

SESSION 2014

**CAPET
CONCOURS EXTERNE
ET CAFEP**

Section : ÉCONOMIE ET GESTION

Option : GESTION DES ACTIVITÉS TOURISTIQUES

COMPOSITION DE SCIENCES DE GESTION

Durée : 5 heures

Calculatrice électronique de poche - y compris calculatrice programmable, alphanumérique ou à écran graphique – à fonctionnement autonome, non imprimante, autorisée conformément à la circulaire n° 99-186 du 16 novembre 1999.

L'usage de tout ouvrage de référence, de tout dictionnaire et de tout autre matériel électronique est rigoureusement interdit.

Dans le cas où un(e) candidat(e) repère ce qui lui semble être une erreur d'énoncé, il (elle) le signale très lisiblement sur sa copie, propose la correction et poursuit l'épreuve en conséquence.

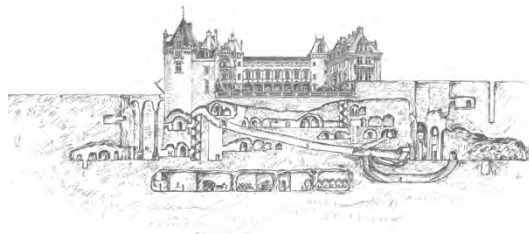
De même, si cela vous conduit à formuler une ou plusieurs hypothèses, il vous est demandé de la (ou les) mentionner explicitement.

NB : La copie que vous rendrez ne devra, conformément au principe d'anonymat, comporter aucun signe distinctif, tel que nom, signature, origine, etc. Si le travail qui vous est demandé comporte notamment la rédaction d'un projet ou d'une note, vous devrez impérativement vous abstenir de signer ou de l'identifier.

Entre Fontevraud et Montreuil-Bellay le château de Brézé se situe dans la région la plus touristique du département de l'Anjou, le Sud-Saumurois. Implanté dans la vallée de la Loire classée au patrimoine mondial de l'humanité de l'UNESCO, il est également sur le territoire du parc naturel régional « Loire Anjou Touraine » et fait partie du Pôle Touristique International de Saumur et de sa région.

Aujourd'hui, le château - classé « Monument Historique » depuis 1979 - est toujours la propriété de la même famille, le Comte Jean de Colbert descendant des Dreux Brézé par sa mère.

Conscients des potentialités touristiques du site de Brézé, les propriétaires ont choisi d'ouvrir à la visite leur patrimoine. Ainsi le château a ouvert ses portes au public en 1998 et les souterrains ont été ouverts en 2000, ceci en vue de valoriser l'ensemble du patrimoine du domaine.



Pour donner une structure juridique solide à l'exploitation touristique du site, la Société d'Exploitation Touristique du château de Brézé (SET) a été créée le 1er mai 2000. Le Comte et la Comtesse de Colbert en sont les gérants. Depuis 2011, la direction générale en a été confiée à M. Matheson.

En dix ans, le château de Brézé est devenu l'un des monuments les plus visités du Saumurois. Aujourd'hui, il présente une offre touristique complète et variée : visites guidées, visites avec dégustation, visites commentées du vignoble, séminaires, mariages, etc.

Cette offre est valorisée par la conduite de nombreuses actions :

- des actions de partenariat avec des prescripteurs locaux permettent de développer une synergie entre divers acteurs de l'univers du tourisme dans la région. Hôtels, gîtes, chambres d'hôtes de proximité sont devenus des « ambassadeurs » de Brézé auprès de leur clientèle ;
- des actions de communication sont mises en place pour développer la notoriété du site auprès des agences de voyages, autocaristes, associations, établissements scolaires et clientèle individuelle ;
- une collaboration plus étroite avec les différents supports médias permet au château de Brézé de développer une notoriété au-delà des frontières du Val de Loire.

La mise en place d'événements constitue un élément essentiel de la mise en tourisme du Château de Brézé. Quatre temps forts ont été proposés au public en 2012 :

- les trésors de Pâques, les 23, 24 et 25 avril. Un parcours-jeu proposé aux plus grands comme aux plus petits à travers les galeries souterraines du château avec de nombreuses animations ;
- les joutes médiévales, les 26 et 27 mai. Deux châteaux d'exception, l'un en Anjou, le second en Touraine, organisent en commun un spectaculaire événement : des joutes équestres opposant les deux sites comme cela fut le cas il y a... 565 ans ! Deux jours d'animations, d'ateliers enfants et adultes, de spectacles ambulants ;
- Halloween au château, les 28, 30 et 31 octobre. Un parcours obscur et mystérieux dans les entrailles de la terre... Des bruits inquiétants qui résonnent dans les cavités oubliées de la forteresse souterraine du château de Brézé... Un parcours, des jeux et des animations pour les enfants de 7 à 14 ans et leurs familles ;
- marché de Noël sous la terre, les 8 et 9 décembre. Une cinquantaine d'exposants de la région sont présents pour faire découvrir leurs produits (gastronomie, art, cosmétiques, décoration...), de nombreuses activités familiales sont organisées : contes féeriques, balades en poney dans les célèbres douves du château, présence du père Noël pour les enfants.

