

Enquête tourisme 2016



Refllet

BRETAGNE ^{BE}

Mise en place du
dispositif et retour
d'expérience

Enquête tourisme 2016

Reflét
BRETAGNE[®]

**Rencontres
professionnelles**

Excursionnisme

Tourisme

Volet rencontres professionnelles



*Le Comité Régional du Tourisme
a obtenu la certification
développement durable Green Globe.*

Comité régional
Tourisme
BRETAGNE 

Présentation



CIBLE

MICE : Rencontres professionnelles, salons, conventions, séminaires, colloques, congrès, assemblées générales notoires... tous les évènements professionnels ayant lieu en dehors de l'entreprise



OBJECTIF

Connaître le poids de la filière tant en termes d'évènements que de participants



METHODOLOGIE

Enquête balayage en ligne auprès de l'ensemble des professionnels du tourisme visant à recenser le maximum de structures en mesure d'accueillir ce type de manifestations

Enquête en ligne auprès d'un échantillon représentatif de ces structures afin d'évaluer le poids de ce secteur



PERIODE

Automne 2015 : enquête de balayage
Automne 2016 : enquête auprès des acteurs

Volet excursionnisme



*Le Comité Régional du Tourisme
a obtenu la certification
développement durable Green Globe.*

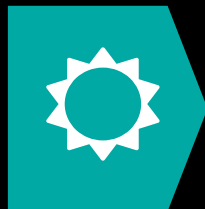
Comité régional
Tourisme
BRETAGNE 

Présentation



CIBLE

Les visiteurs à la **journée** de la Bretagne et de ses 10 Destinations Touristiques



METHODOLOGIE

Enquête en ligne auprès des habitants de Bretagne, Pays de la Loire et Basse Normandie sur le panel Toluna

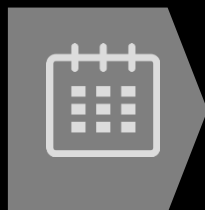
Méthode des quotas : Sexe, âge, PCS, région, département, taille d'agglomération, taille du foyer

4 000 questionnaires



OBJECTIF

Quantifier le phénomène
Identifier les sites privilégiés
Déterminer leur profil
Estimer les retombées éco



PERIODE

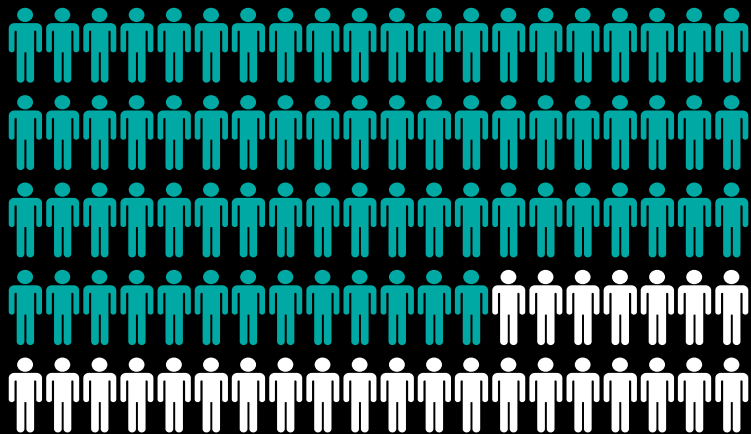
6 vagues d'enquête rétrospectives, de mars 2016 à janvier 2017

Définition retenue

#Excursion

- Sortie d'une journée maximum pour un motif de loisirs, incluant :
 - Les balades
 - Les visites culturelles, sportives ou de loisirs (musées, zoos, aquariums, parcs à thème...)
 - Les sorties au restaurant
 - Les visites à la famille, aux amis
 - Le shopping de loisirs (en dehors des courses du quotidien)
 - Les découvertes de villes, villages, sites...
 - ... pour résumer, une sortie ou une activité en dehors de votre quotidien (à caractère inhabituel ou occasionnel)

Principaux chiffres de l'excursionnisme



63 / 100
excursionnistes

En Bretagne et ses 10 Destinations
parmi les habitants de Bretagne,
Pays-de-la-Loire et Basse-
Normandie

17

A row of 17 camera icons. The first 14 icons are white, and the last 3 icons are grey.

