

## SOMMAIRE

PRESENTATION  
ET  
METHODOLOGIE  
DE L'ENQUETE

1

DEFINITIONS

1

CARACTERISTI-  
QUES DES MODES  
D'HEBERGEMENT

2

PROFIL DES  
TOURISTES

3

ORIGINE  
GEOGRAPHIQUE  
DES TOURISTES

3

COMPORTEMENT  
DES TOURISTES

5

LE SEJOUR:  
PRATIQUE,  
SATISFACTION ET  
FIDELITE

8

CONSOMMATION  
TOURISTIQUE

12

## Présentation et méthodologie de l'enquête

Les résultats de Morgoat Enquête Tourisme, qui s'est déroulée de février à décembre 2005 sur l'ensemble de la Bretagne, ont apporté de nouveaux éclairages sur les comportements actuels des touristes. Ces données sont, plus que jamais, utiles aux réflexions stratégiques de l'ensemble des professionnels du tourisme morbihannais, dans une période où l'économie touristique locale et nationale restent confrontées aux mutations permanentes et rapides du tourisme observées à l'échelle mondiale. Ce sont ainsi près de 5700 per-

sonnes interrogées qui ont effectué un séjour en Morbihan pendant la période d'enquête.

L'étude spécifique sur l'hébergement marchand et non marchand prend en compte :

- les touristes ayant séjourné en hébergement marchand unique-ment, qu'ils aient eu un ou plusieurs lieux d'hébergement et un ou plusieurs modes d'hébergement marchand.

- les touristes ayant séjourné en hébergement non marchand uni-quement qu'ils aient eu un ou plusieurs lieux d'hébergement et un ou plusieurs modes d'hébergement non marchand.

Ainsi, les touristes ayant séjourné à la fois en hébergement marchand et non marchand ou dans un mode d'hébergement ne se rapportant ni à l'hébergement marchand, ni à l'hébergement non marchand (autres modes d'hébergement : bateau, péniche, autre non précisé) ainsi que ceux pour lesquels le mode d'hébergement n'était pas renseigné ont été exclus de l'analyse.

Au total, 5177 questionnaires exploitables ont été recueillis auprès de touristes morbihannais.

## Définitions

**Fréquentation en hébergement marchand** : tourisme effectué par les touristes logeant, durant leur séjour, uniquement en hébergement donnant lieu à rémunération (hôtel, meublé, gîte rural, camping, résidence de tourisme, village vacances, chambre d'hôtes...).

**Fréquentation en hébergement non marchand** : tourisme effectué par les touristes logeant, durant leur séjour, uniquement en hébergement ne donnant pas lieu à rémunération (hébergement chez les parents ou amis, résidence secondaire personnelle ou de parents ou amis, camping-car sauvage, propriétaire de mobile home...).

**Tourisme extra-régional** : voyage d'une personne ayant passé au moins une nuit hors de sa région de résidence habituelle.

**Tourisme intra-régional** : voyage d'une personne ayant passé au moins une nuit en dehors de chez elle, mais dans sa région de résidence habituelle.

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

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

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

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

**Court séjour** : séjour comprenant entre 1 et 3 nuits.

**Long séjour** : séjour comprenant 4 nuits ou plus.

**Séjour professionnel** : rendez-vous, stage, formation, congrès, colloque... où l'on s'est rendu pour motif professionnel.

**Séjour personnel** : séjour pour motif d'agrément, familial... à l'exclusion des séjours pour motif professionnel.

**Séjour d'agrément** : partie des séjours personnels consacrée essentiellement aux loisirs-vacances.

**Tourisme itinérant** : séjour réalisé dans différentes communes par une personne effectuant un voyage en circuit libre ou organisé.

# CARACTÉRISTIQUES DES MODES D'HÉBERGEMENT

## REPERES

Près de 6 séjours sur 10 sont effectués dans un hébergement marchand

Le camping est le premier mode d'hébergement marchand avec près de 4 nuitées marchandes sur 10

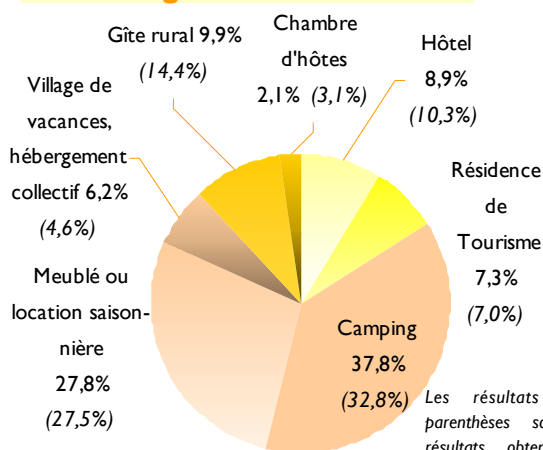
Près de 1 nuitée sur 2 en hébergement non marchand se déroule en résidence secondaire personnelle

La durée de séjour en résidence secondaire personnelle est supérieure à 20 nuitées. En camping, elle est de 11 nuitées alors qu'en hôtel elle approche les 5 nuitées

Avec 58,3% des séjours, l'hébergement marchand (du fait d'une durée de séjour moins longue qu'en hébergement non marchand) ne représente que 49,6% des nuitées réalisées dans notre département.