L'impact de ces manifestations est considérable en termes d'image et de notoriété mais également en termes d'entrées comme le montre le tableau ci-dessous :

	Pâques au château	Joutes	Halloween	Marché de Noël
2011	21.5%	28.9%	17.8%	72.4%
2012	8.4%	27.6%	21.9%	71%

Part en % des entrées payantes de l'évènement sur l'ensemble des entrées payantes du mois

L'objectif de faire du Château du Brézé l'un des sites de référence de l'Anjou en termes de tourisme culturel, conduit aujourd'hui la SET à réfléchir à de nouveaux projets de développement pour valoriser le site, diversifier et améliorer l'offre touristique et l'accueil du public. Parmi ceux-ci :

- la valorisation et remise en sécurité du site souterrain,
- la refonte de la muséographie du parcours de visite,
- la création d'expositions permanentes sur le thème de la viticulture,
- la mise en valeur du parc du château.

Vous avez la responsabilité de la préparation de trois dossiers à l'aide des annexes 1 à 12 jointes.

- Dossier 1 : la démarche stratégique
- Dossier 2 : la mise en place d'actions événementielles
- Dossier 3 : le montage de produits touristiques et l'inter-culturalité

DOSSIER 1 - LA DÉMARCHE STRATÉGIQUE

Créée le 1^{er} mai 2000, la Société d'Exploitation Touristique (SET) du château de Brézé a pour vocation de développer l'activité touristique sur le site. M. Matheson, son Directeur Général, souhaite réaliser un diagnostic de la situation après plus de dix ans de fonctionnement.

1.1 Dans une note structurée, réalisez une analyse « Forces / Faiblesses – Menaces / Opportunités » de la SET Château de Brézé.

La diversification de l'offre touristique a été retenue comme un axe de développement prioritaire. Des visites commentées du vignoble et des visites du château accompagnées d'une dégustation des vins du domaine ont ainsi été proposées aux visiteurs.

1.2 Justifiez le choix stratégique fait par la SET Château de Brézé de mettre en place une offre «vini-viti touristique».

Conscient de la nécessité d'avoir une situation financière saine pour se développer, M. Matheson souhaite un éclairage sur la capacité de la SET à réaliser les investissements nécessaires à la mise en place des projets.

1.3 Faites une analyse en grandes masses du bilan 2011 de la SET de Brézé. Commentez l'évolution de la situation financière depuis 2009.

DOSSIER 2 - LA MISE EN PLACE D' ACTIONS ÉVÉNEMENTIELLES

Les différents événements annuels sont annoncés sur le site Internet du château. M. Matheson souhaite améliorer la visibilité de ce site.

2.1 Quelles actions recommandez-vous d'entreprendre pour améliorer le référencement naturel du site ?

Il a été décidé de mettre en place une opération de marketing direct en direction des associations familiales du territoire visé.

2.2 Faites les recommandations quant à la démarche à suivre pour réaliser cette opération. Quels outils vous semblent nécessaires pour en mesurer l'efficacité ?

2.3 Déterminez les champs de la base de données « associations familiales du territoire » qu'il vous paraît indispensable de renseigner dans l'optique de déclencher l'opération de marketing direct.

L'ensemble du personnel est mobilisé pour la mise en place et la gestion des événements. Ceci nécessite l'aménagement du temps de travail des différents collaborateurs, ce qui génère des difficultés et des sources d'insatisfaction.

2.4 Présenter les leviers de motivation que vous recommandez à M. Matheson d'actionner pour sensibiliser les collaborateurs à l'importance des événements pour le site et les inciter à réaliser un travail de qualité malgré les perturbations engendrées par leur organisation.

DOSSIER 3 - LE MONTAGE DE PRODUITS TOURISTIQUES ET L'INTERCULTURALITÉ

Titulaire de l'immatriculation IM 04910002, l'office de tourisme de Saumur, catégorie 1, développe et commercialise des produits packagés basés sur les prestations des partenaires du pôle touristique international.

