

Année touristique 2021 :

Premiers résultats

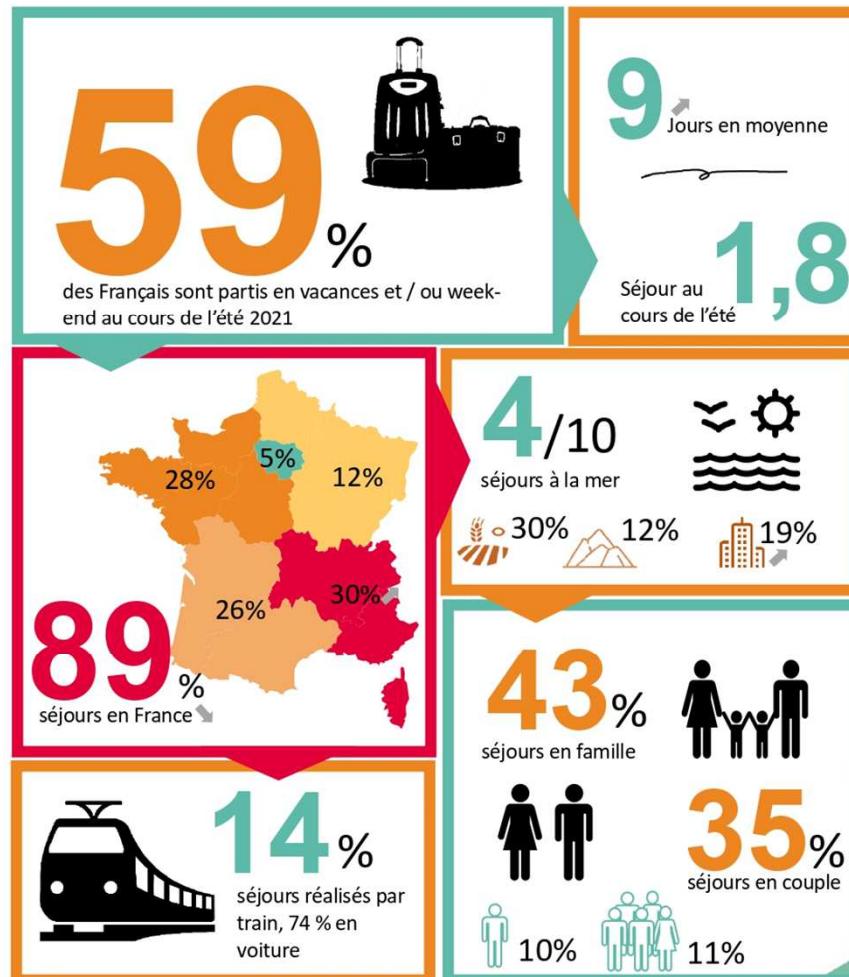


Année touristique : premiers résultats



CHIFFRES CLÉS 2021 TENDANCES NATIONALES

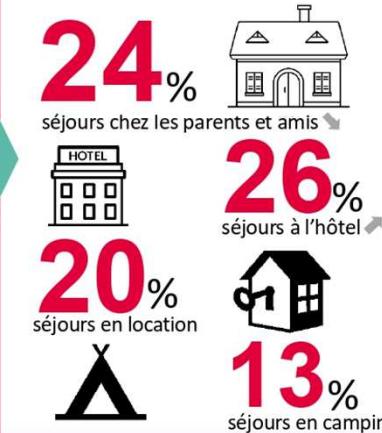
<https://www.adn-tourisme.fr/saison-touristique-estivale-2021-un-premier-bilan-des-tendances/>



LES VACANCES DES FRANÇAIS ÉTÉ 2021

Vous avez...

- ...privilégié les destinations françaises
- ...opté pour des destinations plus proches de chez vous
- ...recherché des espaces moins fréquentés
- ...choisi une destination où l'épidémie de COVID a été très limitée
- ...raccourci la durée de vos séjours
- ...réduit votre budget
- ...opté pour une location saisonnière
- ...réservé plus tardivement (en dernière minute)
- ...télétravaillé durant votre/vos séjour(s)
- ...été vigilants aux normes de santé et de sécurité
- ...moins fréquenté les restaurants



44 % des Français prévoient de partir en vacances et/ou week-end en septembre

30 % des Français prévoient de partir en vacances et/ou week-end aux vacances de la Toussaint

Enquête réalisée auprès de 4 000 Français représentatifs de la population française du 17 au 24 août 2021 – ADN Tourisme et 13 CRT Métropolitains

ADN
Tourisme

Année touristique : premiers résultats



CHIFFRES CLÉS 2021 TENDANCES NATIONALES



Le tourisme en France représente 7,3% du PIB, 2 millions d'emplois, 173 milliards d'euros de recettes touristiques

