

Publié le 3 octobre 2024

## A Saint-Malo, les touristes sont les bienvenus toute l'année

La Spl Destination Saint-Malo Baie du Mont-Saint-Michel fait preuve d'une grande créativité pour attirer les touristes sur son territoire tout au long de l'année. Elle cherche entre autres à séduire les familles et les dinks, nouvelle cible pour les opérateurs touristiques, à savoir des couples au double revenu sans enfants, bref disposant d'un sacré pouvoir d'achat. La diversité de l'offre touristique permet encore au territoire d'envisager une marge de progression.



La mission de la [Spl Destination Saint-Malo Baie du Mont-Saint-Michel](#) est clairement définie : développer le tourisme de loisirs et d'affaires sur le territoire de trois intercommunalités, à savoir **Saint-Malo agglomération, la Bretagne Romantique et le Pays de Dol-de-Bretagne et de la baie du Mont-Saint-Michel**. Cet ensemble est composé de 62 communes et de 144 000 habitants. Les pépites du territoire ne manquent pas, c'est le moins que l'on puisse dire : la ville envoutante de Saint-Malo, le port de Cancale, Combourg, etc. Sur son site ou à travers son magazine gratuit,

Trésors, tiré à 25 000 exemplaires, la Spl donne envie de venir sur son territoire.

## Lisser la fréquentation sur plusieurs mois

**Véronique Chauveau-Lefèvre, directrice générale de la Spl, est claire** : « Attirer les familles et les dinks, des couples entre 30 et 50 ans avec deux revenus et sans enfant qui se déplacent toute l'année », assurait-elle dans les colonnes d'Ouest-France, le 26 janvier dernier. A ses yeux, l'objectif est de favoriser un tourisme quatre saisons afin d'« irriguer les flux touristiques sur l'ensemble du territoire ». Ce qui permet de lisser l'activité sur l'année et d'éviter une surreprésentation touristique à certains moments de l'année. Pour autant, la DG n'entend pas suggérer que le territoire serait victime de surtourisme, préférant parler de « **pics de fréquentation** » à certains moments de l'année.

## L'été ne constitue pas le gros de la fréquentation touristique

Il faut de plus se méfier des apparences. « **Le cœur de saison (juillet et août) représente 32 % de la fréquentation touristique de la destination** », souligne Nicolas Belloir, président de la Spl, adjoint à la ville de Saint-Malo, toujours dans les colonnes de Ouest-France. Tous les 5 ans, Tourisme Bretagne, comité régional du tourisme de la Région Bretagne, publie une enquête très complète sur la fréquentation touristique dans la région. Intitulée Reflet, la dite enquête met en exergue le fait que « la fréquentation hors saison représente 29% du total et les bords de saison (avril, mai et septembre) ».

## Renforcer le tourisme d'affaire

Les chiffres de 2022 révèlent que **Saint-Malo agglomération a reçu 1,4 million de touristes cette année-là**. La majeure partie des touristes viennent du grand Ouest : Bretagne, Normandie et Pays de la Loire. Les déplacements se font essentiellement en train. La promotion du train est en cours de négociation avec la SNCF. Les Allemands adorent la destination, Dinard et Dinan plus particulièrement. Les Belges, les Espagnols et les Italiens sont aussi de grands fans de la région. Deux nouvelles cartes ont été éditées par la Spl, sur les randonnées et sur les meilleurs circuits à vélo. Du côté du **tourisme d'affaire, le bilan est satisfaisant**, le centre des congrès de Saint-Malo ayant accueilli une centaine de manifestations en 2023. Mais il est encore possible de voir plus loin, de nourrir plus d'ambition, laisse entendre la directrice.

## Un bilan 2024 contrasté

De récentes chiffres de fréquentation ont été publiés récemment. Une constante se dégage sur l'ensemble du territoire : « 2024 marque une année particulière en terme de fréquentation touristique dans les différents offices de tourisme du territoire, avec notamment **une clientèle française en baisse et une clientèle étrangère en hausse**. Ces fluctuations sont à placer dans

un contexte global, entre une météo parfois peu favorable, la problématique du pouvoir d'achat et l'attractivité des jeux olympiques », assure la Spl dans un communiqué. Dans le détail, « si le nombre de demandes effectuées auprès des conseillers en séjour de Destination Saint-Malo Baie du Mont-Saint-Michel est en hausse de 10% en comparaison avec 2023 (au guichet, par téléphone, par le chat en ligne...), le nombre de visites physiques dans les différentes agences est quant à lui en baisse de 18%, toutes nationalités confondues ». A noter cependant que « le ralentissement de la fréquentation nationale est en partie contrebalancé par une augmentation de 5% des visiteurs étrangers ».