excursions en moyenne par an soit 1,4 excursion par mois

Poids annuel de l'excursionnisme

4 3 9 3 0 0 0 excursionnistes



 6 6 0 4 3 0 0 0 excursions

3 4 3 5 0 0 0 0 0 0 euros de retombées économiques



Volet tourisme



*Le Comité Régional du Tourisme
a obtenu la certification
développement durable Green Globe.*

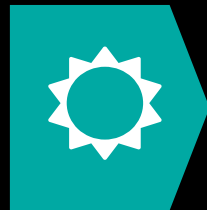
Comité régional
Tourisme
BRETAGNE 

Présentation



CIBLE

Les touristes individuels d'agrément



METHODOLOGIE

Méthodologie de sondage indirect
Méthode généralisée du partage des poids



OBJECTIF

Disposer d'une photographie détaillée du tourisme en Bretagne en termes de profils et comportements des visiteurs



PERIODE

13 vagues d'enquête, de Pâques au 11 novembre 2016

Points d'enquête

143 points d'enquête



32
sites de
visites

18
marchés

12
points de
sortie

56
offices de
tourisme

25
centres
nautiques

Calendrier d'enquête

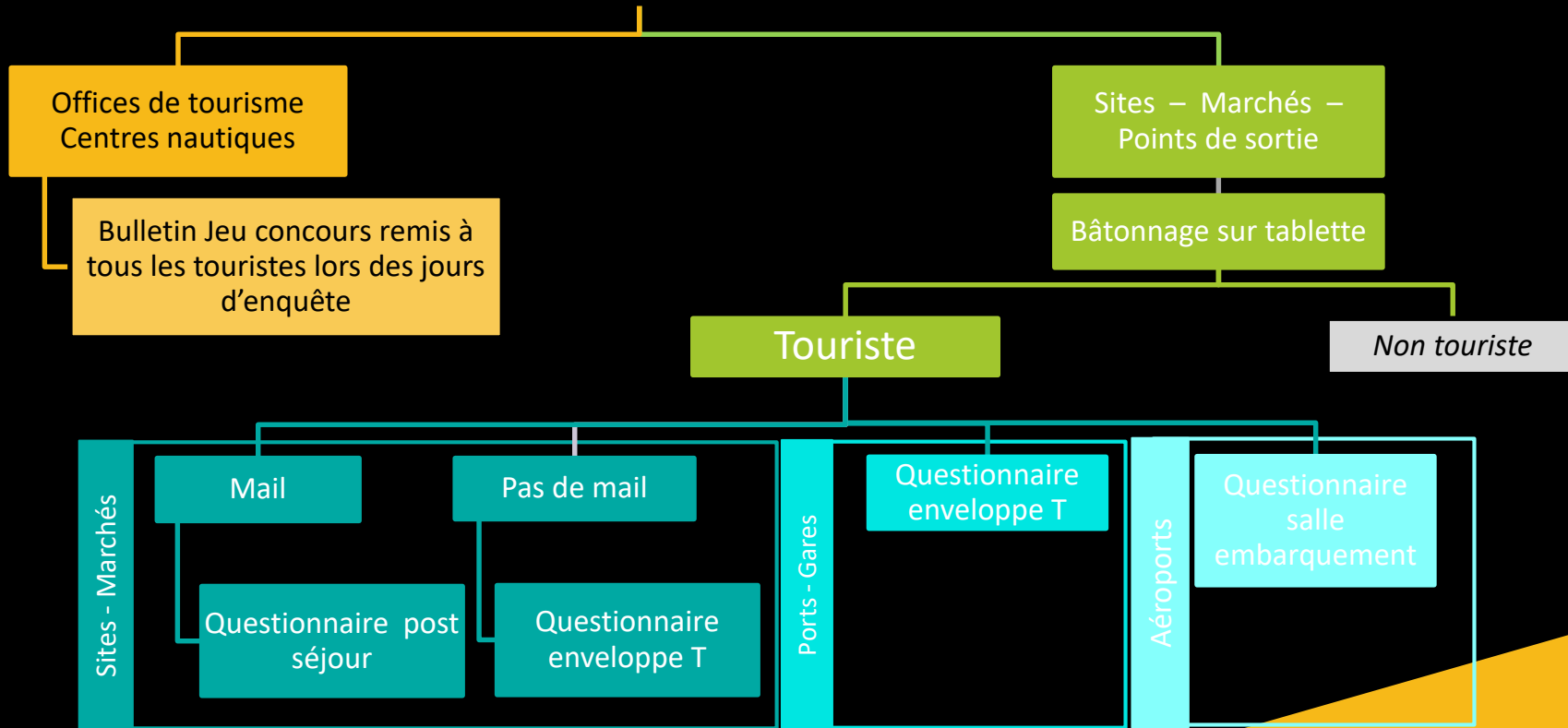
	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOÛT	SEPTEMBRE	OCTOBRE	NOVEMBRE	
01 M		01 V	01 D	01 M	01 V	01 L	01 J	01 S	01 M	
02 M		02 S	02 L	18 02 J	02 S	02 M	02 V	02 D	02 M	
03 J		03 D	03 M	03 V	03 D	03 M	03 S	03 L	40 03 J	
04 V		04 L	4 04 M	04 S	04 L	27 04 J	04 D	04 M	04 V	
05 S		05 M	05 J	05 D	05 M	05 V	05 L	36 05 M	05 S	