59% des Français sont partis en juillet et août
(contre 53% en 2020)
89% des partants ont séjourné en France

Les séjours du littoral arrivent en tête (4/10 des séjours) suivis par ceux effectués à la campagne



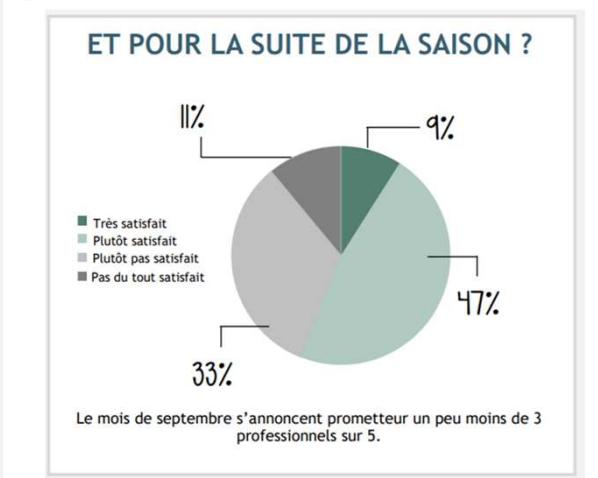
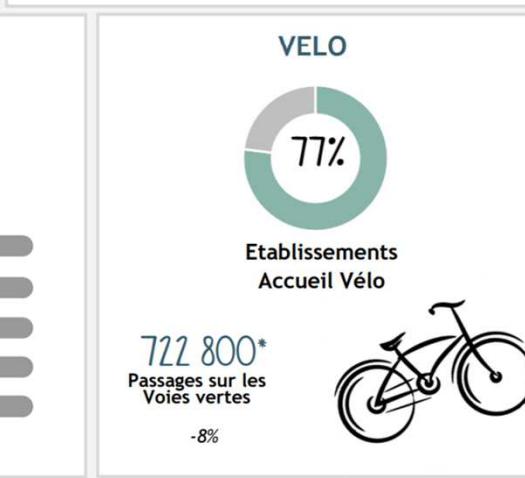
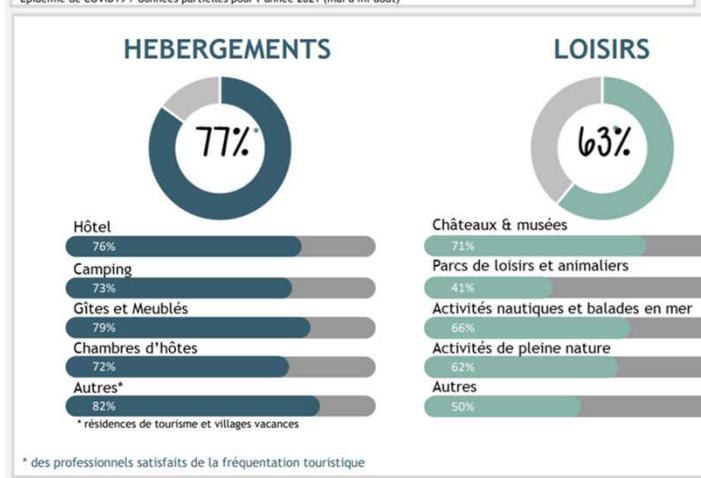
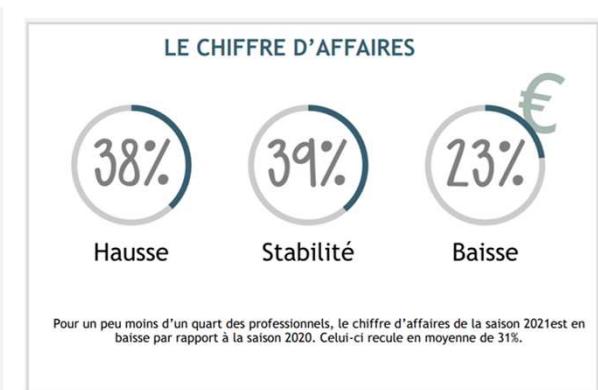
Année touristique : premiers résultats



