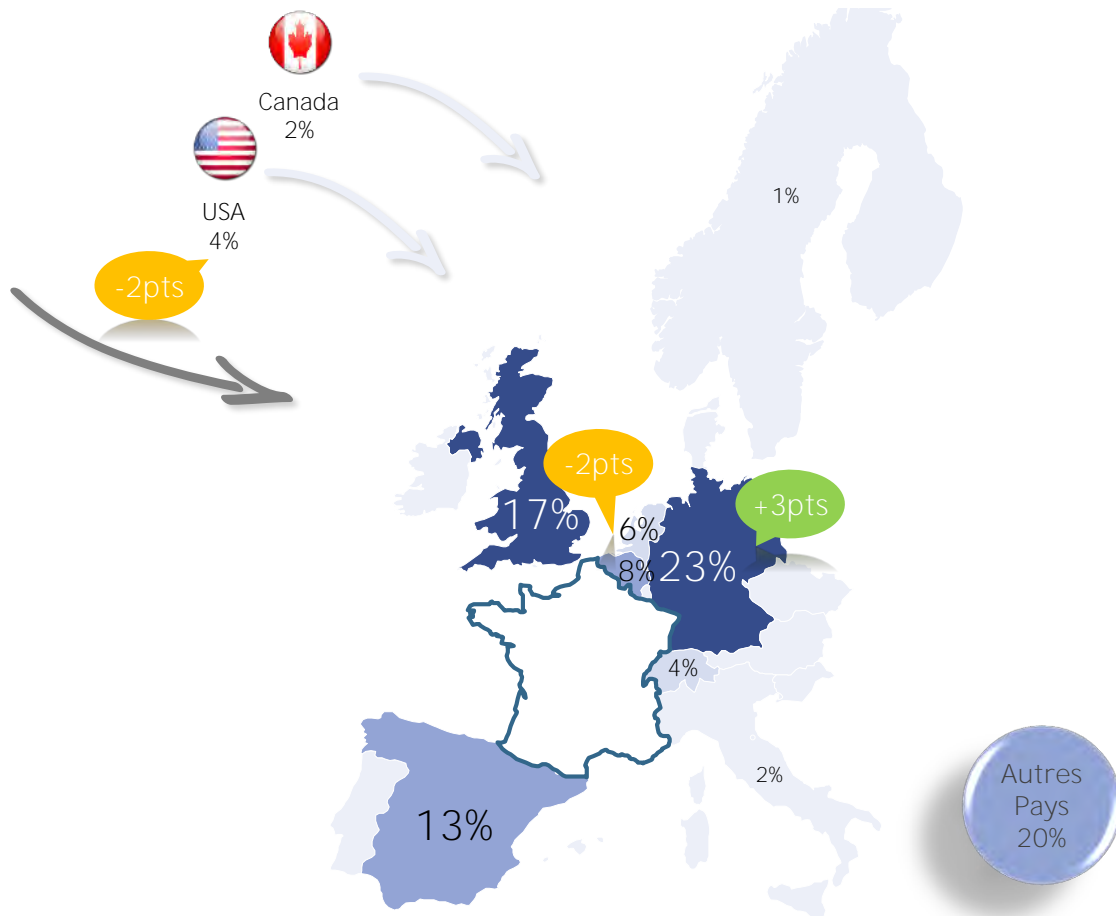


**0,9** Million  
de séjours



**5,8** Millions  
de nuitées

*Origine des étrangers sur 100% des séjours étrangers*



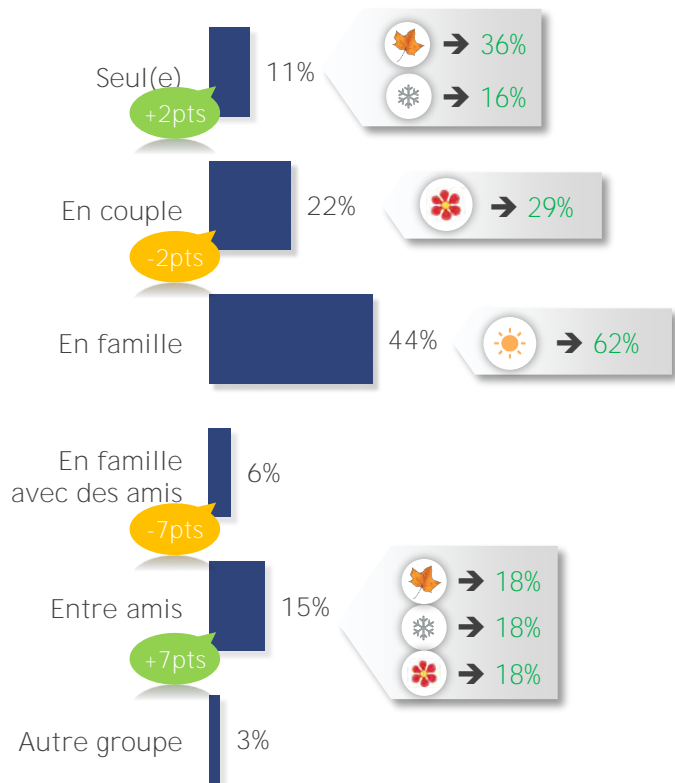
# Des séjours le plus souvent réalisés **en famille** ... par un groupe moyen de 3 personnes



## La structure des groupes et la taille moyenne



Rappel région → En moyenne, 2,7 personnes par groupe (9% seul et 25% en couple)



Taille moyenne 2,6 pers.



Littoral médocain



3,0 pers.

38% en couple  
39% en famille

UU de Bordeaux



2,3 pers.

39% seul

Bassin d'Arcachon



3,4 pers.


48% en famille

Gironde int. et vignoble



2,6 pers.

32% en couple

	Étrangers	33% de couples
		36% de familles

Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble

Évolution par rapport à 2009

Gironde TOURISME

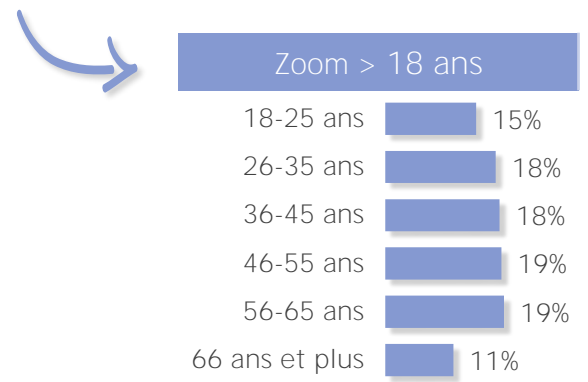
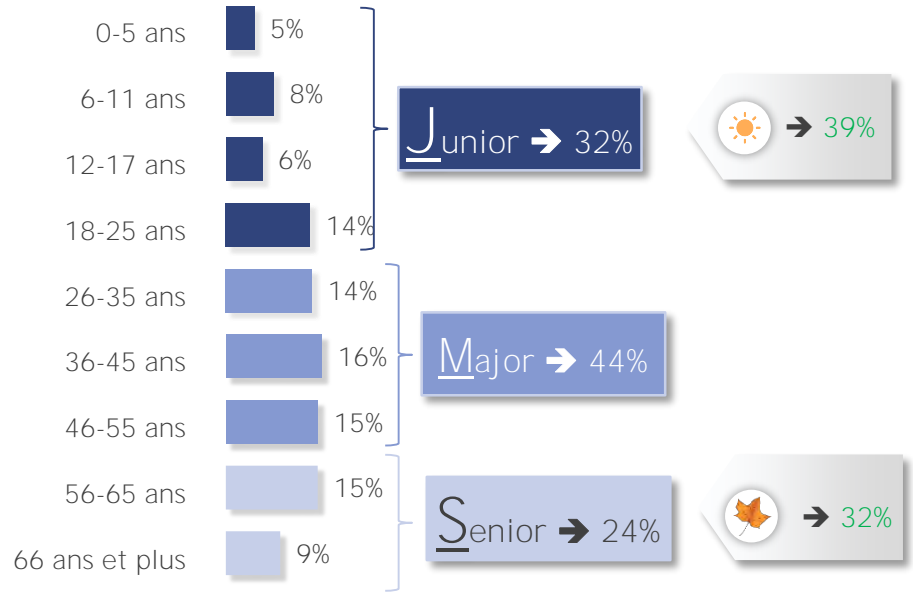
RÉGION Nouvelle-Aquitaine  
Comité Régional du Tourisme

Une structure d'âge plutôt équilibrée,  
en phase avec un tourisme familial

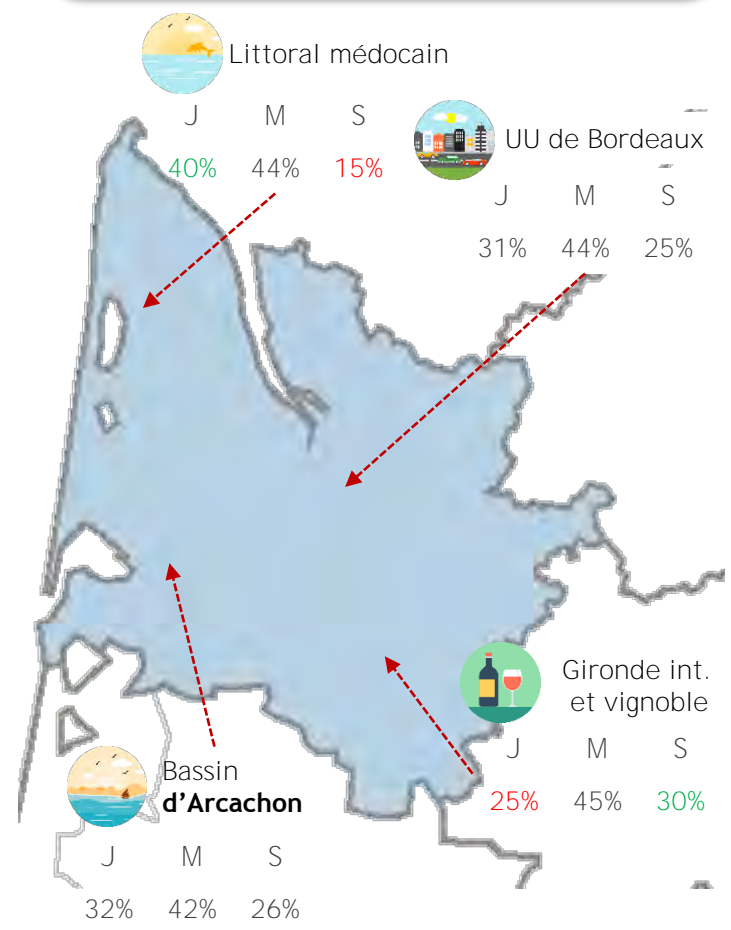


# L'âge de la clientèle

Âge de l'ensemble des membres du groupe de séjour



Rappel région → 31% Junior, 45% Major et 24% Senior

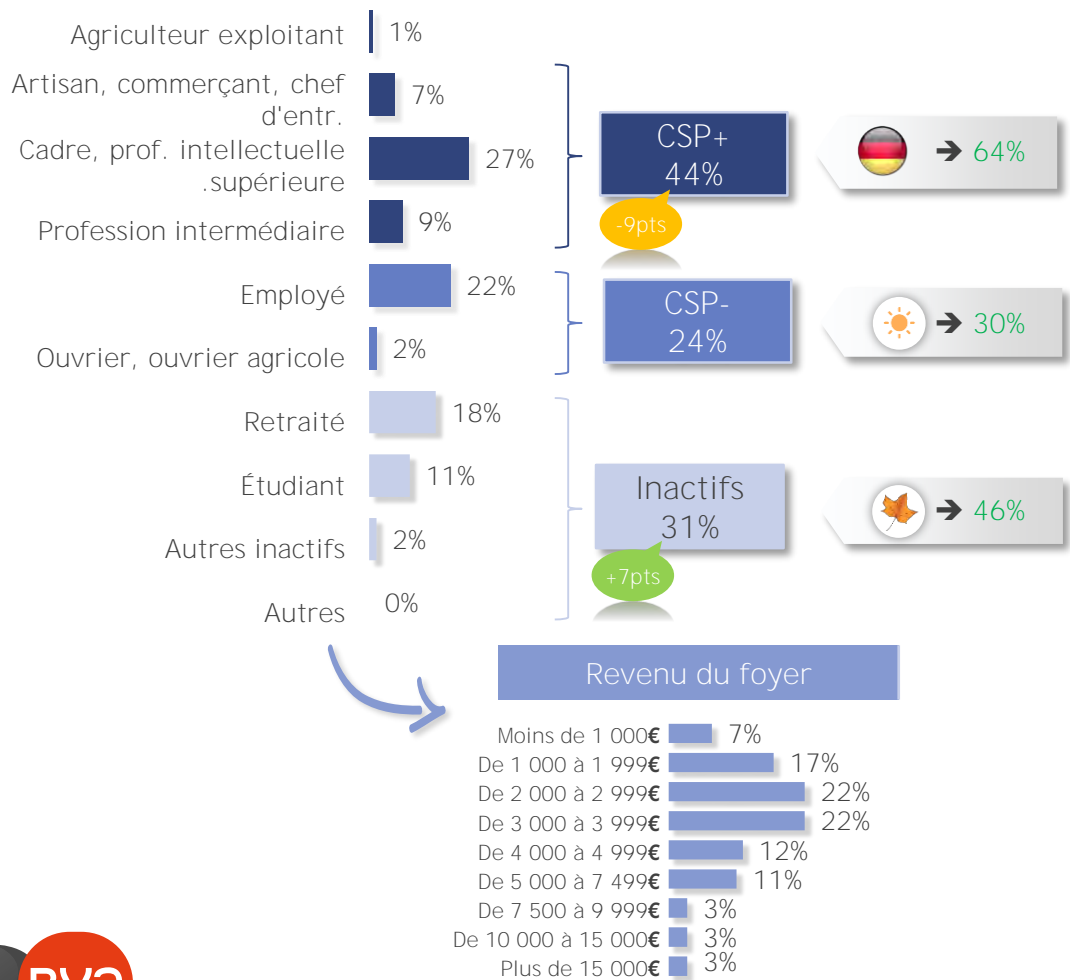


Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble

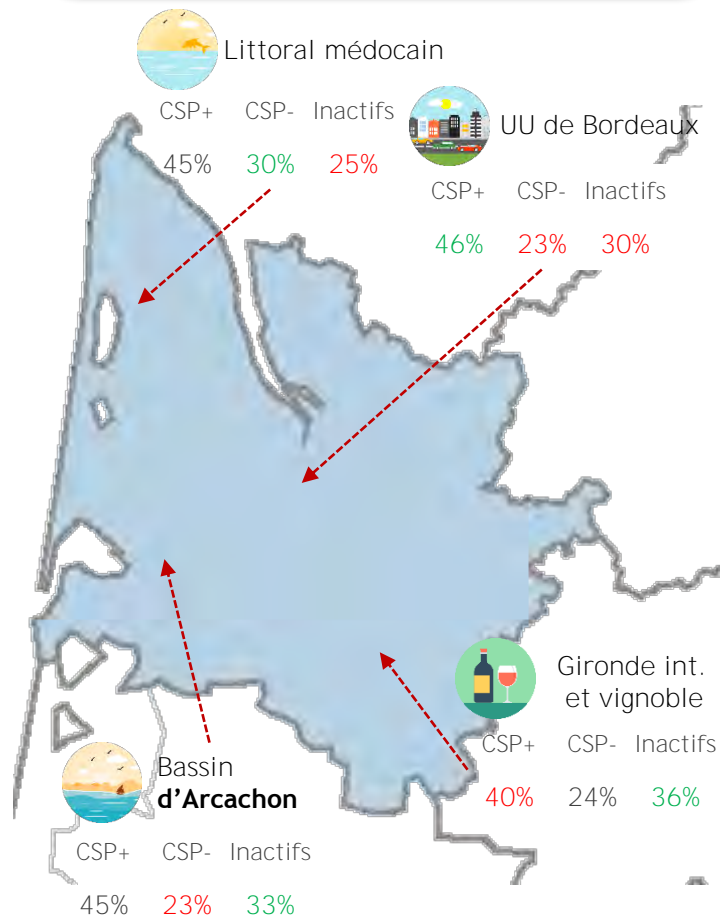
# Des touristes aux CSP plutôt aisées, notamment dans l'UU de Bordeaux



## La CSP de la clientèle (et revenu du foyer)



Rappel région → 43% de CSP+, 26% de CSP- et 30% d'inactifs



Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
 Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble

# Résultats détaillés par saison et par nationalité



Printemps



Été



Automne



Hiver



France



Etranger



Gironde



Aquitaine

## Origine

Français	86%	76%	86%	88%			84%	85%
Etranger	14%	24%	14%	12%			16%	15%

## Âge

Junior	29%	39%	29%	30%	33%	28%	32%	31%
Major	43%	46%	39%	47%	43%	53%	44%	45%
Senior	27%	15%	32%	23%	25%	19%	24%	24%

## CSP

CSP+	48%	46%	38%	44%	42%	56%	44%	43%
CSP-	25%	30%	16%	23%	25%	21%	24%	26%
Inactifs	28%	24%	46%	32%	33%	23%	31%	30%

## Structure des groupes

Seul(e)	10%	3%	16%	16%	11%	8%	11%	9%
En couple	29%	20%	23%	20%	20%	33%	22%	25%
En famille	35%	62%	32%	39%	45%	36%	44%	44%
En famille avec amis	4%	6%	6%	6%	6%	5%	6%	6%
Entre amis	18%	8%	18%	18%	15%	14%	15%	14%
Autre groupe	4%	1%	6%	1%	2%	4%	3%	3%

## Taille du groupe

Taille moyenne	2,6	3,1	2,4	2,4	2,6	2,5	2,6	2,7
----------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

X : Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
 X : Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble



## Caractéristiques de la clientèle : ce qu'il faut retenir



18% des nuitées touristiques du département de la Gironde sont le fait de clientèles étrangères (soit une évolution sensible du poids de la clientèle étrangère dans cette économie) ; ces publics étrangers sont constitués par les marchés européens proches, Allemands (23%), en augmentation par rapport à 2009, Britanniques (17%), en légère diminution, Espagnols (13%), Belges (8%) et Néerlandais (6%) ; les marchés plus lointains comme les Etats-Unis et le Canada alimentent respectivement 4% et 2% des séjours. La présence étrangère se renforce **l'été** et se révèle hétérogène selon les bassins de séjour. Le littoral médocain bénéficie de **l'apport** étranger le plus important en proportion (24% de nuitées), avec une clientèle allemande particulièrement présente. A contrario, la présence étrangère est moins manifeste sur le Bassin **d'Arcachon** (12% des nuitées).

Au final, 82% des nuitées girondines sont générées par un public français : ces touristes sont originaires des bassins de proximité comme **l'Aquitaine** (22%) et Midi-Pyrénées (14%), mais aussi **d'Île-de-France** (15%), gros pourvoyeur de séjours en Gironde.

Le département attire les familles (1 touriste sur 2 vient en famille ou en famille avec des amis), cette composition **s'accentuant l'été**. La venue en couple concerne presque 1/4 des touristes et **s'intensifie** en dehors de la pleine saison, particulièrement au printemps. Au final, le groupe en séjour en Gironde se compose de 2,6 personnes et présente quelques disparités selon les bassins de séjour. Plus familial sur le Bassin **d'Arcachon**, le tourisme de ce territoire accueille des groupes sensiblement plus grands ; a contrario, dans la Gironde intérieure et le vignoble le nombre moyen de personnes est significativement plus faible. Ce tourisme familial se confirme dans les structures **d'âge**, 32% des touristes ont moins de 25 ans, les plus de 55 ans alimentent ¼ des séjours en Gironde, avec là aussi des fortes fluctuations selon les saisons.

Bien **qu'en** baisse par rapport à 2009, les catégories socio-professionnelles aisées demeurent bien représentées (44% des touristes).

# Caractéristiques du séjour



Préparation et modalité de réservation du séjour



Motif du séjour



Facteurs **d'attractivité**



Mode d'hébergement



Durée du séjour



Mode de transport utilisé pour quitter la région



Activités pratiquées

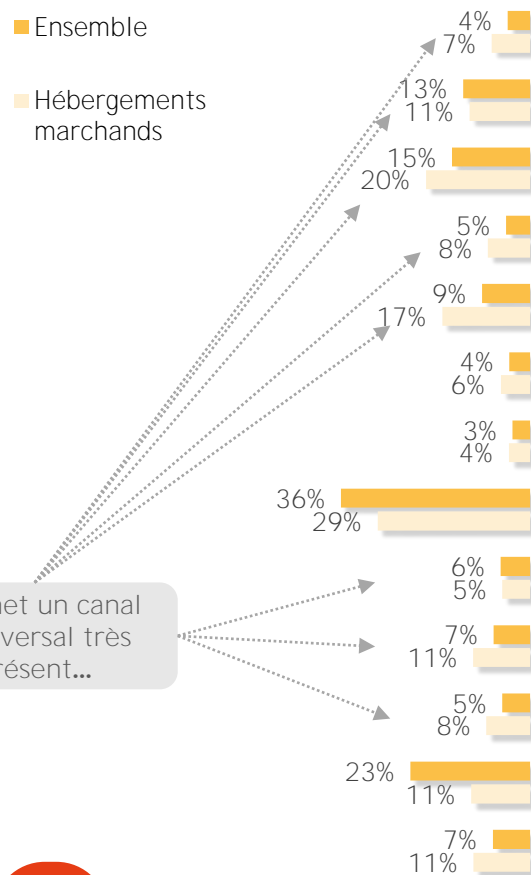
# Une quête d'informations qui passe avant tout par le bouche à oreille. Rôle central des OT et autres institutionnels dans cette phase amont...



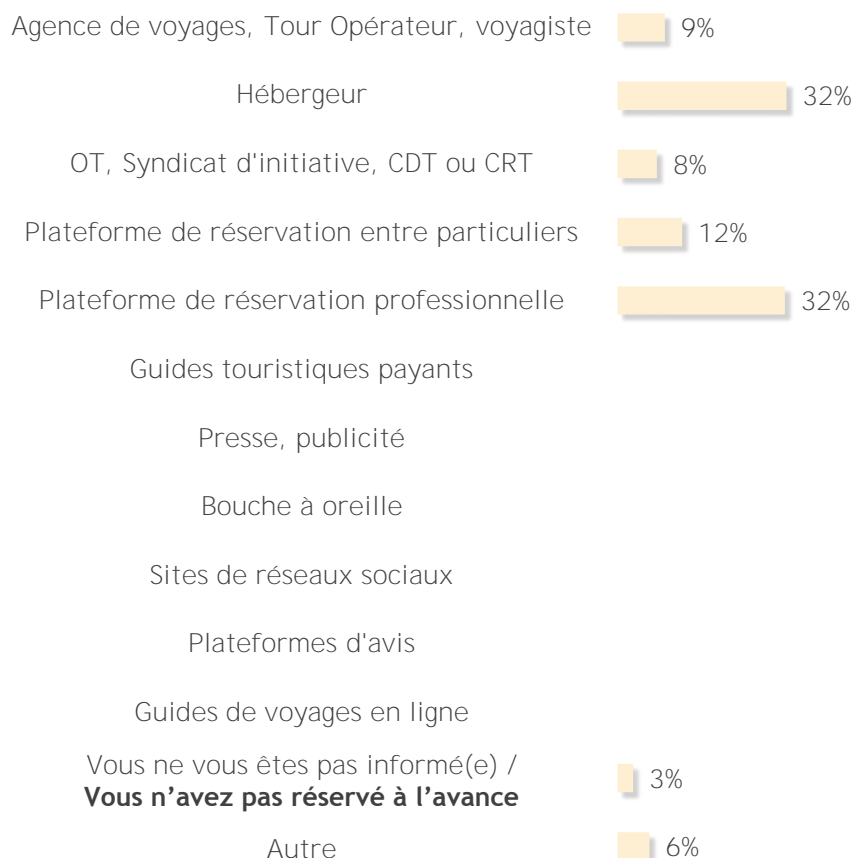
Pour préparer votre séjour, pouvez-vous préciser auprès de qui ou de quelle(s) manière(s) vous vous êtes informé(e) / vous avez réservé ?