## Modes d'hébergement

### Hébergement marchand



Les résultats entre parenthèses sont les résultats obtenus au niveau de la Bretagne.

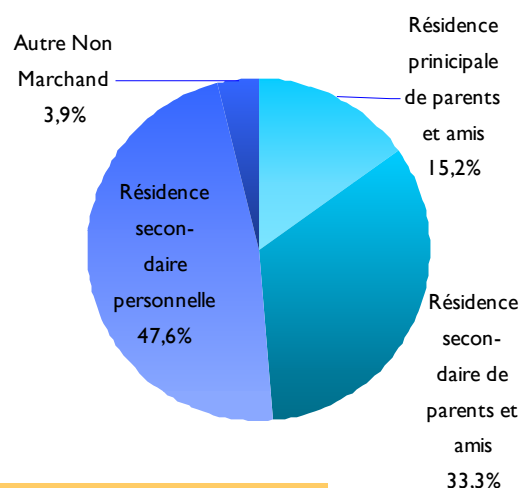
Avec 37,8 % des nuitées marchandes (contre 32,8% à l'échelle de la Bretagne), le camping demeure le principal mode d'hébergement marchand.

La part des meublés ou locations saisonnières (27,8%) se situe au même niveau que celui observé sur le plan régional.

Les gîtes ruraux comptabilisent 9,9% des nuitées marchandes (contre 14,4% au niveau de la Bretagne).

### Hébergement non marchand

Les résidences secondaires représentent plus de 80% des nuitées réalisées en hébergement non marchand. La résidence secondaire personnelle, seule, y contribue à hauteur de 48%.



## Durée du séjour par mode d'hébergement

### Hébergement marchand

Mode d'hébergement	Durée de séjour en nombre de nuitées
Hôtel	4,9
Résidence de Tourisme	11,0
Camping	11,2
Meublé ou location saisonnière	12,5
Village de vacances, hébergement collectif	11,0
Gîte rural	11,0
Chambre d'hôtes	5,0

### Hébergement non marchand

Mode d'hébergement	Durée de séjour en nombre de nuitées
Résidence principale de parents et amis	8,4
Résidence secondaire de parents et amis	11,1
Résidence secondaire personnelle	20,4
Autre non marchand*	8,3

\* Autre non marchand: : camping-car sauvage, propriétaire de mobile home

Hormis les séjours en hôtel ou en chambre d'hôtes (pour lesquels la durée avoisine les 5 jours), la durée dans les autres modes d'hébergement marchand oscille entre 11 et 13 jours.

Concernant l'hébergement non marchand, la durée de séjour la plus longue concerne la résidence personnelle secondaire avec plus de 20 nuitées effectuées consécutivement.

# PROFIL DES TOURISTES

## Age des touristes

Nuitées en %	Marchand	Non marchand
Moins de 20 ans	19,6	18,2
De 20 à 29 ans	9,3	9,0
De 30 à 39 ans	16,7	15,9
De 40 à 49 ans	19,3	14,3
De 50 à 59 ans	17,3	17,5
60 ans et plus	17,8	25,1

La part des nuitées selon les modes d'hébergement varie selon les tranches d'âge. Ainsi les 60 ans et plus totalisent seulement 17,8% des nuitées marchandes contre 25,1% des nuitées non marchandes.

A l'inverse les 30-49 ans représentent 36,0% des nuitées marchandes contre 30,2% des nuitées dans le secteur non marchand.

*NB : Il s'agit d'une ventilation de l'âge de l'ensemble des personnes composant le foyer touristique*

## REPERES

Les 60 ans et plus représentent 1 nuitée non marchande sur 4

## Profession et Catégorie Sociale

Séjours en %	Marchand	Non marchand
Agriculteur	1,4	0,8
Artisan, commerçant, chef d'entreprise	7,6	5,0
Cadre moyen	29,3	28,2
Cadre supérieur, profession libérale	20,5	27,9
Employé, service	28,8	21,5
Ouvrier	8,2	4,0
Etudiant, chômeur, inactif	5,8	7,1
Retraité	18,4	23,4

Quel que soit le type d'hébergement, les cadres moyens constituent la principale catégorie socio professionnelle représentée.

Les principaux écarts concernent les catégories ouvriers et employés qui fréquentent le secteur marchand et celle des cadres supérieurs et professions libérales qui, à l'inverse, génère principalement des séjours non marchands.

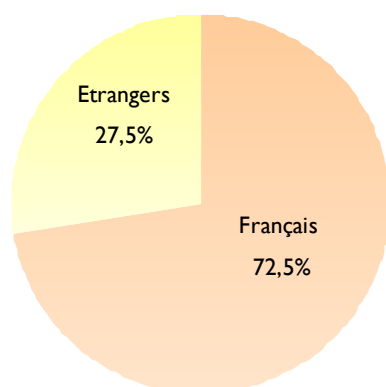
Les touristes retraités, quant à eux, fréquentent prioritairement le secteur non marchand.

