

Sites de visite en Loire-Atlantique

Bilan de fréquentation 2025

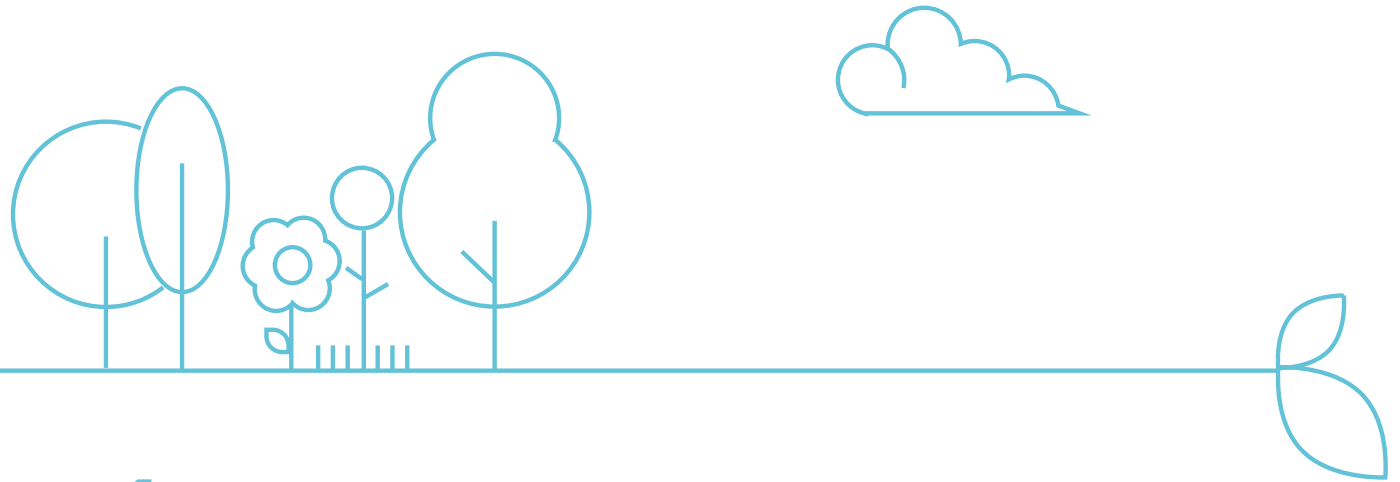


Sommaire



1	<u>Méthodologie</u>	3
2	<u>Les enseignements clés</u>	5
3	<u>Analyse des avis Google</u>	21
4	<u>Données individuelles des sites répondants</u>	44





1

Méthodologie



Méthodologie

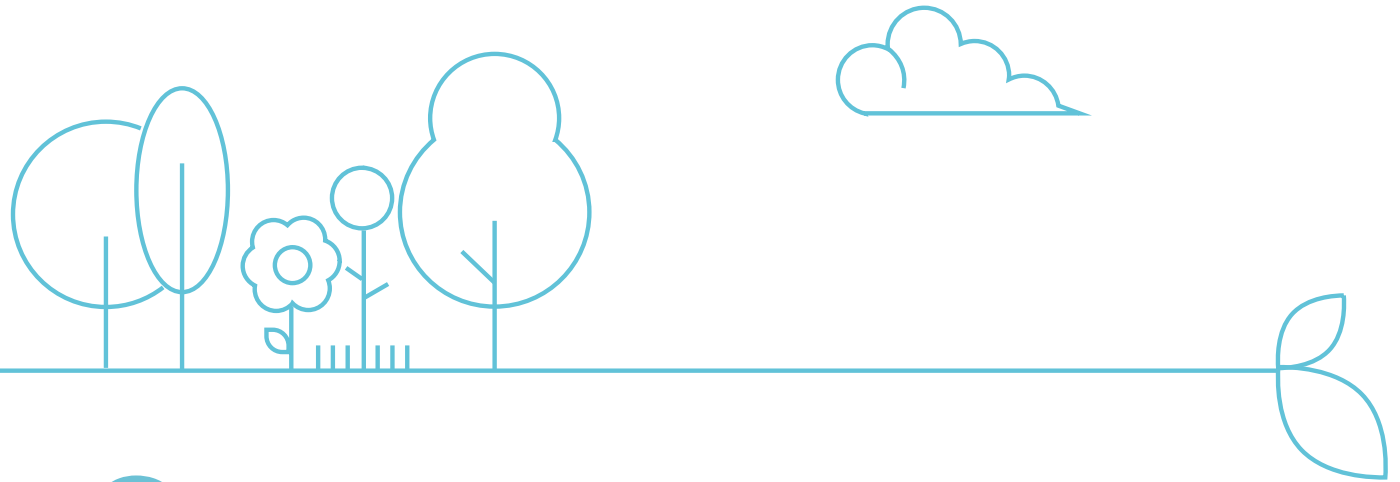
Chaque année, Loire-Atlantique développement interroge les sites de visite de Loire-Atlantique sur leurs données de fréquentation. Les sites enquêtés sont les suivants :

- Sites de visite gratuits ou payants, qui présentent une offre de médiation sous forme écrite, orale et/ou humaine
- Sites ouverts a minima 4 jours par semaine sur les mois de juillet et août.
- Pour les visites d'entreprises/ d'exploitations agricoles, seuls les sites de visite du dispositif « Visitez Nos Entreprises en Pays de la Loire » (VNE) sont comptabilisés.
- Les sites de visite ouverts uniquement sur rendez-vous et/ou uniquement aux groupes ne sont pas pris en compte (hors visites d'entreprises adhérentes de VNE).

Cette enquête auprès des sites de visite nous a permis de récolter les données de fréquentation de l'année 2025 des sites de visite de Loire-Atlantique. 65 sites de visite ont répondu au questionnaire pour l'année 2025.

Les données de fréquentation brutes par site seront complétées d'une analyse des données consolidées, permettant ainsi d'établir une photographie annuelle des tendances touristiques et de positionner ces offres dans un environnement touristique global.





2 Les enseignements clés



Éléments de contexte



Tourisme : les grands marqueurs de 2025

En 2025, la fréquentation touristique en Loire-Atlantique s'inscrit dans une dynamique proche des tendances nationales, marquée par un léger tassement du tourisme de séjour après plusieurs années de forte reprise post-Covid.

Avec 31,2 millions de nuitées (-2% par rapport à 2024), le département confirme son attractivité touristique

La Loire-Atlantique semble cependant atteindre un palier de croissance, dans un contexte de contraintes budgétaires des ménages et de concurrence accrue entre destinations. La baisse concerne principalement les clientèles françaises, tandis que les clientèles étrangères se maintiennent, soutenues notamment par des événements à rayonnement international.

Dans le même temps, l'excursionnisme poursuit sa progression (+4%) et atteint un volume comparable à celui des nuitées. Cette évolution traduit une transformation des pratiques touristiques observée à l'échelle nationale : séjours plus courts, arbitrages budgétaires plus fréquents et développement des loisirs de proximité.

La Loire-Atlantique s'affirme ainsi comme une destination de courts séjours et de sorties à la journée, portée par les clientèles régionales et par l'essor des mobilités douces, illustré notamment par la forte progression de la fréquentation vélo.

2025
en France

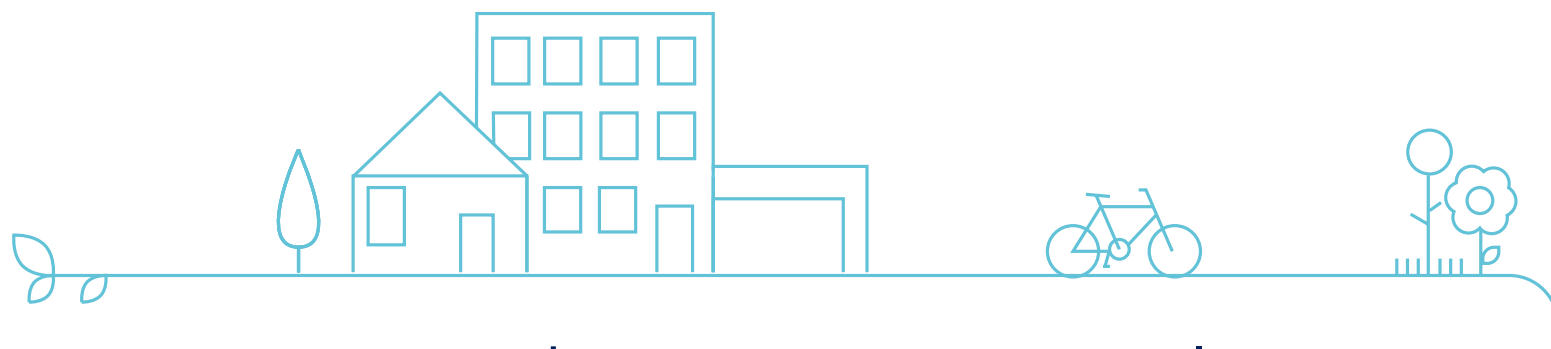
102
millions de touristes étrangers

148
millions de nuitées

8%
du PIB

40%
des Français ne sont pas partis en vacances





Les sites de visite en Loire-Atlantique



Les chiffres-clés

Avec **5,1 millions de visiteurs** comptabilisés dans les **65 sites de visite** répondants, l'année 2025 poursuit la dynamique entamée en 2021 après la crise sanitaire. S'ils maintiennent des niveaux élevés d'entrées, la dynamique des sites de visite est alignée avec la fréquentation touristique observée dans le département, en léger repli sur l'année.

À panel équivalent (considérant en 2025 les seuls sites répondants en 2024), la fréquentation est en recul de 4 % cette année.



5,1 millions

de visiteurs en 2025
65 sites répondants



6%

de clientèle étrangère
(-8 pts vs 2024)*

Fréquentation, en millions de visiteurs, depuis 2019



54 sites
répondants



52 sites
répondants



52 sites
répondants



57 sites
répondants



56 sites
répondants



61 sites
répondants



* Sur un total de 25 sites ayant renseigné l'origine géographique des visiteurs



Les chiffres-clés



Nombre de sites
selon leur type

65

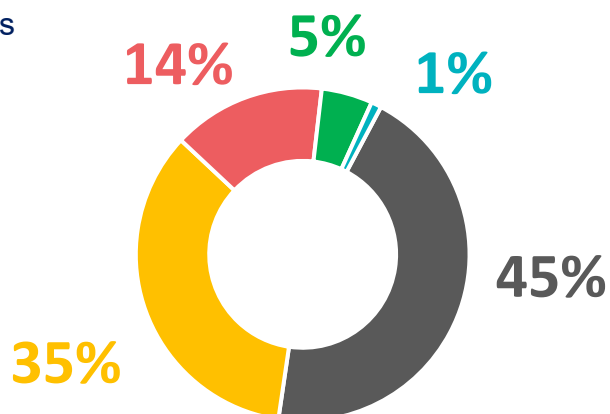
Répondants à l'enquête

Les musées, monuments et sites historiques constituent l'ossature de l'offre touristique. Les attractions familiales concentrent quant à elles une forte intensité de fréquentation : les parcs animaliers ou à thème attirent beaucoup de visiteurs par site. Les sites de savoir-faire ou industriels restent plus diffus : ils sont nombreux mais génèrent moins d'entrées individuelles.