## Informations et réservation du séjour

### Informations sur le séjour



### Réservation du séjour



Internet, vecteur incontournable de la réservation, avec un fort recours au site Booking.com

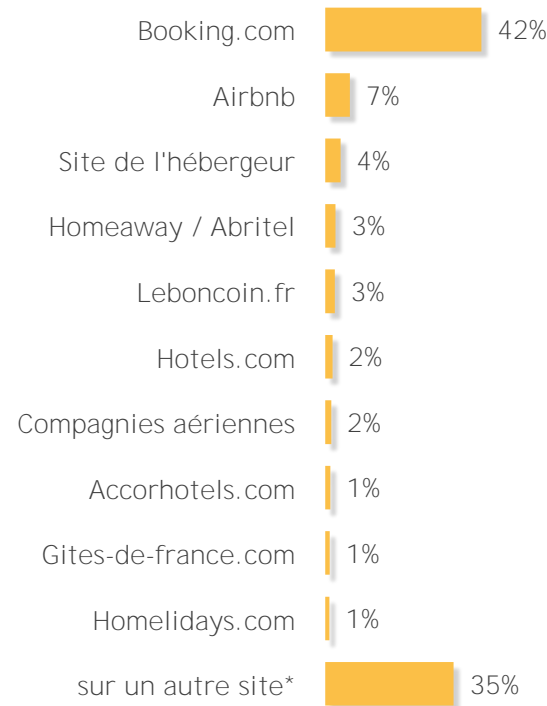
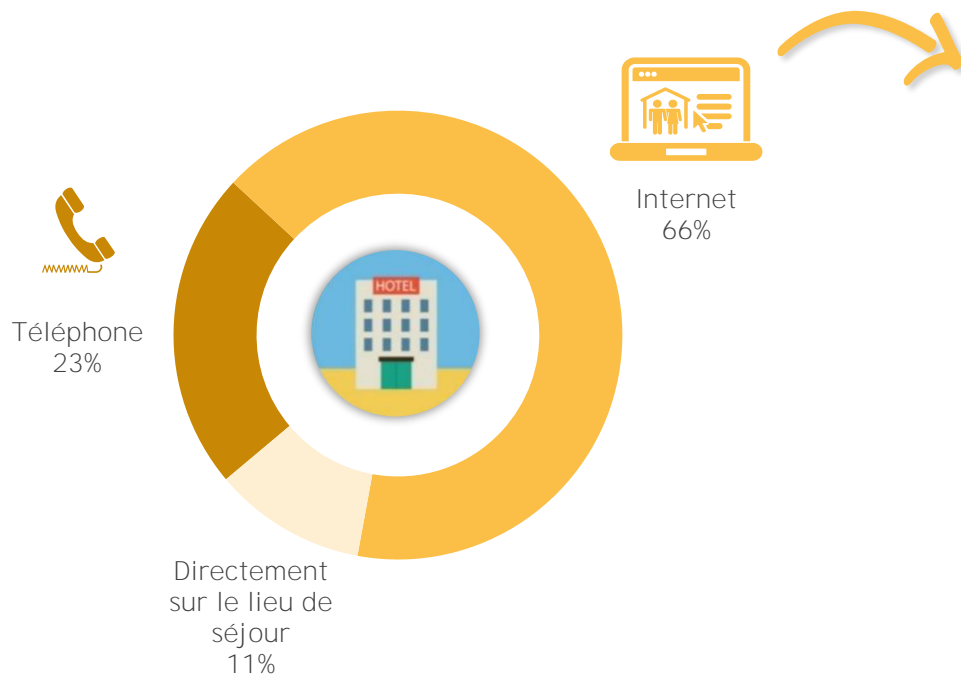



Par quel moyen avez-vous réservé votre mode d'hébergement ?

# Le moyen de réservation du mode d'hébergement

Base des séjours en hébergements marchands

Rappel région ➔ 26% par téléphone, 61% par Internet et 13% sur le lieu de séjour



	Étrangers	72% réservent par internet
	Français	26% réservent par téléphone

\*dont non précisé  
 Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
 Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble

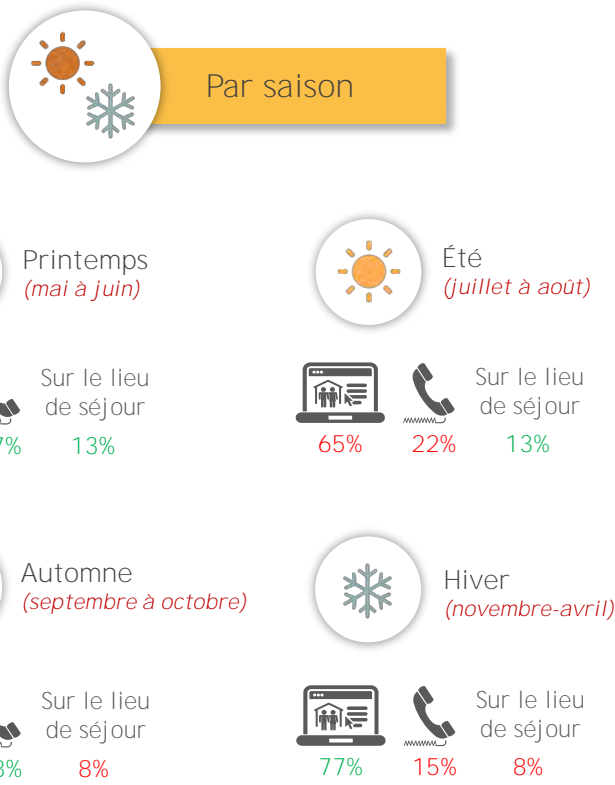
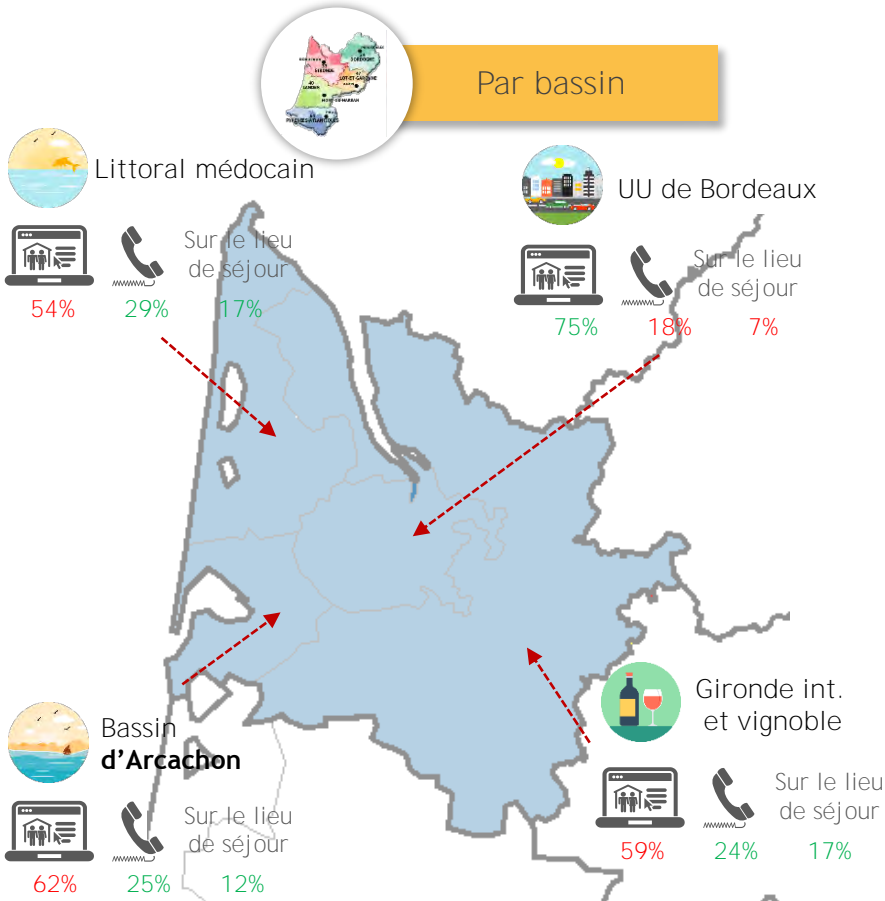
# Pour la réservation : Internet très dominant en particulier pour les séjours dans l'UU de Bordeaux et en hiver



Par quel moyen avez-vous réservé votre mode d'hébergement ?

## Le moyen de réservation du mode d'hébergement

Base des séjours en hébergements marchands



Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
 Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble



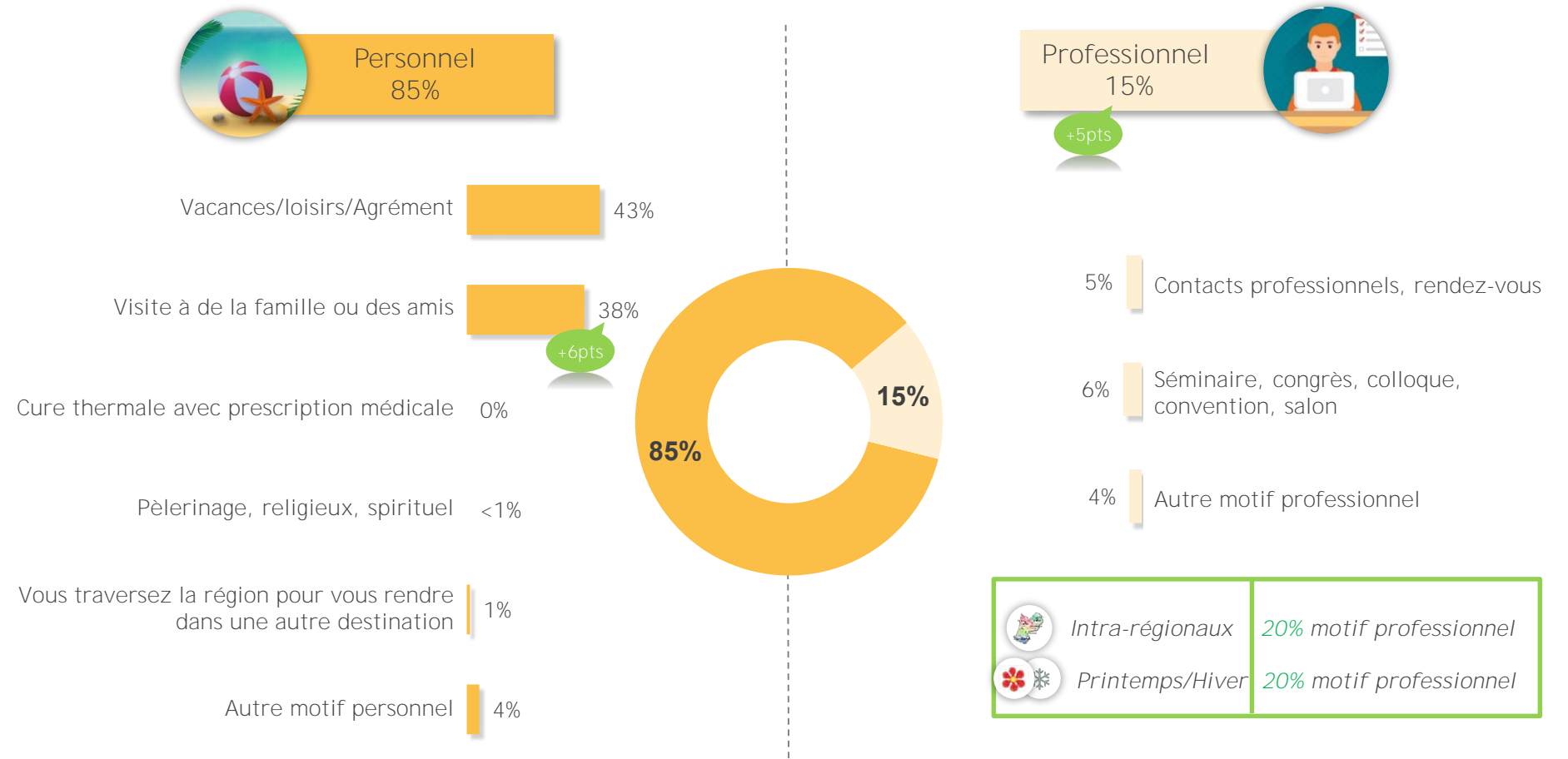
Des séjours essentiellement réalisés dans le cadre de vacances ou pour un motif affinitaire



Pour quelle raison êtes-vous venu(e) en Aquitaine ?

Le motif du séjour

Rappel région ➔ 90% de motifs personnels et 10% de professionnels



Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble

# Des motifs de séjour qui varient en fonction des données personnelles et caractéristiques du séjour



## Le motif du séjour

Camping	87%
Autre héb. marchand	70%
Été	61%
Étrangers	58%
Primo-visiteurs	56%
Long séjour	53%
En famille avec amis	52%
Avec enfants	51%
En couple	49%
Moyen séjour	47%
Extra-régionaux	47%
Printemps	47%
En famille	46%
Entre amis	45%

### Vacances / loisirs / agrément 43%

France	40%
Repeaters	40%
Sans enfant	39%
Autre inactif	38%
Autre groupe	36%
Automne	34%
Court séjour	33%
Hôtel	32%
Hiver	27%
Intra-régionaux	26%
Héb. non marchand	25%
Seul	9%

Héb. non marchand	69%
Seul	51%
Intra-régionaux	49%
Hiver	48%
Repeaters	45%
Famille	44%
Autre inactif	44%
Famille avec amis	43%
Automne	42%
France	41%
Court séjour	41%
Avec enfants	40%

### Visite famille / amis 38%

CSP+	36%
CSP-	36%
Moyen séjour	35%
Extra-régionaux	35%
Été	34%
En couple	33%
Printemps	28%
Primo-visiteurs	28%
Entre amis	22%
Étrangers	21%
Autre héb. marchand	12%
Hôtel	9%
Camping	6%

Hôtel	57%
Autre groupe	54%
Seul	38%
Intra-régionaux	22%
Court séjour	22%
Entre amis	22%
Automne	21%
Printemps	21%
Hiver	20%
Sans enfant	20%
CSP+	18%

### Professionnel 15%

Étrangers	13%
Autre inactif	12%
Autre héb. marchand	9%
En famille	7%
Long séjour	6%
Héb. non marchand	4%
Été	3%
Famille avec amis	2%
Camping	1%

Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble

Le patrimoine naturel (en particulier la mer, l'océan), élément principal déclencheur du séjour en Gironde



Vous avez choisi de séjourner en Aquitaine pour... (3 réponses maximum) / Quel est l'élément qui a le plus influencé votre choix de venue en Aquitaine ?

Les motivations du séjour en Aquitaine



# Le mer, l'océan, éléments clés dans la réalisation d'un séjour dans les bassins côtiers.

La découverte du patrimoine ou culturelle et l'affinitaire dans les bassins intérieurs...



Quel est l'élément qui a le plus influencé votre choix de venue en Aquitaine ?

## La motivation principale selon le bassin de séjour



### Littoral médocain

- 1 - Mer, océan 57%
- 2 - Soleil, climat 8%
- 3 - Famille, amis, rés. sec. 7%



### Bassin d'Arcachon

- 1 - Mer, océan 53%
- 2 - Famille, amis, rés. sec. 13%
- 3 - Soleil, climat 8%



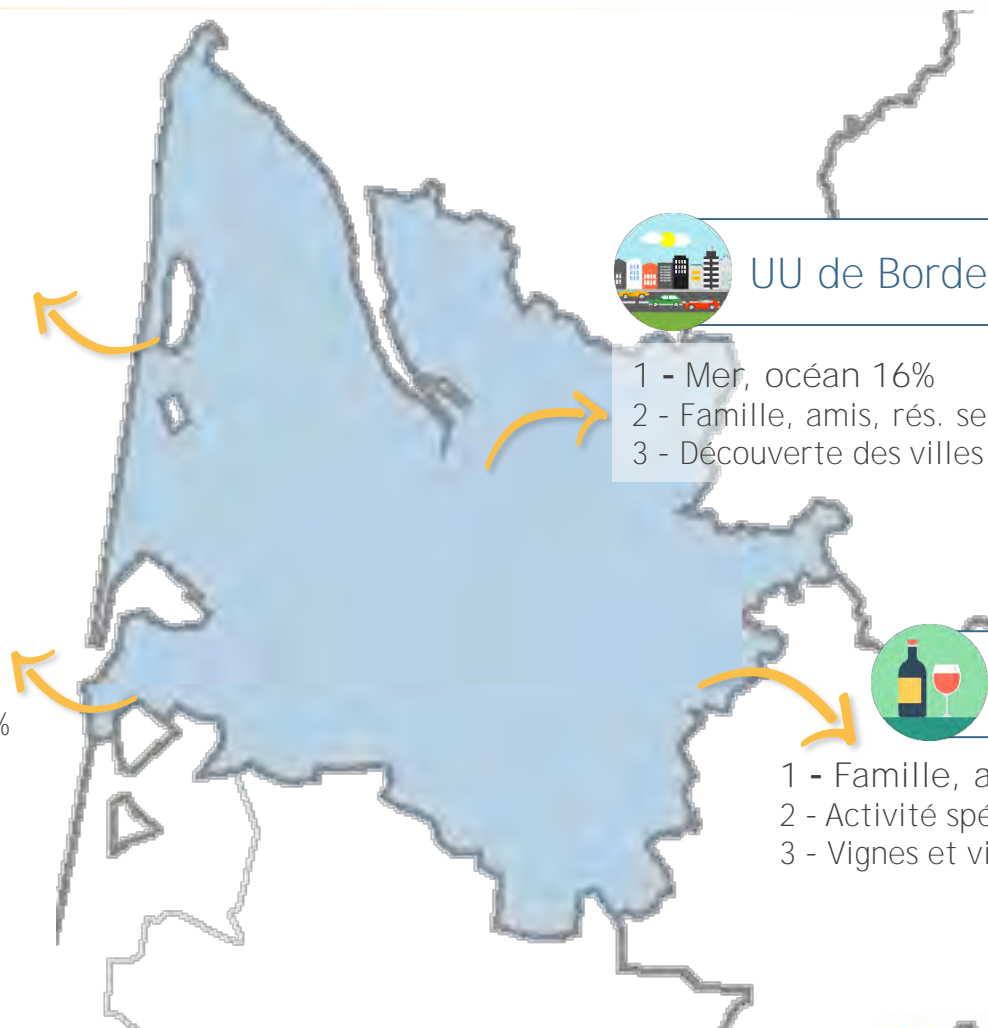
### UU de Bordeaux

- 1 - Mer, océan 16%
- 2 - Famille, amis, rés. sec. 15%
- 3 - Découverte des villes 14%



### Gironde int. et vignoble

- 1 - Famille, amis, rés. sec. 24%
- 2 - Activité spécifique 19%
- 3 - Vignes et vignobles 11%



Un tourisme essentiellement motivé par la découverte des villes pour les Belges, pour les autres, le littoral exerce une attraction certaine



Quel est l'élément qui a le plus influencé votre choix de venue en Aquitaine ?

## La motivation principale selon le pays d'origine



### France

- 1 - Mer, océan 28%
- 2 - Famille, amis, rés. sec. 17%
- 3 - Activité spécifique 10%



### Pays-Bas

- 1 - Mer, océan 32%
- 2 - Soleil, climat 27%
- 3 - Activité spécifique 10%



### Royaume-Uni

- 1 - Mer, océan 22%
- 2 - Famille, amis, rés. sec. 17%
- 3 - La campagne 11%



### Espagne

- 1 - Mer, océan 26%
- 2 - Découverte des villes 15%
- 3 - Uniquement professionnel 12%



### Allemagne

- 1 - Mer, océan 39%
- 2 - Activité spécifique 10%
- 3 - La campagne 9%



### Belgique

- 1 - Découverte des villes 31%
- 2 - Mer, océan 20%
- 3 - Soleil, climat 11%



Des éléments déclencheurs du séjour qui varient selon les données personnelles, les caractéristiques du séjour



## La motivation principale du séjour en Aquitaine



Camping	56%
Vacances / Loisirs / Ag.	47%
Séjour long	41%
Autre héb. Marchand	38%
Été	38%
Avec enfant	38%
Famille	34%
Extra-régionaux	31%
Printemps	30%
Repeaters	30%
CSP-	29%

### La mer, l'océan 27%

Autre inactif	24%
Héb. non marchand	23%
Automne	23%
Primo-visiteurs	23%
Sans enfant	21%
Hiver	19%
Séjour court	18%
Visite famille ou amis	17%
Intra-régionaux	16%
Hôtel	11%
Seul	10%
Motif pro	6%

Visite famille ou amis	38%
Intra-régionaux	38%
Héb. non marchand	29%
Hiver	26%
Famille avec amis	23%
Autre inactif	22%
Seul	21%
Séjour court	20%
Famille	18%

### Famille, amis, résidence secondaire 16%

Primo-visiteurs	12%
Séjour long	11%
CSP-	11%
Été	10%
Printemps	10%
Extra-régionaux	9%
Étrangers	8%
Entre amis	7%
Camping	2%
Vacances / Loisirs / Ag.	2%
Autre héb. Marchand	2%
Hôtel	2%

Automne	20%
Entre amis	17%
Séjour court	16%
Autre inactif	15%
Seul	12%
Sans enfant	12%

### Une activité / un évènement spécifique 10%

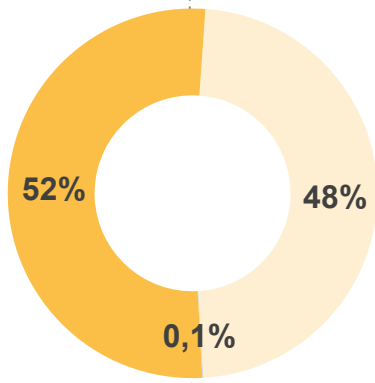
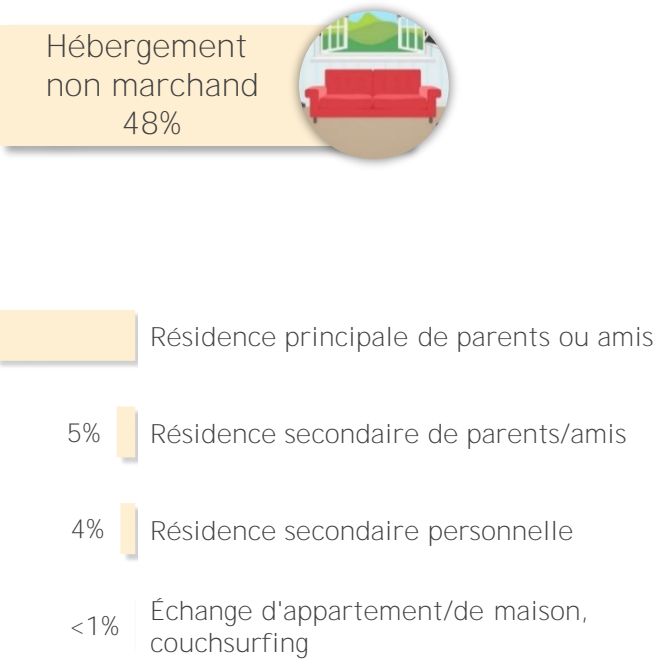
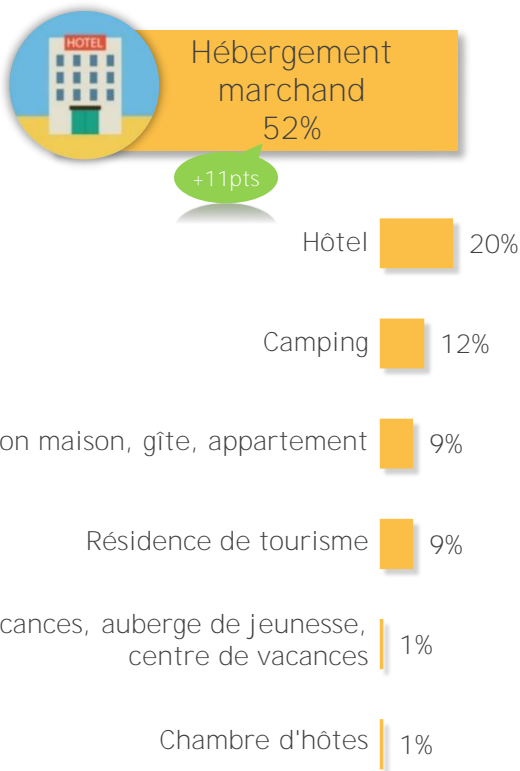
Primo-visiteurs	7%
CSP-	7%
Camping	7%
Vacances / Loisirs / Ag.	7%
Autre héb. Marchand	7%
Famille	6%
Avec enfant	6%
Séjour long	4%
Été	4%

Des séjours qui se répartissent de manière équilibrée entre hébergement marchand et non marchand ; l'hôtel, 1<sup>er</sup> mode d'hébergement marchand.



