

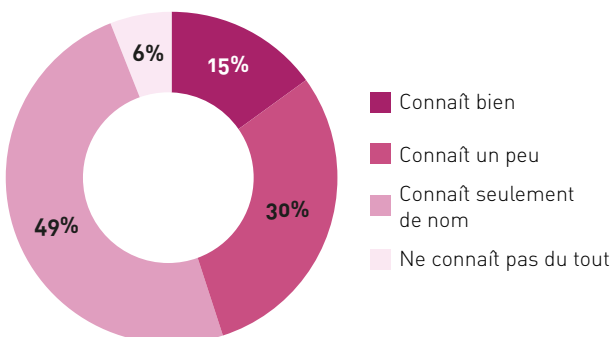
En partenariat avec le cabinet Gece, AudéLor a réalisé une enquête auprès de 3000 Français pour connaître, « vue de l'extérieur », leur perception du pays de Lorient-Quimperlé. Cette enquête vient compléter les études déjà réalisées dans le cadre de la démarche Marketing Territorial. Elle vise à caractériser de façon rigoureuse la vision de notre territoire par ceux qui n'y résident pas. Mais, elle n'a pas vocation à décrire objectivement sa réalité, ses atouts et faiblesses. L'objectif est, par cette vision extérieure, d'alimenter les démarches d'attractivité du territoire notamment en matière économique et touristique.

## 1 NOTORIÉTÉ DU TERRITOIRE

### UN TERRITOIRE RELATIVEMENT CONNU

**45 %** des Français déclarent connaître « au moins un peu » une des villes de notre territoire. La ville la plus connue est de loin celle de Lorient (40 %). Quimperlé est au deuxième rang (26 %) puis Groix, Plœmeur et Larmor-Plage (autour de 18 %). Ce taux de connaissance est proche de celui des Français qui sont déjà passés ou venus sur le territoire. Ce degré de connaissance de notre territoire constitue une surprise par rapport aux travaux antérieurs. Le fait que l'enquête porte sur l'ensemble de la population et que le tourisme est le premier vecteur de connaissance (voir ci-après) expliquent ce résultat.

#### Connaissance du pays de Lorient-Quimperlé par les Français



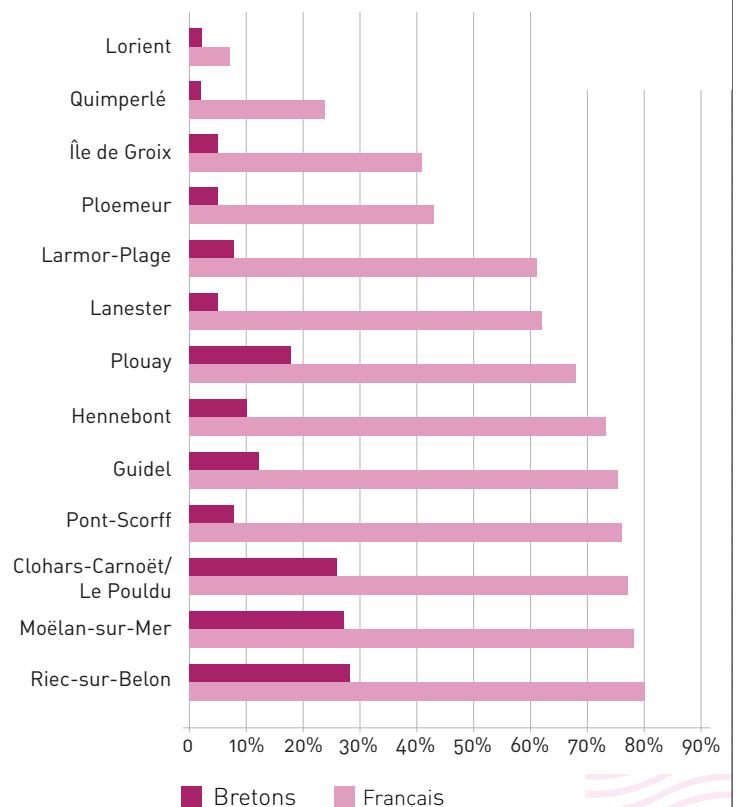
Source : AudéLor - Gece | Juin 2021

Mais, la part des Français qui déclarent « bien connaître » au moins une ville du pays de Lorient-Quimperlé est beaucoup plus faible (15 %). Les villes

« bien connues » sont Lorient (10 %) puis Quimperlé, Larmor-Plage, Groix, Plœmeur, Guidel et Lanester (de 6 % à 4 %).