TENDANCES RÉGIONALES & LOCALES

En Bretagne

<https://acteurs.tourismebretagne.bzh/category/les-chiffres-du-tourisme/>



Année touristique : premiers résultats



TENDANCES RÉGIONALES & LOCALES

EN BRETAGNE

> 73% des professionnels satisfaits de la fréquentation touristique

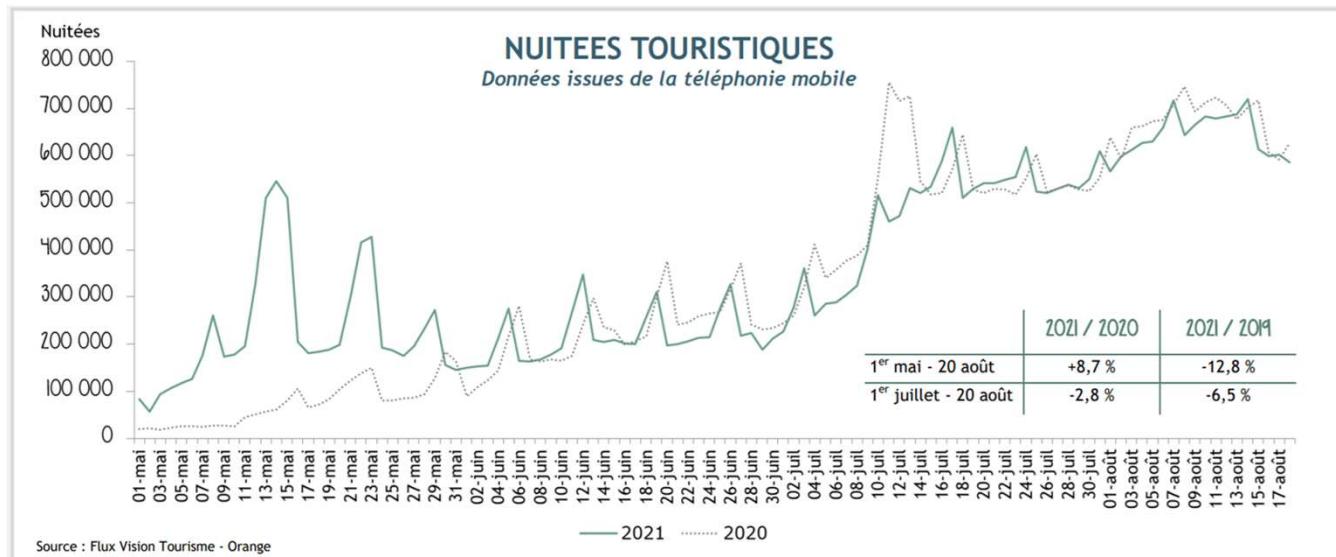
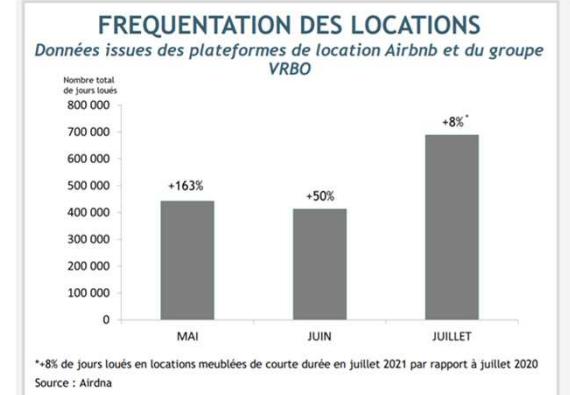
59 % des Français sont effectivement partis en vacances ou en week-ends.

La Bretagne, plébiscitée dans les intentions de départ, reste en bonne position, même si elle a pu pâtir de la météo maussade de cet été pour les réservations de dernière minute.

Les hébergeurs affichent le niveau de satisfaction le plus élevé 77 %.

Pour les activités de visite-loisirs et les restaurants, les résultats

sont plus nuancés 63 % et 61 %. Les établissements situés en milieu urbain (non littoral) peinent également à renouer avec l'activité. La saison 2021 sera finalement meilleure que celle de 2020 mais inférieure à celle de 2019.



Sources : Enquête réalisée par le Comité Régional du Tourisme de Bretagne en partenariat avec Côtes d'Armor Destination, Finistère 360°, Ille-et-Vilaine Tourisme, Morbihan Tourisme et le réseau des Offices de Tourisme de Bretagne auprès d'un échantillon de 10 000 professionnels bretons. Synthèse régionale réalisée par le Comité Régional du Tourisme de Bretagne sur 4 600 répondants.