06 D		06 M	06 V	06 L	23 06 M	06 S	06 M	06 J	06 D	
07 L	10	07 J	07 S	4 07 M	07 J	07 D	07 M	07 V	07 L	45
08 M		08 V	08 D	08 M	08 V	08 L	08 J	08 S	08 M	13
09 M		09 S	09 L	19 09 J	09 S	09 M	09 V	09 D	09 M	
10 J		10 D	10 M	10 V	10 D	10 M	10 S	10 L	41 10 J	
11 V		11 L	5 11 M	11 S	11 L	11 J	11 D	11 M	11 V	
12 S		12 M	12 J	12 D	12 M	12 V	12 L	37 12 M	12 S	
13 D		13 M	2 13 V	13 L	24 13 M	7 13 S	13 M	13 J	13 D	
14 L	11	14 J	14 S	14 M	14 J	14 D	14 M	14 V	14 L	46
15 M		15 V	15 D	15 M	15 V	15 L	15 J	15 S	15 M	
16 M		16 S	16 L	16 J	16 S	16 M	16 V	16 D	16 M	
17 J		17 D	17 M	17 V	17 D	17 M	17 S	17 L	42 17 J	
18 V		18 L	18 M	18 S	18 L	18 J	18 D	18 M	18 V	
19 S		19 M	19 J	19 D	19 M	19 V	19 L	38 19 M	19 S	
20 D		20 M	20 V	20 L	25 20 M	20 S	20 M	20 J	20 D	
21 L	12	21 J	21 S	21 M	21 J	21 D	21 M	21 V	21 L	47
22 M		22 V	22 D	22 M	22 V	22 L	22 J	22 S	22 M	
23 M		23 S	23 L	23 J	23 S	23 M	23 V	23 D	23 M	
24 J		24 D	24 M	24 V	24 D	24 M	24 S	24 L	24 J	
25 V		25 L	17 25 M	5 25 S	25 L	25 J	25 D	25 M	25 V	
26 S		26 M	26 J	26 D	26 M	26 V	26 L	39 26 M	26 S	
27 D		27 M	27 V	27 L	26 27 M	8 27 S	27 M	27 J	27 D	
28 L	1	28 J	28 S	28 M	28 J	28 D	28 M	28 V	28 L	48
29 M		29 V	29 D	29 M	29 V	29 L	29 J	29 S	29 M	
30 M		30 S	30 L	22 30 J	30 S	30 M	30 V	30 D	30 M	
31 J			31 M		31 D	31 M		31 L		