Parmi les 13 communes testées, 9 sont méconnues puisque plus de la moitié des Français n'en a jamais entendu parler.

#### Pourcentage de personnes qui « n'ont jamais entendu parler des communes suivantes »



Source : AudéLor - Gece | Juin 2021

**La proximité géographique influe fortement sur la connaissance du pays de Lorient-Quimperlé.** Ainsi, la part des Bretons qui connaissent bien le territoire est très élevée (46 %). Cette part dépasse aussi la moyenne mais de façon moindre pour l'Île-de-France (17 %) et l'ouest hors Bretagne (21 %). Elle est inférieure à 10 % dans les régions plus éloignées de l'Est, du Nord ou de Méditerranée.

### UN TERRITOIRE FRÉQUENTÉ

#### GRÂCE AU TOURISME

**41 %** de l'ensemble des Français sont déjà passés ou venus sur le territoire de Lorient-Quimperlé dont 26 % au moins 2 fois. Ce taux élevé est porté notamment par les Bretons (88 %), les habitants du grand ouest (57 %) ou de l'Île-de-France (48 %). Le taux de passage ou séjour sur le territoire augmente avec l'âge : de 28 % pour les moins de 30 ans à 54 % pour les 70 ans et plus. Les vacances et le tourisme constituent très nettement le premier motif du passage ou séjour. Vient ensuite la visite à la famille ou amis. Ce taux de passage sur le territoire est proche de celui des Français qui déclarent « connaître au moins un peu » une des villes de notre territoire (45 %).

### UN TERRITOIRE « BRETON » ET LITTORAL, PEU IDENTIFIÉ COMME URBAIN

Spontanément, la population française situe très clairement le pays de Lorient-Quimperlé en **Bretagne** (63 % des répondants). Les autres localisations citées (mais seulement entre 2 et 4 %) sont le Morbihan, le Finistère, l'Ouest ou le Nord de la France. Seuls 12 % des Français ne savent pas situer géographiquement le pays de Lorient-Quimperlé.

Logiquement, pour les Bretons, la localisation est plus précise. La Bretagne est toujours la citation la plus fréquente (57 %) mais le Morbihan (21 %), la Bretagne sud (10 %) et le Finistère (7 %) apparaissent de façon plus marquée.

Le territoire est par ailleurs clairement identifié comme **littoral**. 69 % des sondés le perçoivent ainsi et 54 % d'entre eux ne le voient que comme cela. Cette caractéristique « écrase » les autres dimensions du territoire. Les citations d'urbain, rural ou à l'intérieur des terres ne recueillent ainsi que 14 % à 19 % des réponses. Les Bretons situent encore davantage notre territoire comme littoral (78 %). Ils le perçoivent également davantage comme urbain (30 %). Mais, pour la 3ème agglomération bretonne, le fait urbain n'est pas très perçu à l'extérieur.

### DES NOTORIÉTÉS DE NIVEAUX TRÈS DIFFÉRENTS POUR LES ÉQUIPEMENTS ET ÉVÈNEMENTS

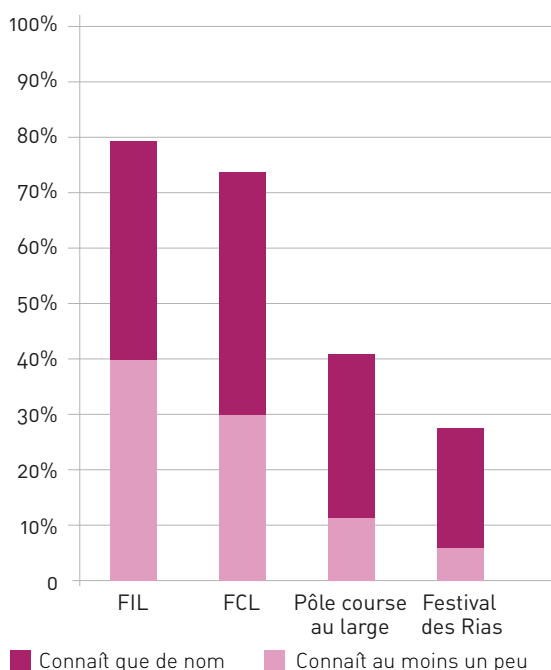
La gamme d'équipements du territoire est connue de façon imprécise. Les Français n'attribuent pas spontanément à notre territoire de taille « intermédiaire » **tous les attributs d'une grande agglomération**. Parmi les grands équipements, seule la présence de l'hôpital est largement connue (85 % des sondés pensent qu'il y en a un sur le territoire). La présence d'une gare TGV ou de l'Université est connue par un peu plus de la moitié des Français. L'aéroport et les centres de recherche sont largement méconnus.