CODIR 21.09.2021

Année touristique : premiers résultats



DANS LE MORBIHAN

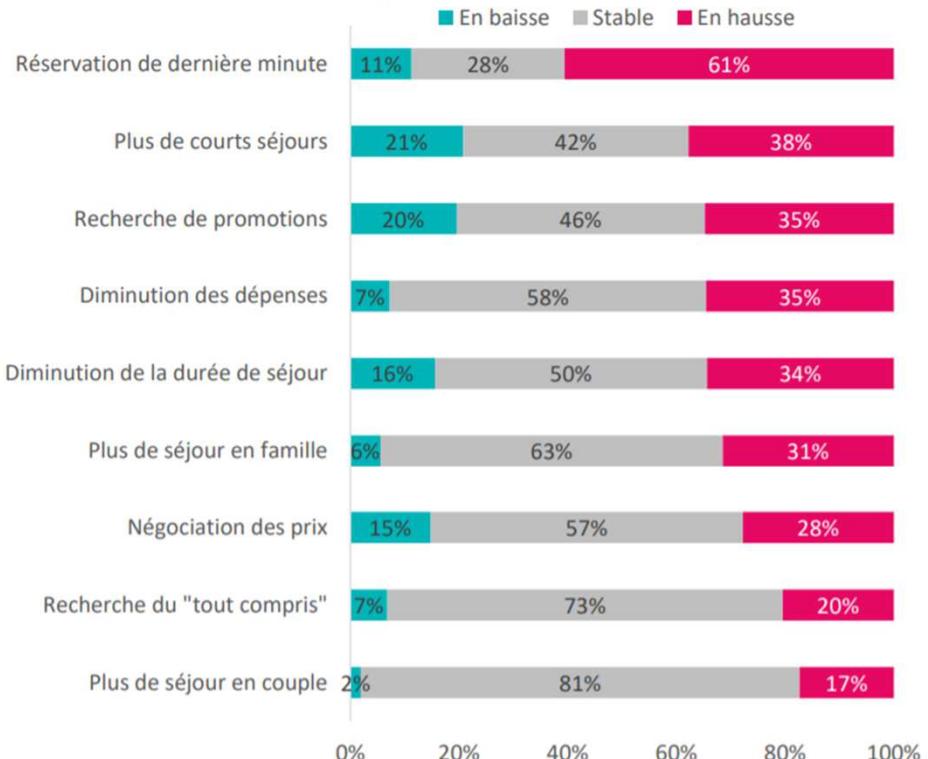
Malgré une météo maussade en juillet comme en août, les professionnels morbihannais sont satisfaits des résultats enregistrés, avec un chiffre d'affaires en août stable ou en hausse par rapport à 2020 pour 74% des interrogés. Il faut toutefois souligner que la fréquentation reste inférieure à 2019 pour près de 40% des interrogés.... mais dans le contexte actuel, les professionnels relativisent.

DANS LE GOLFE DU MORBIHAN

- > Un été 2021 satisfaisant, malgré une diminution de la fréquentation au mois de juillet, sans pour autant atteindre le niveau de la belle année 2019.
- > Progression de la fréquentation des bureaux d'Information Touristique de 38,9 % de janvier à août 2021 (par rapport à 2020).
- > Progression du site web sur l'été : juillet +157%, août +195%, et des demandes à distance (messageries, chat, mail, téléphones)
- > Augmentation des ventes de 28,9 % de janvier à août 2021.
- > Reprise du tourisme d'affaires, événementiel et de groupes : fort mois de septembre.



