

L'observatoire

du tourisme du pays de Brest

#43

Note d'analyse - avril 2017

IMPACT ÉCONOMIQUE DES FÊTES MARITIMES DE BREST 2016

88 % des professionnels
du tourisme du pays de
Brest se sont déclarés
satisfaits de la saison 2016.

Les fêtes maritimes ont
contribué à ces bons
résultats, en accueillant
à la pointe bretonne
712 000 visiteurs.

L'organisation de cet
événement a généré plus
de 21 millions d'euros
de retombées financières
pour l'ensemble
de l'économie locale :
hébergeurs, commerçants,
restaurateurs, prestataires
de services...



712 000
VISITEURS



7/10
LA PROBABILITÉ
DE RETOUR
DES VISITEURS
À LA PROCHAINE
ÉDITION



56%
DE VISITEURS
NON FINISTÉRIENS,
UNE PART EN PROGRESSION



88%
DE VISITEURS
SATISFAITS



UN RETOUR DES
FAMILLES



2 JOURS
LA DURÉE MOYENNE
DES VISITES



29€ LA CONSOMMATION
SUR SITE, UNE DÉPENSE EN HAUSSE



21,5M€
DE RETOMBÉES
ÉCONOMIQUES
DANS LE PAYS
DE BREST

1€

FINANCÉ PAR
LA VILLE DE BREST ET BREST
MÉTROPOLE



8 €

DANS L'ÉCONOMIE LOCALE

UN ÉVÈNEMENT MOTEUR POUR UN GRAND NOMBRE D'ACTEURS ÉCONOMIQUES

Orchestrées tous les quatre ans, les fêtes maritimes internationales de Brest représentent, avec le départ de la Route du Rhum à Saint-Malo, les événements maritimes phares en Bretagne. La dernière édition s'est déroulée du 13 au 19 juillet 2016. Avec 1050 bateaux accueillis sous un grand soleil, 9000 marins rassemblés, 1500 musiciens et 712000 visiteurs, Brest 2016 a été un succès populaire. Quelles en ont été les retombées économiques dans le pays de Brest ?

UNE ATTRACTIVITÉ CONFORTÉE

56 % des visiteurs résident en dehors du département, soit une part en progression continue depuis 2008. Cette tendance témoigne de la capacité de l'événement à attirer de nouveaux visiteurs. L'effet est particulièrement fort dans le grand Ouest : le public en provenance des autres départements bretons et des Pays de Loire est de plus en plus nombreux (24 % des visiteurs en 2016, soit 8 points de plus qu'en 2008). La proximité rend possible les déplacements à la journée, notamment pour les Costarmoricains et les Morbihannais.

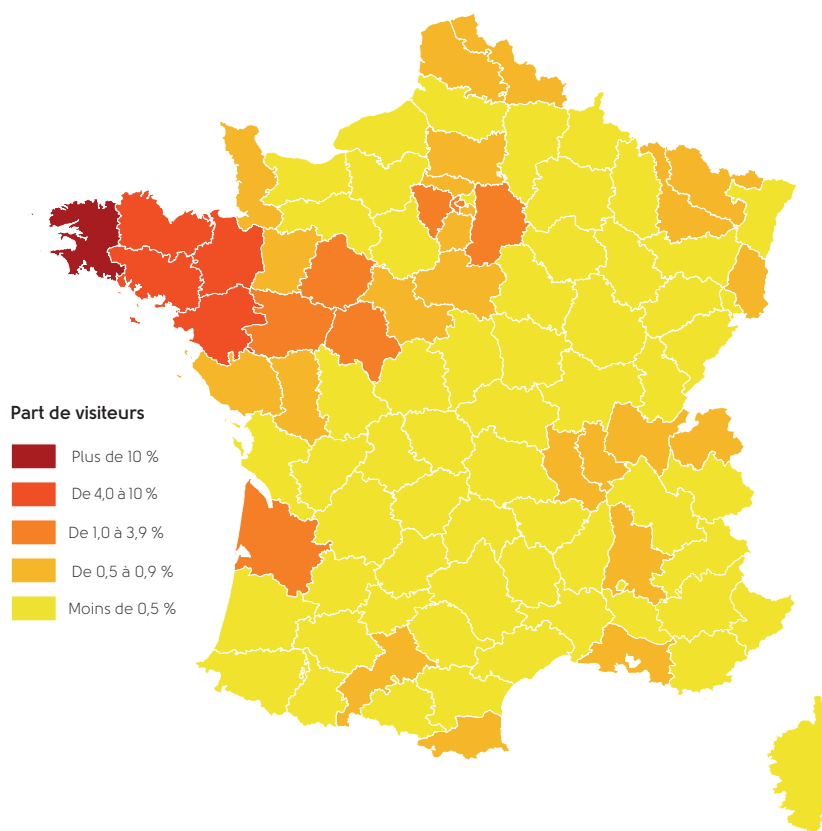
Cette 7^e édition des fêtes maritimes est synonyme de découverte pour 35 % des visiteurs, soit un résultat en progression de trois points.