Nombre
d'entrées selon
les types de site

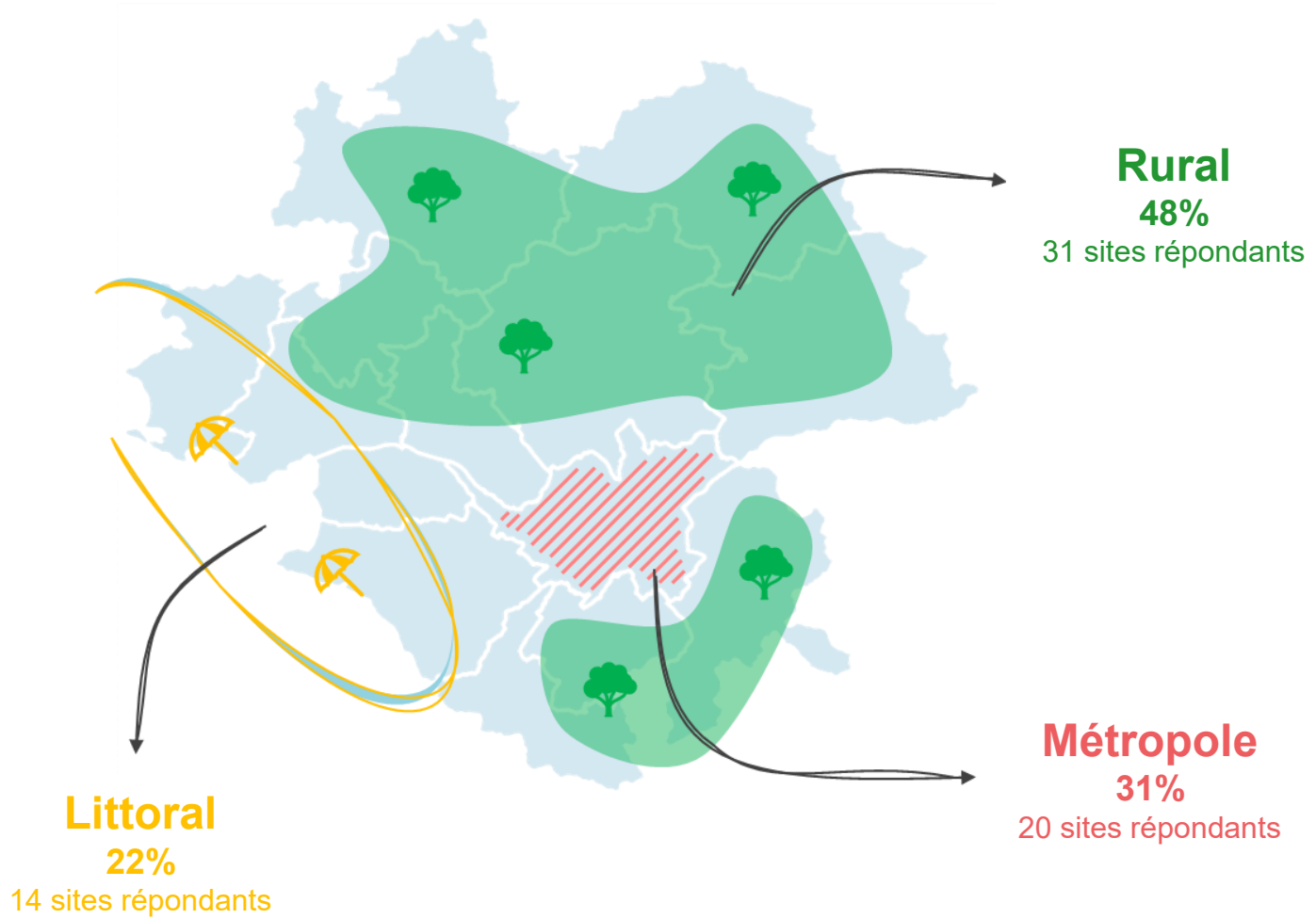
1	Sites industriels, savoir-faire et visites d'entreprise	/ 20 sites	31%
2	Châteaux et architectures civiles remarquables	/ 10 sites	15%
3	Musées et centres d'interprétation thématiques	/ 10 sites	15%
4	Parcs à thème et animaliers	/ 5 sites	8%
5	Écomusées et traditions populaires	/ 5 sites	8%
6	Édifices et patrimoine religieux	/ 4 sites	6%
7	Musées des beaux arts	/ 4 sites	6%
8	Muséums et nature	/ 4 sites	6%
9	Sites militaires et lieux de mémoire	/ 3 sites	5%



- Parcs à thème et animaliers
- Musées et écomusées
- Sites industriels et savoir-faire
- Patrimoine et architecture
- Sites militaires et lieux de mémoire



Un bon maillage territorial





Le top 10 des sites de visite

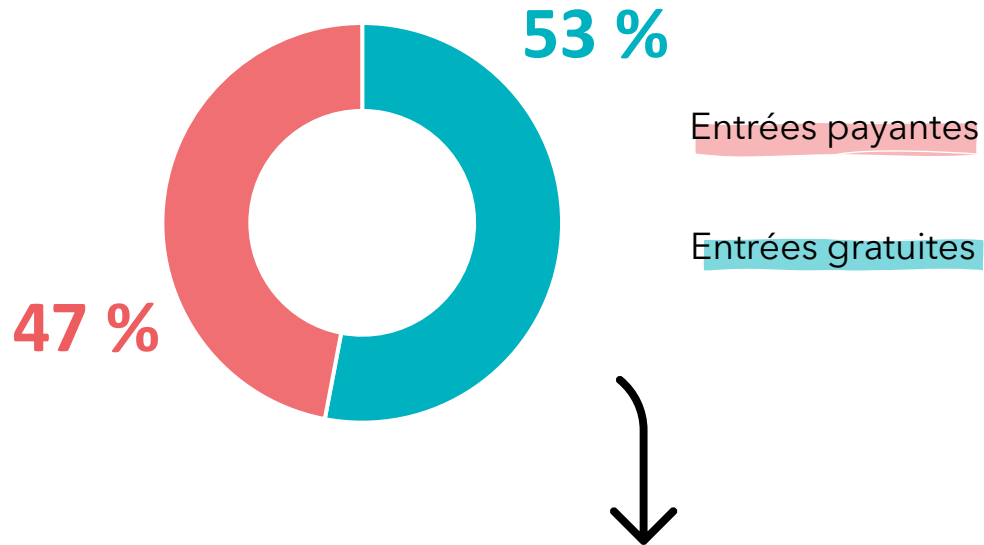
		Visiteurs 2024	Visiteurs 2025
1	Les Machines de l'Île (<i>Galerie, Carrousel des Mondes Marins et le Grand Éléphant</i>) • Nantes	699 758	638 430
2	Château des ducs de Bretagne - Musée d'histoire de Nantes • Nantes	362 750	337 490
3	Saint-Nazaire Renversante (<i>Espadon, Escal'Atlantic, Ecomusée, EOL et les visites industrielles</i>) • Saint-Nazaire	338 603	332 748
4	Planète Sauvage • Port-Saint-Père	271 756	299 540
5	Musée d'Arts de Nantes • Nantes	305 049	297 520
6	Océarium du Croisic • Le Croisic	283 862	280 001
7	Zoo de la Boissière du Doré • La Boissière du Doré	148 000	169 074
8	Muséum d'Histoire Naturelle* • Nantes	167 200	126 204
9	Legendia Parc • Frossay	108 493	115 550
10	Musée Dobrée • Nantes	100 653	87 443



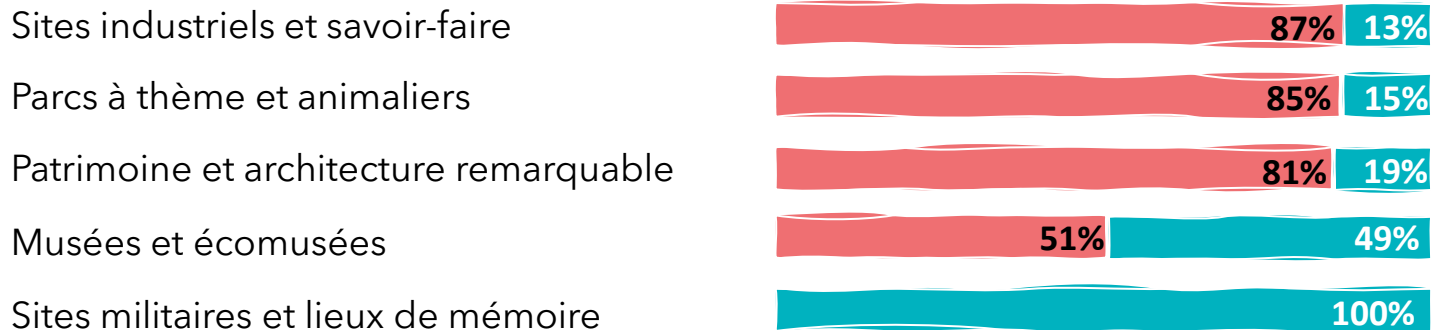
* Sur une année incomplète : le Muséum a fermé ses portes le 3 novembre 2025



Les types d'entrées

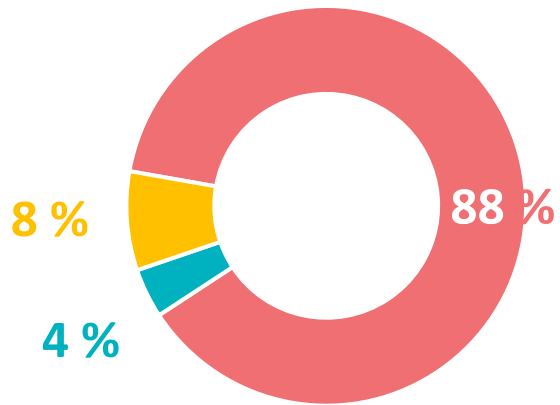


La part des entrées gratuites, semblable à celle des années précédentes, est impactée par la forte fréquentation des sites avec éco-compteur comme la cour du Château des ducs de Bretagne, le Domaine de la Garenne Lemot, la cour du château de Châteaubriant et le Mémorial de l'Abolition de l'Esclavage, dont les entrées sont totalement gratuites car en accès libre. Si l'on ne prend pas en compte ces derniers, les entrées payantes représentent alors 75% des entrées, contre 25% d'entrées gratuites.





Les types d'entrées



Entrées individuelles

Entrées scolaires

Entrées de groupe

La fréquentation des sites est portée avant tout par des visiteurs individuels, avec une dynamique scolaire forte dans les sites pédagogiques ou liés au vivant et à l'environnement. On observe une stabilité très forte du modèle de visite entre 2024 et 2025.