La catégorie des cadres moyens est la CSP la plus représentée tant en hébergement marchand qu'en hébergement non marchand

# ORIGINE GEOGRAPHIQUE DES TOURISTES

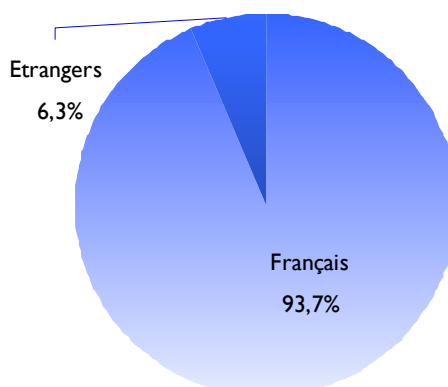
## Répartition des nuitées françaises et étrangères

### Hébergement marchand



Plus de 1 nuitée sur 4 en hébergement marchand est effectuée par des étrangers.

### Hébergement non marchand



Avec plus de 9 nuitées sur 10, les français contribuent pour une très large part aux nuitées réalisées en hébergement non marchand.

## REPERES

Plus de 1 nuitée marchande sur 4 est le fait de touristes étrangers

Plus de 9 nuitées sur 10 en hébergement non marchand sont françaises



# Répartition des nuitées françaises par département

## Hébergement marchand

7 des 8 départements de la région Île-de-France se situent dans les 10 premiers départements émetteurs de nuitées marchandes.

L'Île-et-Vilaine et la Loire-Atlantique en générant respectivement 5,9% et 4,1% des nuitées françaises se classent en 2ème et 4ème position.

Il est à noter également les bons résultats de la Seine-Maritime (3,5%), du Nord (2,7%) et du Rhône (2,1%).

## Palmarès des 10 premiers départements

Nuitées en %	Région	Morbihan
Yvelines	5,2	6,2
Île-et-Vilaine	3,8	5,9
Hauts-de-Seine	5,0	4,4
Loire-Atlantique	3,2	4,1
Seine-et-Marne	3,6	4,1
Paris	4,2	3,9
Essonne	3,3	3,9
Seine-Maritime	3,3	3,5
Seine-Saint-Denis	3,0	3,4
Val-d'Oise	2,4	3,0

## REPERES

7 des 8 départements de la région Île-de-France se situent dans les 10 premiers départements émetteurs de nuitées marchandes

Paris, les Yvelines et les Hauts-de-Seine génèrent plus de 1/4 des nuitées françaises non marchandes

## Hébergement non marchand

### Palmarès des 10 premiers départements

Nuitées en %	Région	Morbihan
Paris	13,0	10,6
Yvelines	8,5	9,1
Hauts-de-Seine	9,2	8,9
Loire-Atlantique	3,5	6,3
Île-et-Vilaine	5,6	5,2
Essonne	4,9	4,2
Morbihan	2,0	3,5
Nord	3,1	3,3
Val-de-Marne	3,4	3,1
Val-d'Oise	2,7	2,5

Concernant le secteur non marchand, 3 départements franciliens arrivent en tête en générant plus de 1/4 des nuitées françaises non marchandes.

Plus de 1 nuitée sur 10 est le fait de touristes d'Île-et-Vilaine et de Loire-Atlantique.

A noter que le tourisme de Morbihannais en Morbihan est non négligeable et représente 3,5% des nuitées françaises non marchandes.

# COMPORTEMENT DES TOURISTES

## Modes de transport

Quelque soit le type d'hébergement, la voiture est le principal mode de transport utilisé.

Le train et l'avion sont beaucoup plus utilisés par les touristes en hébergement non marchand.

Le ferry est, quant à lui, le second mode de transport de l'hébergement marchand.

Nuitées en %	Marchand	Non marchand
Voiture	91,8	88,8
Camping-car	2,9	2,2
Train	4,4	9,6
Avion	0,8	2,8
Ferry	12,0	1,8
Autre*	3,2	2,6

\*Autre mode de transport : moto, vélo, péniche, bateau, autre non précisé

## REPERES

La voiture est le principal mode de transport

## REPERES

Les touristes du secteur marchand se caractérisent par une plus grande mobilité

Plus de 1 séjour sur 4 en hébergement marchand n'a fait l'objet d'aucune préparation

En hébergement marchand, plus de 4 séjours sur 10 sont préparés moins d'un mois à l'avance

A contrario, plus de 1 séjour marchand sur 3 est préparé plus de 3 mois à l'avance

En hébergement non marchand, près de 6 séjours sur 10 sont organisés moins d'un mois à l'avance

## Déplacements à partir du lieu de séjour

Séjours en %	Marchand	Non marchand
Vous rayonnez beaucoup	52,5	23,8
Vous circulez de temps en temps mais pas forcément tous les jours	39,9	52,9
Vous ne bougez pratiquement pas	7,6	23,3

Les touristes en hébergement marchand rayonnent beaucoup (plus de 1 séjour sur 2) contre seulement moins de 1/4 des séjours en hébergement non marchand.