Suite à une demande de l'amicale des anciens directeurs et personnels d'encadrement de la Mutualité Agricole de la région parisienne, l'office de tourisme a élaboré un produit spécifique, sur deux jours et une nuit, intitulé « Escapade saumuroise ».

Comme toutes les agences de voyages, pour les produits packagés, l'office du tourisme ne récupère pas la TVA sur les achats. Seule la marge est taxée à 19.6%.

3.1 Calculez le coût de revient du produit proposé, par personne et pour le groupe, en faisant ressortir les taxes locales à payer.

3.2 Déduisez de vos calculs précédents, le prix de vente TTC par personne (base ½ double) avec un taux de marque de 12%.

L'office de tourisme travaille régulièrement avec le château de Brézé qui est l'un des fleurons de son territoire. M. Matheson, d'origine australienne, sollicite l'office de tourisme pour développer des produits à destination de la clientèle britannique.

Après étude du profil de cette clientèle, l'office de tourisme s'inspire du produit packagé «Escapade saumuroise» pour développer un produit spécifique sur son territoire, à destination de cette cible britannique, individuelle, et plus particulièrement pour la clientèle «couples et amis».

3.3 Proposez une adaptation de ce produit à la clientèle visée en identifiant les éléments à modifier et ceux à conserver. Justifiez vos propositions. Le format de ce nouveau produit est le suivant : séjour du vendredi début d'après-midi au dimanche midi, de mai à septembre.

La clientèle britannique est la première clientèle étrangère (représentant 35 % des touristes étrangers) sur le territoire saumurois. L'office de tourisme, dans son rôle de développeur et de conseiller, souhaite sensibiliser davantage les acteurs locaux et les prestataires touristiques à l'accueil des Britanniques.

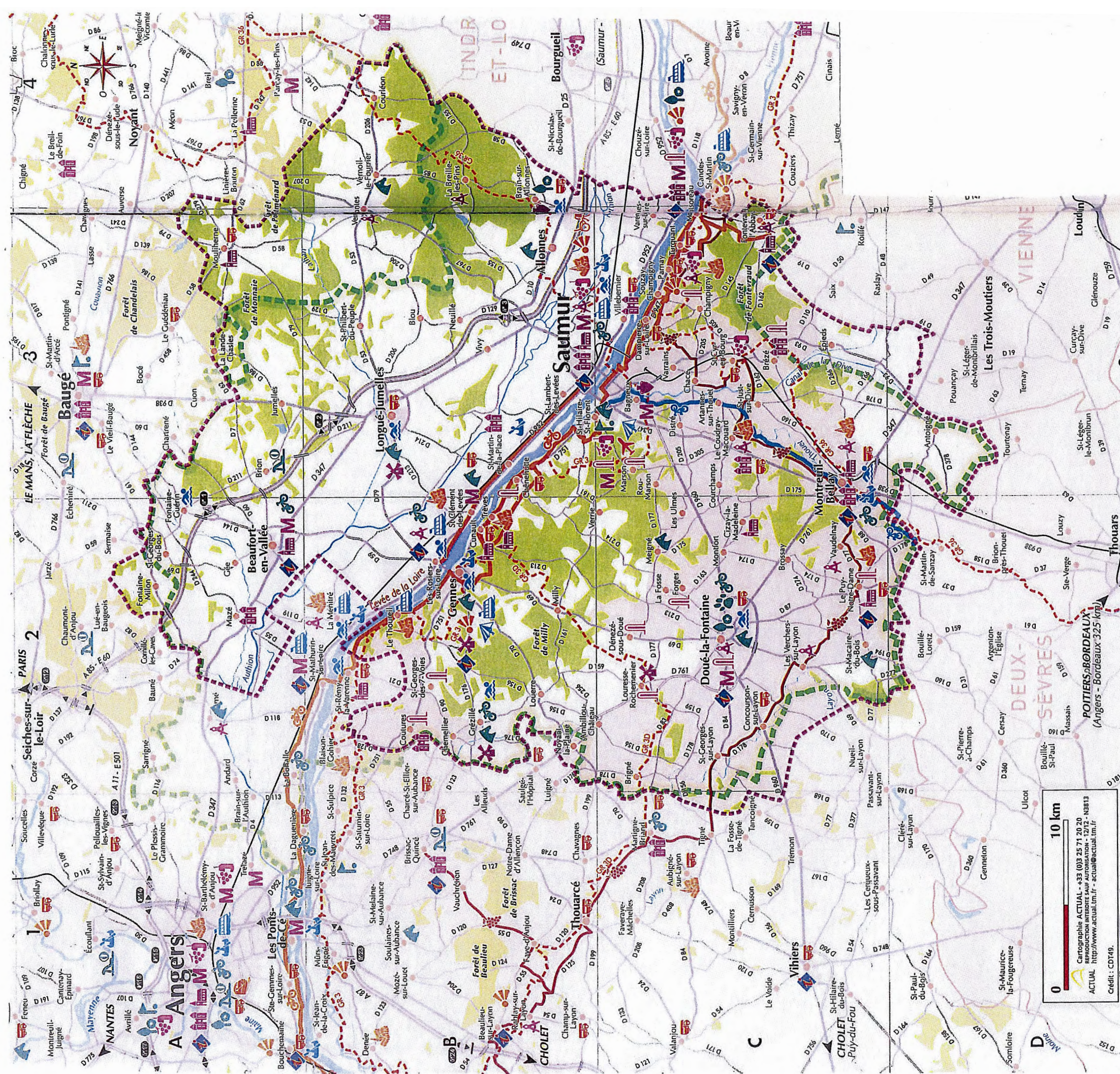
3.4 Établissez une liste d'éléments concrets (actions à mettre en place, éléments de l'offre à modifier, autre...) sur lesquels les prestataires touristiques doivent être particulièrement vigilants pour réussir un accueil professionnel et adapté à la clientèle britannique. Ce travail doit être mené en direction des hôteliers, restaurateurs et sites touristiques.