Pour les Bretons, la présence de la gare TGV, de l'université et de l'aéroport est largement connue. Celle de centres de recherche nettement moins.

Sans surprise, le FIL (**Festival Interceltique de Lorient**) et le FCL (**Football Club de Lorient**) enregistrent de fortes notoriétés. La connaissance « au moins de nom » est respectivement de 79 % et 74 %. Des nuances sont observées selon l'âge : le FIL est un peu moins connu par les moins de 40 ans. A l'inverse, la notoriété du FCL est un peu moins élevée chez les 60 ans et plus.

Par rapport à ces deux « marqueurs », la notoriété du Pôle course au large est nettement plus faible. Seuls 40 % le connaissent « au moins de nom » et 11 % « au moins un peu ». Sa notoriété est très faible chez les jeunes (9 %) et s'accroît avec l'âge (44 % après 60 ans). Il en va de même du festival des Rias de Quimperlé Communauté avec 28 % qui le connaissent au moins de nom mais seulement 6 % des Français qui le connaissent au moins un peu.

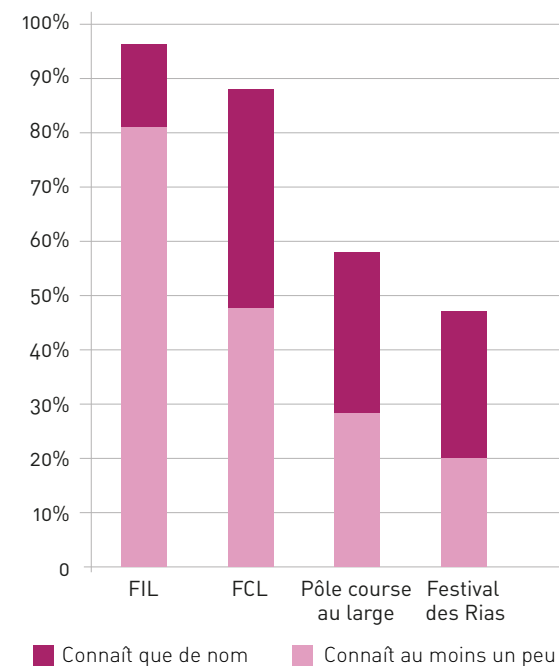
#### Connaissance des événements par les Français



Source : AudéLor - Gece | Juin 2021

Pour les Bretons, la notoriété est sensiblement plus forte pour les 4 événements. La connaissance au moins de nom progresse de 14 à 19 points pour chacun d'entre eux. Pour le FIL, c'est la connaissance que de nom qui régresse fortement au profit de la connaissance au moins un peu.