Près de 1/4 des séjours en hébergement non marchand n'occasionnent pratiquement pas de déplacement contre seulement moins de 1 séjour sur 10 en hébergement marchand. Le motif de séjour en hébergement non marchand semble moins être la découverte que la recherche du repos ou les retrouvailles entre amis ou en famille.

## Préparation du séjour

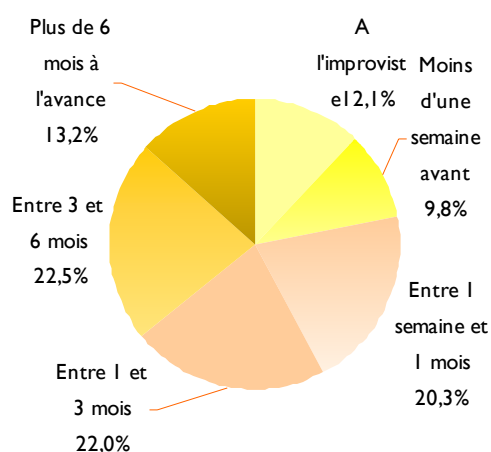
Concernant le secteur marchand, les guides touristiques (43,1%), internet (42,0%) et les offices de tourisme (29,3%) sont les principaux modes de préparation de séjours. Il est à signaler que 28,2% des séjours ne sont pas préparés.

Pour les touristes en hébergement non marchand, une grande part des séjours n'a nécessité aucune préparation (66,7%) en raison notamment d'une bonne connaissance de la région (54,9%) et des origines régionales (24,9%).

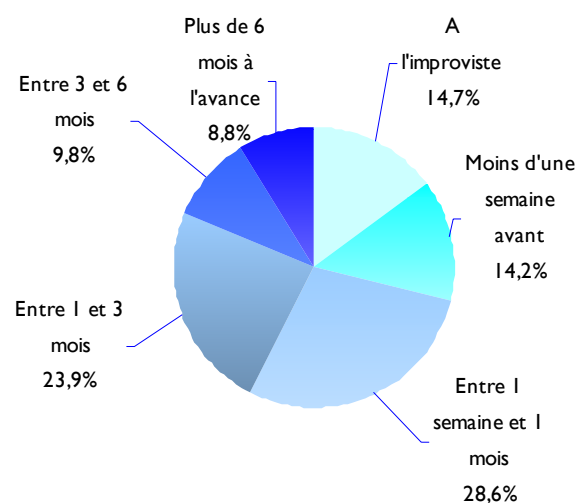
Une autre différence entre les 2 modes d'hébergement est à noter au niveau de la prescription de la destination : 1 touriste en hébergement marchand sur 4 déclare avoir été sensible au bouche à oreille contre seulement 1 touriste sur 7 séjournant en hébergement non marchand.

## Organisation du séjour

### Hébergement marchand



### Hébergement non marchand



Quel que soit le mode d'hébergement, même si le phénomène est amplifié dans le secteur non marchand, la tendance des séjours décidés au dernier moment se confirme.

Toutefois, le séjour en hébergement marchand se prépare logiquement plus en amont : 35,7% des séjours ont organisés plus de 3 mois à l'avance contre 18,6% en hébergement non marchand.

## Réservation du séjour

La majorité des séjours du secteur marchand fait l'objet d'une réservation d'un hébergement seul.

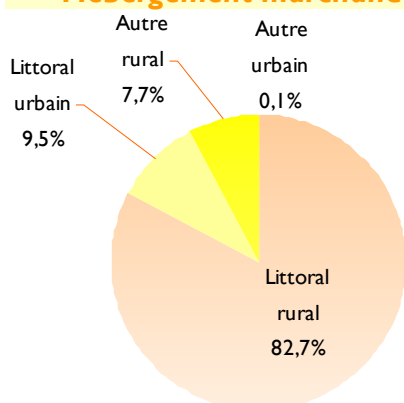
Plus de 1 séjour marchand sur 4 ne donne lieu à aucune réservation.

Plus de 8 séjours sur 10 en hébergement non marchand ne donnent lieu à aucune réservation.

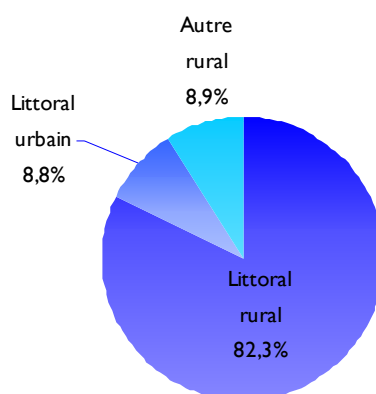
Séjours en %	Marchand	Non Marchand
Le transport	8,4	9,5
La location de véhicule	3,4	1,6
Les activités	2,8	2,7
Un ensemble de prestations	2,5	0,1
L'hébergement seul	61,8	3,3
L'hébergement en demi-pension	6,1	0,1
L'hébergement en pension complète	1,6	0,3
Aucune	25,7	83,9