Début →



Fin terrain face à face

Protocole d'enquête



Bilan de l'opération

4 0 0 0 0 Bâtonnages

3 5 0 0 0 touristes

1 0 0 0 0 0 Mails adressés

1 7 5 0 0 Questionnaires collectés

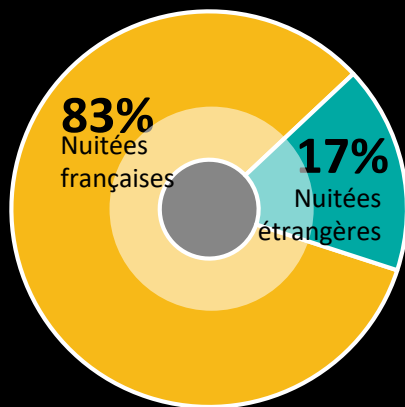


1 5 7 1 2 Questionnaires analysés

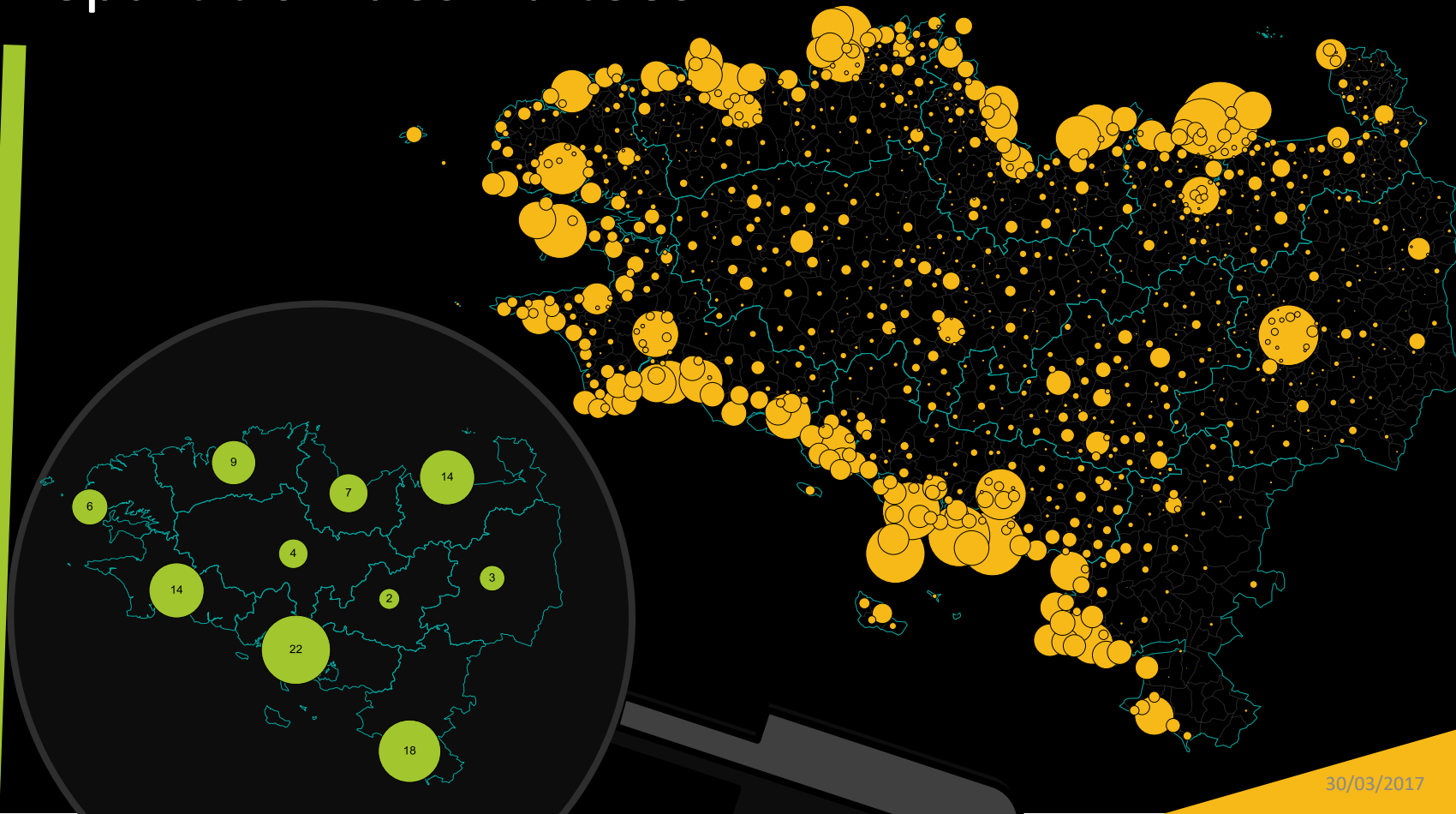


Taux de réponse : 57%

Provenance des touristes




Répartition des nuitées



Indicateurs clés



9 6 4 1 0 0 0 0



1 2 7 8 0 0 0 0



4 5 5 1 0 0 0 0 0 0



Merci de votre
attention

<http://acteurs.tourismebretagne.com/vous-informe/chiffres-du-tourisme-observatoire/reflet-2016>