Le mode d'hébergement (base séjours)

Rappel région ➔ 53% d'hébergement marchand et 47% de non marchand



Une domination importante du marchand sur le littoral. 2 séjours sur 3 en non marchand dans la Gironde intérieure et le vignoble



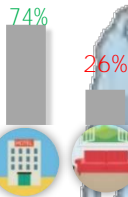
## Le mode d'hébergement (base séjours)

Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble

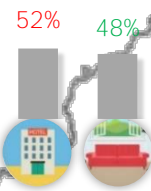
### Par bassin



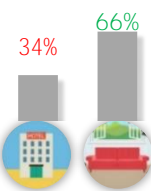
Littoral médocain



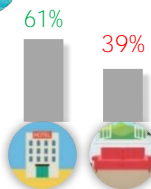
UU de Bordeaux



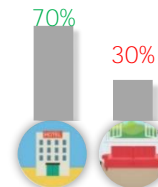
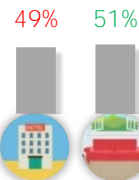
Gironde int.  
et vignoble



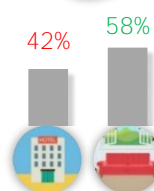
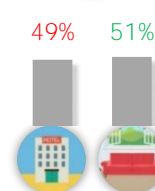
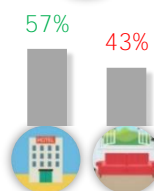
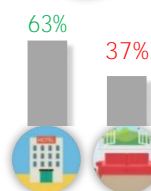
Bassin  
d'Arcachon



### Par origine



### Par saison



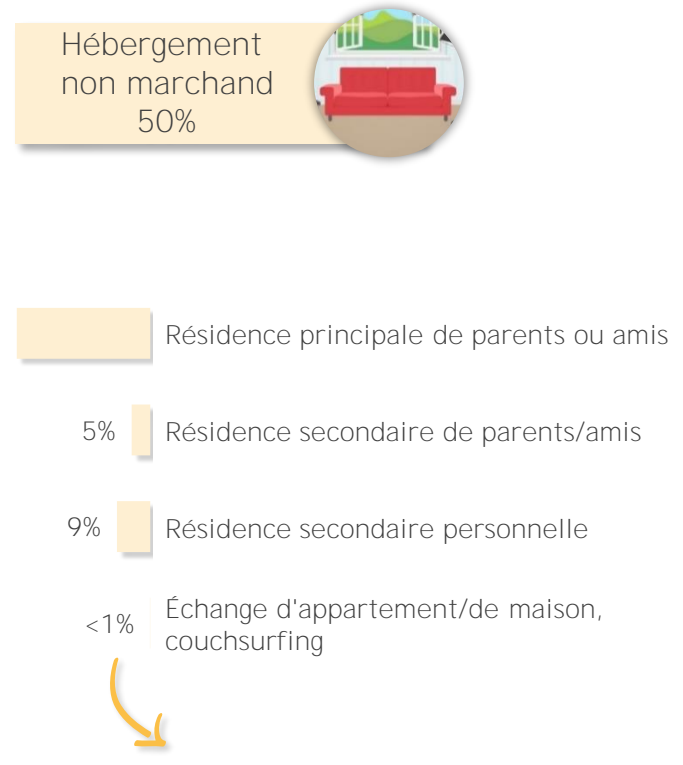
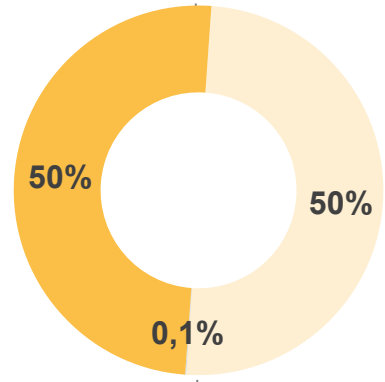
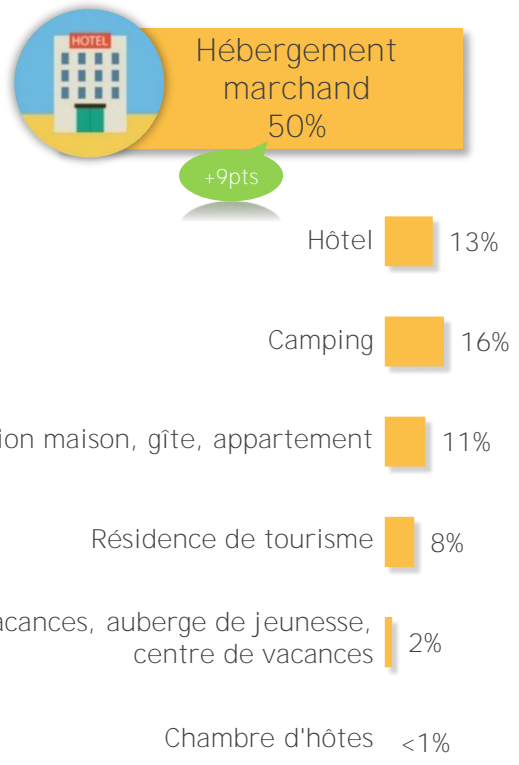
En nuitées, le camping devance l'hôtel. **Equilibre parfait entre marchand et non marchand**



Dans quel mode d'hébergement avez-vous séjourné ?

Le mode d'hébergement (base nuitées)

Rappel région → **53% d'hébergement marchand** et 47% de non marchand



**Échange d'appartement** → 4 800 nuitées  
**Couchsurfing** → 3 200 nuitées

Des nuitées marchandes dans les bassins littoraux. Le non marchand prépondérant dans les nuitées réalisées en Gironde intérieure et dans le vignoble



## Le mode d'hébergement par département (base nuitées)

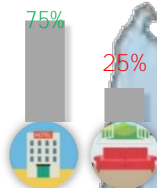
Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble



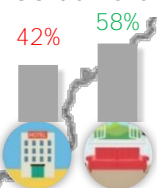
Par bassin



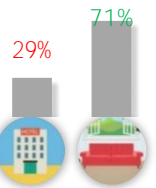
Littoral médocain



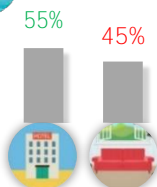
UU de Bordeaux



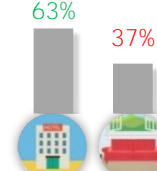
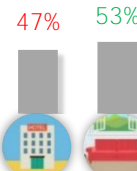
Gironde int.  
et vignoble



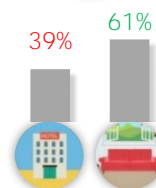
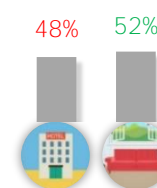
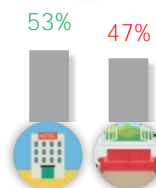
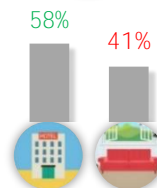
Bassin  
d'Arcachon



Par origine



Par saison





# Un type d'hébergement qui varie selon les données personnelles, les caractéristiques du séjour



## Les hébergements marchands (base séjours)

Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble

Motif professionnel	74%	Vacances, loisirs	25%	Vacances, loisirs	16%	Étrangers	12%
Seul	32%	Été	23%	Séjour long	13%	Primo-visiteurs	12%
Séjour court	27%	Étrangers	22%	Été	13%	Vacances, loisirs	12%
Printemps	26%	Séjour long	20%	Primo-visiteurs	12%	Entre amis	11%
Couple	26%	Avec enfant	19%	Avec enfant	11%		
Entre amis	26%	Famille	15%	Extra-régionaux	11%		
Sans enfant	25%	CSP-	15%				
Hiver	24%	Printemps	14%				
CSP+	24%	Primo-visiteurs	14%				
Étrangers	23%	Extra-régionaux	14%				
Primo-visiteurs	22%						
Hôtel 20%		Camping 12%		Location 9%		Résidence de tourisme 9%	
Repeaters	17%	Autre inactif	10%	Séjour court	5%	Été	7%
Vacances, loisirs	16%	Automne	9%	Hiver	4%	Sans enfant	7%
Autre inactif	15%	Sans enfant	9%	Intra-régionaux	4%	Intra-régionaux	6%
Famille avec amis	13%	Séjour court	8%	Visite famille, amis	3%	Repeaters	5%
Famille	12%	Intra-régionaux	7%	Motif pro	3%	Famille avec amis	3%
Été	11%	Hiver	3%	Seul	2%	Seul	3%
Avec enfant	11%	Seul	2%			Visite famille, amis	3%
Séjour long	9%	Visite famille, amis	2%				
Visite famille, amis	5%	Motif pro	1%				

# Un type d'hébergement qui varie selon les données personnelles, les caractéristiques du séjour



## Les hébergements non marchands (base séjours)

Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble



Visite famille, amis	77%
Seul	57%
Intra-régionaux	49%
Automne	46%
Famille avec amis	45%
Hiver	43%
Repeaters	43%
Autre inactif	43%
Séjour court	42%
France	40%
Sans enfant	40%
Résidence principale de parents ou amis 38%	
Avec enfant	36%
Été	35%
Extra-régionaux	35%
CSP+	34%
Primo-visiteurs	33%
Couple	33%
Entre amis	31%
Printemps	29%
Étrangers	26%
Vacances, loisirs	15%
Motif pro	11%

Résidence secondaire de parents/amis 5%	
Hiver	13%
Famille avec amis	9%
Intra-régionaux	8%
Visite famille, amis	8%
Couple	3%
Seul	3%
Séjour long	2%
Étrangers	2%
Automne	2%
Été	2%
Printemps	2%
Primo-visiteurs	2%
Motif pro	2%

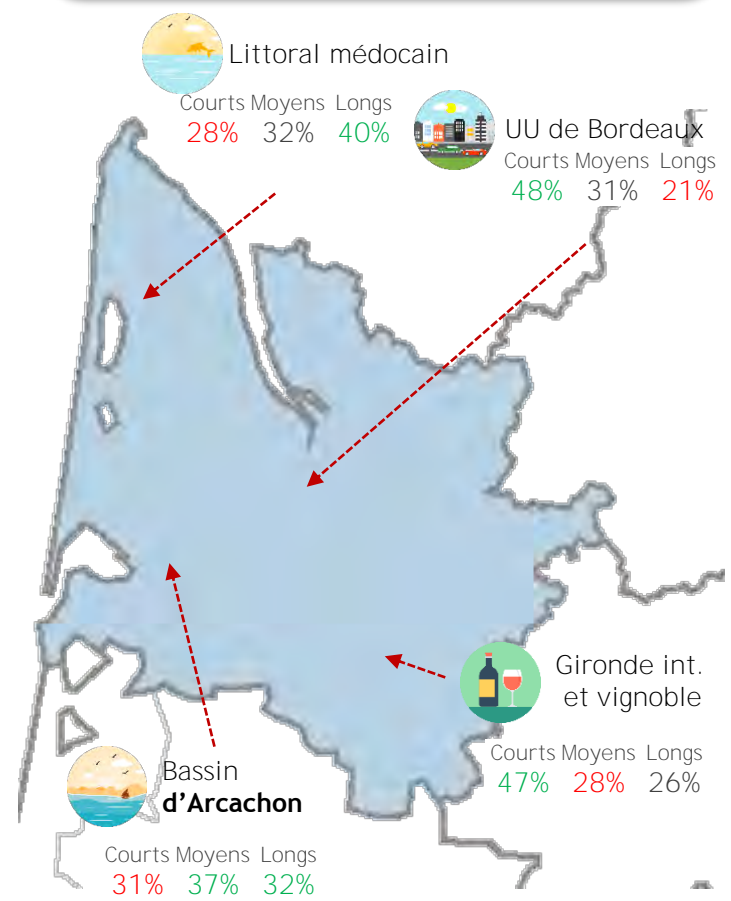
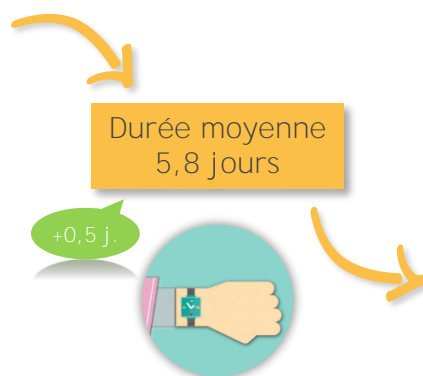
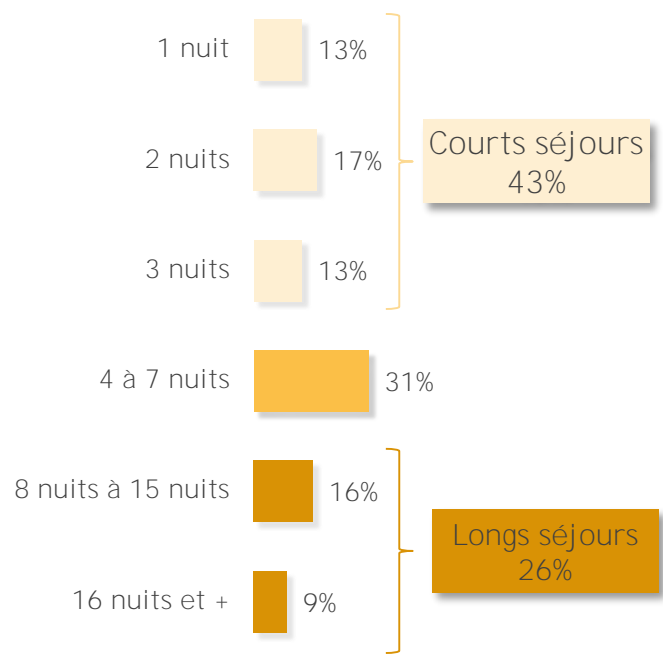
Résidence secondaire personnelle 4%	
Séjour long	7%
Vacances, loisirs	7%
Été	6%
Printemps	6%
Famille	6%
Étrangers	2%
Primo-visiteurs	2%
Visite famille, amis	2%
Hiver	1%
Entre amis	1%
Seul	1%
Motif pro	1%

Des séjours de près de 6 jours en moyenne. Des séjours plus courts dans les bassins intérieurs



## La durée du séjour

Rappel région → Une durée moyenne de 7,0 jours

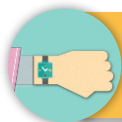


Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble

Des durées hétérogènes...  
 ...par saison : 9 nuits en été  
 ...par bassin : 5 nuits sur Bordeaux (UU)

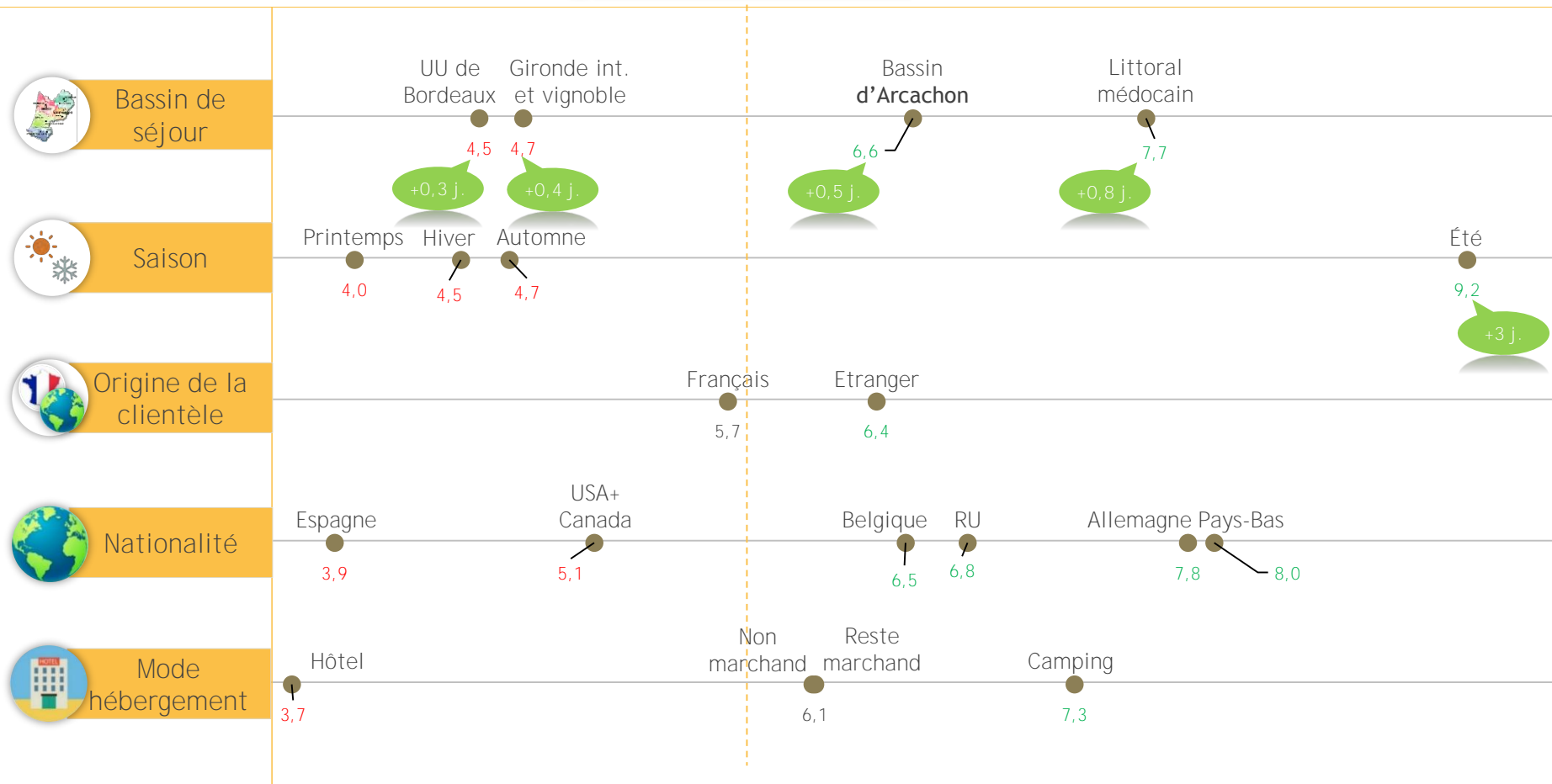


## La durée du séjour



Durée moyenne  
5,8 jours

Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
 Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble



Une durée de séjour qui varie selon les données personnelles, les caractéristiques du séjour...