Sites industriels et savoir-faire



Parcs à thème et animaliers



Patrimoine et architecture remarquable



Musées et écomusées

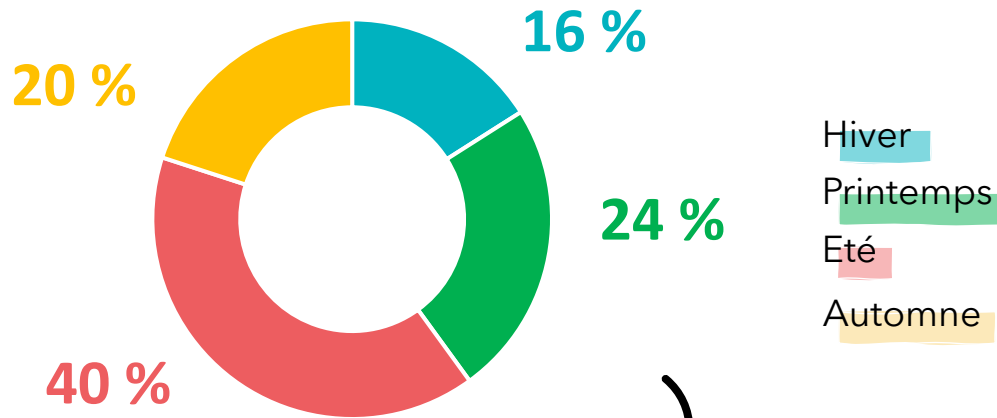


Sites militaires et lieux de mémoire



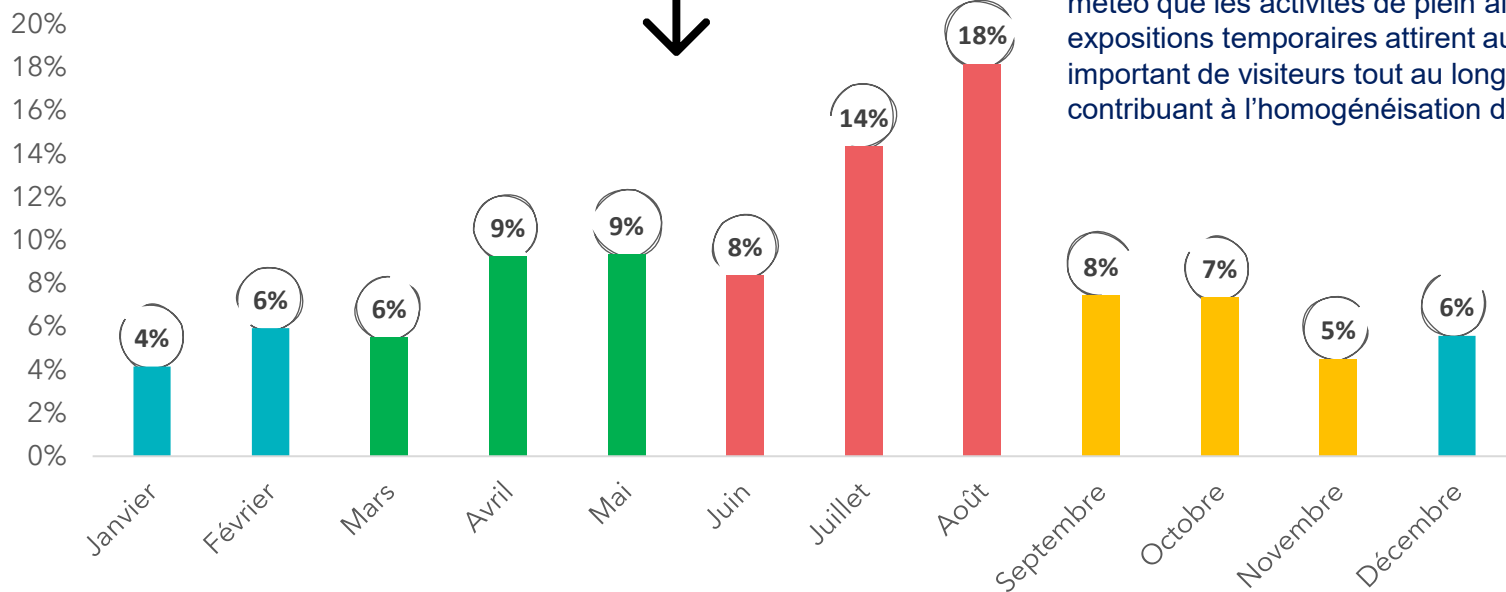


Fréquentation mensuelle



Hiver
Printemps
Eté
Automne

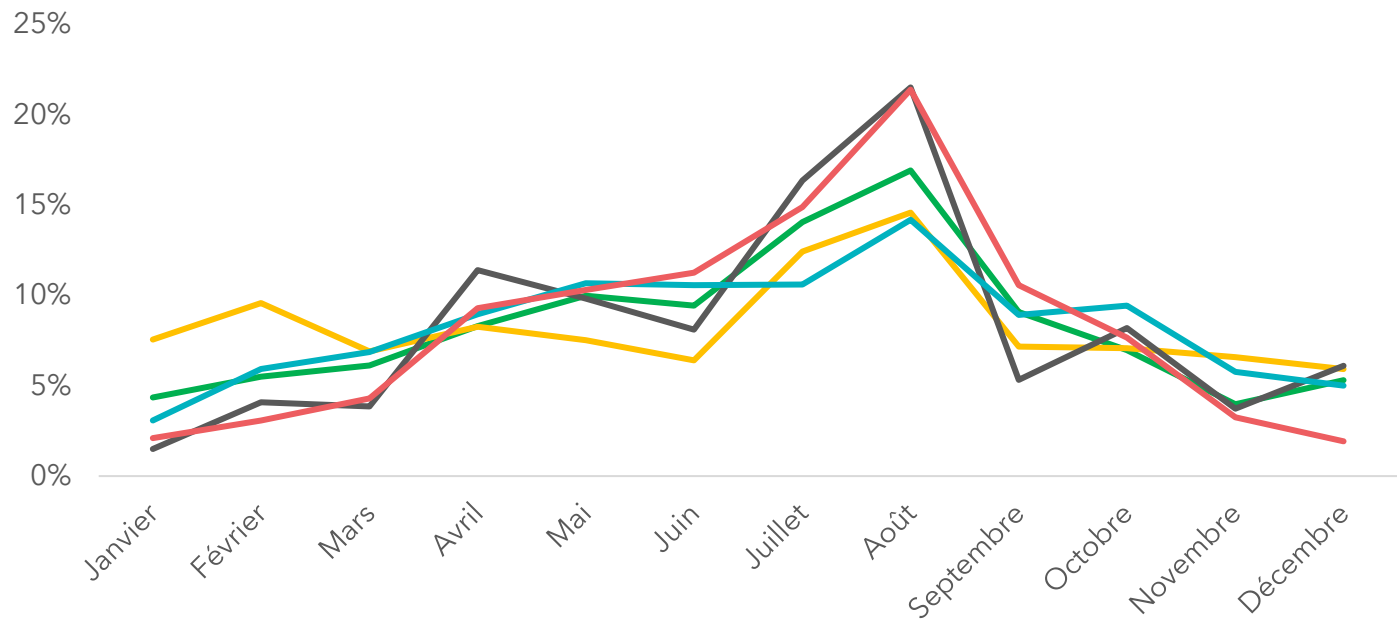
La saison estivale reste centrale mais ne se renforce pas significativement d'une année à l'autre. La fréquentation continue de s'appuyer fortement sur les ailes de saison, ce qui confirme l'allongement progressif de la période de visite et le positionnement marqué de la Loire-Atlantique sur ces périodes de l'année. Ce phénomène est cohérent avec les tendances nationales : multiplication des courts séjours, week-ends touristiques et excursionnisme, qui étalent la fréquentation dans l'année. Les sites patrimoniaux et culturels jouent un rôle clé dans cet étalement car leur fréquentation est moins dépendante de la météo que les activités de plein air. Les expositions temporaires attirent aussi un nombre important de visiteurs tout au long de l'année, contribuant à l'homogénéisation des visites.





Saisonnalité des visites

Fréquentation mensuelle selon les types de sites (en %)



- Parcs à thème et animaliers
- Musées et écomusées
- Sites industriels et savoir-faire
- Patrimoine et architecture
- Sites militaires et lieux de mémoire





Une saisonnalité de la fréquentation plus ou moins marquée

Ecart à la moyenne durant la haute saison (juillet/août)

Parcs à thème et animaliers



Sites industriels et savoir-faire



Patrimoine et architecture remarquable



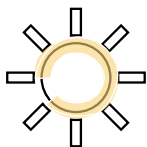
Musées et écomusées



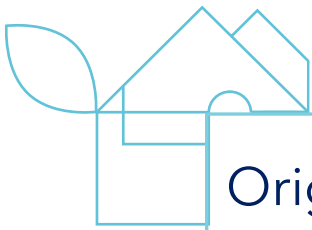
Sites militaires et lieux de mémoire



*** Lecture :** les sites de visite relevant de la catégorie des parcs à thème et animaliers ont connu en 2025 une hausse des entrées de 127 % durant la haute saison par rapport à la fréquentation observée le reste de l'année

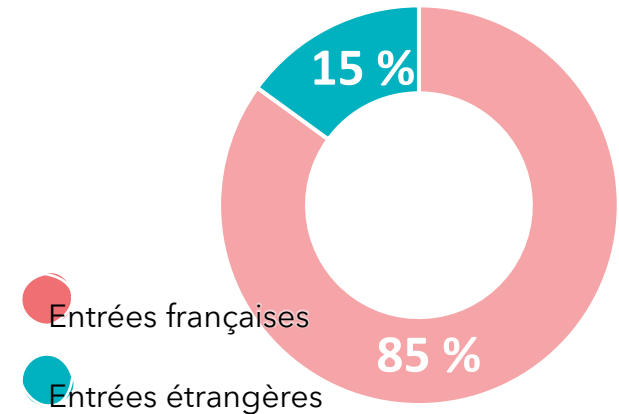


Les écarts par rapport à la moyenne illustrent l'effet météo-sensible et le rythme saisonnier des activités : les parcs animaliers, de loisirs et de plein air enregistrent leurs pics en été tandis que les musées et monuments répartissent davantage leur fréquentation sur l'année. Cette pluralité contribue à lisser l'activité globale.



Origine géographique des visiteurs

Les musées et monuments accueillent principalement une clientèle locale ou nationale, tandis que les activités de loisirs attirent davantage un public extérieur, plus touristique. Cette différence s'explique notamment par l'attractivité des grands sites métropolitains, qui concentrent une part importante des visiteurs étrangers. Ce fonctionnement rejoint des tendances plus larges : les sites industriels et de savoir-faire sont fortement associés à une fréquentation de proximité, alors que les attractions de loisirs, souvent familiales, sont davantage liées au tourisme de séjour et plus lointain.



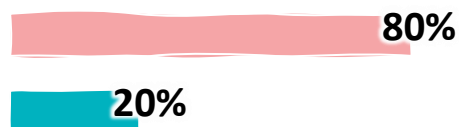
Sites industriels et de savoir-faire



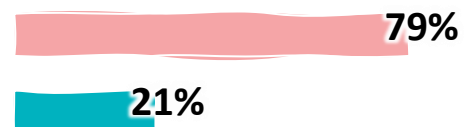
Musées et écomusées



Patrimoine et architecture



Parcs à thème et animaliers





Synthèse prospective

L'ère post-Covid

L'année 2025 confirme l'entrée progressive du secteur des sites de visite dans une phase de stabilisation après la période de forte reprise des années 2022-2023. Avec 5,1 millions de visiteurs recensés dans 65 sites interrogés, la fréquentation reste à un niveau élevé mais enregistre un léger repli par rapport à 2024 (-4% à panel équivalent). Cette évolution s'inscrit dans une tendance plus large observée à l'échelle départementale, marquée par un ralentissement du tourisme de séjour après plusieurs années de croissance soutenue.

Des budgets loisirs contraints

Plusieurs facteurs expliquent ce tassement relatif. D'une part, la contrainte budgétaire des ménages conduit à des arbitrages dans les dépenses de loisirs et de vacances. D'autre part, la concurrence entre destinations touristiques se renforce, dans un contexte où la reprise du tourisme international redonne de l'attractivité à de nombreuses destinations. Dans ce cadre, la Loire-Atlantique semble atteindre un palier de fréquentation, après la forte dynamique observée entre 2021 et 2023.

Un socle solide

Pour autant, les fondamentaux de la fréquentation restent solides. La fréquentation touristique départementale se maintient à un niveau élevé avec 31,2 millions de nuitées, tandis que l'excursionnisme poursuit sa progression. Cette évolution traduit une transformation progressive des pratiques touristiques : séjours plus courts, multiplication des sorties à la journée et développement du tourisme de proximité. Les sites de visite pourraient bénéficier directement de cette dynamique, notamment ceux proposant des expériences accessibles sur une demi-journée ou intégrées dans des itinéraires de découverte locaux.