## La fréquentation par espace touristique

### Hébergement marchand



### Hébergement non marchand



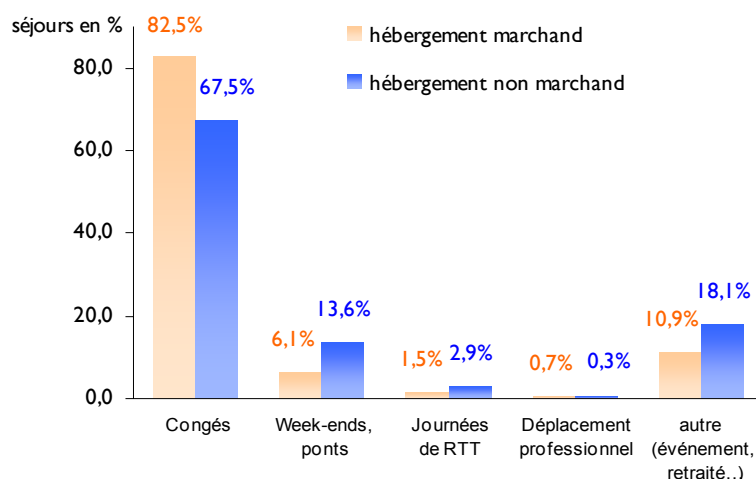
La répartition des séjours selon les espaces touristiques fréquentés varie peu quel que soit le mode d'hébergement utilisé. Plus de 9 séjours sur 10 se déroulent en espace littoral (urbain - secteurs d'Auray, Lorient et Vannes- et rural).

L'espace littoral rural est très largement le plus prisé. Il représente plus de 82% des séjours.

## Cadre de réalisation du séjour

Quel que soit le type d'hébergement, les touristes viennent en très grande majorité dans le cadre de leurs congés.

Les touristes du secteur non marchand profitent également de congés plus courts (week-ends, ponts ou journées de RTT).



## REPERES

En hébergement non marchand, plus de 8 séjours sur 10 n'occasionnent aucune réservation

Quelque soit le type d'hébergement, plus de 9 séjours sur 10 se déroulent en espace littoral

Plus de 8 séjours sur 10 s'effectuent dans le cadre de congés dans l'hébergement marchand contre seulement un peu plus de 2 sur 3 dans l'hébergement non marchand

# LE SÉJOUR: PRATIQUE, SATISFACTION ET FIDÉLITÉ

## REPERES

Que ce soit en hébergement marchand ou non marchand, les principaux points positifs relevés sont relatifs aux sites naturels, à l'environnement, à la gastronomie et aux traditions alors que les points négatifs cités sont les prix, la circulation, le stationnement et la signalisation.

Près de 1 touriste sur 3 en hébergement non marchand regrette la concentration touristique. Ils ne sont que 1 sur 5 à la déplorer dans le secteur marchand.

## Points positifs et points négatifs

### Hébergement marchand

Séjours en %	Point positif	Point négatif	Sans opinion
Les sites naturels	96,4	1,0	2,6
L'environnement	91,2	3,3	5,5
Le cadre de vie	88,6	2,6	8,8
L'accueil	85,1	3,8	11,1
L'état des sites, des plages	83,9	6,5	9,6
La gastronomie	83,8	3,2	13,0
La culture, les traditions	81,3	2,7	16,0
Les prix	28,7	37,9	33,4
La circulation, le stationnement	52,8	26,3	20,9
La signalisation	50,8	24,9	24,3
Les conditions météo	58,1	20,6	21,3
Le nombre de touristes	49,7	18,7	31,6

### Hébergement non marchand

Séjours en %	Point positif	Point négatif	Sans opinion
Les sites naturels	97,1	1,0	1,9
Le cadre de vie	93,9	1,3	4,8
L'environnement	88,8	5,6	5,6
L'état des sites, des plages	83,0	7,7	9,3
La gastronomie	81,4	2,7	15,9
La culture, les traditions	80,3	1,9	17,8
Les prix	23,2	40,1	36,7
La circulation, le stationnement	41,1	34,0	24,9
Le nombre de touristes	37,4	31,9	30,7
Les conditions météo	53,5	20,8	25,7
La signalisation	49,5	14,6	35,9

Qu'ils utilisent l'hébergement marchand ou non marchand, les touristes plébiscitent la qualité du cadre naturel morbihannais et apprécient de façon très positive leurs contacts durant leurs séjours (à travers la culture, la gastronomie ou l'accueil qui leur est réservé).

A contrario, ils citent les prix comme principal aspect négatif de leur séjour.

Les touristes en hébergement non marchand semblent plus attentifs à la notion de tranquillité et se sentent généralement plus gênés par la population touristique. En effet, seuls 18,7% des touristes en hébergement marchand signalent le nombre de touristes comme point négatif contre 31,9% en hébergement non marchand.