#### Connaissance des événements par les Bretons



Source : AudéLor - Gece | Juin 2021



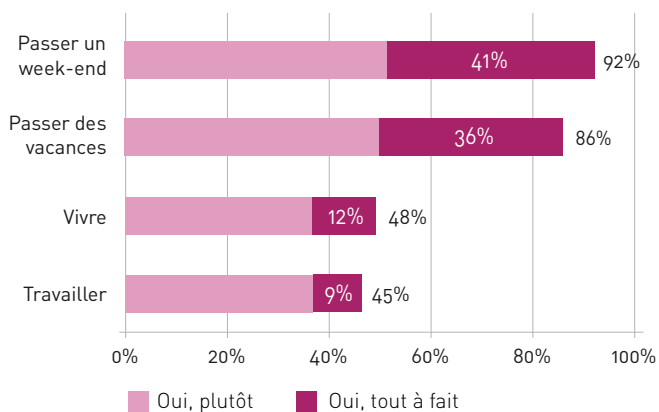
## 2 IMAGE

### UNE IMAGE FAVORABLE ET UNE ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE MANIFESTE

Seuls 20 % des Français n'ont aucune image du pays de Lorient-Quimperlé. Pour la grande majorité de la population ayant une image du territoire, cette dernière est favorable : 96 % en ont une image positive dont **22 %** une « très bonne ». Les opinions négatives sont très marginales (4 %). Ce dernier constat vient confirmer les études précédemment réalisées. Pour les Bretons, la part de très bonne image du territoire est de 39 % (contre 22 % en moyenne).

L'attractivité touristique du pays de Lorient-Quimperlé est manifeste avec 92 % des Français connaissant le territoire qui aimeraient y passer un week-end et 86 % y passer des vacances. Les réponses « oui tout à fait » dépassant 35 %. Cette attractivité n'est pas que touristique car, même si les chiffres sont nettement plus faibles, les Français qui aimeraient y travailler et/ou y vivre représentent des proportions loin d'être anecdotiques (plus de 45 % au total dont 9 % à 12 % « tout à fait »).

#### Le pays de Lorient-Quimperlé est un territoire où vous aimeriez...



NB : résultats hors NSP | Source : AudéLor - Gece | Juin 2021

#### Les pourcentages de « oui tout à fait » supérieurs à la moyenne

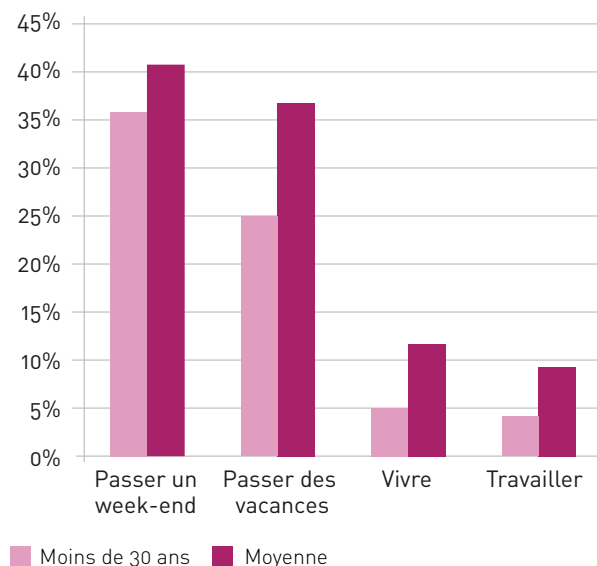
	Catégories concernées
Aimerait y passer un week-end (41 %)	30-50 ans ; Bretons et Grand-Ouest ; déjà venus
Aimerait y passer des vacances (36 %)	50 ans et plus ; Bretons ; déjà venus
Aimerait y vivre (12 %)	50 ans et plus ; Bretons ; venus au moins 2 fois
Aimerait y travailler (9 %)	40-59 ans ; Bretons ; venus plus de 3 fois

NB : résultats hors NSP | Source : AudéLor Gece | Juin 2021

L'attractivité pour passer des vacances ou vivre sur le territoire est renforcée pour les 50 ans et plus, Pour passer un week-end, ce sont les 30-50 ans qui sont les plus enclins à venir sur le territoire. Pour venir y travailler, ce sont les actifs en 2<sup>ème</sup> partie de carrière.

Pour les moins de 30 ans, l'attractivité est plus faible sur les 4 dimensions et en particulier sur les intentions de venue pour y vivre et pour y travailler.

#### Pourcentages de « Oui tout à fait » à la question « Le pays de Lorient-Quimperlé est un territoire où vous aimeriez... »



Source : AudéLor Gece | Juin 2021

Quel que soit le motif, les personnes déjà venues sur le territoire et les Bretons sont les plus attirés par le pays de Lorient-Quimperlé. Les séjours sur le territoire notamment touristiques renforcent l'envie d'y venir y compris pour vivre et travailler.