Synthèse prospective

La carte du local

Cette évolution confirme la montée en puissance d'un modèle touristique davantage fondé sur la proximité et les mobilités douces. La progression des pratiques cyclables et l'essor des excursions régionales renforcent l'attractivité de la destination pour des publics de courte durée. Dans ce contexte, les sites patrimoniaux et culturels continuent de jouer un rôle structurant dans l'offre de découverte, tandis que les parcs animaliers et attractions familiales demeurent fortement liés à la fréquentation touristique estivale et aux séjours.

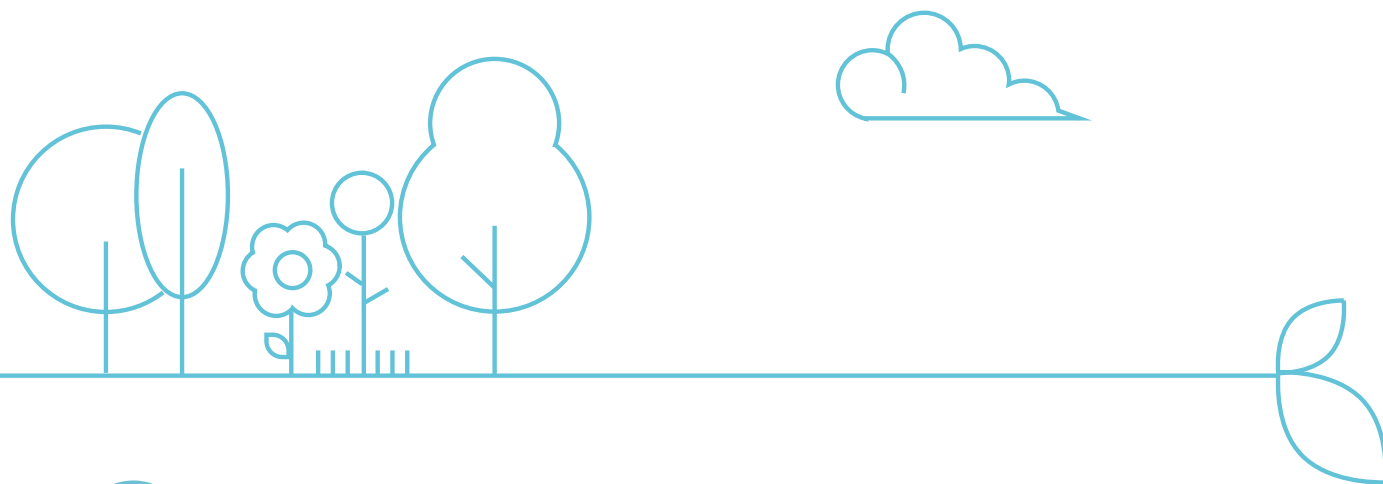
Des pratiques de visite fortement influencées par le numérique et les réseaux sociaux

Les modes de découverte et de préparation des visites ont profondément évolué sous l'effet du numérique. Les visiteurs s'informent largement en amont via les plateformes en ligne, les avis ou les réseaux sociaux, qui jouent un rôle croissant dans la notoriété et l'attractivité des sites. Certains lieux peuvent ainsi connaître des pics de fréquentation liés à leur visibilité sur Instagram ou TikTok. Cette visibilité numérique influence également les attentes des visiteurs, qui recherchent des lieux photogéniques, des expériences singulières ou des contenus facilement partageables.

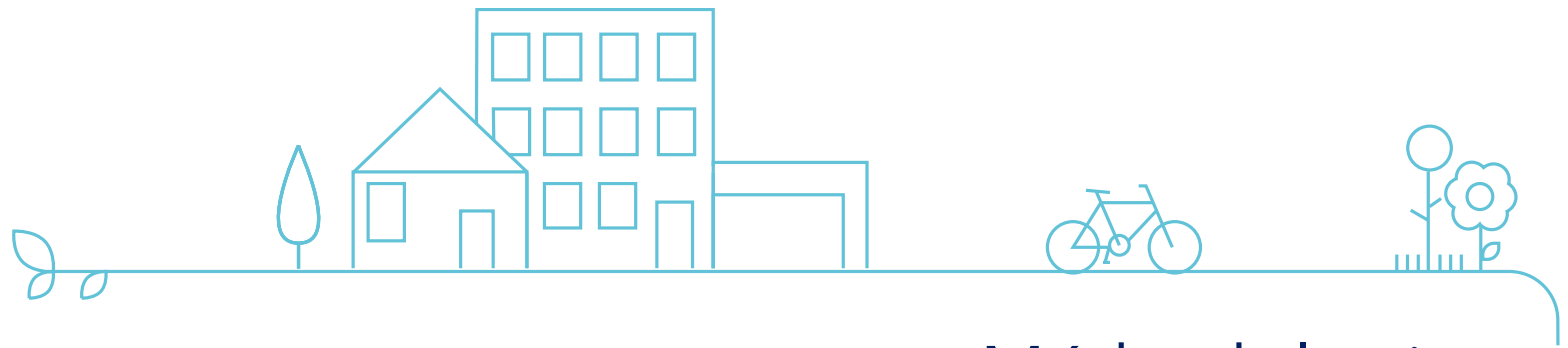
L'essor de la data et de l'intelligence artificielle dans la gestion et l'expérience de visite

L'exploitation des données visiteurs et le développement de solutions intégrant de l'intelligence artificielle transforment progressivement le fonctionnement des sites à l'échelle nationale. Les outils numériques permettent d'optimiser la gestion des flux, d'analyser les parcours de visite ou encore d'adapter les contenus proposés aux visiteurs. Dans certains cas, des dispositifs interactifs ou des guides numériques permettent de personnaliser la visite selon les centres d'intérêt ou le profil des publics. Ces technologies contribuent également à améliorer l'expérience globale, en réduisant les temps d'attente ou en orientant les visiteurs vers des parcours moins saturés. Par ailleurs, des réflexions sont menées en Loire-Atlantique visant à permettre la visite de sites en autonomie là où la mise en place d'une médiation n'est pas possible à l'année.





3 Analyse des avis Google



Méthodologie





Recours à l'intelligence artificielle

L'analyse repose sur un corpus d'avis en ligne transmis manuellement, issus principalement de Google, complétés ponctuellement par d'autres plateformes (Tripadvisor, Petit Futé, AllTrails, etc.). Les avis ont été regroupés par grands ensembles de sites afin de permettre une lecture comparative des expériences visiteurs.

Le traitement a été réalisé avec l'appui de ChatGPT, utilisé comme outil d'assistance à l'analyse qualitative. L'analyse s'est fondée uniquement sur les avis fournis dans le corpus transmis, sans ajout de contenus extérieurs. Elle a permis de repérer les profils de visiteurs, les attentes, les motivations, les satisfactions, les irritants, ainsi que les variations selon les saisons lorsque les dates de visite étaient mentionnées.

La méthode combine un comptage simple des avis, une analyse thématique des verbatims et une comparaison entre catégories de sites. Elle vise à faire émerger des tendances récurrentes, tout en distinguant les signaux ponctuels.

Cette démarche présente toutefois des limites : les avis en ligne ne sont pas représentatifs de l'ensemble des visiteurs, ils reflètent des perceptions déclaratives, et les résultats dépendent du corpus transmis. Les conclusions doivent donc être lues comme une analyse qualitative structurée de l'expérience visiteurs, utile pour identifier des enseignements et points de vigilance, mais non comme une enquête statistique exhaustive.





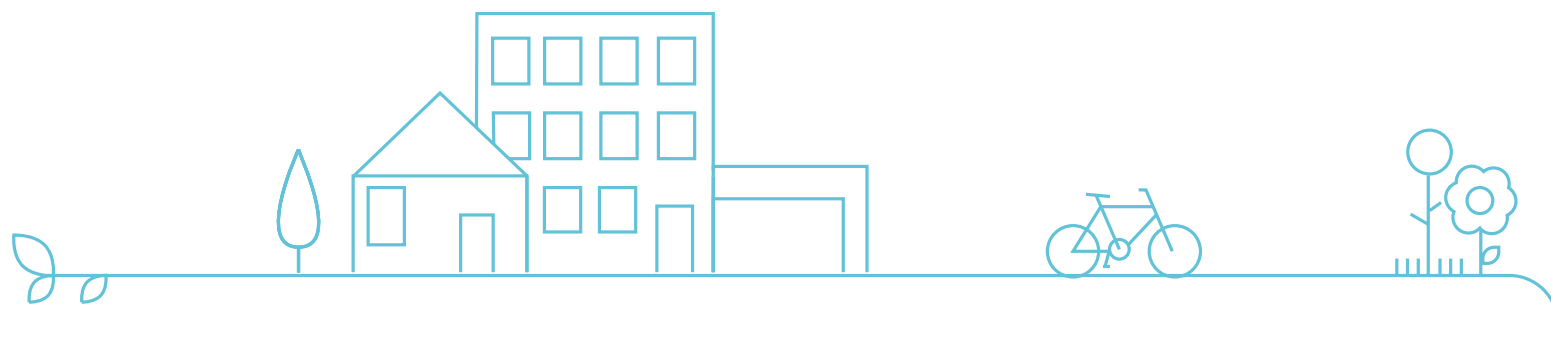
L'échantillon

Les avis des 4 premiers sites (en termes de nombre d'entrées) ont été retenus pour chaque catégorie. Au total, plus de 600 avis ont été analysés, selon la ventilation suivante :

Ensemble	Nombre d'avis analysés
Patrimoine et architecture	~ 190
Parcs / loisirs / expériences immersives	~ 120
Musées	~ 110
Sites militaires et de mémoire	~ 90
Visites d'entreprises et de savoir-faire	~ 115

Les avis recueillis ont été déposés en 2025 pour la majorité d'entre eux. Afin d'avoir une représentativité des saisons, certains avis de 2024 ont été intégrés.





Les enseignements



Les profils des visiteurs

Type de site	Profils les plus visibles
Patrimoine et architecture	couples, familles, touristes urbains, visiteurs de passage
Parcs / expériences immersives	familles, parents/enfants, visiteurs en séjour, curieux
Musées	adultes, couples, amateurs de culture, familles disposées à la lecture
Sites militaires et de mémoire	adultes, visiteurs sensibles à l'histoire, habitants, scolaires potentiels
Savoir-faire	familles, curieux, amateurs de terroir, visiteurs pédagogiques

Deux grands profils traversent presque tous les ensembles :

- Le **visiteur familial**, qui attend une visite confortable, vivante, compréhensible
- Le **visiteur curieux**, qui accepte de prendre du temps si le contenu en vaut la peine

La différence tient ensuite au “contrat de visite” :

- dans le patrimoine, on peut venir pour flâner
- dans les musées, il faut être disponible mentalement
- dans les lieux mémoriels, on vient avec une attente de sens
- dans les savoir-faire, on attend une médiation claire, incarnée et concrète





Les attentes des visiteurs

Type de site	Attentes principales	Attentes secondaires
Patrimoine et architecture	beauté, panorama, histoire, promenade	gratuité partielle, accessibilité, détente
Parcs / expériences immersives	immersion, originalité, émotion, expérience rare	sécurité, rythme, fluidité
Musées	compréhension, richesse du contenu, qualité des expos	confort de visite, dispositifs ludiques
Sites militaires et de mémoire	dignité, transmission, émotion, profondeur	lisibilité, accessibilité
Savoir-faire	comprendre un métier, voir un procédé, entendre un guide	dégustation, démonstration, ancrage territorial

Le corpus montre que les visiteurs n'attendent pas seulement "quelque chose à voir", mais un bénéfice précis : être impressionnés, être émus, apprendre, partager un moment, mieux comprendre un territoire ou une histoire.

