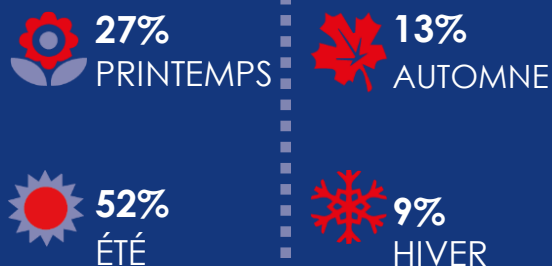


Filière mer et littoral



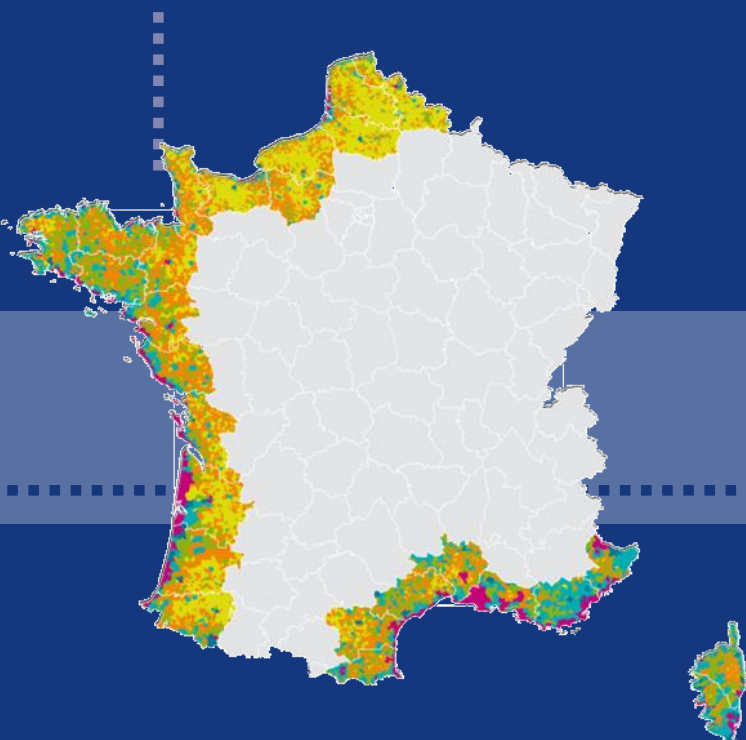
Contexte

2% des communes françaises
et 4% de la superficie
20 000 km de côtes, deuxième
espace maritime mondial (derrière les
États-Unis)



Source : Insee, en partenariat avec les comités régionaux du tourisme (CRT) et la DGE 2019

Densité de l'offre



Nuitées marchandes

136,5 millions




75%
Clientèles françaises
soit 102,1 millions
34%
des nuitées des
clientèles résidentes

25%
Clientèles internationales
soit 34,4 millions
25%
des nuitées totales des
clientèles internationales

Données sur l'offre 2019

- 38% des lits touristiques de métropole, 33% des lits en CtoC
- Un poids écrasant des lits non marchands ou en résidences secondaires (3/4)
- Dans le secteur marchand, prépondérance des nuitées en hôtellerie de plein air (52% des lits / 29% en moyenne sur les autres territoires) au détriment de l'hôtellerie
- Depuis 2012, un renforcement de l'offre hôtelière (+7%) et en auberge de jeunesse (+9%) au détriment des autres modes d'hébergements

Principaux marchés émetteurs

- 25% de clientèle internationale dont 80% d'européens
- TOP 3 :  Royaume-Uni
 Belgique
 Allemagne

Profil voyageurs



- Une clientèle familiale
- Des catégories socioprofessionnelles intermédiaires ou CSP+
- Entre 35 et 49 ans, mais des seniors de plus en plus présents au détriment des moins de 25 ans
- Une clientèle fidèle à la destination balnéaire, au sein d'un contexte très concurrentiel (Espagne, Italie, Grèce...)

Les motivations au départ en bord de mer

Retrouvailles Echanges
Se détendre
Découverte
Plaisirs **Tranquillité**
Faire des activités physiques (peu)
Vivre la culture locale **Oublier le travail**
Se reposer
Faire des Rencontres **Recharger les batteries**
SE RESSOURCER
Profiter S'amuser, faire la fête **Se dépayser**
Approches expérientielles
Se déconnecter du quotidien