## UNE IMAGE MARITIME, CONVIVIALE ET FESTIVE

	Les mots qui viennent à l'esprit quand on parle du pays de Lorient-Quimperlé	Les éléments qui représentent le mieux le pays Lorient-Quimperlé
D'abord	Mer, océan, littoral (49 %) Bretagne (38 %)	Mer, océan, littoral (26 %) Festivals, évènements, fêtes (17 %)
Ensuite	Pluie, vacances, beau, paysage, calme, poisson/pêche, plage (de 11 % à 6 %)	FIL (14 %), Ports (11 %), Football (9 %), Poisson/pêche (9 %)...

Source : AudéLor - Gece | Juin 2021

NB : taux de non réponse (rien ou ne sait pas) 13 % pour les « mots qui viennent à l'esprit » et 35 % pour les éléments qui représentent le mieux le territoire.

### L'image globale spontanée est dominée par la mer et le littoral, par la Bretagne et par les festivals/événements.

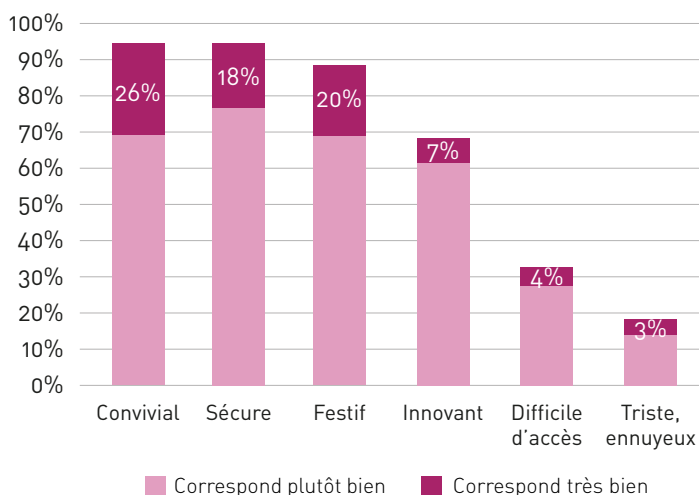
Pour les 2 premiers items, ils correspondent sans doute aux éléments qui seraient associés à beaucoup de territoires littoraux bretons. Pour les festivals et les évènements, il s'agit vraisemblablement d'un élément plus spécifique ou plus marqué sur notre territoire.

Pour ceux qui connaissent bien le territoire, parmi les mots qui viennent à l'esprit, « la Bretagne » est moins citée (21 %) mais reste au 2<sup>ème</sup> rang. Sont davantage cités : la beauté, le calme et les plages. Parmi les éléments les plus représentatifs, le FIL et le football sont davantage mentionnés.

Ceux qui ne connaissent le territoire que de nom citent davantage la Bretagne et la pluie parmi les mots qui viennent à l'esprit.

En cohérence avec les citations spontanées ci-dessus, **la convivialité, la sécurité et le caractère festif** sont considérés comme des qualificatifs qui correspondent au territoire pour 90 % des Français et qui correspondent très bien pour au moins 18 %. Le caractère innovant est moins associé au territoire (« correspond très bien » pour 7 %). Les qualificatifs négatifs de difficulté d'accès ou « triste et ennuyeux » sont rejetés par une majorité de Français et de manière très nette par respectivement 24 % et 44 % d'entre eux.

### Qualificatifs correspondant au pays de Lorient-Quimperlé – part de réponses « Bien » ou « Très bien »



Source : AudéLor - Gece | Juin 2021



Deux autres qualités sont reconnues au territoire :

- La qualité environnementale : excellente pour 9 % et plutôt bonne pour 60 %,
- Une forte identité culturelle : « Oui tout à fait » pour 20 % et « Oui plutôt » pour 55 %.