Evolution des comportements entre 2020 et 2021

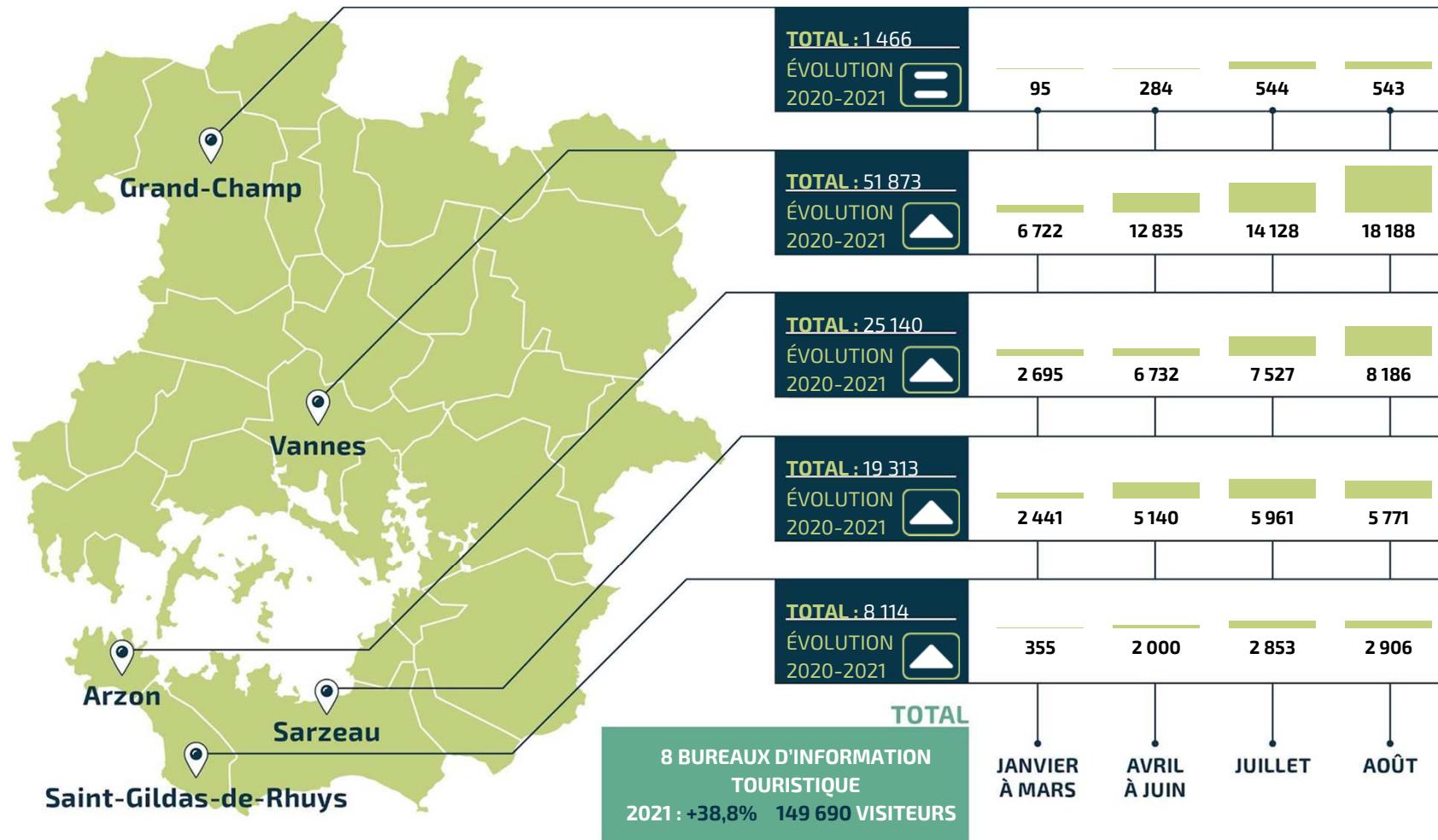


Année touristique : premiers résultats



BIT : statistiques de fréquentation

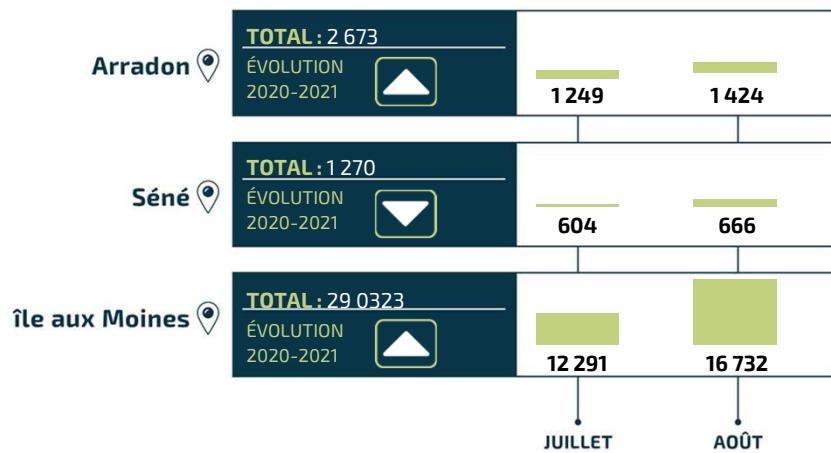
Nombre de visiteurs (guichet - téléphone - mail - eformulaire)



Année touristique : premiers résultats



BIT saisonniers : statistiques de fréquentation



95% clientèles françaises
5 % clientèles étrangères

TOP 5 RÉGIONS

2021	2020
Bretagne	Bretagne
Ile de France	Ile de France
Pays de la Loire	Pays de la Loire
Auvergne-Rhône-Alpes	Auvergne-Rhône-Alpes
Centre-Val-de-Loire	Centre-Val-de-Loire