3.5 Quelles actions pourraient être entreprises par l'office de tourisme (et ses partenaires consulaires ou publics) pour aider les prestataires concernés à atteindre cet objectif ?

LISTE DES ANNEXES

Numéro	Intitulé	Page
1	Carte du territoire	7
2	Atouts culturels et touristiques du château de Brézé	8
3	Les prestations touristiques du château de Brézé	9
4	Chiffres de fréquentation 2008 -2012	10
5	L'événement « Halloween » au château de Brézé	10
6	Chiffres clés du tourisme en Anjou- Année 2012	11 à 14
7	Note de conjoncture – Août 2012	15
8	Bilans de la SET du château de Brézé	16
9	Programme du produit de l'office de tourisme : escapade saumuroise	17
10	Tarifs et éléments techniques réservés à l'office de tourisme	18 – 19
11	Le Pôle Touristique International de Saumur	20
12	Profil de la clientèle britannique	21

Annexe 1 – Carte du Pôle Touristique International de Saumur



Légende		Key
	Forêt et zones boisées Woods and forests	
	Vignoble (densité forte / faible) Vineyards (many or few)	
	Chef-lieu de canton, commune Main town	
	Agglomération Conurbation	
	Route Touristique du Vignoble de l'Anjou Scenic route through Anjou's vineyards	
	La Loire à vélo The Loire à Velo trail	
	Le Thouet à vélo The Thouet à Velo trail	
	Sentiers de Grandes Randonnées GR footpaths	
	Parc Naturel Régional Loire-Anjou-Touraine Loire-Anjou-Touraine regional nature park	
	Pôle Touristique International de Saumur et sa région	
	Office de tourisme Tourist Office	
	Château, manoir, logis Castle, stately home, manor	
	Monument religieux (abbaye, église...) Religious monument (abbey, church...)	
	Musée, écomusée Museum, ecology centre	
	Troglodyte Cave-dwellings	
	Moulin (à vent, à eau) Mill (wind, water)	
	Site archéologique Archaeological site	
	Terroir artisanal Local produce and crafts	
	Maison des vins, visite de cave, distillerie Wine house, wine tasting, distillery	
	Village remarquable labellisé Scenic village or town (with label)	
	Point de vue Viewpoint	
	Promenade en calèche Horse-drawn carriage rides	
	Parc et jardin Park and garden	
	Parc animalier, aquarium Zoo, aquarium	
	Golf	
	Parc de loisirs ou d'attractions Leisure park	
	Équitation (hippique, centres équestres, Café Noir de Saumur) Horse (sport, riding centre, Café Noir de Saumur)	
	Aérodrome Airstrip	
	Train à Grande Vitesse High-speed train	
	Bateau promenade Boat trips	
	Aire publique de camping-cars Public motorcaravan area	
	Loisirs aériens (vol à voile, montgolfière...) Flight (gliding, balloon...)	
	Canoë-kayak, baignade Kayaks, canoes, small boats	
	Piscine, baignade Swimming, bathing	

Annexe 2 - Atouts culturels et touristiques du château de Brézé

Le château

Le château, classé monument historique, habité et meublé et récemment restauré, permet de découvrir, l'histoire de deux grandes familles de France, les Maillé-Brézé et les Dreux-Brézé. Les Dreux-Brézé, ayant acquis la charge héréditaire de Grand Maître des Cérémonies des Rois de France, ont laissé un patrimoine remarquable, dont une partie est visible au château. Le visiteur peut découvrir la cour d'honneur, les appartements de Pierre de Dreux-Brézé, la chambre Richelieu, la Grande Galerie des Portraits, les chambres et la salle de bain des serviteurs, les anciens postes de tir devenus prison municipale et la Tour de l'Évêque. Certaines de ces pièces sont meublées avec des éléments authentiques, créés spécifiquement pour leurs emplacements.