Les sites qui fonctionnent le mieux sont ceux où cette promesse est tenue sans ambiguïté.





Les motifs de satisfaction des visiteurs



Type de site	Satisfactions dominantes	Ce qui augmente fortement la satisfaction
Patrimoine et architecture	beauté du lieu, restauration, vue, promenade	accès libre partiel, remparts, jardins, qualité du site
Parcs / expériences immersives	immersion, rareté de l'expérience, scénarisation	sentiment d'être "dedans", visite inhabituelle
Musées	richesse du contenu, muséographie, expositions	clarté, qualité des dispositifs, intérêt intellectuel
Sites militaires et de mémoire	intensité émotionnelle, portée symbolique	lieu jugé nécessaire, gratuit, fort et marquant
Savoir-faire	guide passionné, clarté pédagogique, lien métier/territoire	démonstration, médiation vivante, adaptation enfants/adultes

Les ressorts de satisfaction diffèrent nettement :

- > **Patrimoine** : le lieu parle par lui-même.
- > **Musées** : la satisfaction dépend beaucoup de la qualité d'organisation du contenu.
- > **Mémoire** : l'émotion et la justesse du message pèsent plus que le confort.
- > **Savoir-faire** : le guide ou le médiateur est souvent la clé.
- > **Expériences immersives** : la sensation de singularité fait la différence.





Les principaux irritants identifiés



Type de site	Irritants fréquents	Nature de l'irritant
Patrimoine et architecture	travaux, zones fermées, circulation confuse, attente	surtout organisationnel
Parcs / expériences immersives	trop de monde, embouteillages, réservation, visite jugée courte	surtout lié aux flux
Musées	trop dense, parcours peu clair, fatigue, surcharge	surtout cognitif
Sites militaires et de mémoire	manque de visibilité, scénographie jugée pauvre, dispositifs défailants	surtout symbolique et de médiation
Savoir-faire	prix, boutique trop touristique, qualité variable du guidage	surtout perception de valeur

Trois types d'irritants se détachent :

- **irritants de flux** : attente, foule, embouteillages
- **irritants de médiation** : manque de clarté, trop de lecture, guidage insuffisant
- **irritants de valeur perçue** : prix jugé trop élevé, boutique trop commerciale

Les musées et les savoir-faire sont particulièrement sensibles à la **qualité de médiation**.

Les expériences immersives sont très sensibles au **volume de fréquentation**.

Les lieux de mémoire sont sensibles à un autre registre : le visiteur peut accepter la sobriété, mais pas **l'impression d'un traitement insuffisant du sujet**.





Adéquation entre le type de site et la saison de visite

Types de site	Hiver	Printemps	Été	Automne
Patrimoine et architecture	+	++ ①	++	++
Parcs / expériences immersives	+	++	+++ ②	+
Musées	++	++	++	+++ ③
Sites militaires et de mémoire	++ ④	++	+	++
Savoir-faire	++	++	++	+++ ⑤

Les ensembles n'ont pas la même saisonnalité : certains sont portés par l'ambiance extérieure, d'autres par la qualité intrinsèque du contenu, d'autres enfin par la disposition intérieure du visiteur.

Ainsi, trois lignes fortes se dégagent :

- **le patrimoine** profite beaucoup des saisons où le site se vit dehors
- **les musées** et les **savoir-faire** tiennent très bien hors été
- **les sites de mémoire** dépendent moins de la météo que de la disponibilité émotionnelle et cognitive des visiteurs.

①
« Une visite en mars, avec les magnolias en fleurs »

②
« Visite en famille... immersion totale »

③
« Très beau musée, bien organisé, qui raconte l'histoire de la ville, jusqu'au présent. Prévoir 3h de visite »

④
« Endroit reposant et silencieux. Parfait pour se recueillir »

⑤
« Nous avons fait la visite en octobre... très enrichissant »





Adéquation entre le type de site et le profil des visiteurs

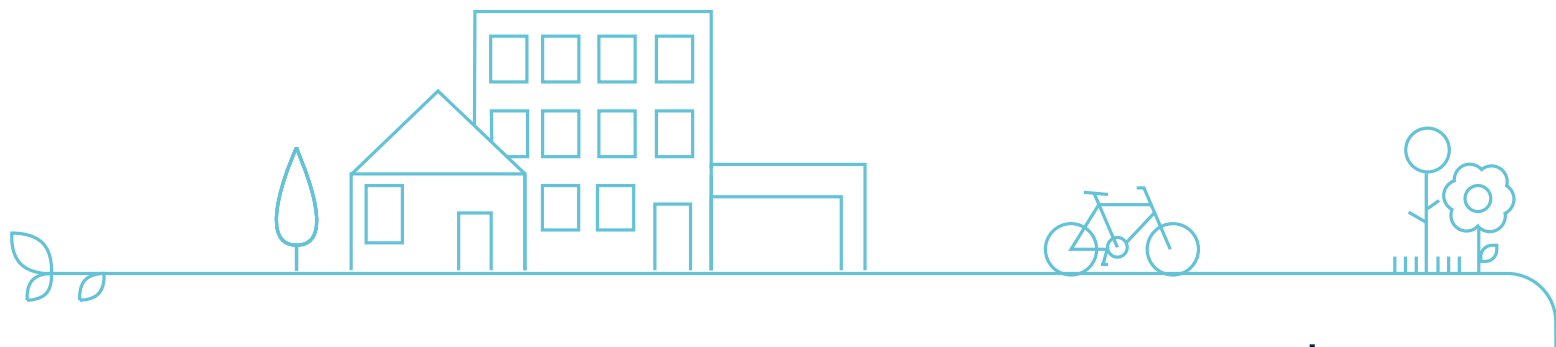
Type de site	En famille	En couple / adultes
Patrimoine et architecture	fonctionne bien si balade facile	très favorable
Parcs / expériences immersives	très fort potentiel	fonctionne aussi pour adultes curieux
Musées	bien si médiation adaptée	très favorable
Sites militaires et de mémoire	possible mais plus exigeant	très favorable
Savoir-faire	très bon si guide vivant	très favorable

La variable “famille” est centrale.

Un lieu peut être très apprécié par des adultes mais plus difficile à porter auprès d'un public enfant s'il demande beaucoup de lecture, s'il repose sur une temporalité longue ou s'il suppose une forte capacité d'attention.

À l'inverse, une médiation incarnée, des supports adaptés ou une immersion forte peuvent élargir nettement les publics.





En synthèse





Patrimoine et architecture

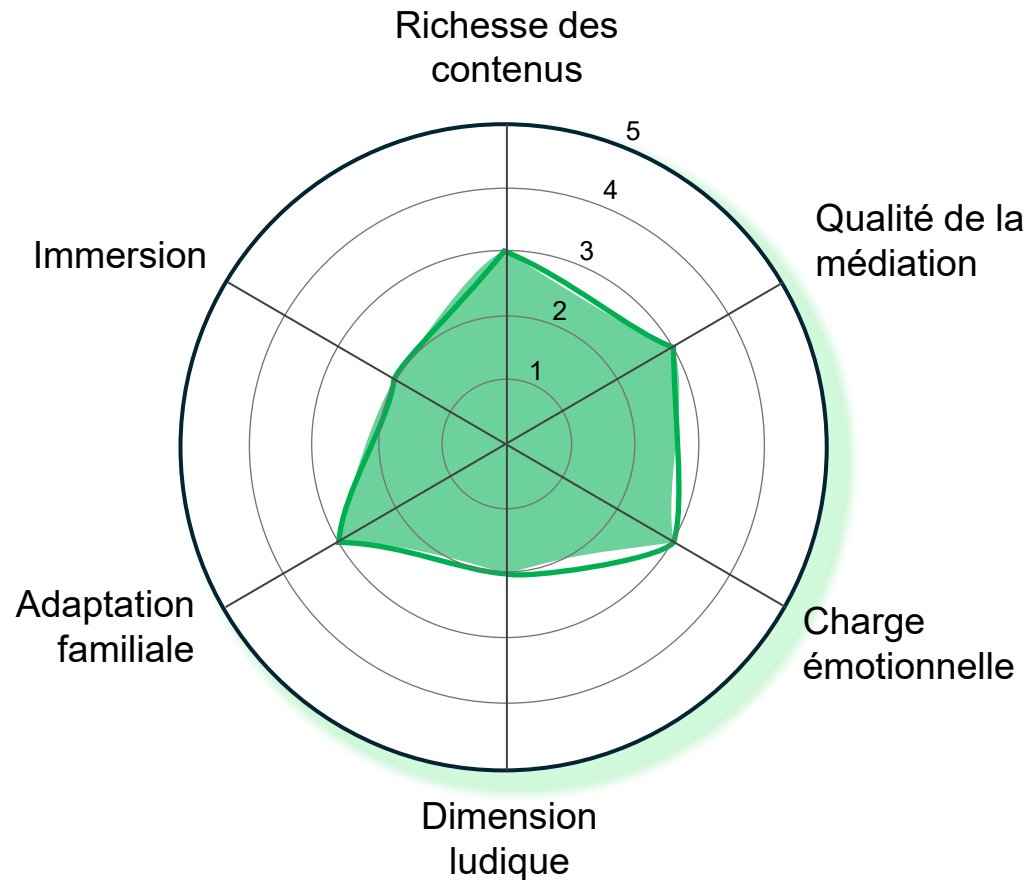
Profil de visiteurs	Couples en city-break, familles en promenade, visiteurs de passage, touristes qui cherchent les "incontournables", habitants en balade urbaine. Public assez large, pas forcément spécialiste du patrimoine.
Attentes principales	Voir un lieu emblématique, beau, photogénique et chargé d'histoire. Profiter d'une promenade agréable, accéder à des remparts, jardins, cours ou points de vue. Faire une visite qui reste plaisante même sans entrer dans tout le contenu muséal.
Attentes secondaires	Gratuité partielle, accès simple, présence de services ou d'animations, possibilité de faire la visite avec des enfants, combinaison avec d'autres visites dans la ville.
Satisfactions dominantes	Beauté architecturale, restauration réussie, impression monumentale, plaisir de déambuler, qualité des vues, remparts appréciés, sentiment de visiter un lieu incontournable. Les visiteurs aiment beaucoup pouvoir "profiter du lieu" même sans tout payer.
Irritants dominants	Travaux, parties fermées, frustration de ne pas accéder à certaines zones, parcours intérieur parfois confus, temps de visite plus long qu'attendu, expositions temporaires surchargées, attente ou fermeture mal anticipée.
Rapport à la durée	Deux usages coexistent : visite courte de promenade extérieure, ou visite longue si l'on ajoute exposition / musée. Certains visiteurs sous-estiment le temps nécessaire.
Rapport à la famille	Globalement favorable aux familles quand le lieu permet de circuler librement, monter sur les remparts, faire une pause, pique-niquer ou alterner intérieur / extérieur. Cela devient plus difficile si la visite devient trop longue ou trop dense.
Rapport à la saison	Très bon au printemps, en été et en automne, car l'extérieur joue beaucoup. L'hiver reste correct mais moins porté par l'agrément de la balade.
Expérience dominante	Expérience mixte : contemplation + promenade + histoire.
Promesse implicite	"Un beau monument à voir et à vivre, pas seulement à visiter."