La durée du séjour

Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble



Intra-régionaux	63%
Printemps	61%
Motif pro	60%
Hôtel	58%
Entre amis	56%
Seul	54%
Automne	51%
Hiver	49%
Sans enfant	48%
France	45%
Visite famille, amis	45%
Autre inactif	45%

Courts séjours  
43%

Repeaters	40%
Extra-régionaux	38%
Famille	36%
Avec enfants	35%
Étrangers	34%
Autre héb. Marchand	34%
Famille avec amis	33%
Vacances, loisirs	32%
Camping	28%
Été	19%

Hiver	36%
Vacances, loisirs	35%
Autre héb. Marchand	35%
Entre amis	34%
Extra-régionaux	33%
Primo-visiteurs	33%
Autre inactif	33%

Moyens séjours  
31%

Été	29%
Visite famille, amis	29%
Motif pro	29%
CSP-	29%
Étrangers	28%
Seul	28%
Printemps	27%
Intra-régionaux	23%

Été	52%
Camping	42%
Étrangers	38%
Famille avec amis	37%
Famille	33%
Avec enfants	33%
Vacances, loisirs	33%
Autre héb. Marchand	30%
Extra-régionaux	29%
Repeaters	28%
CSP-	28%

Longs séjours  
26%

Primo-visiteurs	24%
En couple	24%
France	23%
Autre inactif	22%
Sans enfant	20%
Seul	18%
Automne	17%
Hiver	16%
Intra-régionaux	14%
Printemps	12%
Hôtel	12%
Motif pro	11%
Entre amis	10%

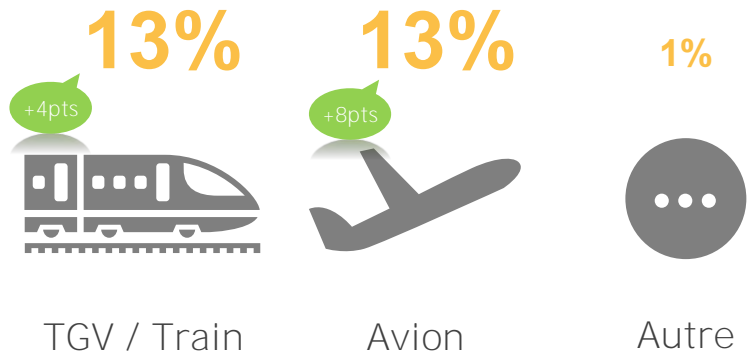
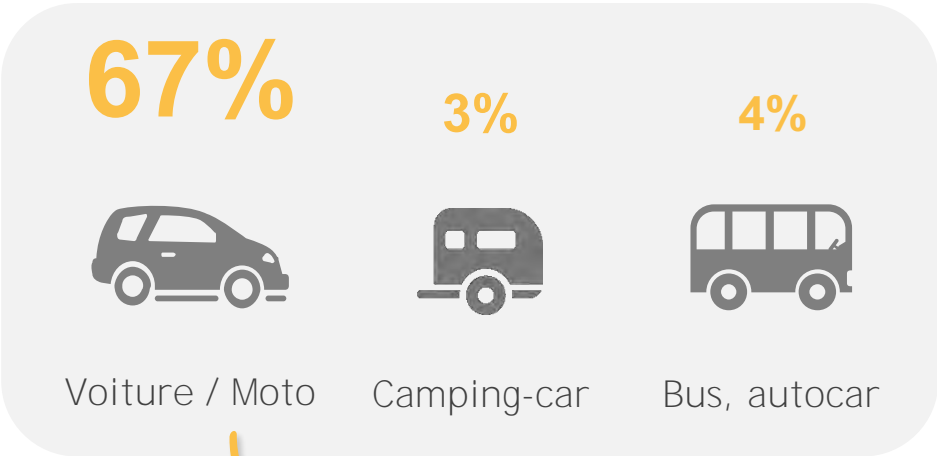


La voiture, 1er mode pour quitter le département. Train et avion rivalisent dans ces départs et sont en forte progression par rapport à 2009.



Le mode de transport utilisé pour quitter la région

Rappel région ➔ 82% route, 9% TGV/Train et 9% avion



ST Route  
73%  
-13pts

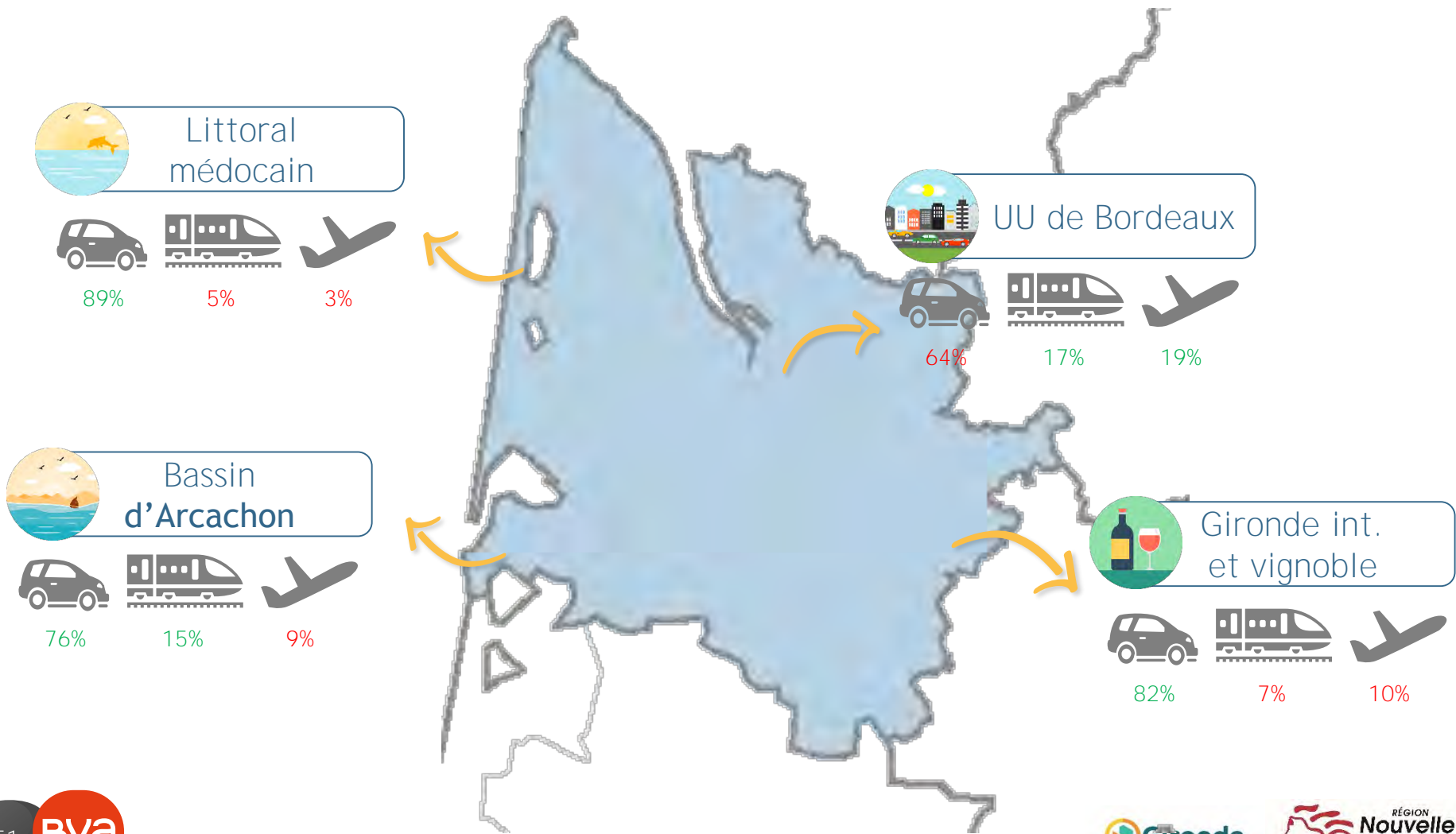
	Français	Voiture 73%, train 14%, Avion 8%
	Étrangers	Voiture 37%, train 7%, Avion 41%

Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble

Recours important au train sur le bassin d’Arcachon ; les modes collectifs (train, avion) se développent chez les touristes de l’UU de Bordeaux



Le mode de transport utilisé pour quitter la région



Un mode d'accès qui varie selon les données personnelles, les caractéristiques du séjour...



## Le mode de transport utilisé pour quitter la région

Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble

Intra-régionaux	84%
Avec enfant	80%
Famille	79%
Été	76%
Famille avec amis	74%
France	73%
CSP-	73%
Visite famille, amis	73%
Héb. non marchand	72%
Vacances, loisirs	72%
Autre héb. Marchand	71%
Séjour long	71%
Repeaters	70%

### Voiture / Moto 67%

Camping	65%
Automne	65%
Primo-visiteurs	64%
CSP+	64%
Autre inactif	63%
Extra-régionaux	62%
Sans enfant	61%
Hiver	59%
Hôtel	53%
Entre amis	52%
Motif pro	47%
Seul	44%
Étrangers	37%

Seul	27%
Motif pro	23%
Entre amis	22%
Hiver	20%
Hôtel	17%
Automne	15%
Sans enfant	15%
Autre inactif	15%

### TGV / Train 13%

Primo-visiteurs	11%
CSP-	10%
Camping	9%
Autre héb. Marchand	9%
Printemps	9%
Couple	9%
Famille	9%
Vacances, loisirs	9%
Séjour long	8%
Avec enfant	8%
Intra-régionaux	8%
Étrangers	7%
Été	7%
Famille avec amis	7%

Étrangers	41%
Seul	26%
Hôtel	25%
Motif pro	24%
Hiver	18%
Couple	17%
CSP+	17%
Primo-visiteurs	16%
Sans enfant	16%
Séjour long	15%
Extra-régionaux	15%

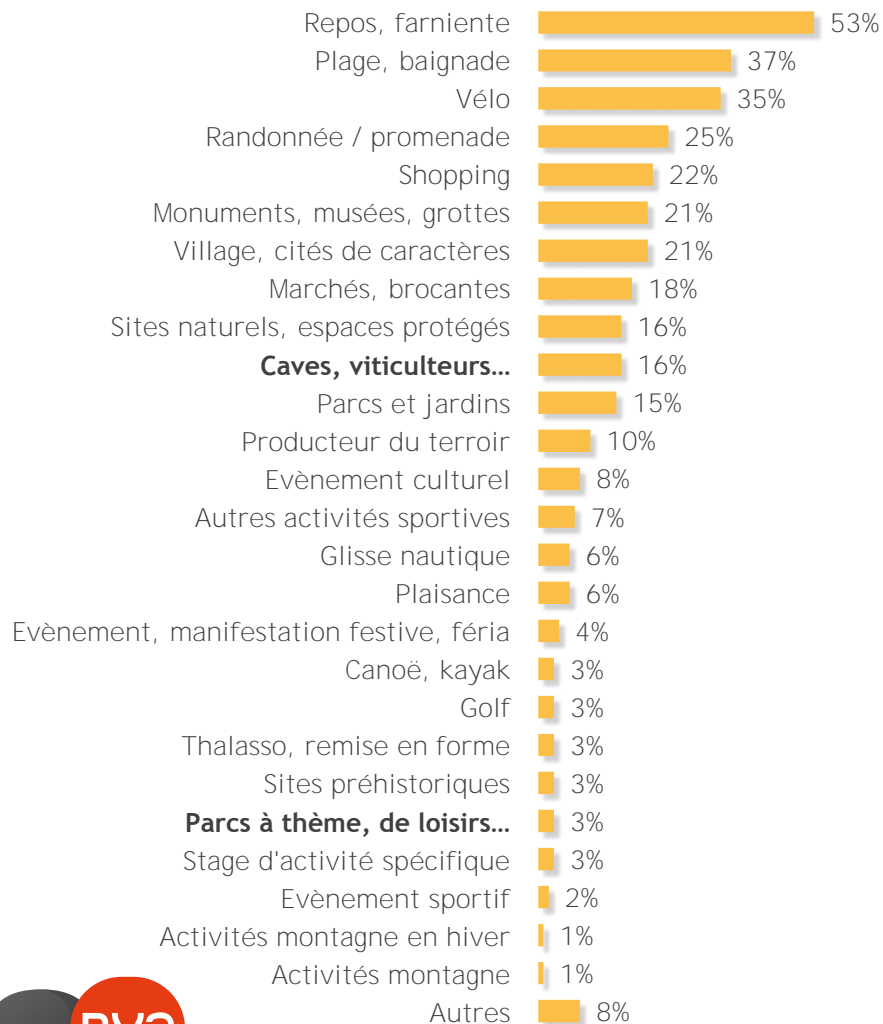
### Avion 13%

Autre héb. Marchand	11%
Héb. non marchand	11%
Printemps	11%
Famille avec amis	11%
Autre inactif	11%
Repeaters	10%
CSP-	10%
Été	9%
France	8%
Famille	8%
Vacances, loisirs	8%
Avec enfant	6%
Intra-régionaux	5%
Camping	3%

# Une quête de repos, farniente pour la moitié des **touristes**...

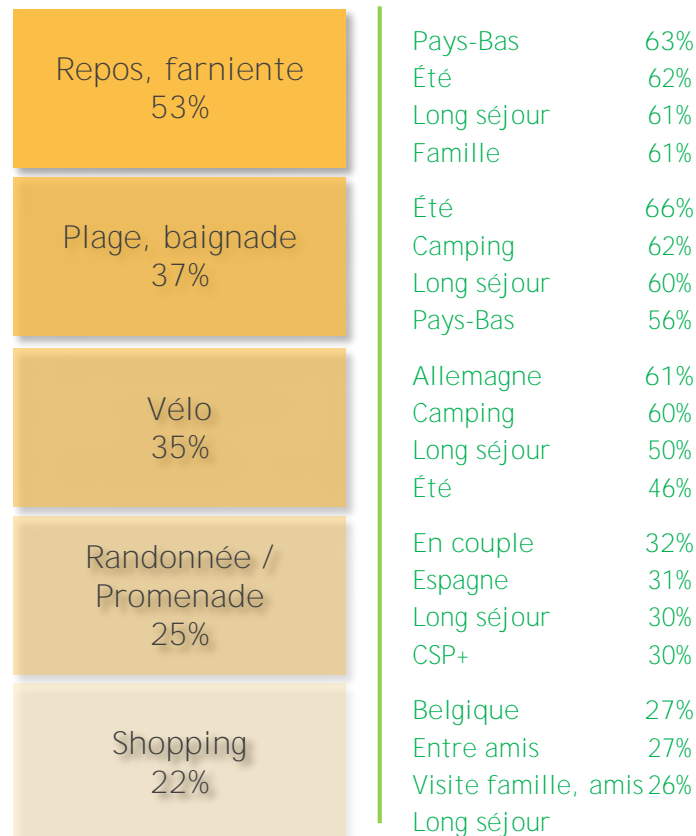


## Les activités pratiquées



Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
 Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble

### La pratique de certaines activités s'intensifie...



Des touristes adeptes de repos, farniente, plage et vélo



## Les activités pratiquées



### Littoral médocain

- 1 - Plage, baignade 60%
- 2 - Repos, farniente 58%
- 3 - Vélo 53%



### Bassin d'Arcachon

- 1 - Repos, farniente 64%
- 2 - Plage, baignade 57%
- 3 - Vélo 49%



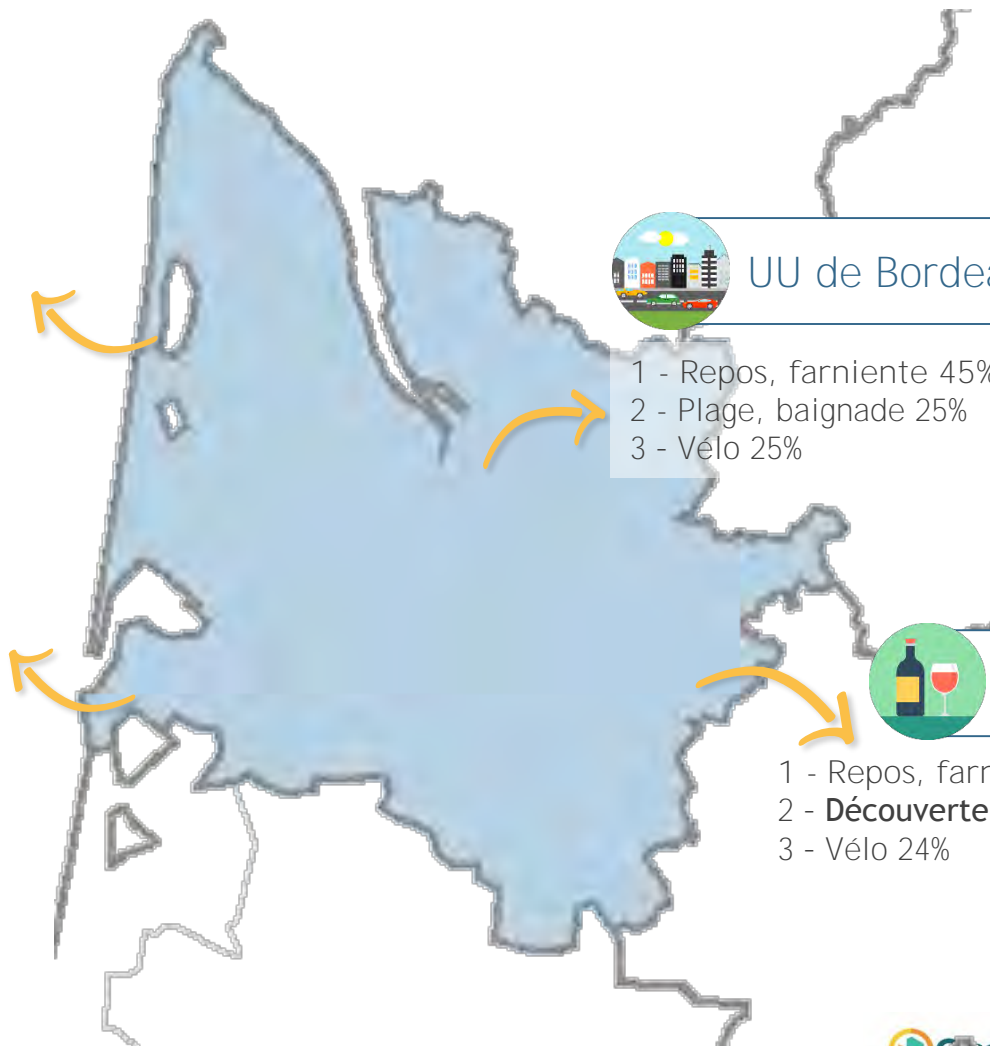
### UU de Bordeaux

- 1 - Repos, farniente 45%
- 2 - Plage, baignade 25%
- 3 - Vélo 25%



### Gironde int. et vignoble

- 1 - Repos, farniente 40%
- 2 - **Découverte de village ... 26%**
- 3 - Vélo 24%





# Résultats détaillés par saison et par nationalité



Printemps



Été



Automne



Hiver



France



Etranger



Gironde



Aquitaine

## Motif du séjour

Personnel	80%	97%	83%	80%	85%	88%	85%	90%
Professionnel	20%	3%	17%	20%	15%	12%	15%	10%

## Durée du séjour

Séjour court	61%	19%	51%	49%	45%	34%	43%	40%
Séjour moyen	27%	29%	32%	36%	32%	28%	31%	33%
Séjour long	12%	52%	17%	16%	23%	38%	26%	28%

Durée moyenne	4,0 j	9,2 j	4,7 j	4,5 j	5,7 j	6,4 j	5,8 j	7,0 j
---------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

## Mode d'hébergement

Marchand	63%	57%	49%	42%	49%	70%	52%	53%
Non marchand	37%	43%	51%	58%	51%	30%	48%	47%

## Mode de transport utilisé pour quitter la région

Voiture / Moto	67%	76%	65%	59%	73%	37%	67%	77%
TGV / Train	9%	7%	15%	20%	14%	7%	13%	9%
Avion	11%	9%	12%	18%	8%	41%	13%	9%
Camping-car	3%	6%	1%	0%	2%	6%	3%	3%
Bus, autocar	8%	2%	5%	2%	3%	6%	4%	2%
Autre	1%	1%	2%	1%	1%	2%	1%	1%

X : Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
 X : Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble

# Résultats détaillés par saison et par nationalité



Printemps



Été



Automne



Hiver



France



Etranger



Gironde



Aquitaine

## Motivation principale de venue en Aquitaine

La mer, l'océan	30%	38%	23%	19%	28%	25%	27%	27%
Famille, amis, rés. second.	10%	10%	14%	26%	17%	8%	16%	14%
Une activité spécifique	10%	4%	20%	9%	10%	10%	10%	8%
La découverte des villes	12%	8%	8%	7%	9%	9%	9%	6%
Le soleil, le climat	6%	10%	4%	4%	6%	9%	6%	7%
Uniquement pour un motif professionnel	6%	1%	9%	8%	6%	3%	6%	4%
La douceur de vivre	6%	4%	5%	4%	5%	4%	4%	6%
Les vignobles, la découverte de la vigne	7%	6%	3%	3%	4%	6%	4%	2%
Le patrimoine culturel	4%	4%	1%	4%	3%	4%	3%	6%
La gastronomie, la restauration	2%	2%	1%	2%	1%	3%	2%	2%
La campagne	1%	4%	1%	3%	2%	7%	2%	4%
Les grands espaces préservés	1%	2%	0%	1%	1%	1%	1%	1%
Les lacs	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
La montagne	0%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	4%
Autre raison	5%	6%	9%	9%	7%	11%	7%	7%

X : Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
 X : Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble

# Résultats détaillés par saison et par nationalité



Printemps



Été



Automne



Hiver



France



Etranger



Gironde



Aquitaine

## Activités pratiquées

Repos, farniente	53%	62%	35%	55%	54%	47%	53%	54%
Plage, baignade	32%	66%	25%	18%	36%	40%	37%	37%
Vélo	33%	46%	32%	28%	35%	38%	35%	36%
Randonnée / promenade	24%	27%	20%	27%	25%	24%	25%	25%
Shopping	21%	23%	21%	22%	22%	22%	22%	20%
Monuments, musées, grottes	23%	29%	18%	14%	19%	31%	21%	24%
Village, cités de caractères	22%	29%	17%	15%	19%	33%	21%	26%
Marchés, brocantes	15%	25%	12%	16%	18%	19%	18%	21%
Sites naturels, espaces protégés	19%	19%	14%	13%	17%	14%	16%	17%
<b>Caves, viticulteurs...</b>	20%	20%	9%	13%	14%	23%	16%	10%
Parcs et jardins	13%	20%	16%	11%	14%	20%	15%	14%
Producteur du terroir	15%	11%	7%	6%	10%	11%	10%	10%
Evènement culturel	9%	5%	8%	9%	8%	6%	8%	7%
Autres activités sportives	4%	6%	15%	4%	7%	7%	7%	5%

X : Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
 X : Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble

Fréquentation touristique en Gironde - 2016

# Résultats détaillés par saison et par nationalité



Printemps



Été



Automne



Hiver



France



Etranger



Gironde



Aquitaine

## Activités pratiquées

Glisse nautique	4%	12%	3%	4%	6%	10%	6%	7%
Plaisance	6%	8%	5%	6%	6%	6%	6%	5%
Evènement, manifestation festive, fêria	5%	7%	3%	2%	5%	3%	4%	6%
Canoë, kayak	1%	7%	3%	1%	3%	6%	3%	5%
Golf	2%	3%	3%	3%	3%	2%	3%	3%
Thalasso, remise en forme	1%	2%	3%	4%	3%	2%	3%	5%
Sites préhistoriques	3%	5%	2%	3%	3%	7%	3%	7%
<b>Parcs à thème, de loisirs...</b>	2%	6%	1%	2%	3%	3%	3%	4%
Stage d'activité spécifique	2%	2%	3%	6%	3%	3%	3%	2%
Evènement sportif	4%	1%	3%	1%	2%	3%	2%	2%
Activités montagne en hiver	1%	1%	0%	2%	1%	1%	1%	3%
Activités montagne	1%	3%	1%	1%	1%	2%	1%	3%
Autres	7%	3%	12%	13%	9%	3%	8%	6%

X : Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
 X : Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble

## Caractéristiques du séjour : ce qu'il faut retenir (1/3)



La préparation du séjour constitue une étape incontournable pour la majorité des touristes (90% pour ceux séjournant dans un hébergement marchand) ; le bouche à oreille fonctionne toujours aussi bien, additionné au rôle central des Offices de Tourisme et autres institutionnels. La réservation du mode **d'hébergement** se déroule via Internet pour les 2/3 des séjours (en hébergements marchands), ce vecteur **s'élève** même aux trois quarts des réservations dans **l'UU** de Bordeaux - soulignons à ce stade le rôle clé du site Booking qui capte une part importante de ces réservations - le téléphone demeure un vecteur significatif (1/4 des réservations), en particulier pour les Français, et hors saison, notamment en automne.