TOP 3 PAYS

2021	2020
Belgique	Belgique
Allemagne	Allemagne
Espagne	Royaume-uni

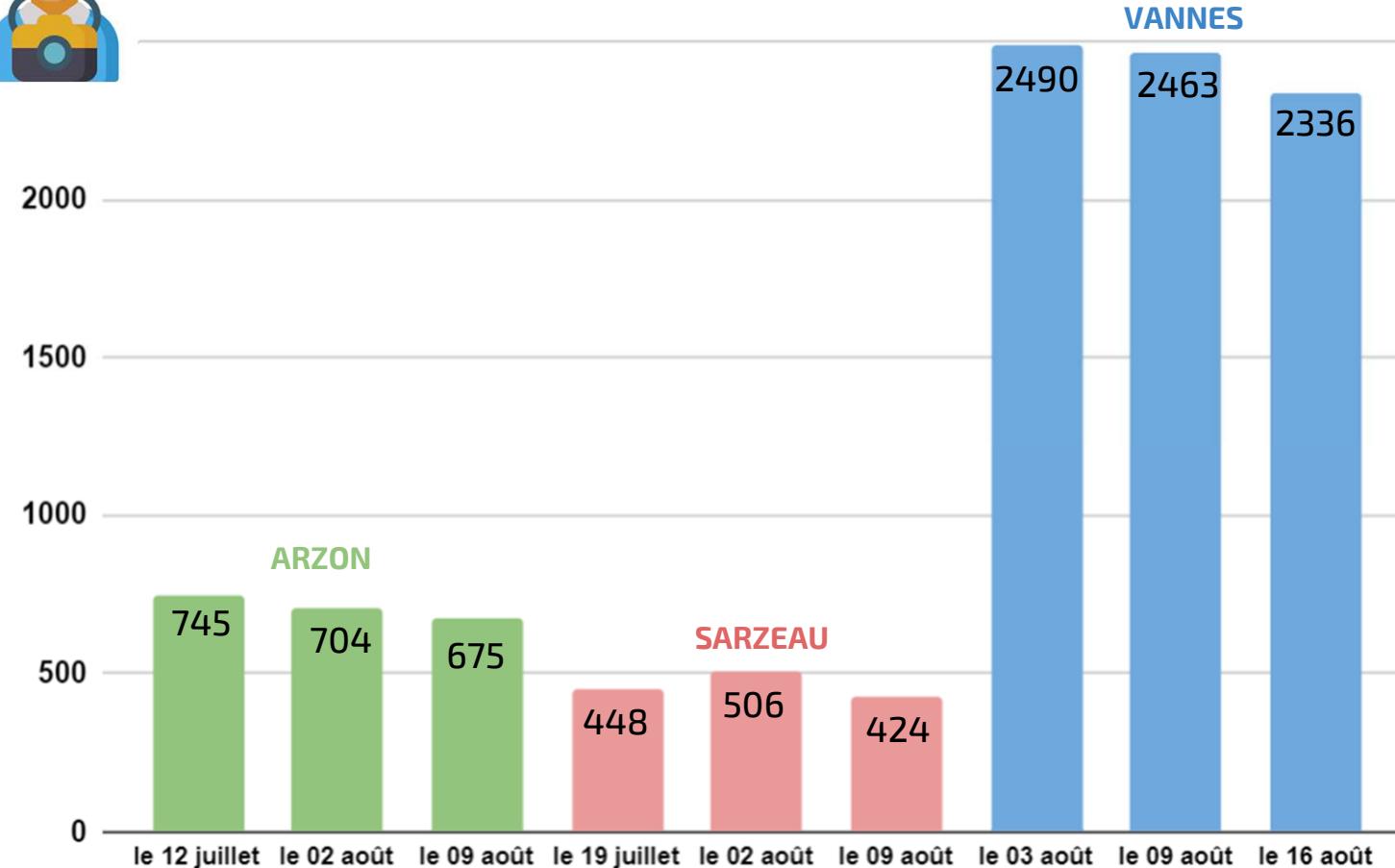
Progression de la fréquentation (cellule de comptage) et des ventes à l'OT entre 2020 et 2021

	JANVIER À MARS	AVRIL À JUIN	JUILLET	AOÛT	TOTAL
FRÉQUENTATION	+15 % 20381	+195 % 46 430	-3 % 61 166	+13 % 73 693	+24,8 % 201 670
CA	+247 % 10 951,7 €	+602 % 74 210,7 €	-12 % 130 195 €	+24 % 192 022 €	+28,9 % 407 378 €

Année touristique : premiers résultats



PIC DE FRÉQUENTATION - Cellule de comptage



Année touristique : premiers résultats



Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI)