## Raisons de choix du séjour

### Hébergement marchand

Les côtes et les activités liées à la mer arrivent en tête des raisons invoquées dans le choix de la Bretagne.

La découverte de la région et le patrimoine naturel s'avèrent également être des raisons importantes.

Dans ce dernier cas, la part des séjours motivés par ce choix est toutefois inférieure à celle de la région.

La douceur du climat morbihannais apparaît comme un facteur favorable. En revanche, le département semble pénalisé par sa trop forte concentration touristique.

Séjours en %	Région	Morbihan
Côtes et activités liées à la mer	51,7	50,3
Découverte de la Bretagne	47,7	49,0
Patrimoine naturel	52,7	48,1
Climat	17,6	23,1
Cultures et traditions	17,3	18,8
Moins de concentration touristique	21,0	17,8
Spécialités culinaires régionales	18,1	16,4
Attaches à la région (souvenirs, ...)	14,9	15,1

### Hébergement non marchand

Même si les côtes et les activités liées à la mer restent les principales raisons de venue dans notre département pour les touristes du secteur non marchand, l'opportunité d'un logement (résidence secondaire chez parents ou amis) ainsi que les attaches familiales ou affectives, figurent en bonne place parmi les raisons de choix du séjour dans notre département.

Séjours en %	Région	Morbihan
Côtes et activités liées à la mer	41,5	44,3
Résidence secondaire	36,5	39,1
Visite à des parents et amis	41,7	36,1
Origines bretonnes	34,9	33,3
Opportunité d'un hébergement gratuit (famille, amis...)	30,6	32,9
Attaches à la région (souvenirs, ...)	26,6	25,7
Patrimoine naturel	26,9	25,2

## Facteurs de choix du séjour

Séjours en %	Marchand	Non marchand
Le type d'environnement	89,2	85,1
L'hébergement	44,1	33,9
Les prix	32,3	24,0
Le prestataire (agence de voyage, club de vacances, Tour Opérateur)	2,2	1,9
Les activités proposées	22,4	25,6
Les habitudes	9,7	21,0
L'opportunité	12,9	19,9
Le rapport qualité/prix	31,5	28,9
Le hasard	11,9	6,5
Autre	8,3	10,9

Quelque soit le mode d'hébergement, le type d'environnement est plébiscité par les touristes comme facteur déterminant de choix du séjour. L'hébergement, les prix et le rapport qualité/prix font également partie des critères de choix importants de la destination du séjour.

Les habitudes et les opportunités figurent en bonne position pour les touristes du secteur non marchand.

## REPERES

Les côtes et les activités liées à la mer restent les principaux attraits du Morbihan pour les touristes en hébergement marchand et non marchand

La découverte de la région, des cultures et le patrimoine naturel font partie des éléments recherchés par les touristes de l'hébergement marchand

Les touristes de l'hébergement non marchand choisissent la Bretagne en raison des attaches qu'ils possèdent dans la région

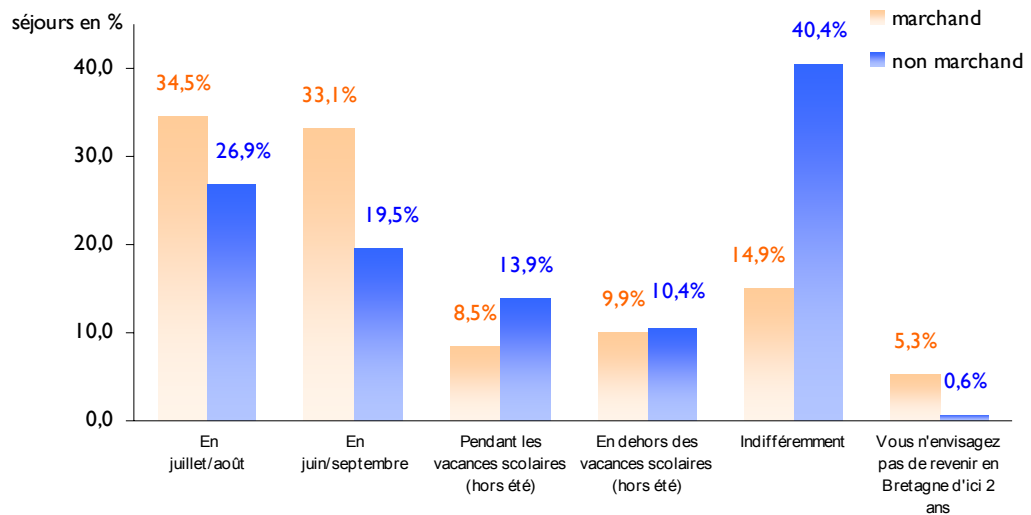
Le type d'environnement, l'hébergement, les prix et le rapport qualité/prix sont les 4 principaux critères de choix de la Bretagne pour l'ensemble des touristes

## REPERES

De par leurs attaches, les touristes en hébergement non marchand envisagent davantage de revenir d'ici 2 ans.