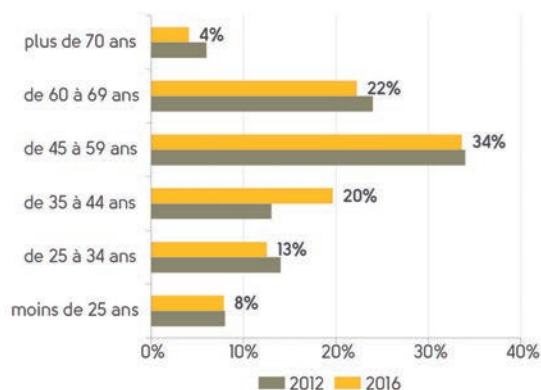
35 %

la part des visiteurs à découvrir les fêtes maritimes

Origine de la clientèle française de Brest 2016



Âge des visiteurs de Brest 2016



LE RETOUR DES FAMILLES

L'édition 2016 est marquée par un rajeunissement du public. Les visiteurs de 35 à 44 ans ont été davantage présents : leur part atteint ainsi 20 %, en progression de sept points par rapport à 2012. A contrario, les visiteurs de 60 ans et plus ont été moins nombreux (26 %, - 4 points). Cette inversion de tendance résulte très certainement des nouvelles orientations définies en 2016 pour attirer les jeunes et les familles. Par exemple, l'offre d'activités a été étoffée pour les enfants avec trois espaces dédiés et un éventail d'animations dans plusieurs stands (espace Ty Choux de Prince de Bretagne, le stand lin et chanvre, l'escalade nautique...).

La durée moyenne de visite est de 2 jours, soit un résultat comparable à l'édition précédente.

Crédit photo : Franck Bétermin - Brest métropole



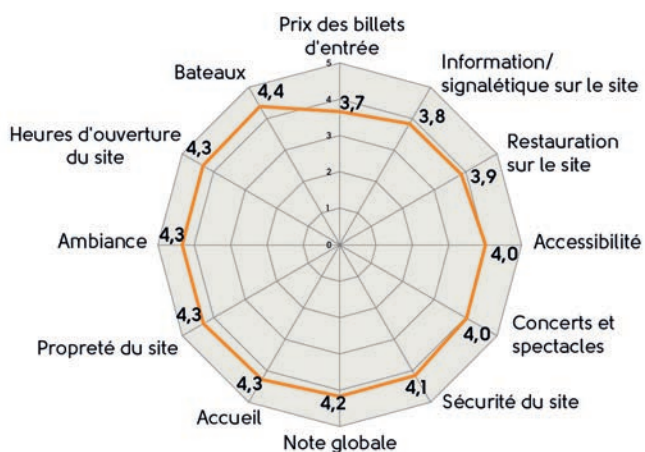
UN PUBLIC SATISFAIT

88 % des visiteurs jugent l'événement satisfaisant ou très satisfaisant, soit un niveau de satisfaction comparable à la précédente édition. Parmi les points forts, les éditions se succèdent et se ressemblent. Les bateaux obtiennent la meilleure notation. Les visiteurs sont ravis de contempler les grands voiliers, la diversité des bateaux, le spectacle des voiles déployées dans la rade... et encore davantage de les visiter et de naviguer dans la rade de Brest. L'ambiance, la propreté et l'accueil ont également été très bien notés.

Les visiteurs sont ravis de contempler la diversité des bateaux

Lifou. Les feux d'artifice et les parades nocturnes restent des incontournables des fêtes maritimes. Enfin, les espaces les plus appréciés ont été la rade, la Penfeld et ses bateaux au pied du château, ainsi que la digue Lapérouse pour voir les bateaux évoluer, sortir et entrer dans le port.