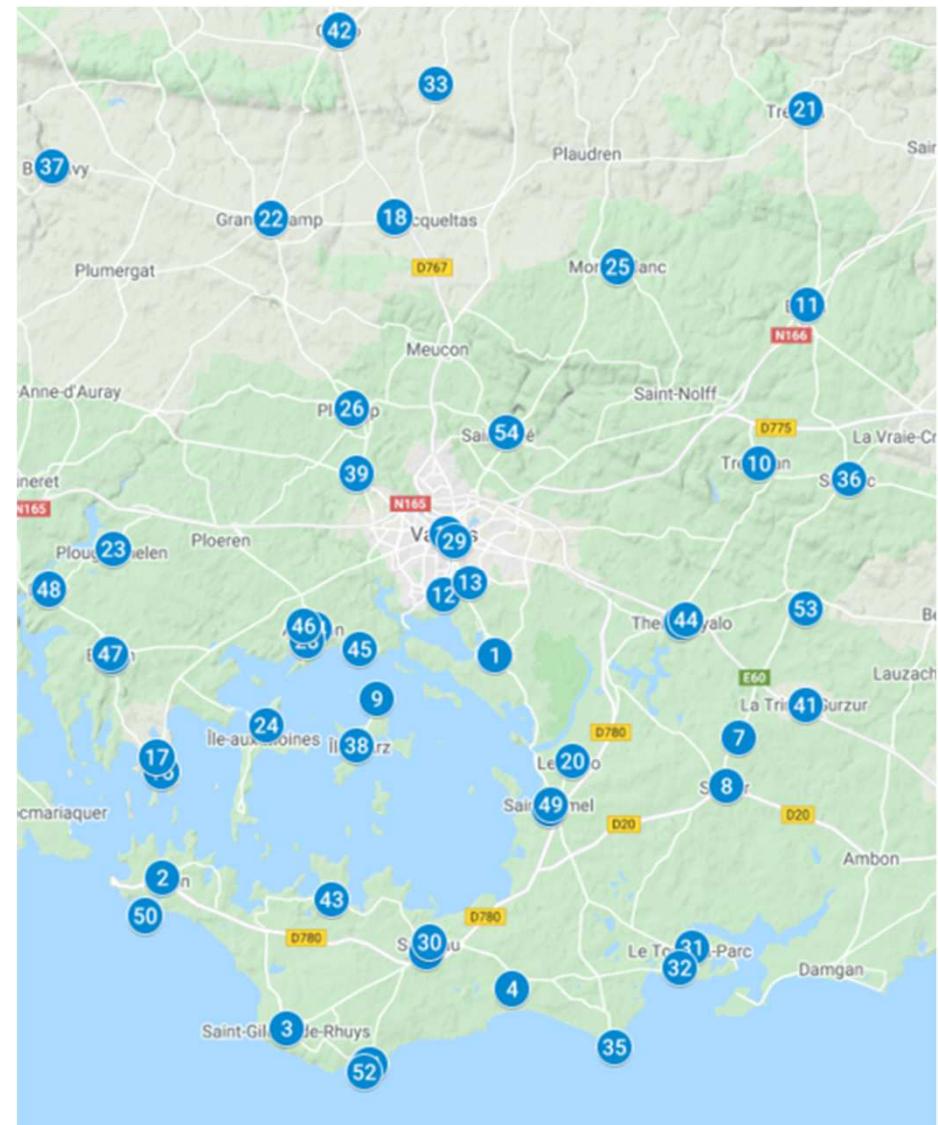
- **4 Points Information Partenaire** à :
Baden (Musée des Passions et des Ailes),
Larmor Baden (Point accueil-billetterie Gavrinis)
l'Île d'Arz (Musée Marins et Capitaines et Hôtel
L'Escale en Arz), et 54 mobiliers de diffusion
(cabanes) répartis sur 29 communes.

Diffusion :

- >8 870 ex Magazine de voyage
- >2 840 ex Magazine Hiver
- >13 140 ex Guide Gourmand
- >8 400 ex Guide Loisirs
- >1 125 ex Guide Hébergements
- >8 040 ex Journal Golfe et Vous

- L'accueil hors les murs : **Breizh Mobile Tour**
5 journées, 34 communes, 1200 km.

Partenariat BMW Littoral Automobiles : 13
électrique.



LA COMMUNICATION DIGITALE

Golfe du
Morbihan
Vannes
TOURISME

SITE INTERNET

www.golfedumorbihan.bzh

1 466 260 VISITES (+60,2%)

1 024 897 visiteurs uniques (+82,5%)

3 221 231 pages vues (-8,4%)



TOP 5 PAGES (NB SESSIONS) :

Webcams : 468 833

Ile aux Moines : 67 188

Découvrir Vannes : 61 142

Croisières et traversées : 58 145

Les incontournables du Golfe : 54 322

Quel appareil utilise les visiteurs du site web :

mobil 57% / desktop 35,9 % / tablette 6,9 %

RÉSEAUX SOCIAUX



102 781
likes abonnés
+2,6 %



5 804
+19,6 %



17 025
igers
+212 %



750 abonnés
+21,9 %
245 938 vues

Taux d'engagement 1,33%



95 % France

TOP 3 RÉGIONS

- IDF : +125%
- Bretagne : +75%
- Nouvelle Aquitaine : +57%

TOP 3 PAYS Fréquentation web



BELGIQUE



ALLEMAGNE



US - SUISSE - GB

CITY PASS & BILLETTERIE



CITY PASS GOLFE DU MORBIHAN VANNES

230 City Pass vendus en 3 mois (15/06 au 15/09)
CA : 8399 €

>>> 926 entrées validées chez nos partenaires

Top 3 des sites visités :

Domaine de Suscinio, Petit Train de Vannes et traversée Ile aux Moines

PASS 24H ADULTE = **15.25 %**

PASS 24H ENFANT = **2.97 %**

PASS 48H ADULTE = **34.32 %**

PASS 48H ENFANT = **2.97 %**

PASS 72H ADULTE = **38.56 %**

PASS 72H ENFANT = **5.93 %**



VISITES GUIDÉES DE LA VILLE DE VANNES



1 464 visites guidées vendues à l'office de tourisme en Juillet / Août

>>> dont 839 visites vendues sur le site web

CA : 7 310,30 €

> Juillet 2021: 599 visites / CA : 2 916,80 €

> Août 2021: 865 visites / CA : 4 393,5 €

13 visites différentes et 111 dates proposées

Année touristique : premiers résultats



Enquête online auprès de nos partenaires (menée entre le 02 et le 16 septembre)

Nombre de réponses : 111

Quelle est votre perception de la fréquentation et du chiffre d'affaires de votre établissement par rapport à 2020 ?