La réalisation du séjour en Gironde répond en premier lieu à des considérations personnelles (85%), particulièrement les vacances /loisirs (la moitié des séjours) mais aussi les visites affinitaires sont à **l'origine d'une** part importante de séjours (38%) en nette progression par rapport à 2009. Les motifs professionnels génèrent donc 15% des séjours en Gironde, soit une évolution positive significative par rapport à 2009. Ces motifs de séjour fluctuent sensiblement selon les saisons : la proportion de séjours affaires est ainsi plus importante de novembre à avril, inversement, elle se réduit en été.

**L'importance** du tourisme affinitaire en Gironde se retrouve dans les éléments déclencheurs du séjour : la famille, les amis, la disponibilité **d'une** résidence secondaire justifient la venue dans le département, même si cet aspect est supplanté par les atouts naturels de la Gironde que sont la mer, **l'océan** qui semblent avoir attiré une part significative de touristes. Au-delà, le soleil, le climat, la douceur de vivre sont autant de facettes attribuées au département qui séduisent.... Soulignons **l'attrait** de la découverte, en particulier des villes à laquelle les touristes de **l'unité** urbaine de Bordeaux semblent attachés. Au-delà, la découverte du territoire, à travers ses villes, ses villages, sa culture est une thématique de séjour auquel sont sensibles la plupart des touristes étrangers.



## Caractéristiques du séjour : ce qu'il faut retenir (2/3)



Les touristes de la Gironde se répartissent entre hébergement marchand (52% des séjours, 50% des nuitées) et hébergement non marchand (en phase avec le poids du tourisme affinitaire). Notons que le tourisme marchand progresse significativement par rapport à 2009 (+9 points en termes de nuitées). **L'hôtel** (20% de séjours) figure en bonne place de ces hébergements marchands suivi par le camping (14%), la location de meublés (9%), ainsi que les résidences de tourisme ; cette hiérarchie est bouleversée lorsque **l'on s'intéresse** aux nuitées générées par chacun des modes **d'hébergement**, le camping (16% des nuitées) devançant **l'hôtel** (13%). Ce relatif équilibre entre hébergement marchand et non marchand **n'est** pas homogène sur le territoire départemental : ainsi si **l'hébergement** marchand est particulièrement majoritaire sur le littoral médocain (75% des nuitées), le phénomène **s'inverse** pour la Gironde intérieure où 71% des nuitées sont passées dans un hébergement non marchand. Dans le même esprit, les clientèles étrangères optent plus fréquemment pour un hébergement marchand (63% des nuitées), **l'hiver**, le recours à **l'hébergement** non marchand est plus systématique.

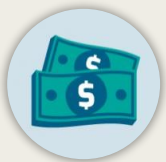
Au final, la durée du séjour en Gironde **s'établit** à 6 jours, durée en légère progression par rapport à 2009 mais qui est à moduler en fonction de la saison (logiquement, les séjours **s'étirent** en été : 9 jours), **l'origine** (les étrangers séjournent plus longtemps), enfin suivant le mode **d'hébergement** (de 3,7 jours en hôtel à 7,3 jours en camping). De la même manière, on séjourne plus longtemps sur le littoral (en particulier, sur le littoral médocain, 7,7 jours), par rapport aux zones intérieures (4,5 jours en moyenne dans **l'UU** de Bordeaux).

## Caractéristiques du séjour : ce qu'il faut retenir (3/3)



Les touristes de Gironde sont actifs pendant leur séjour même si le repos, farniente est revendiqué par plus de la moitié, en particulier **l'été**, dans le cadre de longs séjours, en famille avec enfants. La plage, baignade, la pratique du vélo sont des activités phares du séjour girondin. Au-delà, la découverte du territoire à travers les villages, cités de caractère, la visite des musées, grottes remportent les suffrages auprès des publics étrangers, en particulier, Belges, Britanniques....

En termes **d'accès** au département, les modes personnels restent majoritaires en particulier pour le public français, mais les modes collectifs, train et avion sont en nette progression par rapport à 2009, et détiennent désormais une part de marché significative (13 %). 1ère bénéficiaire de cette offre de transport, **l'unité** urbaine de Bordeaux où train et avion captent respectivement 17% et 19% des touristes. Logiquement, le recours aux différents modes de transport pour accéder, **s'éloigner** du département varie, selon **l'origine** (Français / étrangers), et selon le bassin de séjour (**l'offre** de transport étant particulièrement hétérogène et influant sur les pratiques).



Dépenses du séjour *(hors dépenses de transport pour venir en Aquitaine)*

1,8 milliard **d'euros de retombées**  
économiques directes injectées dans  
le département



## Les dépenses par poste

Dépenses / jour / pers

 Rappel région → 53,7€ par jour et personne

Hébergement 33% 18,9 €

Achats alimentaires 17% 9,7 €

Restauration 22% 12,4 €

Loisirs 7% 3,7 €

Achats de biens durables 10% 5,5 €

Transport au sein de la région 11% 6,4 €

Poste de dépense  
% **dans l'ensemble des** dépenses



Hôtel	121,5€
Motif professionnel	101,5€
Courts séjours	78,8€
Autre héb. marchand	73,7€
Autre groupe	71,6€
Entre amis	69,3€
En couple	68,1€
Seul	65,2€
Sans enfant	64,1€
Primo visiteur	62,8€
Étrangers	62,5€
Moyens séjours	61,4€
CSP+	60,7€
Autre motif personnel	59,4€
Vacances / loisirs	58,5€

X : Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
X : Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble

CSP-	56,2€
Français	55,3€
Autres inactifs	53,0€
Famille avec amis	51,3€
Camping	50,7€
Longs séjours	48,7€
Avec enfant	47,7€
En famille	46,7€
Visite famille / amis	39,9€
Héb. non marchand	35,1€

Une dépense/j/pers hétérogène...  
 ...par hébergement : 35€ en non marchand  
 ...selon l'origine : 105€ pour les Américains et  
 Canadiens



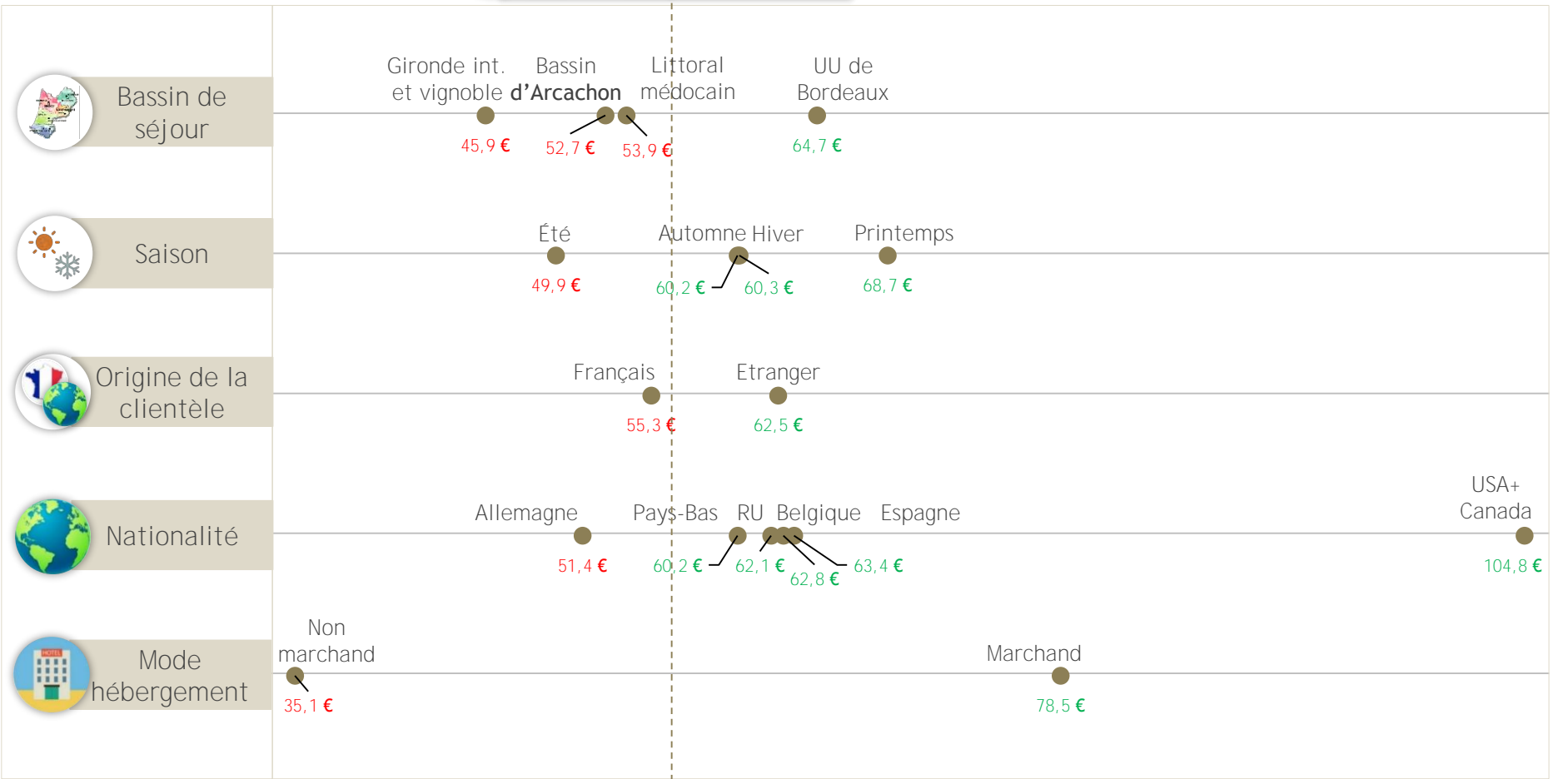
# Les dépenses



Dépense totale par  
 jour par personne  
 56,6 €



Rappel région → 53,7€ par jour et personne





Un budget du séjour hétérogène qui oppose l'été et les autres saisons du séjour, intérieur et littoral ...



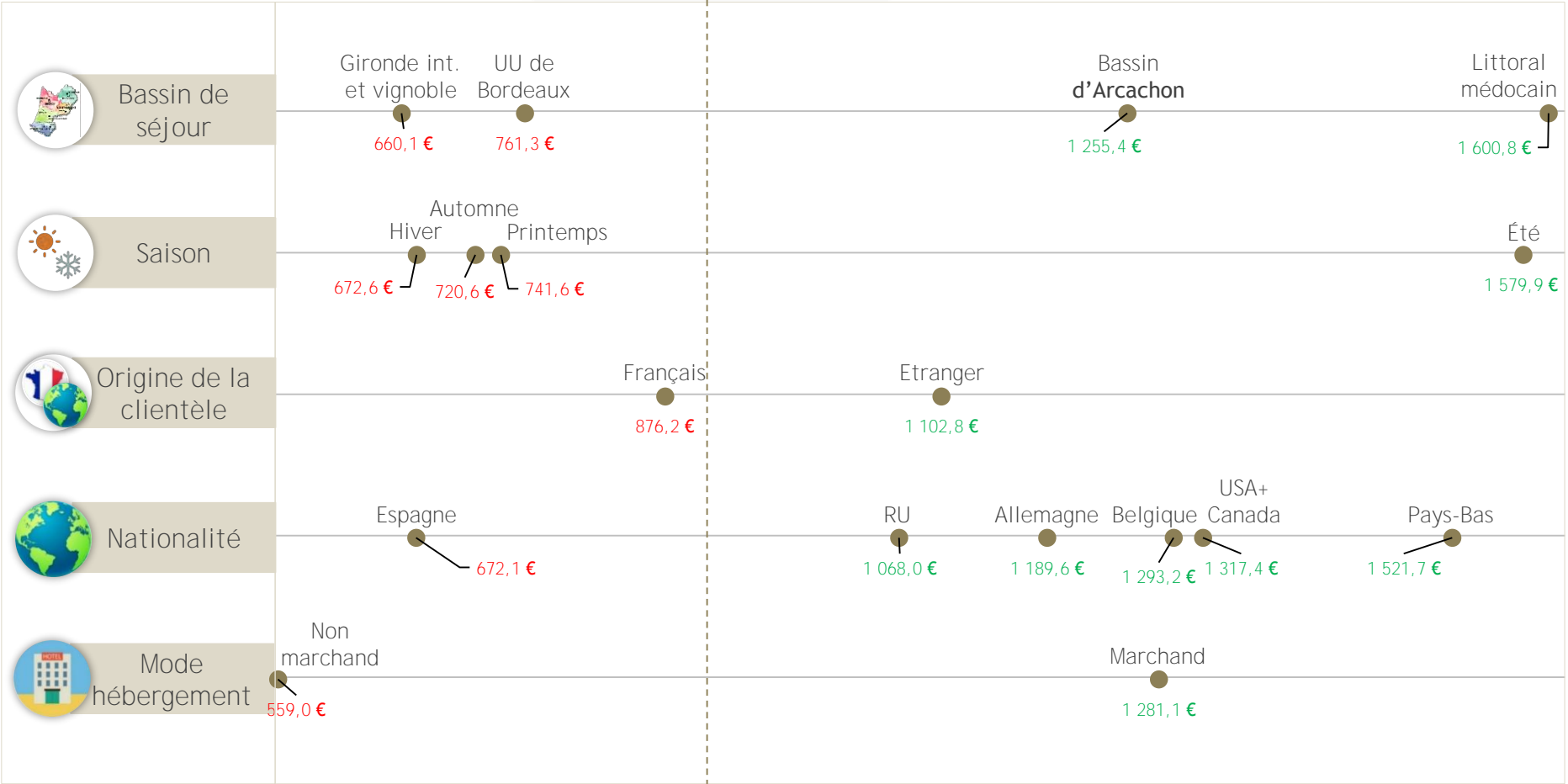
Les dépenses



Budget moyen  
du séjour  
913 €



Rappel région → Budget moyen de 1 008€

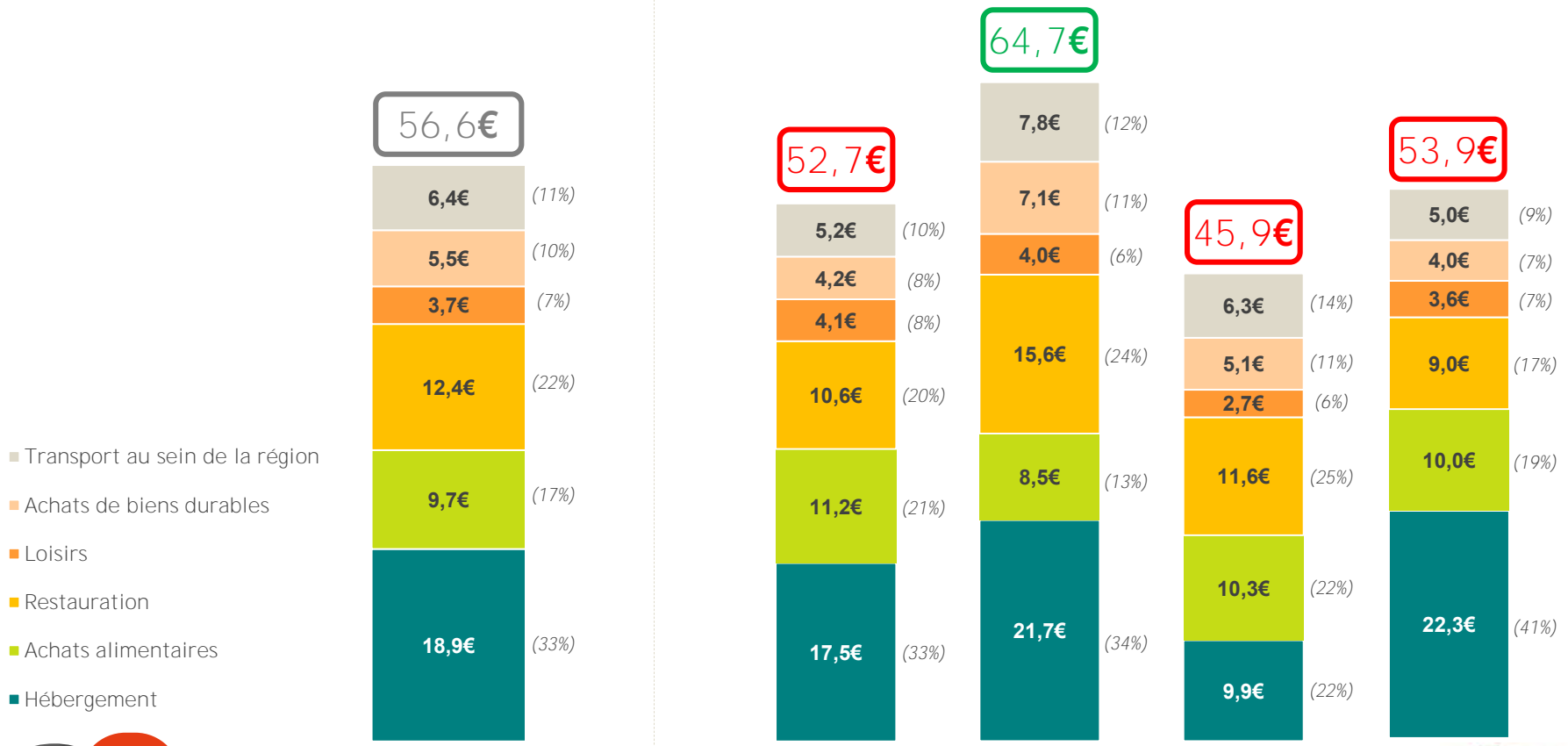


Des dépenses proches sur les bassins  
**du littoral, l'unité urbaine de**  
 Bordeaux se démarque avec une  
 dépense supérieure



### Les dépenses selon le bassin

Dépenses / jour / pers



- Transport au sein de la région
- Achats de biens durables
- Loisirs
- Restauration
- Achats alimentaires
- Hébergement

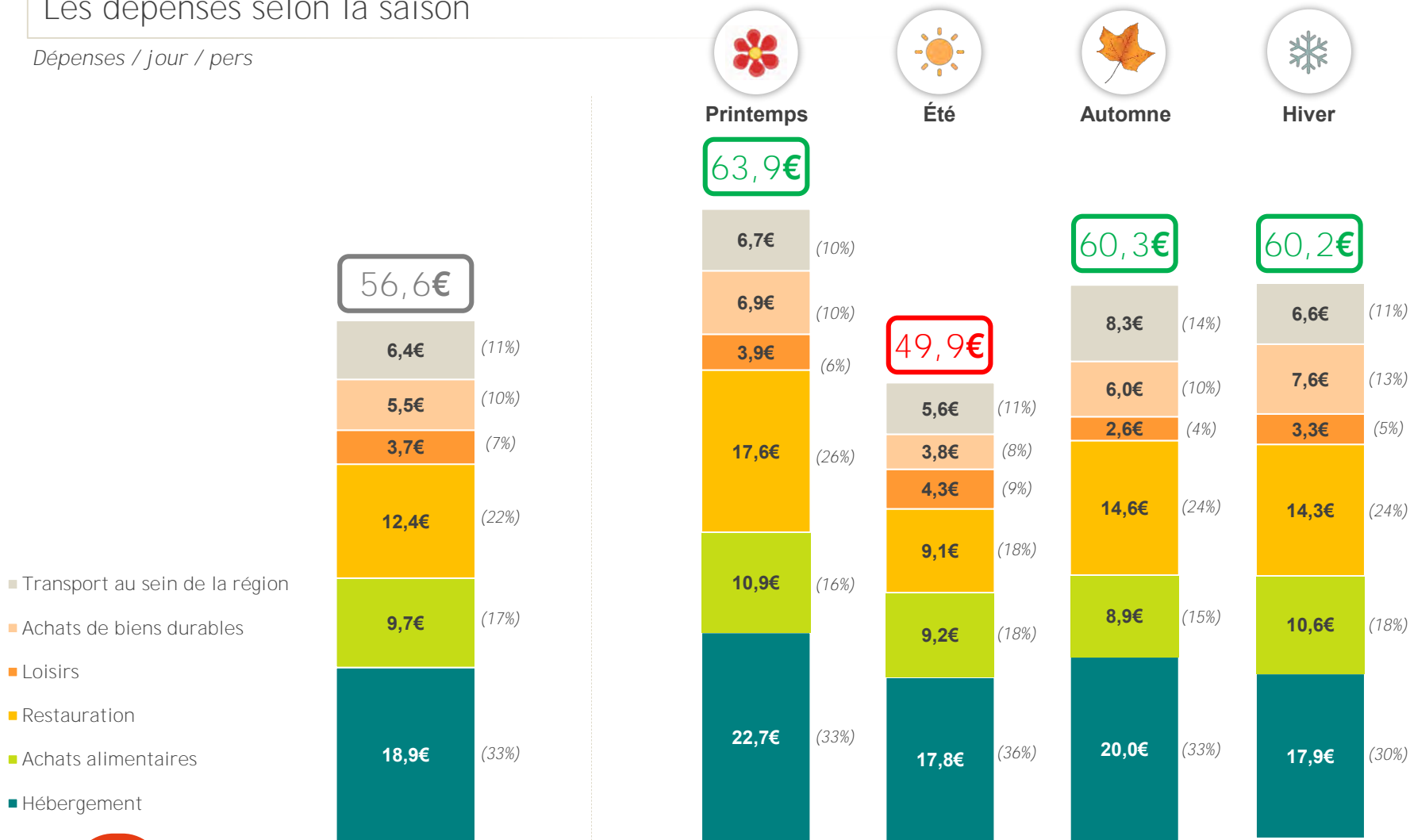
X : Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
 X : Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble

Une dépense unitaire plus faible en été en phase avec l'allongement de la durée de séjour



## Les dépenses selon la saison

Dépenses / jour / pers



X : Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
 X : Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble