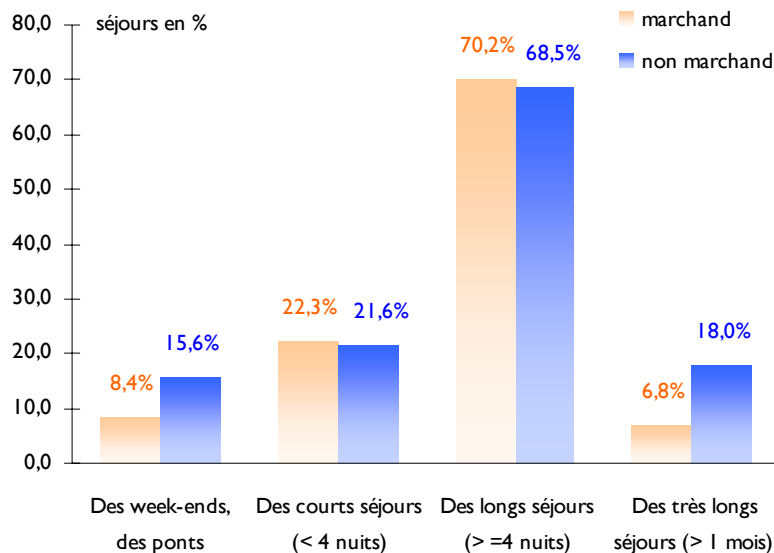
Ils sont plus indifférents quant à la période de réalisations de leurs futurs séjours

## Intention de retour d'ici 2 ans



Les touristes, globalement satisfaits de leur séjour, envisagent en grande majorité de revenir d'ici 2 ans.

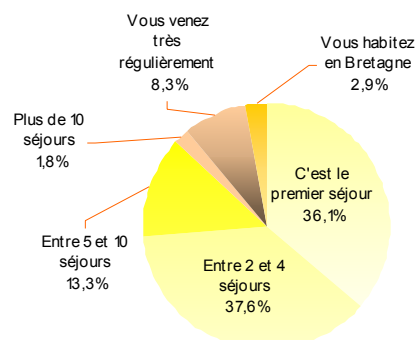
Les touristes du secteur non marchand, de par les facilités de logements, sont beaucoup plus indifférents quant aux périodes de leur éventuel retour en Bretagne.



De par les opportunités d'accueil, l'intention de retour (lors de week-ends et de ponts, ou lors de très longs séjours) est plus marquée dans le secteur non marchand que dans le marchand.

## Fidélité à la Bretagne au cours des 5 dernières années

### Hébergement marchand



Plus de 1 séjour sur 3 en hébergement marchand est un premier séjour en Bretagne

L'hébergement marchand profite :

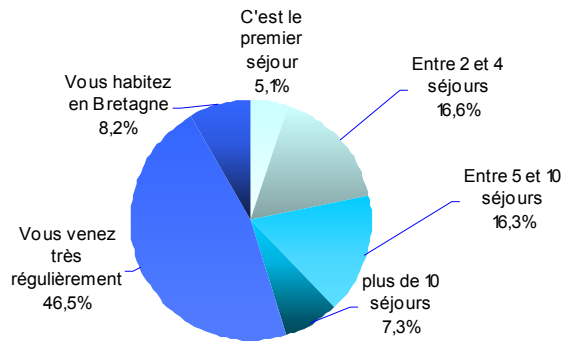
- d'une clientèle découvrant la Bretagne (plus de 1/3 des séjours sont des premiers séjours).
- d'une clientèle re-découvrant la Bretagne ou s'y attachant (entre le 2ème et le 4ème séjour pour 1/3 des séjours).

Un peu plus de 1 séjour sur 10 en hébergement marchand est effectué par des touristes ayant fait plus de 10 séjours ou venir très régulièrement en Bretagne, voire même y habiter.

La clientèle en hébergement marchand est davantage une clientèle de conquête que celle en hébergement non marchand.

## Hébergement non marchand

L'hébergement non marchand accueille pour sa part une clientèle très fidèle à la Bretagne. Plus de 1 séjour sur 2 est effectué par des touristes déclarant venir régulièrement ou y habitant.