Les douves sèches et la forteresse souterraine

Les douves qui forment autour du château de Brézé une enceinte défensive continue aux dimensions impressionnantes (jusqu'à 18 mètres de profondeur, sur 12 à 13 mètres de largeur). Elles sont aussi un accès au réseau souterrain creusé sous le château, patrimoine mis à jour et qualifié par les spécialistes de « plus importante forteresse souterraine d'Europe ».

A ce jour, le parcours de visite mesure près d'un kilomètre et demi. Ce parcours unique en Europe permet de découvrir un habitat seigneurial fortifié, un chemin de ronde et un pont-levis, une magnanerie, une glacière, le plus grand fournil souterrain connu en France, une salle des pressoirs seigneuriaux, cinq immenses celliers et de nombreux postes de tirs dans les murs intérieurs et extérieurs des douves. Tous ces volumes souterrains témoignent de la tradition troglodytique du Sud-Saumurois car on y découvre des espaces très représentatifs de l'habitat souterrain et des activités traditionnellement pratiquées en souterrain dans notre région.

Le domaine viticole

Le site est depuis le XV^{ème} siècle un domaine viticole, où on produit des vins fins classés parmi les meilleurs de l'Appellation « Saumur ». Les vins des Grands Maîtres de Cérémonies ont connu une grande renommée à partir de la fin du XVII^{ème} siècle. Le comte et la comtesse de Colbert, font renaître ce domaine viticole légendaire inscrit dans le patrimoine viticole du Val de Loire, à travers une exploitation biologique sur l'ensemble des 25 hectares exploités. Le domaine viticole se positionne comme le fleuron des vins du saumurois, l'un des plus beaux terroirs de la Vallée des Rois et une étape oeno-touristique incontournable de l'Anjou. Les vins sont proposés à la vente dans l'espace « Le Caveau de la Comtesse de Colbert », situé dans le prolongement de la salle « Condé ».

La salle « Condé »

Les anciennes écuries du château construites par le Grand Condé au XVII^{ème} siècle et également classées « Monument Historique » ont été aménagées en 1976 en salle de réception pour des mariages et occasions diverses. Cette salle peut accueillir jusqu'à 200 personnes en places assises. Outre l'accueil des groupes – pour lesquels des formules de restauration sont proposées à partir de 25 personnes – le château de Brézé accueille annuellement de nombreuses entreprises utilisant cet espace pour leurs séminaires, fêtes du personnel, arbres de Noël etc. Une quinzaine de mariages y sont célébrés chaque année.

Le parc

Le parc se présente comme une formidable réserve naturelle, abritant des arbres remarquables, des vestiges de constructions du XIX^{ème} siècle - y compris les Portes de Paris et de Loudun. Il a été longtemps soupçonné que la colline dans le parc du château de Brézé abrite des restes, enterrés, d'une fortification remontant à l'époque gallo-romaine.

Dans le parc, le Pigeonnier (ou « Fuye ») fait partie du patrimoine remarquable du site. Avec ses 3700 boulins, elle est la plus importante d'Anjou.

Annexe 3 - Les prestations touristiques du château de Brézé

1 - HISTORIQUE DE L'EXPLOITATION

ANNÉE 1998 : OUVERTURE AU PUBLIC DES INTÉRIEURS DU CHÂTEAU

En mai 1998, le Comte et la Comtesse de Colbert ont ouvert pour la première fois les portes de leur château au public. Dans un premier temps, seul le château et ses salles classées « Monument Historique » ont été rendus accessibles.

Parallèlement à l'activité touristique liée à l'accueil de visiteurs en saison estivale, le château de Brézé est devenu un lieu d'accueil pour réceptions, en particulier la salle « Condé » située dans les communs du château.

ANNÉE 2000 : CRÉATION DE LA SET ET OUVERTURE OFFICIELLE DES SOUTERRAINS DU CHÂTEAU DE BRÉZÉ

La visite du patrimoine troglodytique souterrain est venue s'ajouter à la visite du château de Brézé. Aujourd'hui, les visiteurs ont accès à un habitat seigneurial fortifié, chemin de ronde et pont levis, au plus vaste fournil souterrain connu en France, ainsi qu'à une magnanerie, une salle de pressoirs, et autres divers volumes et galeries troglodytiques.