Fréquentation touristique en Gironde - 2016

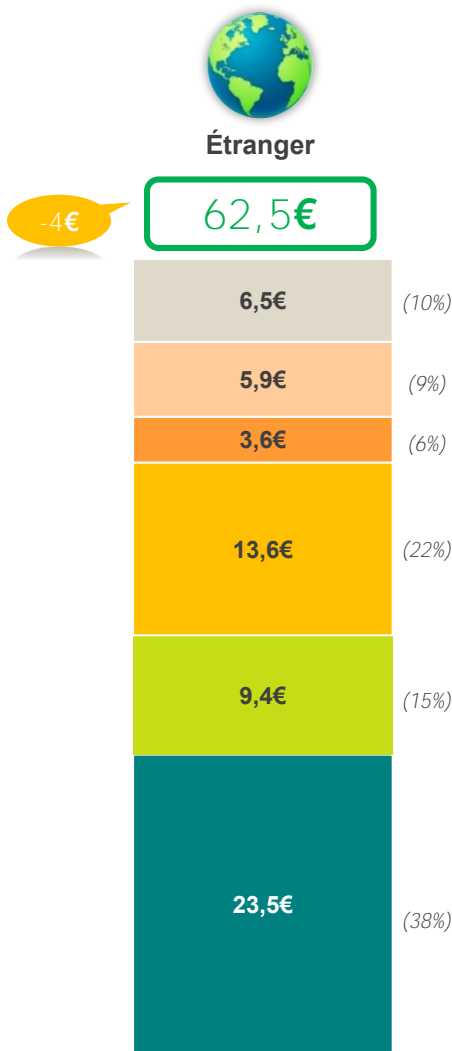
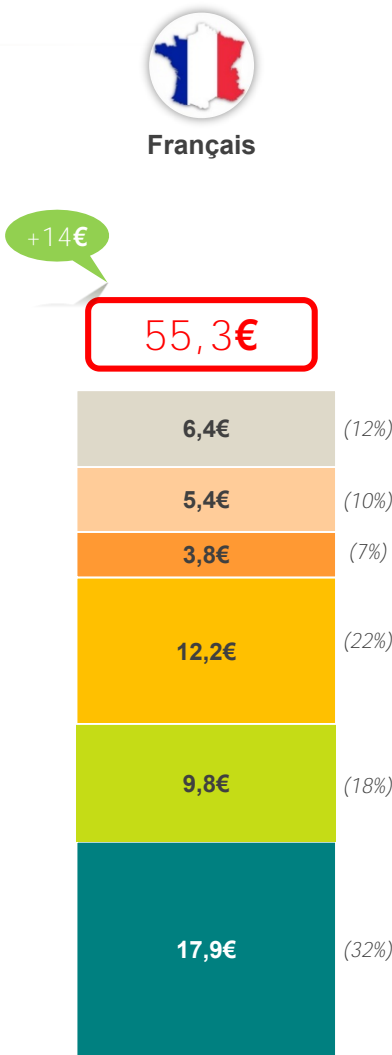
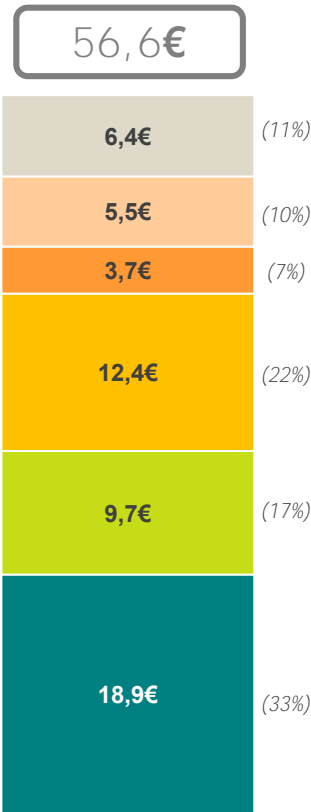
Une dépense unitaire supérieure pour les clientèles étrangères



## Les dépenses selon l'origine géographique

Dépenses / jour / pers

- Transport au sein de la région
- Achats de biens durables
- Loisirs
- Restauration
- Achats alimentaires
- Hébergement



X : Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
 X : Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble

Fréquentation touristique en Gironde - 2016

Evolution  
par rapport à 2009



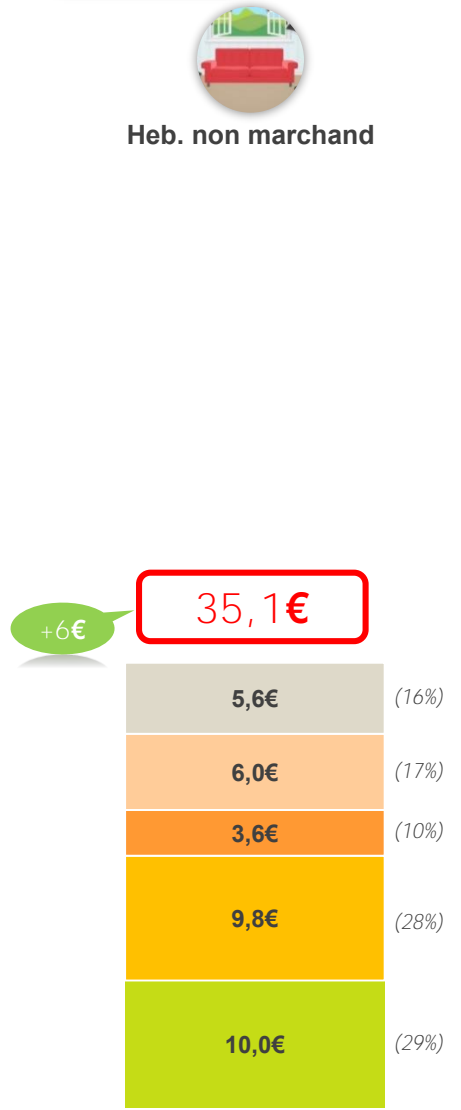
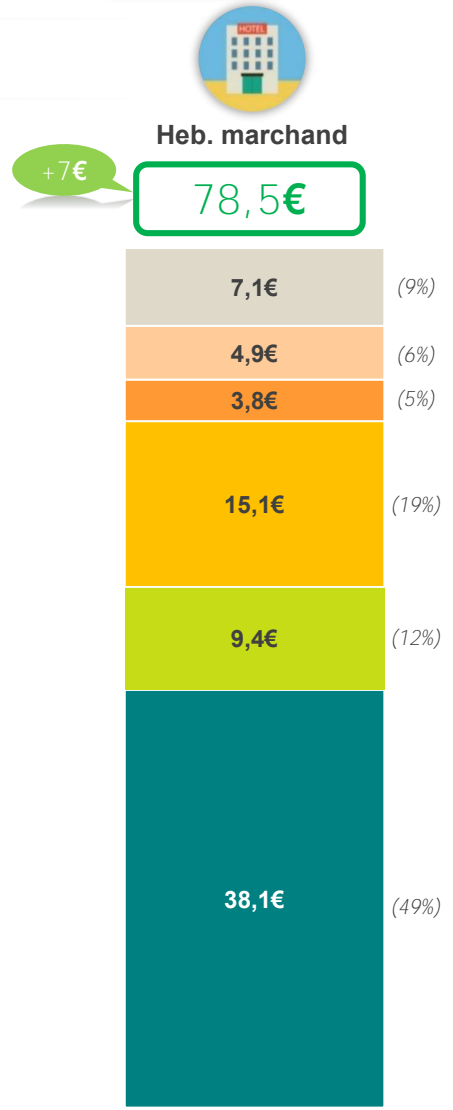
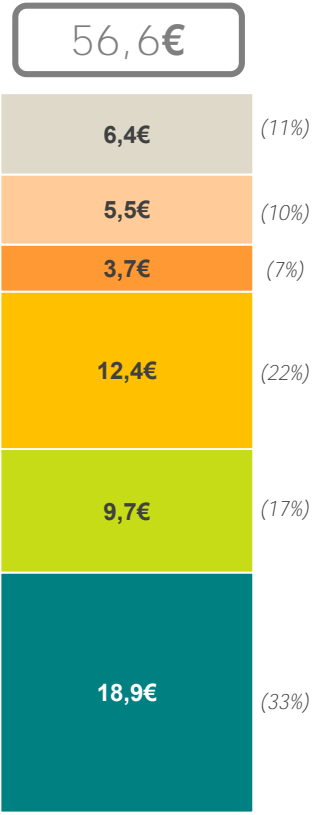
Une dépense qui augmente logiquement pour les séjours en hébergement marchand, ce poste alimentant un tiers de la dépense totale



# Les dépenses selon le mode d'hébergement

Dépenses / jour / pers

- Transport au sein de la région
- Achats de biens durables
- Loisirs
- Restauration
- Achats alimentaires
- Hébergement



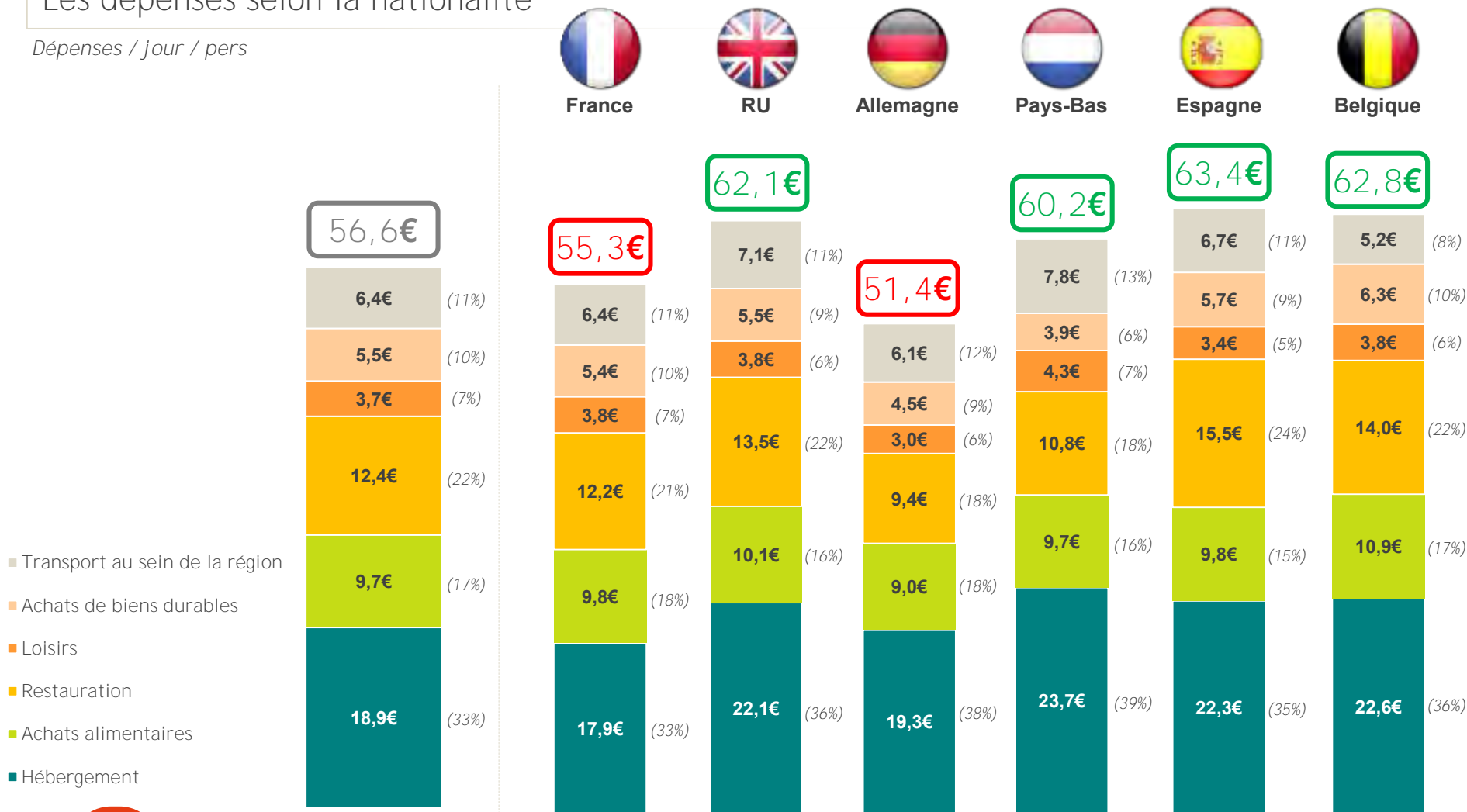


# Des dépenses qui fluctuent selon l'origine des clientèles, les Espagnols et les Belges affichant la plus forte dépense



## Les dépenses selon la nationalité

Dépenses / jour / pers



X : Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
X : Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble

Près de la moitié des recettes touristiques du département générée **dans l'UU** de Bordeaux



# Les retombées économiques

Rappel région → 5,1 milliards de retombées économiques pour la région dont 36% en Gironde

■ Transport au sein de la région

0,2 Milliard €

■ Achats de biens durables

0,2 Milliard €

0,1 Milliard €

■ Loisirs

0,4 Milliard €

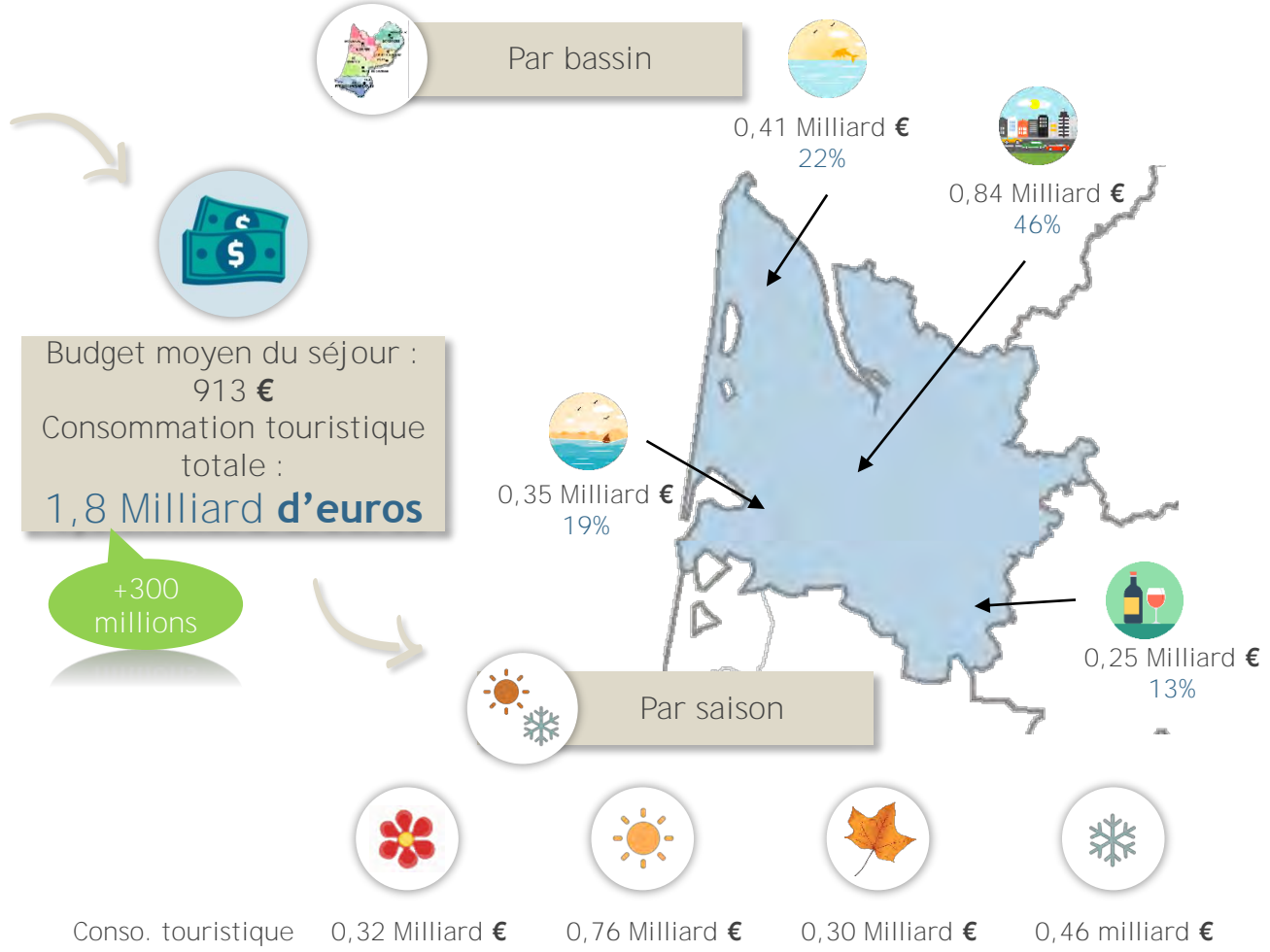
■ Restauration

0,3 Milliard €

■ Achats alimentaires

0,6 Milliard €

■ Hébergement



## Dépenses du séjour : ce qu'il faut retenir



Un touriste girondin dépense par jour 56,6 €, soit une dépense unitaire journalière en nette évolution par rapport à 2009. Le poste hébergement reste au final la source de dépense la plus élevée (33%), suivi par la restauration (22%), et son corollaire, les achats alimentaires (17%). Logiquement on observe de fortes fluctuations de cette dépense selon :

- Le bassin de séjour : sensiblement plus élevée dans **l'unité** urbaine de Bordeaux, elle est plus faible en Gironde intérieure et vignoble, en phase avec la proportion **d'hébergement** non marchand particulièrement élevée sur ce bassin.
- La saison : plus forte au printemps, elle faiblit **l'été** (en phase avec **l'allongement** de la durée des séjours).
- **L'origine** de la clientèle : 7 € séparent la dépense unitaire journalière des Français (55,3€) et des étrangers (62,5 €). Parmi eux, les Américains du Nord tirent la dépense vers le haut, inversement, celle des Allemands se situe à un niveau bien plus bas.
- Le type **d'hébergement** retenu : logiquement, le touriste en hébergement marchand génère une dépense bien supérieure (78,5 € versus 35,1 € en hébergement non marchand).

Au final, ces clientèles aux budgets quotidiens très disparates contribuent différemment à **l'économie** touristique locale.

Le tourisme en Gironde génère sur une année près de 2 milliards **d'euros**, soit une progression significative par rapport à 2009 (+ 300 Millions). Ces retombées économiques sont plus élevées pour **l'unité** urbaine de Bordeaux et concentrées sur **l'été** (42%).

# Fidélité et satisfaction



Fidélité

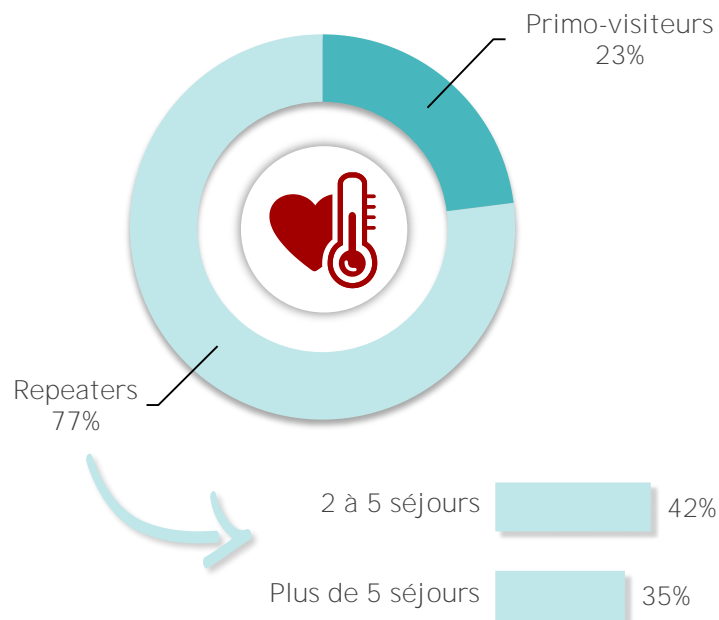


Satisfaction

Près de 80% des touristes de Gironde ont déjà séjourné en Aquitaine



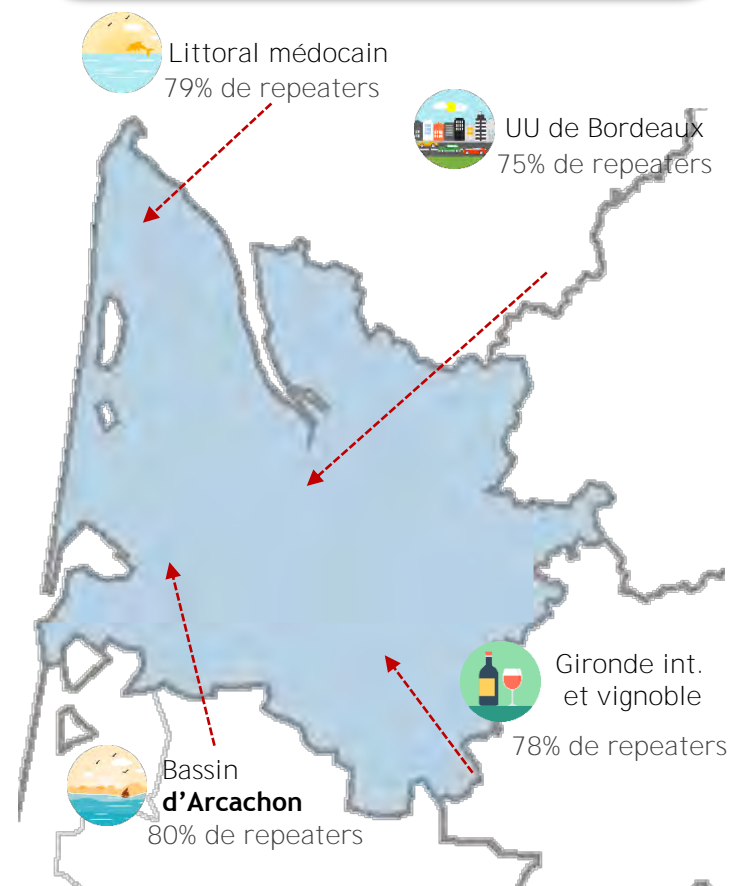
## Le nombre de séjours en Aquitaine (fidélité)



	Été	29% des primo-visiteurs
	Étrangers	45% de primo-visiteurs



Rappel région → 80% de repeaters et 20% de primo-visiteurs



Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble



Le nombre de séjours en Aquitaine varie selon les données personnelles, les caractéristiques du séjour...



Le nombre de séjours en Aquitaine

Différence significative positive à 1% observée par rapport à l'ensemble  
Différence significative négative à 1% observée par rapport à l'ensemble



Étrangers	45%
Autre héb. Marchand	34%
Vacances, loisirs	30%
Été	29%
En couple	28%
Hôtel	28%
Intra-régionaux	25%
Sans enfant	25%
Motif pro	25%
Camping	25%
CSP+	25%

Primo-visiteurs  
23%

Famille	21%
Avec enfants	21%
Long séjour	20%
Printemps	20%
Autre inactif	20%
France	19%
Hiver	19%
Famille avec amis	17%
Héb. non marchand	17%
Visite famille, amis	16%

Famille avec amis	61%
Automne	51%
Camping	49%
Motif pro	48%
Hôtel	47%
Intra-régionaux	47%
CSP-	46%

De 2 à 5 séjours  
42%

Été	40%
Famille	40%
Héb. non marchand	40%
Autre héb. Marchand	39%
Vacances, loisirs	39%
Autre inactif	39%
Hiver	38%
Étrangers	37%

Héb. non marchand	43%
Hiver	43%
Visite famille, amis	42%
Autre inactif	41%
Long séjour	39%
Famille	39%
Avec enfants	38%
France	37%

Plus de 5 séjours  
35%

Vacances, loisirs	32%
Sans enfant	31%
Été	31%
En couple	30%
Intra-régionaux	29%
CSP-	29%
Autre héb. Marchand	28%
Motif pro	27%
Automne	26%
Camping	26%
Hôtel	25%
Famille avec amis	23%
Étrangers	18%

Visite famille, amis	84%
Héb. non marchand	83%
Famille avec amis	83%
Hiver	81%
France	81%
Autre inactif	80%
Long séjour	80%
Printemps	80%
Famille	79%
Avec enfants	79%

Repeaters  
77%

CSP+	75%
Sans enfant	75%
Intra-régionaux	75%
Motif pro	75%
Camping	75%
En couple	72%
Hôtel	72%
Été	71%
Vacances, loisirs	70%
Autre héb. Marchand	66%
Étrangers	55%

Des touristes très satisfaits,  
qui manifestent un grand  
enthousiasme

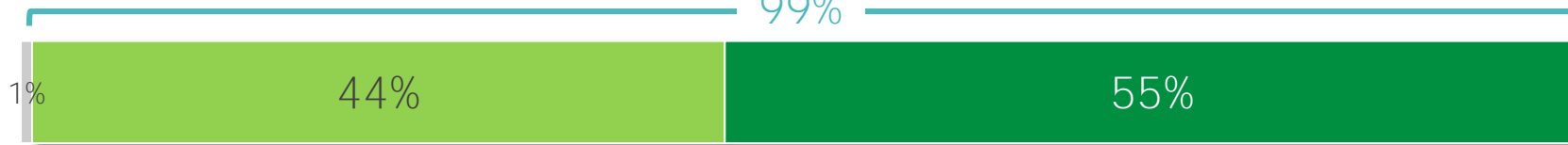


## La satisfaction globale

Globalement, par rapport à votre séjour, vous êtes...