Patrimoine et architecture

Les facteurs nécessaires pour une expérience visiteur réussie





Parcs à thème et animalier

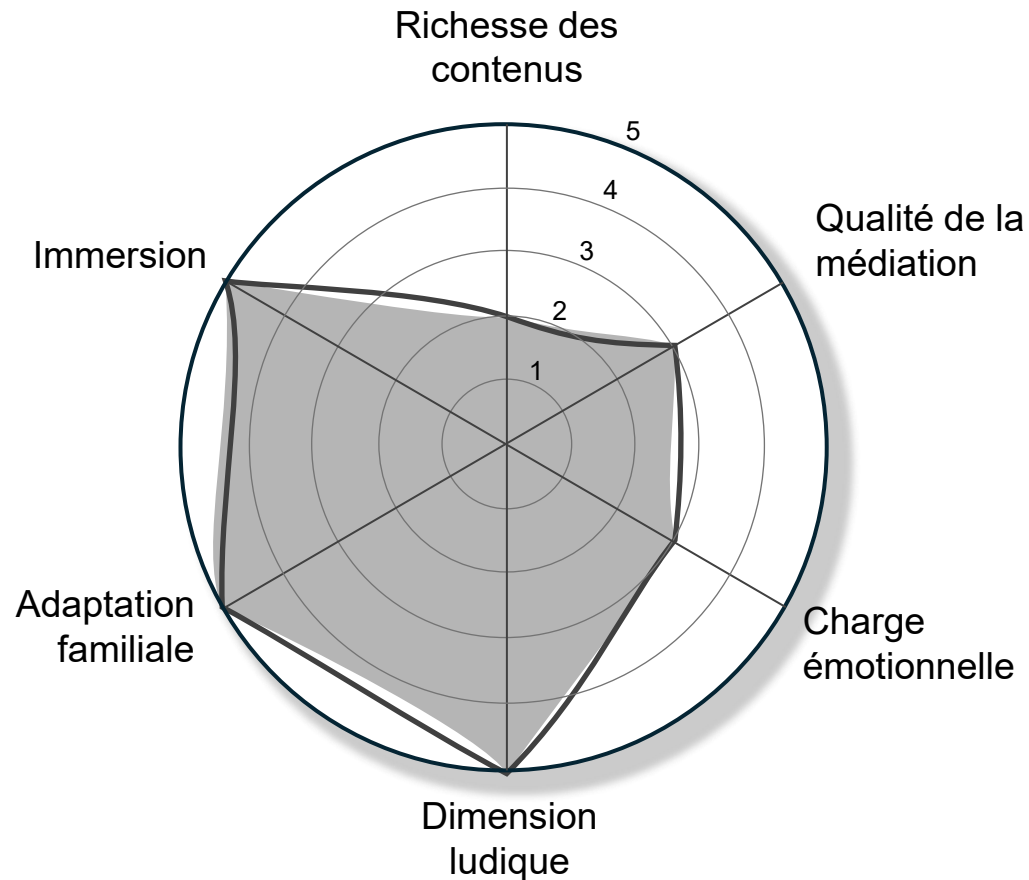
Profil de visiteurs	Familles, parents avec enfants, visiteurs en séjour, curieux en recherche d'expérience originale, publics qui veulent "faire quelque chose" de marquant. Beaucoup de primo-visiteurs.
Attentes principales	Vivre une expérience inhabituelle, immersive, impressionnante, dont on se souvient. Chercher un effet "waouh", entrer dans un univers, avoir une sensation concrète de découverte.
Attentes secondaires	Visite faisable avec des enfants, sentiment de sécurité, confort minimal, dispositif ludique, rythme fluide, qualité de l'audio ou de la scénarisation.
Satisfactions dominantes	Immersion, caractère rare de l'expérience, scénarisation efficace, sentiment de vivre "de l'intérieur" un univers inaccessible d'ordinaire, adaptation enfants/adultes, visite considérée comme originale et marquante.
Irritants dominants	Foule, embouteillages, créneaux saturés, attente, sensation d'exiguïté, visite jugée courte, difficulté d'entendre ou de suivre certains commentaires, accessibilité limitée pour certains publics.
Rapport à la durée	La durée objective est souvent courte ou moyenne, mais cela n'est pas forcément un problème si l'intensité est forte. En revanche, elle peut être jugée insuffisante au regard du prix si la fréquentation perturbe la visite.
Rapport à la famille	Très favorable. Les familles mentionnent souvent que les enfants adorent, surtout quand il existe un dispositif adapté selon l'âge.
Rapport à la saison	Très fort en été, bon au printemps, encore bon en automne. L'hiver peut convenir si la visite n'est pas trop contraignante, mais le potentiel "sortie emblématique" est plus fort en belle saison.
Expérience dominante	Immersion sensible et mémorable.
Promesse implicite	"Vous allez vivre quelque chose d'unique, pas seulement le regarder."





Parcs à thème et animalier

Les facteurs nécessaires pour une expérience visiteur réussie





Musées

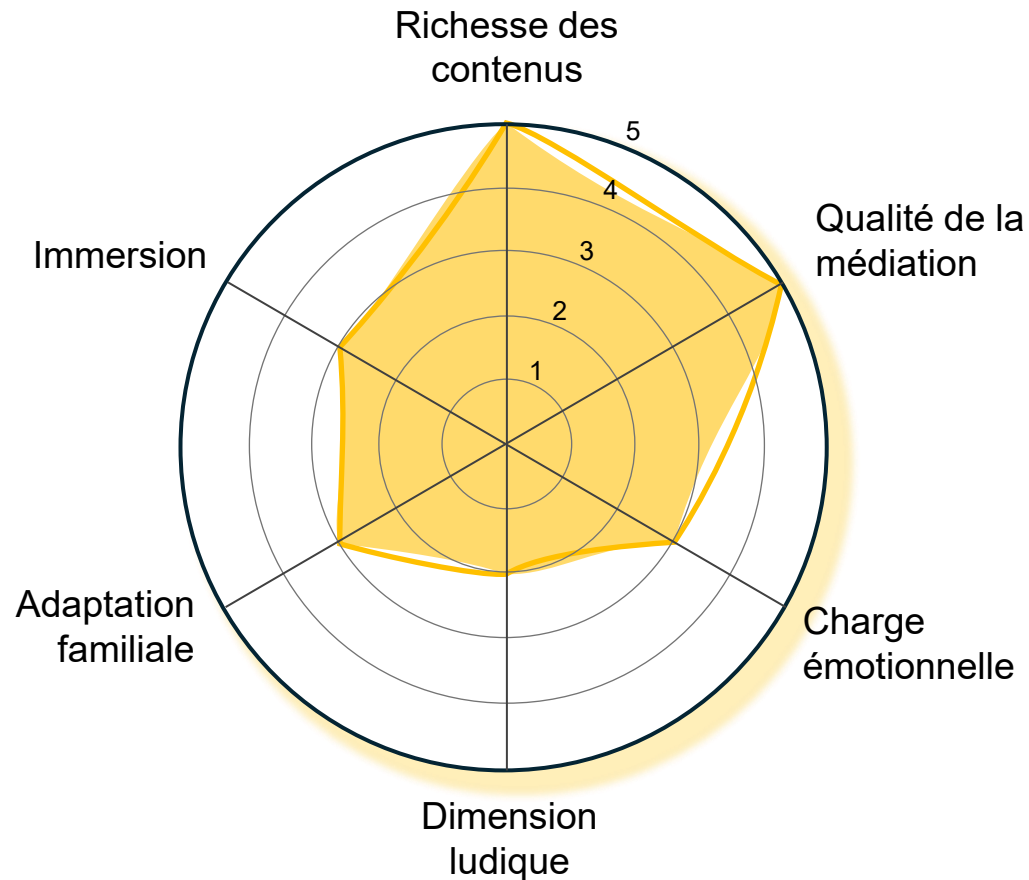
Profil de visiteurs	Adultes, couples, visiteurs culturels, touristes urbains, amateurs d'histoire, d'art ou de sciences, parfois familles mais plutôt quand elles disposent de temps et d'une vraie motivation culturelle.
Attentes principales	Comprendre, apprendre, approfondir, voir des collections ou des expositions de qualité, profiter d'une muséographie claire et stimulante.
Attentes secondaires	Bonne circulation, dispositifs interactifs, rythme de visite bien pensé, médiation accessible, sentiment de progression dans le parcours.
Satisfactions dominantes	Richesse des contenus, qualité des expositions, intérêt scientifique ou artistique, beauté de certaines présentations, sentiment d'en ressortir plus instruit. Les visiteurs valorisent fortement la muséographie quand elle rend le contenu clair.
Irritants dominants	Densité trop forte, fatigue cognitive, trop de lecture, manque de hiérarchisation du parcours, circulation jugée confuse, difficulté à suivre l'ordre, besoin de plus de guidage.
Rapport à la durée	La visite est souvent jugée longue, parfois très longue. Les visiteurs l'acceptent si la qualité suit, mais cela suppose d'être disponible.
Rapport à la famille	Possible, mais cela dépend du degré de médiation. Les lieux très denses ou très textuels fatiguent davantage les enfants. Les musées les mieux perçus en famille sont ceux qui proposent des supports ludiques ou un parcours clair.
Rapport à la saison	Très bon toute l'année, avec un très bon positionnement en automne et en hiver, quand les visiteurs sont plus disponibles pour des visites longues et intérieures.
Expérience dominante	Approfondissement culturel.
Promesse implicite	"Vous allez ressortir enrichi, à condition qu'on vous aide à entrer dans le contenu."





Musées

Les facteurs nécessaires pour une expérience visiteur réussie





Sites militaires et de mémoire

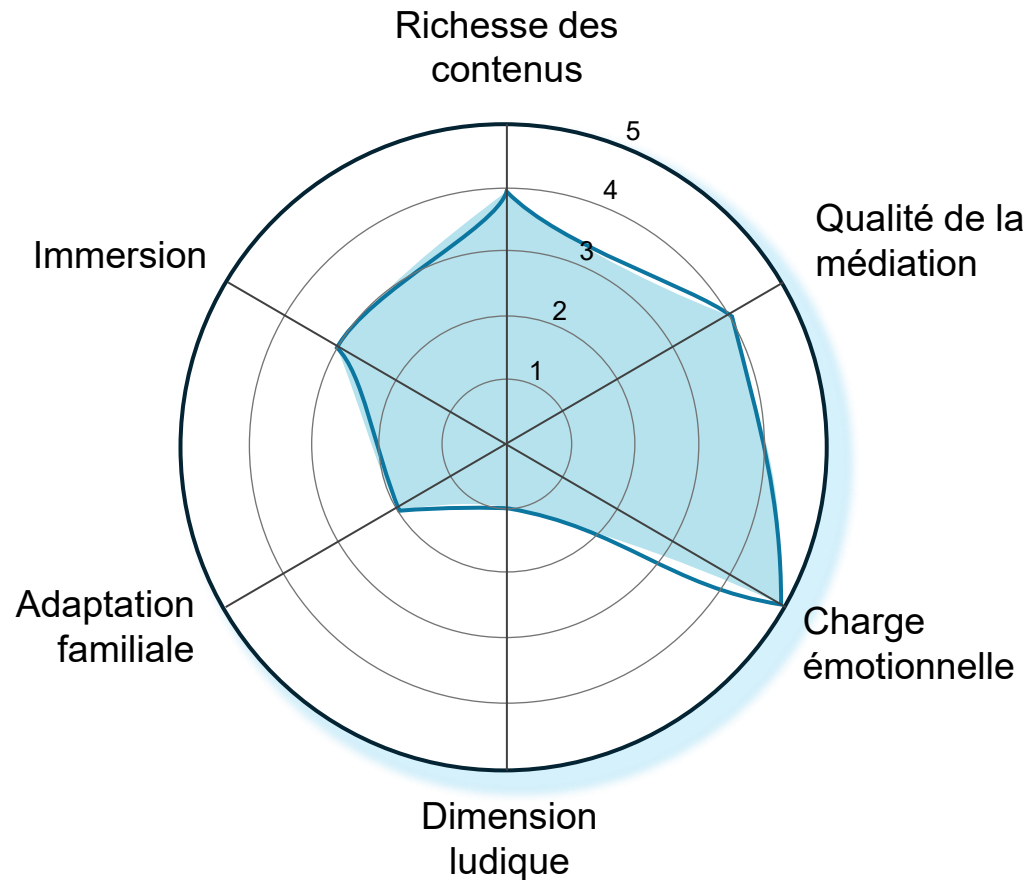
Profil de visiteurs	Adultes, visiteurs sensibles à l'histoire, touristes curieux, habitants, visiteurs en quête de compréhension civique ou historique, parfois familles mais davantage avec des enfants plus grands.
Attentes principales	Respect du sujet, puissance symbolique, qualité de transmission, émotion juste, compréhension historique, lieu digne et marquant.
Attentes secondaires	Lisibilité du site, accessibilité, contextualisation, bonne mise en valeur, dispositifs fonctionnels, possibilité d'une visite autonome sérieuse.
Satisfactions dominantes	Émotion, force du devoir de mémoire, recueillement, gratuité, sobriété jugée juste, lieu perçu comme nécessaire, textes ou témoignages marquants.
Irritants dominants	Lieu jugé trop discret, manque de signalétique ou de visibilité, scénographie considérée comme pauvre, dispositifs audio défaillants, sentiment que le site n'est pas à la hauteur du sujet.
Rapport à la durée	Moins mesuré en minutes qu'en intensité. Une visite courte peut être jugée très forte si elle marque durablement.
Rapport à la famille	Possible mais plus exigeant. Les visiteurs estiment souvent que ce sont des lieux importants, mais pas toujours faciles pour de très jeunes enfants.
Rapport à la saison	Bonne tenue toute l'année. Hiver et hors saison peuvent même renforcer l'expérience par le calme et le recueillement.
Expérience dominante	Transmission mémorielle et émotionnelle.
Promesse implicite	"Vous n'êtes pas ici pour vous divertir, mais pour comprendre, ressentir et vous souvenir"