Dans les pistes d'amélioration, l'information et la signalétique sont sans conteste les points principaux relevés par les visiteurs. Ils évoquent des difficultés pour se repérer (parkings, portes d'accès, cheminements piétons pour se rendre dans la fête, jalonnement dans le site pas toujours visible...). Pour améliorer l'information sur la programmation, ils proposent une application web qui permettrait de connaître en temps réel la position des bateaux, les heures de visite, les lieux d'embarquement pour les balades en mer, les horaires des concerts et spectacles...



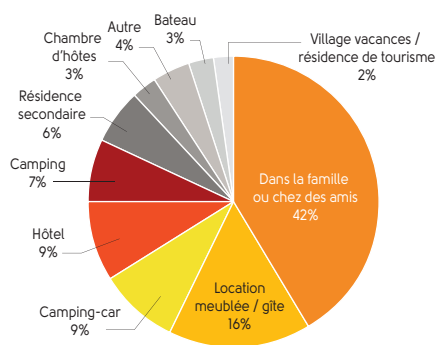
DES RETOMBÉES AUPRÈS DES PROFESSIONNELLS DU TOURISME

En termes de retombées économiques, l'événement a une influence majeure car il occasionne des séjours. Les touristes choisissent prioritairement un hébergement dans la famille ou chez des amis. Mais, certains modes d'hébergement marchand sont confortés, particulièrement le locatif (gîtes, locations meublées, chambres,...) qui représente 16 % des séjours en 2016 (+6 points par rapport à 2012). Le développement des locations entre particuliers via des plateformes internet telles qu'AirBnB, Abritel ou Le Bon coin y contribue.

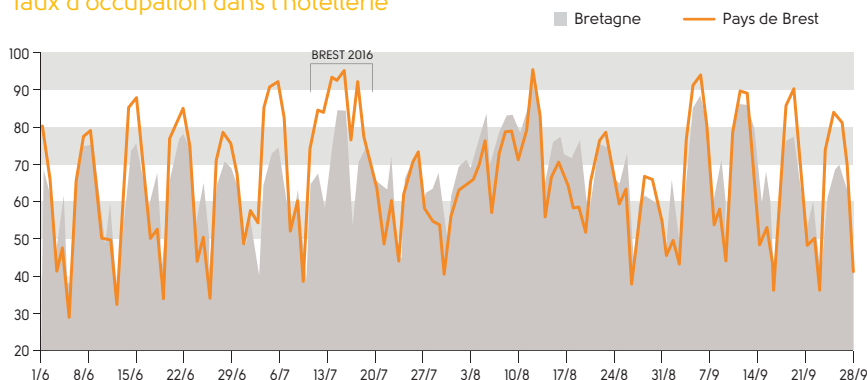
Les visiteurs ont mis à profit leur venue pour :

- parcourir des sites, au premier desquels la presqu'île de Crozon, la pointe Saint-Mathieu et les îles,
- découvrir des équipements comme le musée de la marine, Océanopolis et le Fonds Hélène et Édouard Leclerc,
- et participer à des événements (Temps fête à Douarnenez, Vieilles Charrues à Carhaix).

Mode d'hébergement des touristes en % des séjours



Taux d'occupation dans l'hôtellerie



Source : INSEE - MORGOAT hôtellerie



Crédit photo : Mathieu Le Gall - Brest métropole

Parole d'acteur

FRÉDÉRIC DEVAUX,
Président des Vitrines de Brest

Association des commerçants
et professionnels du centre-ville de Brest



Comment les commerçants du centre-ville se sont préparés aux fêtes maritimes ?

Pour la première fois, les Vitrines de Brest ont signé un partenariat avec Brest événements nautiques et ont affrété un bateau sur une journée entière. Les commerçants ont ainsi pu faire gagner aux clients du centre-ville une balade en mer, et faire également profiter leurs salariés et fournisseurs.

Avez-vous constaté un surplus de fréquentation dans le centre-ville ?

Oui, les clients ont été plus nombreux pendant les fêtes. Et fait intéressant par rapport à l'édition précédente, les commerçants ont aussi bien travaillé avant et après Brest 2016. Tous les professionnels en ont tiré profit, qu'ils soient situés au port ou dans le centre-ville, et quel que soit le secteur d'activité (hôtellerie, restauration, culture, prêt-à-porter...).