99%



Pas du tout satisfait

Peu satisfait

Satisfait

Très satisfait

% de très satisfait

+++

% de très satisfait

---

Visite famille, amis → 66%

Héb. non marchand → 65%

Étrangers → 62%

Automne → 61%

CSP- → 50%

Vacances, loisirs → 49%

Été → 48%

Autre héb. Marchand → 46%

Motif pro → 45%

Hôtel → 44%

Camping → 43%

Forte satisfaction sur la plupart des critères.  
**Les thèmes relatifs à l'accueil bien évalués**  
 (accueil dans les lieux de visite, accueil dans les OT...)



## La satisfaction

Pas du tout satisfait

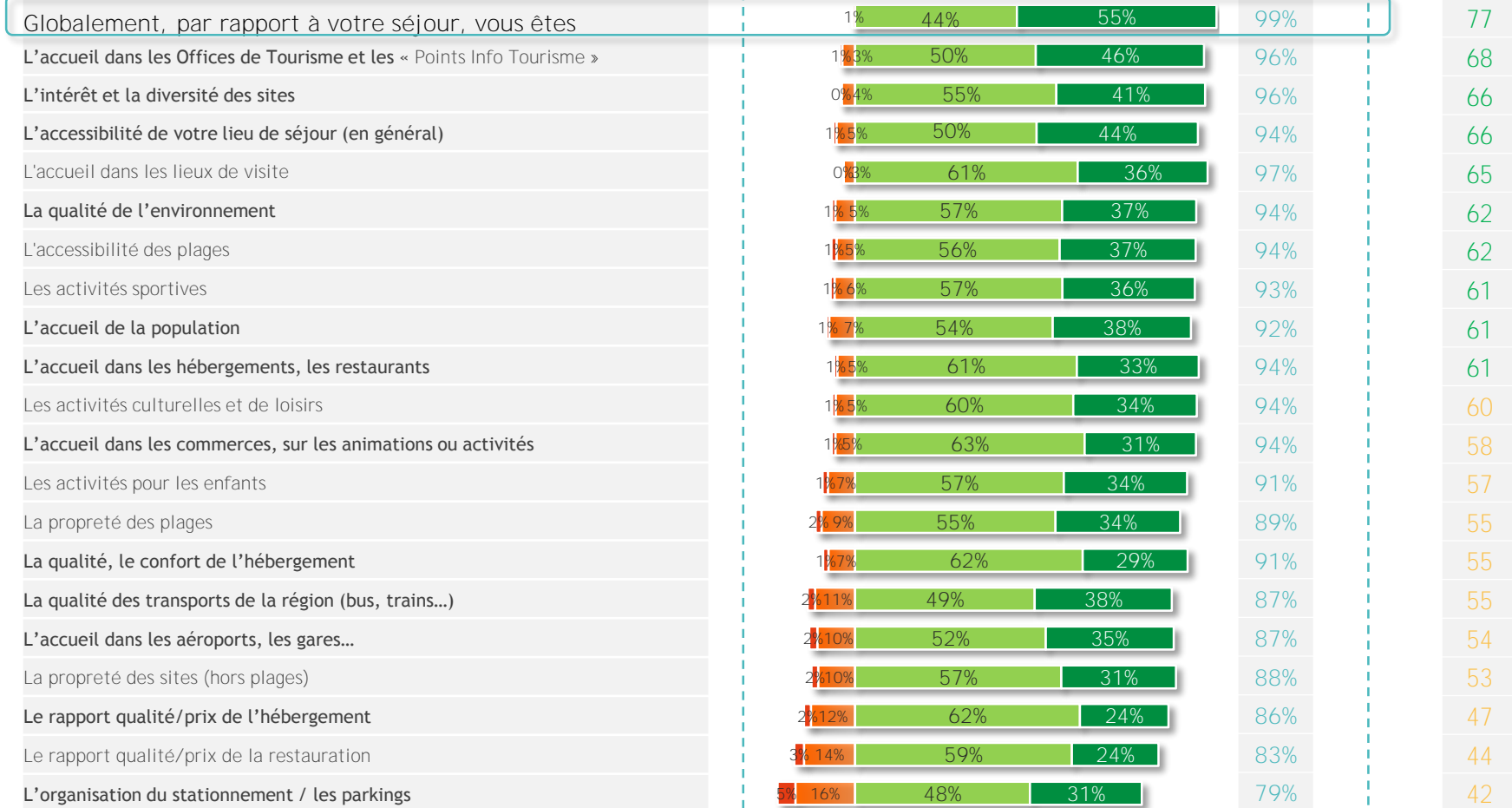
Peu satisfait

Satisfait

Très satisfait

Sous-total  
Satisfaits

Indice\*



\* Calcul de l'indice : (% très satisfait + 1/2 % satisfait - 1/2 % peu satisfait - % pas du tout satisfait)

Interprétation de l'indice : Exemple de norme : + de 60 -> Excellent, de 30 à 60 -> Assez bon, - de 30 -> Mauvais

\*\* Uniquement pour les hébergements marchands

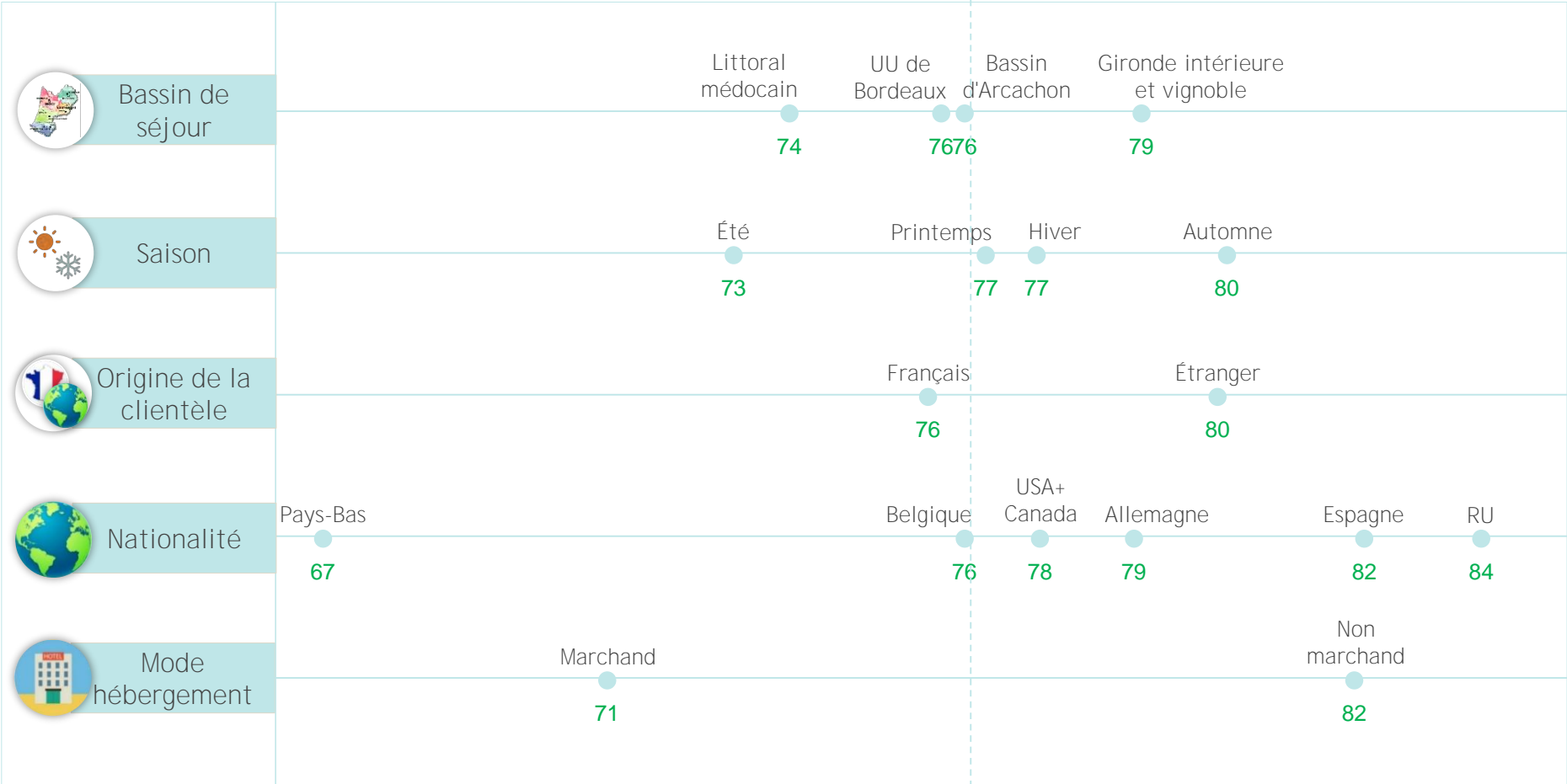
Bien que toujours positifs, des avis plus nuancés chez les Néerlandais, **à l'inverse des Espagnols et des Britanniques**, les plus enthousiastes



La satisfaction



Indice de satisfaction global : 77



\* Calcul de l'indice : (% très satisfait + 1/2 % satisfait - 1/2 % peu satisfait - % pas du tout satisfait)  
Interprétation de l'indice : Exemple de norme : + de 60 -> Excellent, de 30 à 60 -> Assez bon, - de 30 -> Mauvais

# L'analyse de la satisfaction



Une méthode statistique permet de hiérarchiser **l'ensemble** des critères de satisfaction et **d'établir** les priorités **d'investissements** pour optimiser la qualité de service proposée : il s'agit de **l'analyse** de contribution.

**L'analyse** de la contribution est une technique statistique qui permet de comprendre comment se construit la satisfaction globale du visiteur. Les critères de satisfaction sont hiérarchisés en fonction de **l'intensité** de la liaison entre la satisfaction globale et **l'ensemble** des critères jugés. Il en résulte un mapping sur lequel sont placés chacun des items de satisfaction.

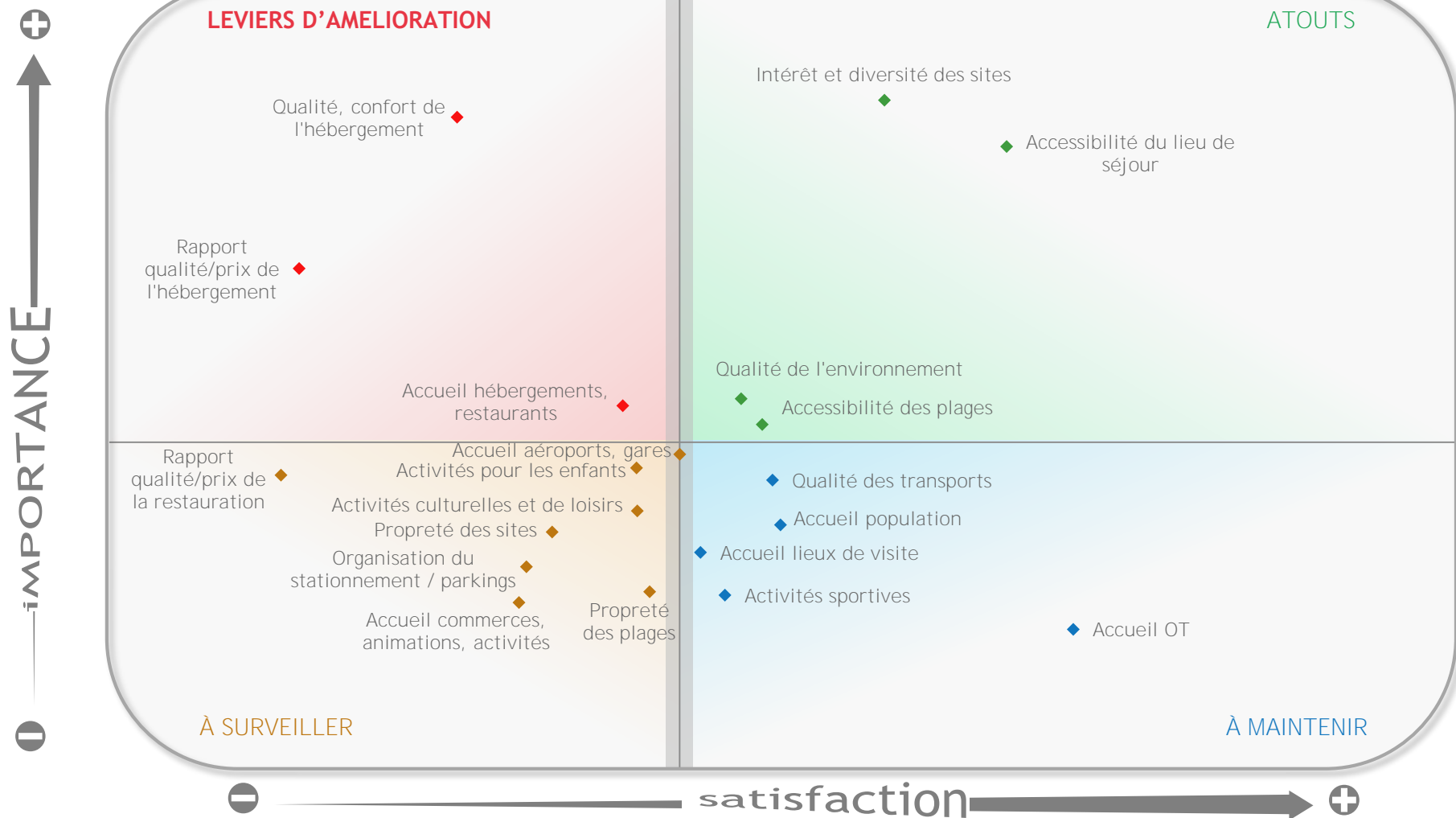
La représentation graphique sous forme de mapping permet de positionner les critères en fonction de leur **contribution** et du **niveau de satisfaction** qu'ils obtiennent. La proportion de « très satisfait » de chaque item est reportée sur **l'axe** des abscisses tandis que **l'indicateur** de contribution (ou importance) est reportée sur **l'axe** des ordonnées ; le croisement des deux axes en leurs moyennes respectives divise le mapping en quatre parties.





# Bilan et axes d'amélioration

## Ensemble des clientèles / année



Une satisfaction qui reste élevée pour  
**l'ensemble des saisons : néanmoins**, la  
saison automnale se détache légèrement



## Les indices de satisfaction selon la saison



	Ensemble	Printemps	Été	Automne	Hiver
Globalement, par rapport à votre séjour, vous êtes	77	77	73	80	77
L'accueil dans les Offices de Tourisme et les « Points Info Tourisme »	68	62	68	79	65
L'intérêt et la diversité des sites	66	65	63	74	66
L'accessibilité de votre lieu de séjour (en général)	66	65	61	76	65
L'accueil dans les lieux de visite	65	63	61	72	65
La qualité de l'environnement	62	63	61	64	59
L'accessibilité des plages	62	63	57	67	62
Les activités sportives	61	63	59	63	60
L'accueil de la population	61	64	57	64	60
L'accueil dans les hébergements, les restaurants	61	60	56	69	61
Les activités culturelles et de loisirs	60	60	55	70	60
L'accueil dans les commerces, sur les animations ou activités	58	56	55	64	62
Les activités pour les enfants	57	55	52	69	58
La propreté des plages	55	57	55	55	55
La qualité, le confort de l'hébergement**	55	53	54	57	56
La qualité des transports de la région (bus, trains...)	55	52	51	62	56
L'accueil dans les aéroports, les gares...	54	49	51	66	52
La propreté des sites (hors plages)	53	50	52	55	56
Le rapport qualité/prix de l'hébergement**	47	45	46	43	54
Le rapport qualité/prix de la restauration	44	50	35	50	44
L'organisation du stationnement / les parkings	42	46	35	44	43

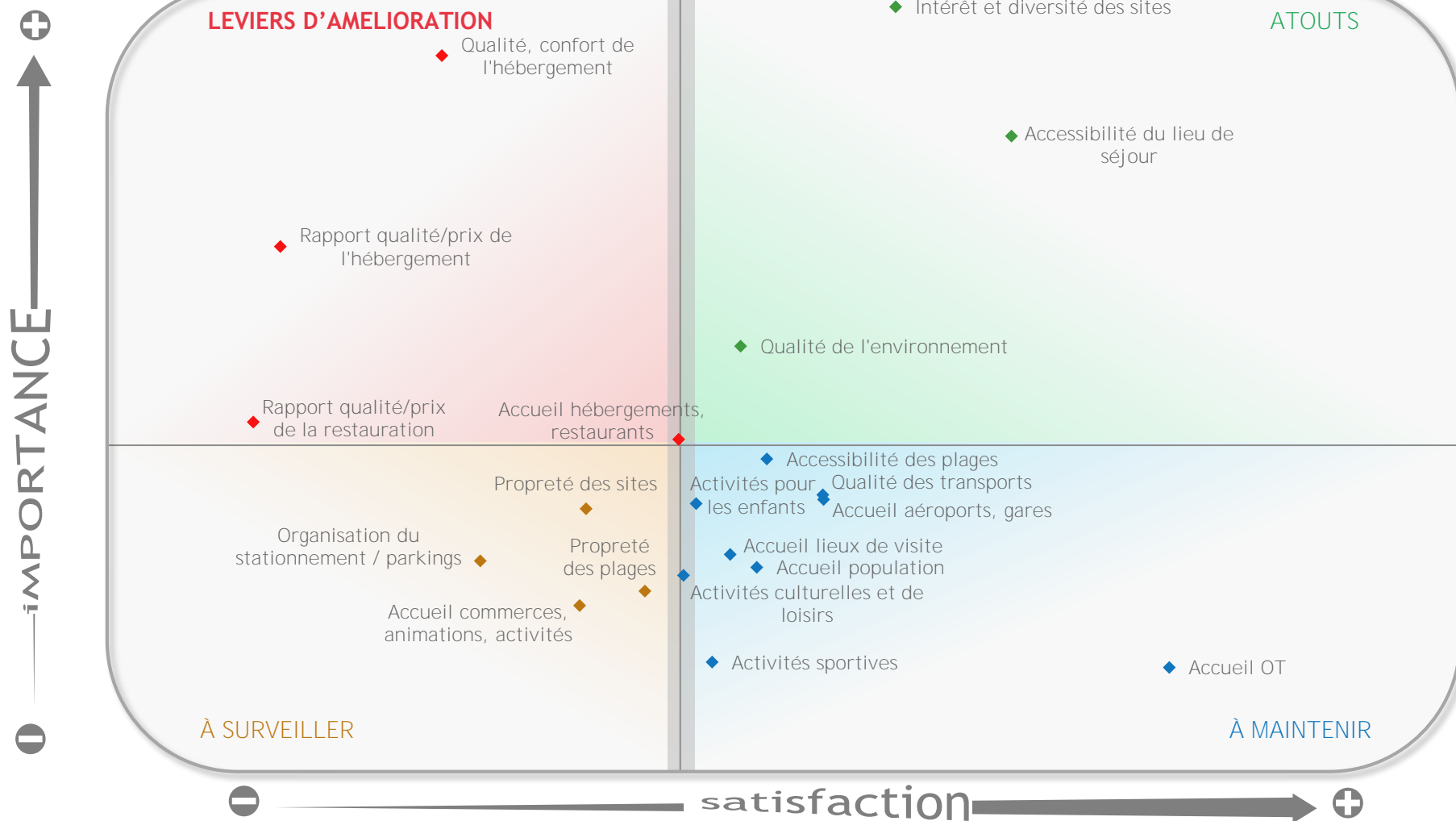
\* Calcul de l'indice : (% très satisfait + 1/2 % satisfait - 1/2 % peu satisfait - % pas du tout satisfait)

Interprétation de l'indice : Exemple de norme : + de 60 -> Excellent, de 30 à 60 -> Assez bon, - de 30 -> Mauvais

\*\* Uniquement pour les hébergements marchands

# Bilan et axes d'amélioration

## Focus sur la saison (mai à octobre)



# Des Français plus critiques sur la quasi-totalité des dimensions mesurées



## Les indices de satisfaction selon l'origine géographique des clientèles



Ensemble

Français

Étranger

Globalement, par rapport à votre séjour, vous êtes	77	76	80
L'accueil dans les Offices de Tourisme et les « Points Info Tourisme »	68	65	74
L'intérêt et la diversité des sites	66	40	74
L'accessibilité de votre lieu de séjour (en général)	66	53	68
L'accueil dans les lieux de visite	65	61	68
La qualité de l'environnement	62	60	64
L'accessibilité des plages	62	67	64
Les activités sportives	61	60	65
L'accueil de la population	61	57	67
L'accueil dans les hébergements, les restaurants	61	64	64
Les activités culturelles et de loisirs	60	53	67
L'accueil dans les commerces, sur les animations ou activités	58	65	63
Les activités pour les enfants	57	61	57
La propreté des plages	55	54	64
La qualité, le confort de l'hébergement**	55	54	57
La qualité des transports de la région (bus, trains...)	55	60	62
L'accueil dans les aéroports, les gares...	54	59	56
La propreté des sites (hors plages)	53	57	49
Le rapport qualité/prix de l'hébergement**	47	54	50
Le rapport qualité/prix de la restauration	44	46	40
L'organisation du stationnement / les parkings	42	45	50

\* Calcul de l'indice : (% très satisfait + 1/2 % satisfait - 1/2 % peu satisfait - % pas du tout satisfait)