Sites militaires et de mémoire

Les facteurs nécessaires pour une expérience visiteur réussie





Visites d'entreprises et de savoir-faire

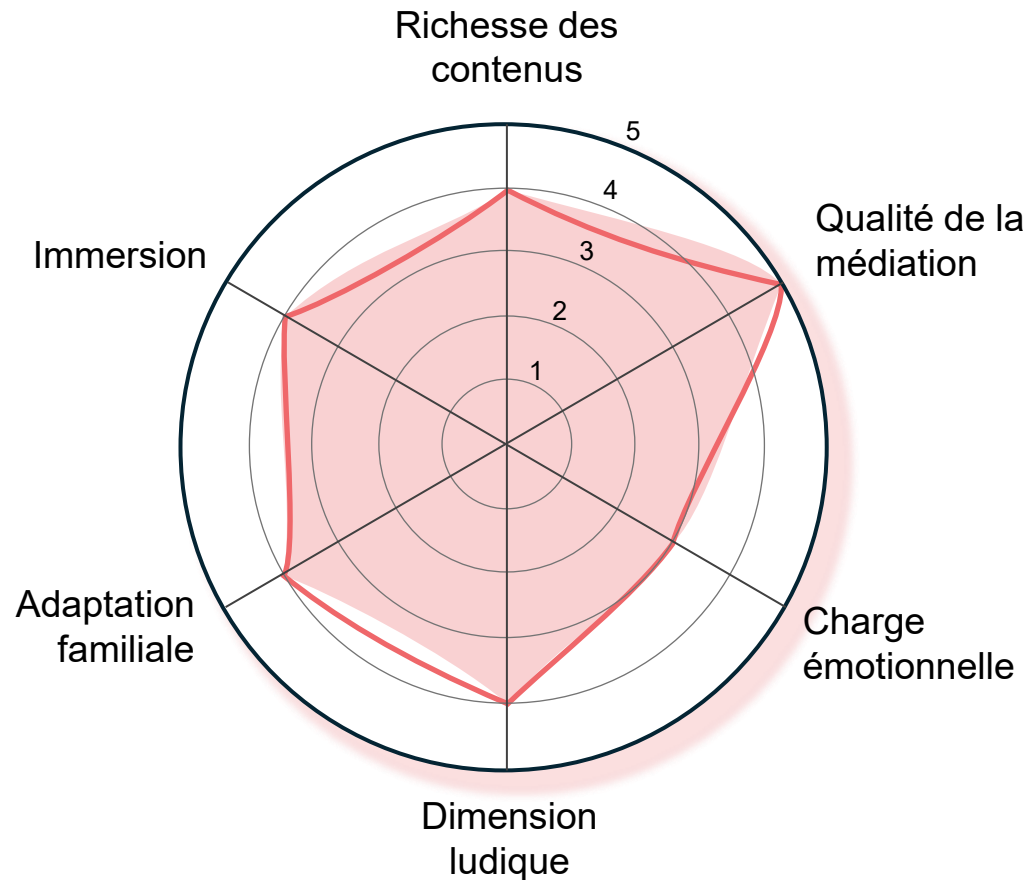
Profil de visiteurs	Familles, couples, touristes curieux, publics intéressés par les métiers, visiteurs de terroir, visiteurs en recherche d'activités pédagogiques, parfois groupes.
Attentes principales	Comprendre comment se fabrique quelque chose, découvrir un geste ou un métier, voir un savoir-faire concret, entendre quelqu'un qui maîtrise réellement son sujet.
Attentes secondaires	Guide vivant, visite adaptée aux enfants, démonstration, dégustation ou dimension sensible, lien fort avec le territoire, possibilité d'achat de produits cohérents.
Satisfactions dominantes	Guides passionnés, qualité de l'explication, ancrage territorial, visite instructive mais accessible, diversité des formats, très bonne adaptation familiale, sentiment de voir "le vrai travail derrière le produit".
Irritants dominants	Prix jugé élevé, boutique perçue comme trop touristique, qualité inégale selon les guides, difficulté de réservation, déception si l'activité concrète n'est pas visible au moment de la visite.
Rapport à la durée	Les formats courts fonctionnent bien si le guide est excellent ; les formats longs sont appréciés si la visite alterne contenu, terrain, démonstration et interaction.
Rapport à la famille	Très favorable. C'est probablement la catégorie la plus naturellement familiale après les expériences immersives.
Rapport à la saison	Très bon toute l'année, avec un très bon automne et un bon hiver dès lors que la médiation compense l'absence éventuelle d'activité visible. Très fort aussi en été pour les formats découverte.
Type d'expérience dominante	Transmission incarnée d'un métier, d'un geste et d'un territoire.
Promesse implicite	"Vous allez comprendre ce qu'il y a derrière un produit"





Visites d'entreprises et de savoir-faire

Les facteurs nécessaires pour une expérience visiteur réussie





A retenir

Les visiteurs veulent des lieux qui ne soient pas seulement intéressants, mais clairs dans ce qu'ils promettent et justes dans ce qu'ils délivrent. Aussi, ils tolèrent bien la sobriété, la longueur, l'exigence ou la simplicité à condition que cela ait du sens. En revanche, ils pardonnent moins la confusion, la promesse floue, le sentiment de visite écourtée ou la sensation de payer pour moins que prévu.

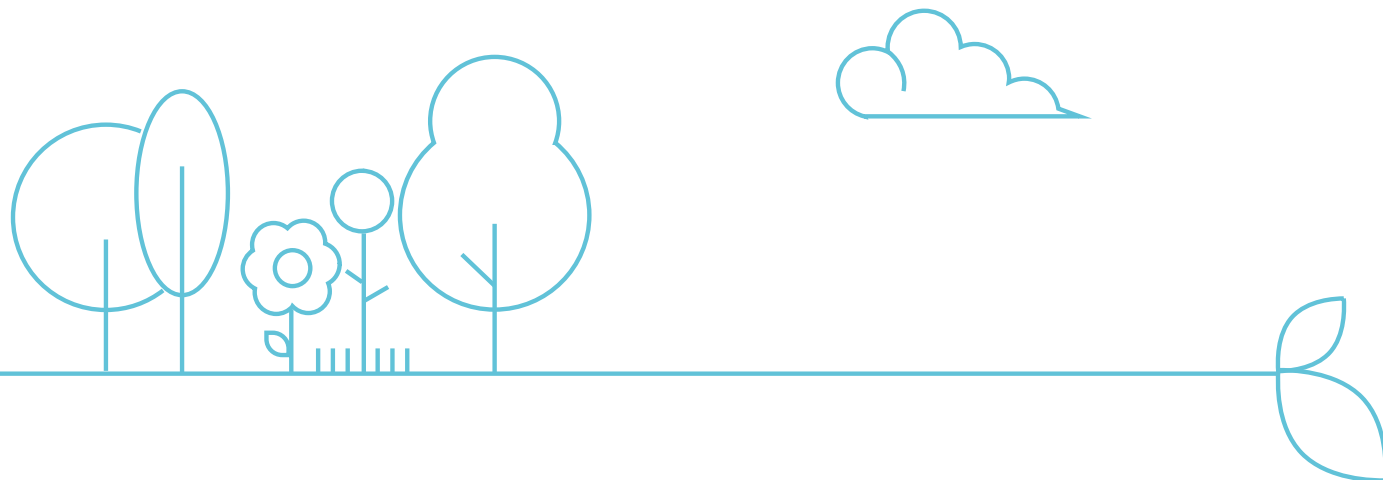
Enseignements

- 1 **La médiation est décisive**
- 2 **L'accessibilité aux familles structure fortement les jugements**
- 3 **Le visiteur accepte la densité si elle est bien organisée**
- 4 **La valeur perçue se joue sur la cohérence**
- 5 **Les ensembles les plus appréciés sont ceux qui tiennent clairement leur promesse**

Ce que montrent les avis

- > Un bon guide, une bonne scénographie ou un bon audio changent fortement la perception.
- > Accessibilité, rythme, adaptation enfants/adultes sont omniprésents.
- > Vrai surtout dans les musées, le savoir-faire et la mémoire.
- > Le prix passe bien quand le contenu, l'accueil et la médiation sont au rendez-vous.
- > Pas forcément les plus spectaculaires, mais les plus cohérents.