ANNÉE 2009

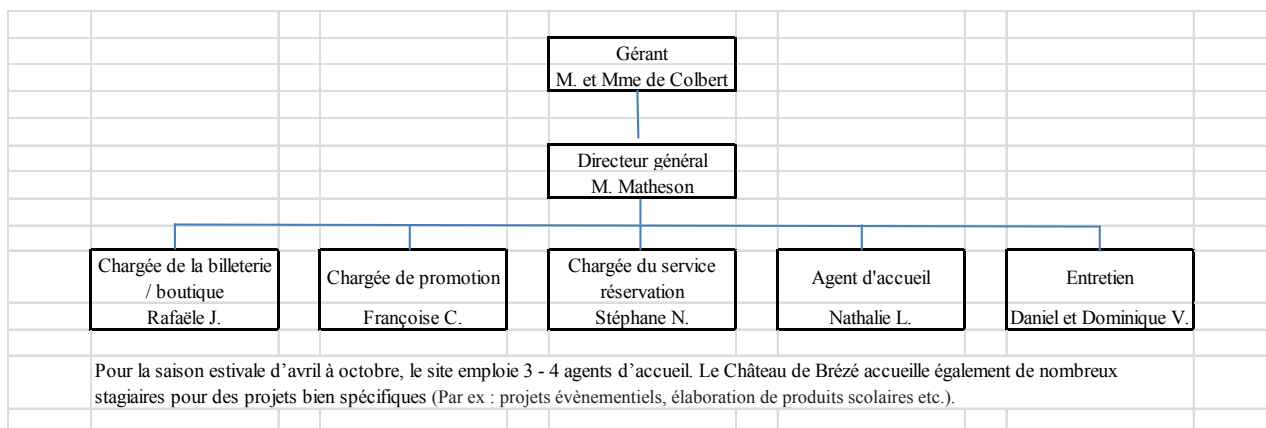
- ouverture à la visite libre du château de surface et proposition d'une seule tarification d'entrée ;
- ouverture du caveau de dégustation et refonte de l'espace boutique ;
- mise en place d'une programmation événementielle annuelle (tournoi de joutes équestres en partenariat avec le château du Rivau, marché de Noël, etc.).

ANNÉE 2010

- restauration des appartements de l'évêque et de la porte de Loudun ;
- restauration et ouverture au public des cachots du château ;
- mise en place du parcours de visite thématique « les Vins du Comte » pour le public groupe.

ANNÉE 2011

- développement d'opérations de promotion commune avec des sites partenaires, comme la participation au « France Show » en Angleterre ;
- démarche pour l'obtention du label « Plan Qualité Tourisme » avec le Comité Départemental de Tourisme du Maine et Loire et Audit qualité ;
- reprise de la Direction Générale du site par G. MATHESON et restructuration de l'équipe permanente.



Annexe 4 - Chiffres de fréquentation 2008 -2012

Années	Fréquentation globale
2008	59 413
2008	60 494
2010	65 434
2011	79 890
2012	89 560

Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
0,14%	3,81%	3,35%	8,59%	11,14%	9,32%	15,62%	21,99%	9,13%	7,63%	3,14%	4,54%

Répartition de la fréquentation totale annuelle par mois en % (moyenne sur 5 ans)

Nota : le site est fermé au public en janvier pour les particuliers. Des groupes sont parfois accueillis dans la deuxième quinzaine de janvier sur réservation.

Annexe 5 - L'événement « Halloween » au château de Brézé

1 – Informations sur l'événement « Halloween 2012 »

Fréquentation et chiffres d'affaires

	2011	2012	Variation 2011/2012
Nombre de jeux	380	764	+101.05%
Nombre de visiteurs Halloween	754	1216	+61.27%
CA Halloween	3655 €	6768.23 €	+85.18%
Autres visiteurs	500	727	+45.40%
CA Total	7332.50 €	12537.22 €	+70.98%

Informations pratiques

Dates : dimanche 28, mardi 30 et mercredi 31 octobre 2012 de 10h à 18h (dernières participations à 16h30). Réservation obligatoire.

Tarif unique 6 € par personne, adulte ou enfant avec goûter infernal offert (2 accompagnateurs maximum par enfant participant). Ce tarif s'applique uniquement dans le cadre de cette animation – un tarif réduit sera proposé aux autres visiteurs ce jour-là.

2 – Note de cadrage de l'événement « Halloween 2013 »

Dates retenues : samedi 26, dimanche 27 et mercredi 30 octobre 2013.