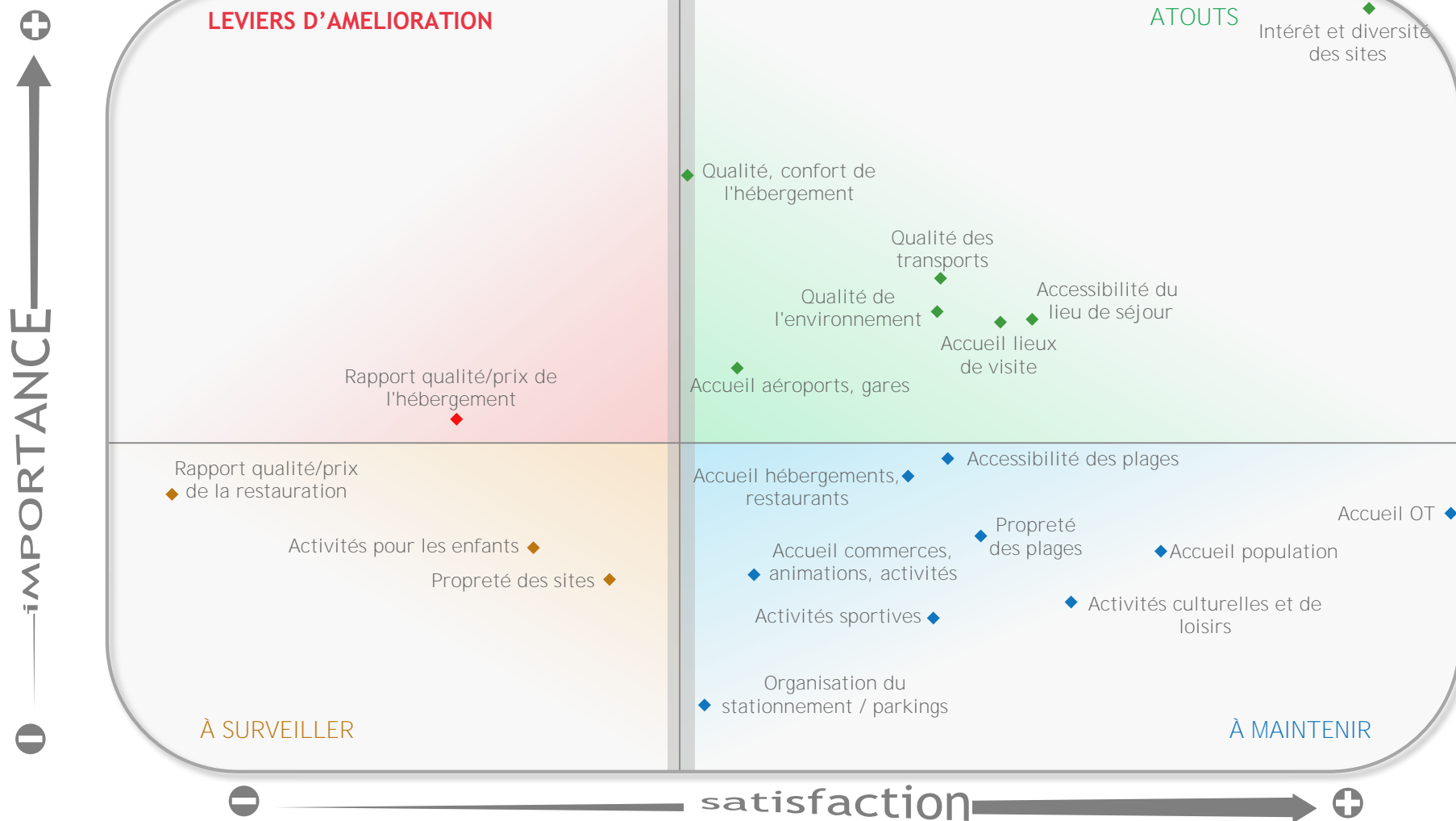
Interprétation de l'indice : Exemple de norme : + de 60 -> Excellent, de 30 à 60 -> Assez bon, - de 30 -> Mauvais

\*\* Uniquement pour les hébergements marchands

Fréquentation touristique en Gironde - 2016

# Bilan et axes d'amélioration

## Étrangers





Une satisfaction globale supérieure en hébergement non marchand. Des différences **notables sur certains critères : l'intérêt et la diversité des sites, l'accueil dans les lieux de visite...**



## Les indices de satisfaction selon le mode d'hébergement



	Ensemble	Heb. marchand	Heb. non marchand
Globalement, par rapport à votre séjour, vous êtes	77	71	82
L'accueil dans les Offices de Tourisme et les « Points Info Tourisme »	68	67	71
L'intérêt et la diversité des sites	66	63	70
L'accessibilité de votre lieu de séjour (en général)	66	60	71
L'accueil dans les lieux de visite	65	62	67
La qualité de l'environnement	62	59	64
L'accessibilité des plages	62	61	62
Les activités sportives	61	61	61
L'accueil de la population	61	58	63
L'accueil dans les hébergements, les restaurants	61	59	62
Les activités culturelles et de loisirs	60	59	61
L'accueil dans les commerces, sur les animations ou activités	58	57	60
Les activités pour les enfants	57	56	58
La propreté des plages	55	57	54
La qualité, le confort de l'hébergement**	55	55	
La qualité des transports de la région (bus, trains...)	55	54	55
L'accueil dans les aéroports, les gares...	54	53	55
La propreté des sites (hors plages)	53	54	52
Le rapport qualité/prix de l'hébergement**	47	47	
Le rapport qualité/prix de la restauration	44	41	47
L'organisation du stationnement / les parkings	42	42	41

\* Calcul de l'indice : (% très satisfait + 1/2 % satisfait - 1/2 % peu satisfait - % pas du tout satisfait)

Interprétation de l'indice : Exemple de norme : + de 60 -> Excellent, de 30 à 60 -> Assez bon, - de 30 -> Mauvais

\*\* Uniquement pour les hébergements marchands

# Des Britanniques et Espagnols ravis de leur séjour ... des Néerlandais globalement plus critiques



## Les indices de satisfaction selon la nationalité



	Ensemble	France	RU	Allemagne	Pays-Bas	Espagne	Belgique
Globalement, par rapport à votre séjour, vous êtes	77	76	84	79	67	82	76
L'accueil dans les Offices de Tourisme et les « Points Info Tourisme »	68	67	79	81	59	79	69
L'intérêt et la diversité des sites	66	65	80	79	56	79	67
L'accessibilité de votre lieu de séjour (en général)	66	65	72	57	65	76	77
L'accueil dans les lieux de visite	65	64	74	75	53	66	58
La qualité de l'environnement	62	61	71	44	66	80	67
L'accessibilité des plages	62	61	72	68	61	63	46
Les activités sportives	61	60	69	69	63	71	55
L'accueil de la population	61	60	76	69	50	68	56
L'accueil dans les hébergements, les restaurants	61	60	70	64	49	67	52
Les activités culturelles et de loisirs	60	59	67	72	58	75	55
L'accueil dans les commerces, sur les animations ou activités	58	57	70	65	48	61	61
Les activités pour les enfants	57	57	49	57	45	62	47
La propreté des plages	55	54	71	63	66	62	52
La qualité, le confort de l'hébergement**	55	54	66	52	60	63	62
La qualité des transports de la région (bus, trains...)	55	53	69	55	41	64	56
L'accueil dans les aéroports, les gares...	54	53	58	76	44	70	30
La propreté des sites (hors plages)	53	54	67	23	38	68	60
Le rapport qualité/prix de l'hébergement**	47	46	59	50	51	51	57
Le rapport qualité/prix de la restauration	44	45	56	25	31	45	44
L'organisation du stationnement / les parkings	42	40	69	26	42	70	63

\* Calcul de l'indice : (% très satisfait + 1/2 % satisfait - 1/2 % peu satisfait - % pas du tout satisfait)





Interprétation de l'indice : Exemple de norme : + de 60 -> Excellent, de 30 à 60 -> Assez bon, - de 30 -> Mauvais

\*\* Uniquement pour les hébergements marchands

Des niveaux de satisfaction proches sur les différents bassins. Accessibilité, hébergement et OT sur la Gironde int. recueillent les meilleurs avis



## Les indices de satisfaction selon le bassin

	Ensemble	 Bassin d'Arcachon	 UU de Bordeaux	 Gironde int. et vignoble	 Littoral médocain
Globalement, par rapport à votre séjour, vous êtes	77	76	76	80	73
L'accueil dans les Offices de Tourisme et les « Points Info Tourisme »	68	66	66	79	66
L'intérêt et la diversité des sites	66	65	66	73	59
L'accessibilité de votre lieu de séjour (en général)	66	62	67	72	60
L'accueil dans les lieux de visite	65	64	64	68	62
La qualité de l'environnement	62	65	60	63	61
L'accessibilité des plages	62	64	58	61	66
Les activités sportives	61	62	60	59	63
L'accueil de la population	61	59	60	65	59
L'accueil dans les hébergements, les restaurants	61	62	59	67	57
Les activités culturelles et de loisirs	60	60	62	61	53
L'accueil dans les commerces, sur les animations ou activités	58	59	58	63	55
Les activités pour les enfants	57	55	59	58	53
La propreté des plages	55	59	55	51	54
La qualité, le confort de l'hébergement**	55	54	55	61	53
La qualité des transports de la région (bus, trains...)	55	50	57	58	46
L'accueil dans les aéroports, les gares...	54	56	51	62	48
La propreté des sites (hors plages)	53	59	53	47	49
Le rapport qualité/prix de l'hébergement**	47	45	44	59	50
Le rapport qualité/prix de la restauration	44	35	45	57	37
L'organisation du stationnement / les parkings	42	40	37	53	45

\* Calcul de l'indice : (% très satisfait + 1/2 % satisfait - 1/2 % peu satisfait - % pas du tout satisfait)

Interprétation de l'indice : Exemple de norme : + de 60 -> Excellent, de 30 à 60 -> Assez bon, - de 30 -> Mauvais

\*\* Uniquement pour les hébergements marchands

En tendance, des repeaters plus satisfaits au global de leur séjour que les primo-visiteurs



## Les indices de satisfaction selon la fidélité



	Ensemble	Primo-visiteurs	2 à 5 séjours	Plus de 5 séjours
Globalement, par rapport à votre séjour, vous êtes	77	74	78	76
L'accueil dans les Offices de Tourisme et les « Points Info Tourisme »	68	68	70	68
L'intérêt et la diversité des sites	66	68	67	65
L'accessibilité de votre lieu de séjour (en général)	66	63	70	63
L'accueil dans les lieux de visite	65	67	65	61
La qualité de l'environnement	62	64	62	59
L'accessibilité des plages	62	58	62	64
Les activités sportives	61	66	58	60
L'accueil de la population	61	59	65	57
L'accueil dans les hébergements, les restaurants	61	59	61	60
Les activités culturelles et de loisirs	60	62	62	57
L'accueil dans les commerces, sur les animations ou activités	58	60	57	58
Les activités pour les enfants	57	57	61	53
La propreté des plages	55	57	55	54
La qualité, le confort de l'hébergement**	55	51	55	56
La qualité des transports de la région (bus, trains...)	55	61	62	47
L'accueil dans les aéroports, les gares...	54	52	57	56
La propreté des sites (hors plages)	53	52	56	49
Le rapport qualité/prix de l'hébergement**	47	43	48	47
Le rapport qualité/prix de la restauration	44	48	42	42
L'organisation du stationnement / les parkings	42	42	44	40

\* Calcul de l'indice : (% très satisfait + 1/2 % satisfait - 1/2 % peu satisfait - % pas du tout satisfait)

Interprétation de l'indice : Exemple de norme : + de 60 -> Excellent, de 30 à 60 -> Assez bon, - de 30 -> Mauvais

\*\* Uniquement pour les hébergements marchands



Presque 1 touriste sur 4 vient pour la première fois en Gironde. Ce renouvellement de population touristique **s'exerce** différemment selon le bassin - en particulier, **l'unité** urbaine de Bordeaux attire plus de primo-visiteurs -, selon la saison (**l'été** concentre davantage de primo-visiteurs) ou selon **l'origine** (45% de clients venus pour la 1ère fois chez les étrangers). Néanmoins, considérant la distribution des touristes selon le nombre de séjours effectués en Aquitaine, on peut affirmer que **l'Aquitaine** est une région qui fidélise ses touristes (plus du tiers de ces touristes girondins ont effectué 5 séjours et plus en Aquitaine).

Ce sont donc des touristes qui reviennent et qui témoignent **d'une** expérience très positive puisque 99% **d'entre** eux expriment une entière satisfaction par rapport à leur séjour : notons **d'ailleurs** la proportion de jugements extrêmes (très satisfait) qui dépasse très largement la moitié de cette population et qui constitue un résultat particulièrement notable en matière de satisfaction.

Cette forte satisfaction se retrouve pour **l'ensemble** des publics : malgré tout, ces résultats sont à nuancer en fonction notamment des modes **d'hébergement** (le mode non marchand suscite une évaluation supérieure), en fonction de **l'origine** de la clientèle (les étrangers sont traditionnellement plus cléments même si la clientèle néerlandaise se distingue affichant des opinions plus réservées), selon la saison (**l'automne** concentre davantage de satisfaction relativement à **l'été**), enfin selon le bassin de séjour (la Gironde Intérieure a fait **l'objet d'une** évaluation supérieure).





De la même manière, **l'ensemble** des critères qui ont fait **l'objet d'une** évaluation reçoivent des jugements fédérateurs : malgré tout, des nuances ont été exprimées, et si **l'accueil** dans les lieux de visites, **l'intérêt** et la diversité des sites, **l'accueil** dans les Offices de Tourisme, la qualité de **l'environnement** suscitent des appréciations très positives, moins de ferveur est accordé à **l'organisation** du stationnement, la présence de parkings, le rapport qualité/ prix de la restauration, celui de **l'hébergement**, la propreté des sites, **l'offre** de transport, **l'accueil** dans ces différents transports. Cependant, traditionnellement, les critères concernant la disponibilité de places de parkings, ou concernant les rapports qualité/ prix sont des thèmes qui cristallisent **l'insatisfaction**.

Au final, comment exploiter ces résultats pour définir les actions à mener permettant **d'améliorer l'expérience** vécue par ces touristes ? **C'est** la question à laquelle **l'analyse** de contribution tente de répondre en étudiant les liens qui existent entre la satisfaction globale du séjour et la satisfaction générée par un critère. Le positionnement des critères dans les différents cadrans permet de trier et de hiérarchiser les actions à entreprendre.

Ainsi, le cadran supérieur gauche concentre **aujourd'hui** les critères que **l'on** peut qualifier de prioritaires (à améliorer en premier) : il **s'agit** de la qualité, le confort de **l'hébergement**, le rapport qualité-prix de **l'hébergement**, enfin **l'accueil** dans les hébergements, les restaurants. Ces mappings qui peuvent être déclinés à **l'infini** ont été élaborés pour la saison (de mai à octobre), pour les étrangers. Quelques petites nuances peuvent apparaître : en particulier **l'intérêt** et la diversité des sites, qui constitue un point fort manifeste mis en avant par les étrangers ; le rapport qualité/ prix de la restauration prend du poids en saison et mérite **qu'on s'y** intéresse.

# Synthèse



## Synthèse

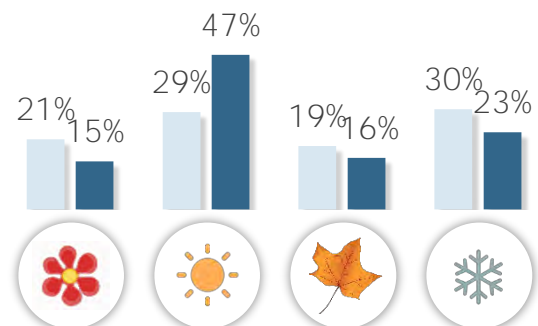
# La fréquentation touristique en Gironde en un coup d'œil...



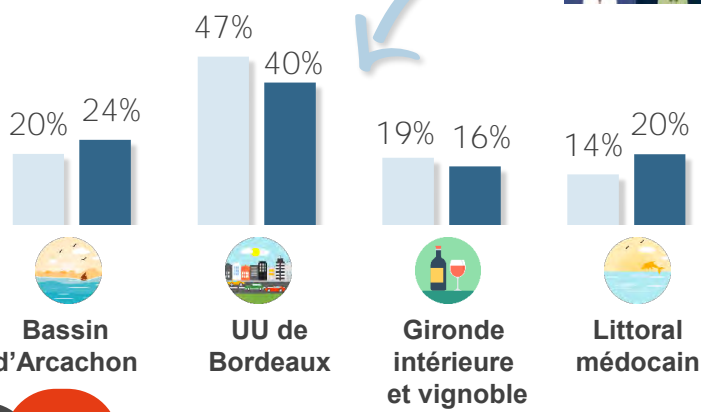
6 017 379 séjours



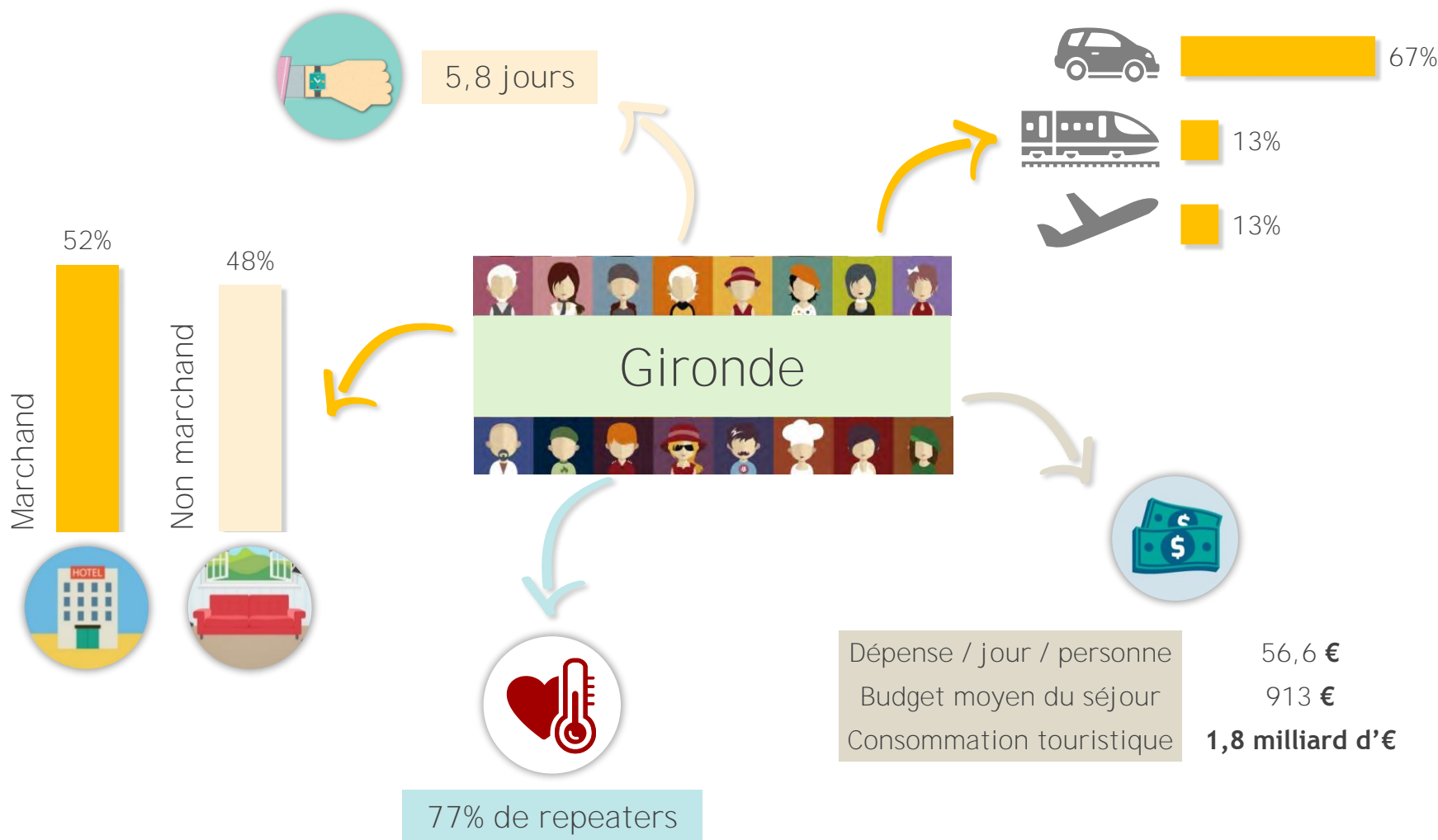
32 571 068 nuitées



**SAISON** 70% séjours  
77% nuitées



# La fréquentation touristique en Gironde en un coup d'œil...



Au final, quelles sont les grandes évolutions de la fréquentation touristique en Gironde ?



Hébergement  
marchand

**+ 11 pts** (en séjours)  
**+ 9 pts** (en nuitées)



Étrangers

**+ 6 pts** (en séjours  
et en nuitées)

Modes d'accès



Train



Avion

**+ 4 pts**   **+ 8 pts**



Dépense totale par jour  
par personne

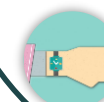
**+ 12 €**



Motifs  
professionnels



Motif Visite à  
famille, amis



Durée du  
séjour





...presque 2 sont étrangers pour 8 Français dont 2 Aquitains



...3 séjournent sur le littoral pour 7 dans les bassins intérieurs



...5 viennent en famille ou en famille avec des amis



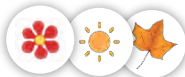
...4 sont des CSP+, pour 3 inactifs



...4 viennent pour vacances / agrément, 1 pour motif Pro, et près de 4 pour motif affinitaire



... 5 résident en hébergement marchand (dont 2 à l'hôtel et 1 au camping)



...7 séjournent entre mai et octobre



...4 restent dans la région moins de 4 nuits



...et tous sont satisfaits !



2 séjournent sur le  
Bassin d'Arcachon



5 séjournent dans  
l'UU de Bordeaux

### Ce qui les caractérise...

?



52% motivés principalement par la  
mer et l'océan (vs 27%)



59% pratiquent la plage (vs 37%) et  
50% le vélo (vs 35%)



65% pour un motif vacances, loisirs  
(vs 43%)



20% en camping (vs 12%)



36% en été (vs 29%) et 77% en  
saison (vs 70%)



51% en famille (vs 44%)

### Ce qui les caractérise...

?



34% à l'hôtel (vs 20%)



31% découverte des villes (vs 23%)  
et 27% visites de monuments (vs  
21%)



26% pour un motif professionnel (vs  
15%)



21% de réservation par une  
plateforme professionnelle (vs 14%)



37% en hiver (vs 29%)



17% venus seuls (11%)



19% partent en avion (vs 13%)



2 séjournent en Gironde intérieure et dans le vignoble



1 séjourne sur le littoral médocain

### Ce qui les caractérise...

?



62% en résidence principale de parents ou amis (vs 38%)



**27% ont choisi l'Aquitaine pour la campagne** (vs 11%)



55% pour un motif affinitaire (vs 38%)



28% en automne (vs 19%)



**28% d'intra-régionaux** (vs 22%)



36% de CSP autres et inactifs (vs 31%)

### Ce qui le caractérise...

?



84% motivés par **la mer et l'océan** (vs 50%)



76% pour un motif vacances, loisirs (vs 43%)



43% en camping (vs 12%)



62% pratiquent la plage (vs 37%) et 55% le vélo (vs 35%)



41% en été (vs 29%) et 80% en saison (vs 70%)



55% en famille (vs 44%) et 60% avec enfants (vs 40%)