4 Données individuelles des sites répondants

2025 ENTRÉES

2024 ENTRÉES

Gratuites

Payantes

Total

Gratuites

Payantes

Total

CHÂTEAUX ET ARCHITECTURES CIVILES REMARQUABLES

● Château de Châteaubriant - éco- compteur - Châteaubriant	37 837	-	37 837	50 142 (*)	-	50 142
● Château de Châteaubriant billetterie - Châteaubriant	6 645	3 779	10 424	12 518	3 865	16 383
● Château de Clisson Clisson	4 035	33 545	37 580	6 811	33 807	40 618
Château de Goulaine Haute-Goulaine	485	10 618	11 103	6 930	9 283	16 213
Château de La Motte-Glain La Chapelle-Glain	-	553	553	-	-	-
● Château de Ranrouët Herbignac	6 933	14 382	21 315	5 077	14 754	19 831
● Château des ducs de Bretagne éco-compteur cour - Nantes	1 334 887	-	1 334 887	1 182 052	-	1 182 052
Château d'Oudon Oudon	769	11 052	11 821	846	11 266	12 112
● Domaine de la Garenne Lemot éco-compteur - Clisson	273 254	-	273 254	272 354	-	272 354
Porte Saint-Michel Guérande	5 945	32 068	38 013	9 678	24 855	34 533

● Structures labellisées
Qualité Tourisme

● Structures adhérentes
Visitez Nos Entreprises

● Grand Patrimoine de
Loire-Atlantique

**2025
ENTRÉES**

**2024
ENTRÉES**

	Gratuites	Payantes	Total	Gratuites	Payantes	Total
--	-----------	----------	-------	-----------	----------	-------

ÉCOMUSÉES ET TRADITIONS POPULAIRES

La Chaumière Briéronne Saint-Joachim	761	-	761	-	-	-
La Maison de la Mariée Saint-Joachim	761	-	761	-	-	-
Maison des Pêcheurs du Lac de Grand Lieu La Chevrolière	-	-	7 421	5 150	5 261	10 411
Musée de Blain Blain	2 728	190	2 918	2 923	131	3 054
Musée des Marais Salants Batz-sur-Mer	5 691	14 399	20 090	5 780	14 746	20 527

- Structures labellisées Qualité Tourisme
- Structures adhérentes Visitez Nos Entreprises
- Grand Patrimoine de Loire-Atlantique

2025
ENTRÉES

2024
ENTRÉES

	Gratuites	Payantes	Total	Gratuites	Payantes	Total
--	-----------	----------	-------	-----------	----------	-------

ÉDIFICES ET PATRIMOINE RELIGIEUX

● **Abbatiale Déas**

Saint-Philbert-de-Grand-Lieu

-	-	7 452	1 992	5 658	7 650
---	---	--------------	-------	-------	--------------

Clocher de Saint-Lumine-de-Coutais

Saint-Lumine-de-Coutais

133	2 429	2 562	131	2 787	2 918
-----	-------	--------------	-----	-------	--------------

Clocher de Saint-Lyphard

Saint-Lyphard

4	686	690	-	490	490
---	-----	------------	---	-----	------------

Tour Saint-Guéno

Batz-sur-Mer

30	16 091	17 021	11	15 806	15 817
----	--------	---------------	----	--------	---------------

MUSÉES DES BEAUX-ARTS

FRAC des Pays de la Loire

Carquefou

3 254	-	3 254	35 895	-	35 895
-------	---	--------------	--------	---	---------------

HAB Galerie

Nantes

39 467	-	39 467	42 809	-	42 809
--------	---	---------------	--------	---	---------------

Le Grand Café

Saint-Nazaire

12 442	141	12 583	18 630	219	18 849
--------	-----	---------------	--------	-----	---------------

● **Musée d'Arts de Nantes**

Nantes

-	-	297 520	206 634	98 415	305 049
---	---	----------------	---------	--------	----------------

● Structures labellisées
Qualité Tourisme

● Structures adhérentes
Visitez Nos Entreprises

● Grand Patrimoine de
Loire-Atlantique

2025 ENTRÉES

2024 ENTRÉES

Gratuites

Payantes

Total

Gratuites

Payantes

Total

MUSÉES ET CENTRES D'INTERPRÉTATION THÉMATIQUES

● La Maison du Jardinier (Garenne-Lemot) <i>Gétigné</i>	23 972	-	23 972	23 193	-	23 193
● La Maison du Lac de Grand Lieu <i>Bouaye</i>	1 292	12 815	14 107	1 683	14 735	16 418
● Le Chronographe <i>Rezé</i>	-	-	18 578 <i>(hors-les-murs jusqu'au 19/09/2025)</i>	-	-	29 704 <i>(hors-les-murs à partir d'octobre 2024)</i>
● Musée d'Histoire de Nantes - Château des Ducs de Bretagne - <i>Nantes</i>	152 649	184 841	337 490	164 044	198 706	362 750
● Musée de la Marine <i>Saint-Brevin-les-Pins</i>	1 225	3 183	4 408	1 326	2 395	3 847
● Musée Dobrée <i>Nantes</i>	13 950	73 493	87 443	41 679	58 974	100 653 <i>(réouverture en mai 2024)</i>
● Musée du Vignoble Nantais <i>Le Pallet</i>	1 670	4 797	6 467	1 464	3 735	5 199
● Musée Jules Verne <i>Nantes</i>	24 761	18 630	43 391	24 597	18 418	43 015
● Sémaphore de la Pointe Saint-Gildas <i>Préfailles</i>	4 983	4 486	9 469	5 107	5 512	10 619
● Terre d'Estuaire <i>Cordemais</i>	2 173	15 355	17 528	-	-	-

● Structures labellisées
Qualité Tourisme

● Structures adhérentes
Visitez Nos Entreprises

● Grand Patrimoine de
Loire-Atlantique

2025 ENTRÉES

2024 ENTRÉES

- Structures labellisées
Qualité Tourisme
- Structures adhérentes
Visitez Nos Entreprises
- Grand Patrimoine de
Loire-Atlantique

	Gratuites	Payantes	Total	Gratuites	Payantes	Total
MUSÉUMS ET NATURE						
● Muséum d'Histoire Naturelle <i>Nantes</i>	88 008	38 196	126 204 <i>(fermé à partir du 3 nov.)</i>	112 798	54 672	167 200
Observatoire Ornithologique du Lac de Grand-Lieu <i>La Chevrolière</i>	182	1 909	2 091	309	1 382	1 691
Planétarium <i>Nantes</i>	27 593	42 533	70 126	27 695	52 989	80 684
Tropicarium Bonsaï <i>La Baule-Escoublac</i>	-	4 193	4 193	-	4 653	4 653
PARCS À THÈME ET ANIMALIERS						
● Legendia Parc <i>Frossay</i>	17 573	97 977	115 550	16 465	92 028	108 493
Les Machines de l'Île La Galerie, le Carrousel des Mondes Marins et le Grand Éléphant <i>Nantes</i>	139 594	498 836	638 430	71 973	627 785	699 758
● Océarium du Croisic <i>Le Croisic</i>	25 237	254 764	280 001	25 437	258 425	283 862
Planète Sauvage <i>Port-Saint-Père</i>	18 421	281 119	299 540	16 959	254 797	271 756
● Zoo de la Boissière du Doré <i>La Boissière-du-Doré</i>	21 858	147 216	169 074	-	-	148 000

2025 ENTRÉES

2024 ENTRÉES

- Structures labellisées
Qualité Tourisme
- Structures adhérentes
Visitez Nos Entreprises
- Grand Patrimoine de
Loire-Atlantique

Gratuites

Payantes

Total

Gratuites

Payantes

Total

SITES MILITAIRES ET LIEUX DE MEMOIRE

La Carrière des Fusillés

Châteaubriant

7 000

-

7 000

9 134

-

9 134

Mémorial de l'Abolition de l'Esclavage - éco- compteur - Nantes

153 429

-

153 429

187 049

-

187 049

Musée de la Résistance

Châteaubriant

4 094

-

4 094

3 962

-

3 962

2025 ENTRÉES


2024 ENTRÉES


	Gratuites	Payantes	Total	Gratuites	Payantes	Total
--	-----------	----------	-------	-----------	----------	-------

SITES INDUSTRIELS, SAVOIR-FAIRE ET VISITES D'ENTREPRISE

Au Gré des Vents <i>La Turballe</i>	2 013	10 167	12 180	1 669	8 988	10 657
Centrale Thermique EDF <i>Cordemais</i>	3 793	-	3 793	3 917	-	3 917
Château Cassemichère <i>La Chapelle-Heulin</i>	-	7 570	7 570	-	-	-
Conservatoire des Vieux Métiers & Four à Pain / La Maison du Lavoir <i>Saint-Père-en-Retz</i>	117	419	536	96	448	544
HLP Audit <i>Nantes</i>	92	-	92	95	-	95
La Maison des Paludiers <i>Guérande</i>	2 412	11 848	14 260	-	-	-
Maison Bordier – Fromagerie Le Curé Nantais <i>Pornic</i>	-	3 366	3 366	-	-	-
Maison des Hommes & des Techniques <i>Nantes</i>	21 857	3 327	25 184	23 792	2 642	26 941
Moulin à papier du Liveau <i>Gorges</i>	812	5 061	5 873	1 449	4 744	6 193

 Structures labellisées
Qualité Tourisme

 Structures adhérentes
Visitez Nos Entreprises

 Grand Patrimoine de
Loire-Atlantique

2025 ENTRÉES

2024 ENTRÉES

	Gratuites	Payantes	Total	Gratuites	Payantes	Total
--	-----------	----------	-------	-----------	----------	-------

SITES INDUSTRIELS, SAVOIR-FAIRE ET VISITES D'ENTREPRISE

Moulin de la Falaise Batz-sur-Mer	362	708	1 232	437	1 111	1 548
Musée-Atelier de l'Imprimerie Nantes	-	-	18 025	10 048	9 596	19 644
Nantes Saint-Nazaire Port (Cheviré) Nantes	55	90	145	-	-	70
Nature et Aliments Rezé	261	-	261	591	-	591
Royal Mer La Regrippière	220	238	458	321	-	321
Saint-Nazaire Renversante : les sites Espadon, Escal'Atlantic, Ecomusée, EOL et les visites industrielles Saint-Nazaire	23 292	309 456	332 748	25 705	312 898	338 603
Terre de Sel Guérande	1 405	60 193	61 598	1 966	56 173	58 139

● Structures labellisées
Qualité Tourisme

● Structures adhérentes
Visitez Nos Entreprises

● Grand Patrimoine de
Loire-Atlantique

Direction du Tourisme durable

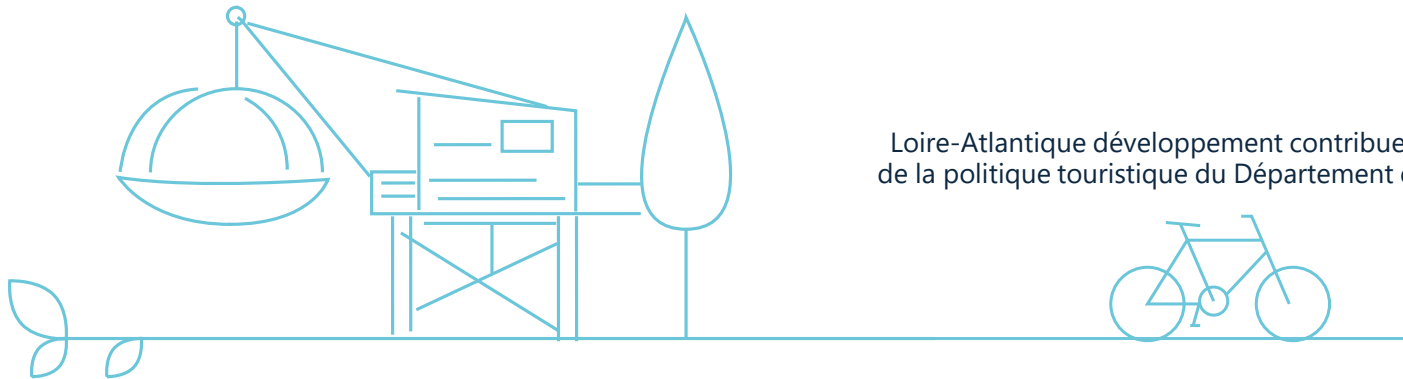
Raphaël PROST
Chef de projet ingénierie territoriale et touristique
r.prost@lad44.fr

06 40 66 41 35

Julie SCHOLAERT
Cheffe de projet tourisme culturel et ingénierie touristique
j.scholaert@lad44.fr

06 80 13 25 91

Loire-Atlantique développement contribue à la mise en œuvre
de la politique touristique du Département de Loire-Atlantique.



Loire-Atlantique développement

2 bd de l'Estuaire - CS 66207
44262 Nantes Cedex 02
Tél. : 02 40 20 20 44

www.loireatlantique-developpement.fr