Si la fête se renouvelle dans quatre ans, vous avez des ambitions ?

Il faut prolonger ce qui a été fait en 2016, en renforçant le partenariat avec l'organisateur afin d'inscrire tous les commerces du centre-ville dans cette fête. Le premier contact que le visiteur a dans la ville de Brest, ce sont les commerces et ses commerçants : c'est à nous aussi de valoriser les atouts de la ville et de porter haut les couleurs des événements qui y sont organisés comme les fêtes maritimes.

Brest est une destination de tourisme urbain. Comment associer les commerçants dans cette dynamique ?

Des actions ont été mises en œuvre, en partenariat avec l'office de tourisme de Brest métropole pour enrichir le lien entre les commerçants et les touristes. Plusieurs visites ont été ou vont être organisées pour faire connaître ou redécouvrir le patrimoine et les atouts culturels de Brest (Eglise Saint-Louis, jardin des explorateurs, Capucins...). Objectif : faire partager un regard positif sur la ville et faire des commerçants les premiers ambassadeurs de leur ville !

UN IMPACT ÉCONOMIQUE DE 21,5 M€

Les retombées pour l'économie locale sont évaluées à 21,5 M€, fruit des flux financiers entrants (subventions des collectivités extra-territoriales, contributions d'entreprises extérieures, consommation des visiteurs non-résidents venus pour les fêtes maritimes). De ces flux entrants, il faut décompter les « fuites », c'est-à-dire les dépenses de Brest événements nautiques auprès de fournisseurs situés hors pays de Brest. Sur un budget d'environ 12 M€, 56 % des achats ont été faits auprès de fournisseurs localisés en dehors du pays de Brest, soit 5,2 M€. Cela correspond par exemple aux frais d'affrètement des bateaux étrangers ou au recours à des prestataires spécialisés.

Au final, les retombées financières pour le pays de Brest sont en repli par rapport à la dernière édition (-2,1 M€). Cette tendance s'explique principalement par une dépense touristique moindre à l'extérieur du périmètre de la fête compte tenu d'un poids



Crédit photo : Mathieu Gorret - Brest métropole

plus important de l'excursionnisme et d'une part plus importante de touristes hébergés en dehors du pays de Brest (Cornouaille, Baie de Morlaix, Côte de Granit rose...).

Pour autant, l'effet levier des subventions publiques progresse puisque pour un euro engagé par la ville de Brest et la métropole, les acteurs économiques ont bénéficié d'une retombée financière équivalente à 8 € (entre 6 et 7 € en 2012).



MÉTHODOLOGIE

L'évaluation de l'impact économique comprend deux volets : les dépenses effectuées par Brest événements nautiques, organisateur de l'événement, et la consommation des visiteurs venus dans le pays de Brest pour les fêtes maritimes. Les données mobilisées dans le cadre de cette étude sont à la fois les données comptables de l'organisation et les résultats d'une enquête réalisée auprès de 2400 festivaliers. Cette analyse a été réalisée en partenariat avec Brest événements nautiques, l'office de tourisme de la métropole et le service communication de Brest métropole.

La méthode utilisée¹ repose sur deux principes :

- les échanges avec les acteurs extérieurs au territoire sont les seuls à être pris en compte. Il est considéré par exemple que les dépenses d'un habitant du pays de Brest auraient été réalisées dans les mêmes proportions en l'absence de Brest 2016.
- Seuls sont comptabilisés les flux attribuables à la présence de l'événement. À titre d'illustration, les achats des touristes présents pour un autre motif que les fêtes maritimes ne sont pas retenus.



Crédit photo : Mathieu Le Gall - Brest métropole

ADEUPa
BREST • BRETAGNE

L'OBSERVATOIRE DU TOURISME DU PAYS DE BREST

Directeur de la publication : Benjamin Grebot • Réalisation : Nadine Le Hir • Maquette et mise en page : d'uneidéalautre.com

Contact : ADEUPa - 18, rue Jean Jaurès - 29200 Brest • Tél : 02 98 33 51 71 • Mail : nadine.le-hir@adeupa-brest.fr • Site internet : www.adeupa-brest.fr

Tirage : 600 exemplaires • Dépôt légal : avril 2017 • ISSN : 1299-6645 - Réf. : 17/036