### 3 ÉCONOMIE ET TOURISME

#### UNE VISION DE L'ÉCONOMIE QUI PRIVILÉGIE TOURISME ET PÊCHE

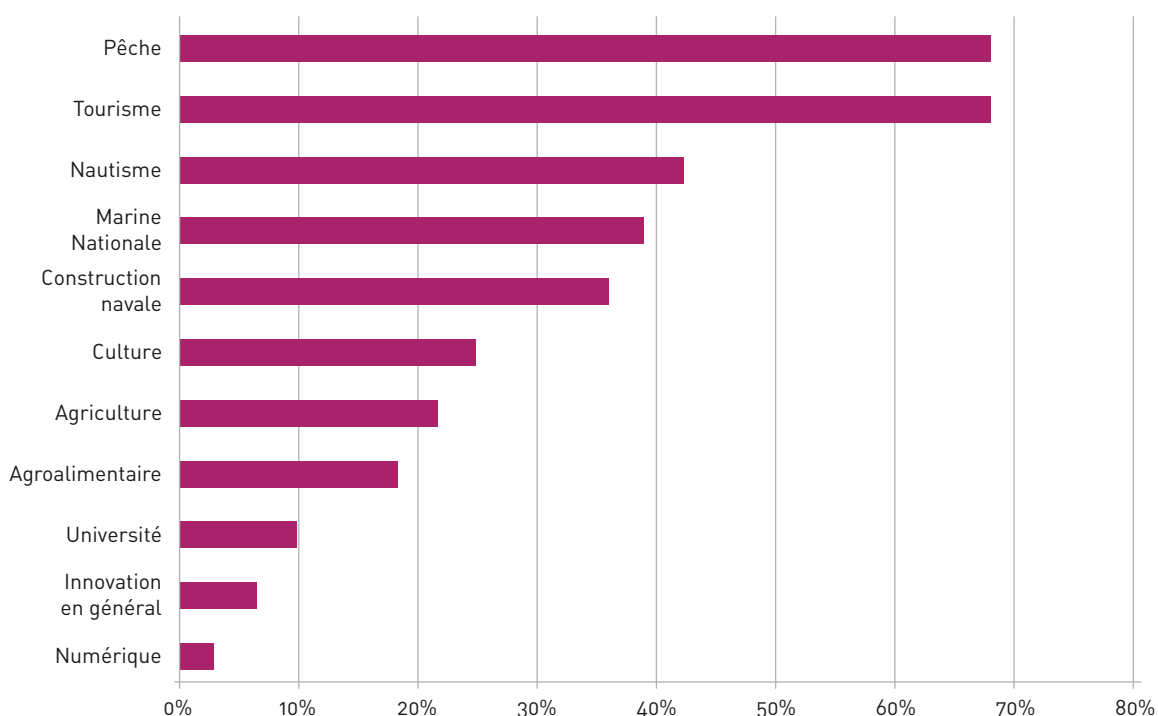
Autre point positif : l'économie du territoire n'est quasiment jamais jugée en déclin (sauf par 5 % des sondés). Majoritairement, elle est jugée **stable** (57 %) ou dans une moindre mesure dynamique (38 %). Pour les moins de 40 ans, le dynamisme de l'économie est moins souvent perçue (22 %). C'est l'inverse pour les Bretons (54 %).

De même, le territoire est jugé soit « tourné vers l'avenir » (43 %) soit « tourné vers l'avenir et le passé » (53 %). Il n'est quasiment jamais estimé « tourné vers le passé » (5 %).

#### CERTAINS ATOUTS DU TERRITOIRE SONT PEU PERÇUS

Les 6 domaines non spécifiquement maritimes sont ainsi moins bien identifiés. Ceux liés à l'innovation, l'enseignement supérieur ou le numérique, caractéristiques des métropoles, sont également très peu associés à l'économie lorientaise. Cette perception est décalée par rapport à la réalité car au regard du nombre de start ups accompagnées par la technopole ou du nombre de brevets déposés, le territoire est bien placé parmi les agglomérations bretonnes.

#### Les atouts économiques du pays de Lorient-Quimperlé



Source : AudéLor - Gece | Juin 2021

Deux atouts économiques se détachent nettement aux yeux des Français : le tourisme et la pêche. Ces 2 secteurs sont perçus comme tels par plus des deux tiers des Français.

3 domaines liés à la mer viennent ensuite (entre 36 % et 43 %) : nautisme, Marine Nationale et construction navale. Ces 3 atouts sont davantage perçus par les Bretons et par ceux qui connaissent bien le territoire que par l'ensemble des Français.

À noter que la culture est identifiée comme un atout aussi fréquemment que l'agroalimentaire ou l'agriculture.