	AVRIL À JUIN	JUILLET	AOÛT	SEPTEMBRE OCTOBRE
EN HAUSSE	55,6 %	48 %	46,5 %	36,6 %
EN BAISSE	17,2 %	21 %	15,8 %	15,1 %
COMPARABLE À 2020	27,3 %	31 %	37,6 %	48,4 %

Quelle est votre perception de la fréquentation et du chiffre d'affaires de votre établissement par rapport à 2019 ?

	AVRIL À JUIN	JUILLET	AOÛT	SEPTEMBRE OCTOBRE
EN HAUSSE	31,9 %	46,4 %	40,9 %	25,8 %
EN BAISSE	46,8 %	21,6 %	19,4 %	30,3 %
COMPARABLE À 2019	21,3 %	32 %	39,8 %	43,8 %

Année touristique : premiers résultats



Enquête online auprès de nos partenaires

Quelles difficultés principales avez-vous rencontrées en 2021 ?

- > **Difficultés d'organisation liées à la crise sanitaire** : périodes fermeture, stop & go printemps, contrôle passe sanitaire, respect port du masque, réservations de dernière minute, courts séjours, annulations et reports.
- > **Clientèles** : moins de familles, pas de groupes (reprise en septembre), pas de clientèle étrangère, exigence, agressivité
- > **RH** : problèmes de recrutement, logement saisonnier, isolement COVID et usure psychologique
- Autre** : manque de transport en commun, mauvaise météo

Quelles seraient, selon vous, les actions prioritaires à mener par l'office de tourisme sur notre destination ?

- > **Communication** : Continuer campagnes de com au niveau national et régional (radio, TV...). Communiquer sur qualité de vie, proximité Paris, producteurs locaux. Continuer de développer notre référencement sur le web + billetterie en ligne + City Pass. Forte attente d'actions tournées vers les clientèles européennes.
- > **En toutes saisons** : communiquer sur les ailes de saison, développer l'offre hors saison
- > **Développer la clientèle groupes et affaires**
- > **Mobilité** : Développer les transports en communs
- > **Cyclo - rando** : Développer les itinéraires vélos (+améliorer la signalétique et le plan vélo), offres hébergements GR®34 + favoriser l'itinérance via rando et vélo
- > **Échanges et rencontres** : Réalisation d'éductours de l'équipe de l'OT, créer un moment d'échange et de rencontre entre acteurs du Tourisme (hébergements et loisirs)



Année touristique : premiers résultats



Les extraits choisis suivants permettent de mieux appréhender l'analyse de l'économie touristique et l'évolution des comportements en matière de voyage, pour mieux projeter notre territoire dans le futur.

"Demain, peu à peu, la priorité va être donnée à la mise en scène du patrimoine, de la culture locale, du beau, de l'art, des forêts et des bocages, c'est ce que j'appelle l'esprit des lieux. Mais attention: il ne s'agit surtout pas d'être archaïque ou folkloriste. Au contraire, il faut être hyperconnecté et savoir mettre en avant son unicité. Et ne pas oublier la création, la culture, qui sera le patrimoine de demain."

"Le réel, c'est quand on se cogne"

"Comme après chaque victoire, même difficilement arrachée, les sociétés changent ; les hiérarchies sont bousculées ; les imaginaires, secoués."

"Certains seront pour une écologie d'investissement capitaliste, de croissance, de développement, d'autres, pour une écologie de décroissance ; mais on sera sur la même toile de fond, le même enjeu de civilisation."

"Il faudra toujours se voir. Mais, dorénavant, la première question que l'on se posera sera : peut-on le faire par Zoom, Skype ou autre ? Cela va transformer la bi-organisation du territoire, passant d'une culture résidence secondaire à une culture bureau secondaire..."

"Le numérique vient de gagner la bataille du lien entre les hommes. La fée électrique triomphe et le lien virtuel écrase tout, reléguant à la marge, les trop vieux, les peu lettrés, les vallées mal raccordées..."

"Il y a un vrai enjeu qui est de redonner un sens positif au tourisme."

"L'art de vivre concurrence l'art de produire..."

Sources : Jean Viard "La Révolution que l'on attendait est arrivée" Fondation Jean Jaurès,
Editions de l'Aube, Jacques Lacan, Romain Pommier Tour Mag,