Objectifs : atteindre 1000 jeux enfants et 1500 visiteurs pour un chiffre d'affaires « Halloween » de 7500 euros. Ce chiffre ne tient pas compte des recettes « autres visiteurs »

Cibles visées : familles avec enfants âgés de 7 à 14 ans sur un territoire de 50 kilomètres autour de Brézé. Une attention particulière devra être apportée sur les grandes villes proches de ce territoire et représentant un potentiel important, à savoir : Angers, Tours, Cholet, Poitiers.

En principe, l'animation proposée sera identique à celle de l'année passée.

Contraintes : les dépenses de communication ne devront pas excéder 750 € (hors coût de main d'œuvre directe).



Annexe 6 - Chiffres clé du tourisme en Anjou – Année 2012

A - Données de cadrage

Chiffres population (source Insee recensement 2009)

Anjou 780 082 habitants soit 22% de la population des Pays de la Loire ; densité 109 hab. /km²

Agglomération d'Angers	262 983 habitants
Angers	147 035 habitants
Agglomération de Saumur	62 307 habitants
Saumur	28 070 habitants
Agglomération de Cholet	80 097 habitants
Cholet	54 121 habitants

Accès routiers (autoroutes et voies rapides)

Paris – Le Mans – Angers : A11 (300 km – 2 h)

Nantes – Angers : A11 (90 km – 0h50)

Saumur – Angers : A85 (70 km – 0h45)

Tours – Angers : A85 (68 km – 1h25)

Cholet – Angers : A87 (65 km – 0h50)

Rennes – Angers (125 km – 1h50)

Poitiers – Angers (140 km – 2h)

TGV Directs

Paris Montparnasse – Angers / Saumur : 1h30

Paris Roissy – Angers : 2h30

Lille – Angers : 3h30

Lyon – Angers : 4 h

Strasbourg – Angers : 5 h

Marseille – Angers : 6 h

Aéroport : aéroport Nantes Atlantique : 1h15

B - Attraits touristiques majeurs

Patrimoine naturel

- La Loire : fleuve de 1040 km traversant l'Anjou d'est en ouest sur 127 km
- 300 km de rivières sur le bassin de la Maine dont 100 km de voies navigables
- 20 000 hectares de vigne, plus de 200 km de route du vignoble
- Plus de 400 km de réseaux cyclables en vélo loisir dont :
 - o La Loire à vélo : 145 km
 - o La boucle Layon – Aubance : 29 km (Chalonnes – Thouarcé – Les Ponts-de-Cé)
 - o Le Thouet à vélo : 26 km (reliant Saumur à Montreuil Bellay)
- 3800 km au plan départemental d'itinéraires de promenade et de randonnées dont 800 km de réseaux cyclables dédiés au VTT
- 135 km identifiés de randonnées équestres
- un peu plus de 3000 hectares de prairies naturelles classées « Natura 2000 » appartenant aux basses vallées angevines
- 132 228 hectares appartenant au Parc Naturel Régional Loire-Anjou-Touraine (soit 49% de la surface totale du Parc en Anjou) répartis sur 68 communes

Patrimoine architectural et culturel

- 1200 châteaux
- une centaine d'églises labellisées « église accueillante »
- 46 musées thématiques
- 7 labels attribués à certaines communes et villes de l'Anjou :
 - o Villes et Pays d'art et d'histoire : 2 villes
 - o Petites cités de caractère : 14 communes
 - o Villages de charme : 11 communes
 - o Les plus beaux détours de France : 2 communes
 - o Les plus beaux villages de France : 1 commune
 - o Stations vertes : 7 communes
 - o Villes et Métiers d'art : 1 commune

Structures et équipements de loisirs

- 14 bases de canoë-Kayak
- 5 bases de loisirs
- 4 centres équestres labellisés Centre de Tourisme Equestre ;
- 4 parcs animaliers
- 4 parcs de loisirs
- 7 golfs.

C - Capacités d'accueil touristique

	Nombre d'établissements	Nombre de lits
Hôtellerie	188	9 158
Hôtellerie de plein air	91	16 014
Location meublée	514	2 842
Chambre d'hôtes	326	1 912
Hébergement collectif	73	7 114
Aire de camping car	61	1 699
Total hébergement marchand	1 253	38 739

D - Clientèles étrangères en hébergement marchand

Répartition des clientèles françaises et étrangère : clientèle française : 76% - clientèle étrangère : 24%

Principales clientèles étrangères

Royaume uni	1 ^{ère}	151 737 nuitées	35%
Pays-Bas	2 ^{ème}	126 894 nuitées	29%
Allemagne	3 ^{ème}	33 884 nuitées	8%
Belgique	4 ^{ème}	25 663 nuitées	6%
Autres nationalités		78 799 nuitées	22%
Total nuitées étrangères		416 997 nuitées	100%