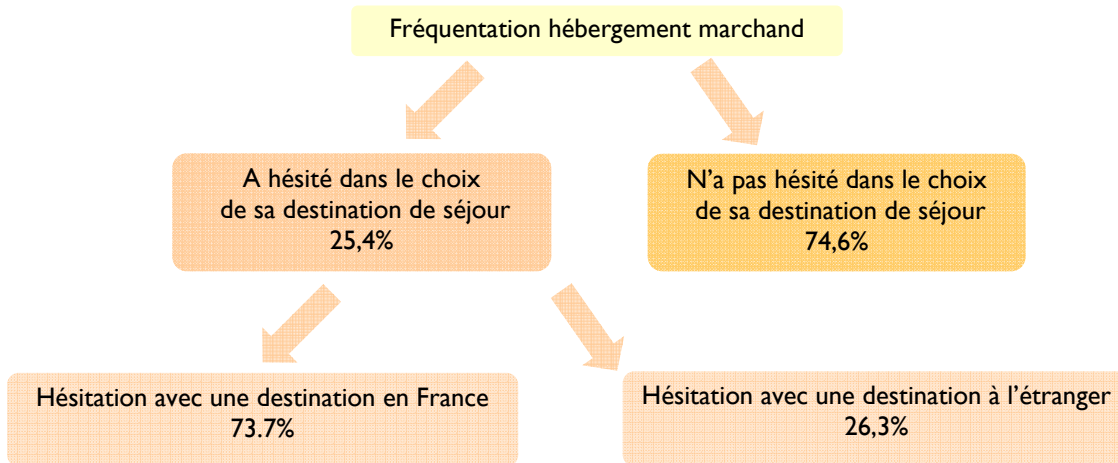


## REPERES

Plus de 1 séjour sur 2 en hébergement non marchand est effectué par des touristes déclarant venir régulièrement ou même habitant en Bretagne

## Pays et régions concurrents

### Hébergement marchand



1 touriste sur 4 a hésité dans le choix de sa destination

### Principales destinations françaises citées

Citations en %	Hébergement marchand
Pays de la Loire	14,4
Aquitaine	13,4
Normandie	13,3
PACA	7,9
Corse	5,7
Poitou-Charentes	5,2

Les principales régions françaises concurrentes sont les Pays de la Loire, l'Aquitaine ainsi que la Normandie (dans des proportions quasi équivalentes).

PACA et la Corse sont également des régions citées par les touristes qui ont fait le choix de notre département.

\* Europe du Nord: Norvège, Danemark, Suède, Finlande, Pays baltes, Scandinavie,...

### Principales destinations étrangères citées

Citations en %	Hébergement marchand
Îles britanniques	21,3
Italie	18,9
Espagne	13,4
Europe du Nord*	12,0
Autres pays d'Europe	6,6
Benelux	4,9
Etats-Unis, Canada	3,5
Maghreb	3,2
Grèce	3,1
Portugal	2,9
Allemagne	2,7
Suisse	2,6
Afrique	2,1

Parmi les indécis, 3 touristes sur 4 ont hésité avec une destination française et 1 touriste sur 4 avec une destination étrangère

Les principales régions françaises concurrentes sont les Pays de la Loire, l'Aquitaine et la Normandie

Les principaux pays ou nations concurrents sont les îles britanniques, l'Italie et l'Espagne

Les principales destinations étrangères concurrentes sont européennes avec en premier lieu les îles britanniques, l'Italie et l'Espagne.

La concurrence des états nord américains ainsi que celle des pays du Maghreb sont à signaler.

# CONSOMMATION TOURISTIQUE

## REPERES

La dépense moyenne par jour et par personne des touristes séjournant en hébergement marchand est plus de **2 fois supérieure** à celle des touristes résidant en hébergement non marchand

	Hébergement marchand		Hébergement non marchand	
	Région	Morbihan	Région	Morbihan
Dépense moyenne par jour et par personne (en euros)	39,0	33,8	16,3	15,1
Durée moyenne de séjour (en jours)	10,1	11,5	13,2	14,1
Taille moyenne du groupe (en nombre de personnes)	3,4	3,6	3,7	3,6
Budget du séjour (en euros)	1300	1400	800	800

Dans l'hébergement marchand, la dépense moyenne par jour et par personne d'un touriste en Morbihan est inférieure de 5,2 euros à la dépense régionale moyenne. La durée moyenne de séjour et la taille moyenne du groupe (plus importantes que la moyenne régionale), permettent d'obtenir un budget global du séjour légèrement supérieur (1400 euros).

Dans le secteur non marchand, les dépenses sont moins importantes du fait de l'absence du coût de l'hébergement.

La dépense moyenne par jour et par personne d'un touriste en Morbihan est légèrement inférieure à la dépense régionale. Le budget du séjour des touristes en Morbihan (de l'ordre de 800 euros) est toutefois équivalent au budget du séjour régional en raison d'une durée moyenne de séjour supérieure.



## Partenariat et remerciements



### Réalisation de la publication

Le Comité Départemental du Tourisme du Morbihan et la Chambre de Commerce et d'Industrie du Morbihan

### Élaboration de la méthodologie

Les comités techniques et de pilotage composés des techniciens des CDT et des CCI, de la CRCI, de l'ORTB et d'experts notamment Jean Claude DEVILLE (laboratoire de statistique d'enquête CREST-ENSAI de Bruz)

### Partenaires financiers et techniques de l'enquête

L'État, le Conseil Régional de Bretagne, les Conseils Généraux et les CCI de Bretagne, l'ORTB et les CDT

### Traitement des données

Observatoire Régional du Tourisme de Bretagne

### Terrain de l'enquête

TNS SOFRES

### Remerciements

A l'ensemble des sites d'enquête : les alignements de Carnac, l'aquarium de Vannes, le château de Josselin, l'office de tourisme de Quiberon, le zoo de Pont-Scorff, ainsi que les boulangeries d'Arzon, de Larmor-Plage, de Locmariaquer, de Pénestin, de Pontivy et de Saint-Pierre-Quiberon