Source : Insee des Pays de la Loire, Anjou réservations

E - Clientèles touristiques françaises

Identité

- 32.9% ont entre 50 et 64 ans et 27.1% ont entre 35 et 49 ans
- 38.6% sont des inactifs et 29% des cadres et des professions libérales
- 58% des groupes d'individus sont sans enfants
- dans les groupes d'individus sans enfants : 37.9% sont composés de deux adultes
- dans les groupes d'individus avec enfants : 32.9% sont composés de deux adultes et d'au moins 1 enfant.

Provenance des touristes par région en Anjou au cours de la saison 2010 (% du nombre de nuitées)

Ile-de-France	32.2%	Rhône-Alpes	5.5%
Pays-de-la-Loire	24.8%	Basse-Normandie	5.3%
Bretagne	10.1%	Provence-Alpes Côte d'Azur	3.9%
Aquitaine	5.9%	Midi-Pyrénées	2.5%

Mode de réservation

Part de voyages réservés : 29.4%

Types d'hébergement

Nuitées en hébergement marchands : 20.6% , en hébergement non marchand : 79.4%

Durée de séjour

Durée moyenne de séjour : 3.4 jours

Courts séjours (de 1 à 3 nuits) : 76.2% - Longs séjours (4 nuits et plus) : 23.8%

Mode d'hébergement

Hôtel	5.6%
Camping	6%
Chambre d'hôte/gîte/hébergement chez l'habitant	8.3%
Autre hébergement payant	0.7%
Autre hébergement non payant	2.3%
Famille	59%
Amis	9.2%
Résidence secondaire	8.9%

Tourisme lié au vignoble

Présentation

- Superficie du vignoble : 20 000 hectares dont 18 000 en AOC
- 32 AOC présents dans le vignoble de l'Anjou
- 2 maisons des vins de Loire localisées à Angers et à Saumur
- 1 musée de la vigne et du vin (St Lambert du Lattay)
- 3 liquoristes : Combiér (Saumur), Cointreau (St Barthélémy d'Anjou), Giffard (Avrillé)
- Plusieurs sentiers et chemins d'interprétation viticoles
- 5 châteaux historiques possèdent un domaine viticole promu lors de leur visite
- 11 maisons d'hôtes vigneronnes
- 2 gîtes vigneronnes

Sites de visite

Classement des 10 premiers sites touristiques en fréquentation

	Ville	Site	2010	2011	Evolution 2010/2011
1	Angers	Terra Botanica	260 000	301 049	+16%
2	Doué-la-fontaine	Bioparc de Doué	231 764	234 473	+1%
3	Angers	Château d'Angers	170 685	185 053	+8%
4	Fontevraud-L'Abbaye	Abbaye de Fontevraud	193 164	185 000	-4%
5	Angers	Musée des Beaux-Arts	88 898	86 676	-2%
6	Maulévrier	Parc oriental	83 263	86 109	+3%
7	Saumur	Ecole Nationale d'Equitation	81 209	84 676	+4%
8	Brézé	Château de Brézé	65 434	79 642	+22%
9	Louresse-Rochemenier	Village troglodytique	67 756	63 266	-7%
10	Saumur	Château-musée de Saumur	66 718	59 462	-11%

Source : Anjou Tourisme

Fréquentation par catégories de site de visite en 2011 (en % d'entrées payantes)

Caves/ Distilleries	6.82%	Troglodytes	9.55%
Châteaux	21.82%	Patrimoine équestre	4.55%
Jardins et Parcs zoologiques	18.18%	Parcs à thème	14.55%
Musées	16.82%	Autres monuments historiques	7.71%

Anjou Tourisme

Festivals et manifestations

Classement des 5 premières manifestations payantes

	Ville	Manifestation	2011
1	Angers	Festival premiers plans Du 21 au 30 janvier 2011	48 743
2	Le Lion d'Angers	MONDIAL DU LION Du 20 au 23 Octobre 2011	44 204
3	Le Plessis Macé Angers/ Doué-la-fontaine	FESTIVAL D'ANJOU Du 8 juin au 3 juillet 2011 - 23 représentations théâtrales	25 756
4	Saumur	PRESENTATIONS PUBLIQUES DU CADRE NOIR 18 dates en 2011	22 553
5	Doué-la-fontaine	JOURNEES DE LA ROSE Du 10 au 13 juin 2011	18 090

Source Anjou Tourisme

Nb : les fréquentations comptabilisent les entrées gratuites et payantes