## UN TOURISME PORTÉ PAR LES PAYSAGES, LES FÊTES/FESTIVALS ET LES PLAGES

Les 3 principaux atouts touristiques sont, aux yeux des Français, **les paysages, les fêtes/festivals et les plages** (de 57 % à 48 % de citations). Viennent ensuite (de 40 % à 30 %) : les villages typiques, les lieux et monuments historiques, les activités nautiques, la nature préservée et la gastronomie. Sont très peu perçus : les circuits de randonnée, les centres villes et les musées.

Pour les Bretons comme pour ceux qui connaissent bien le territoire, les fêtes et festivals constituent le 1<sup>er</sup> atout. Les plages, les activités nautiques et les centres villes sont davantage valorisés.

Parmi 11 propositions, **4 types de séjour** ressortent de façon nette comme correspondant au territoire (entre 38 % et 44 % de citations), il s'agit des séjours :

- Tranquilles et reposants,
- Proches de la nature,
- Conviviaux, festifs,
- Familiaux.

Les autres types de séjours semblent moins correspondre au territoire : détente-santé, dépaysants, culturels (autour de 25 %) et encore moins les séjours gastronomiques, sportifs ou entre amis (20 % et moins) ou le shopping (1 %).

Une forte majorité des personnes interrogées (de 68 % à 73 %) estiment que :

- Le territoire propose des activités touristiques variées ou très variées,
- Les infrastructures nautiques y sont plutôt ou très développées,
- Les manifestations culturelles y sont plutôt ou très fréquentes.

## DES OPINIONS DIVERGENTES SUR LA MÉTÉO

Les conditions **météo** de la destination sont perçues comme « ensoleillées » par une minorité (43 %) des Français. Cette perception augmente toutefois avec la venue sur le territoire : 31 % de ceux qui ne sont jamais venus perçoivent le territoire comme ensoleillé mais c'est le cas de 55 % de ceux qui sont déjà venus.

Elle s'accroît aussi avec l'âge : 19 % seulement des moins de 30 ans mais 55 % des 60 ans et plus. À noter également que 71 % des Bretons estiment que le climat du territoire est majoritairement ensoleillé pour seulement 40 % des non-Bretons.

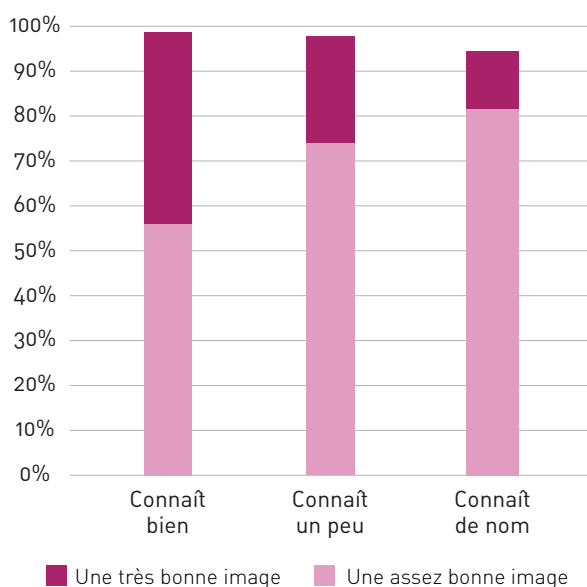


## 4 PLUS ON CONNAIT LE TERRITOIRE, PLUS ON L'APPRECIÉ

### UNE MEILLEURE IMAGE GLOBALE QUAND ON CONNAÎT LE TERRITOIRE

Le pays de Lorient n'est pas un territoire « quidéçoit ». Les personnes qui connaissent le territoire en ont une meilleure image que ceux qui ne le connaissent qu'un peu ou seulement de nom. La connaissance renforce les opinions très positives. Ainsi, 42 % de ceux qui le connaissent bien en ont une très bonne image, pour seulement 24 % de ceux qui le connaissent un peu et 13 % de ceux qui ne le connaissent que de nom.

#### Diriez-vous du Pays de Lorient-Quimperlé que vous en avez ....



Source : AudéLor - Gece | Juin 2021

Les opinions positives s'accroissent aussi avec la fréquence des venues sur le territoire. Des écarts similaires sont constatés pour le souhait de passer des vacances, un week-end, y vivre ou y travailler. Du fait de la proximité, les Bretons connaissent mieux le territoire que la moyenne et ont également une opinion plus positive du territoire.

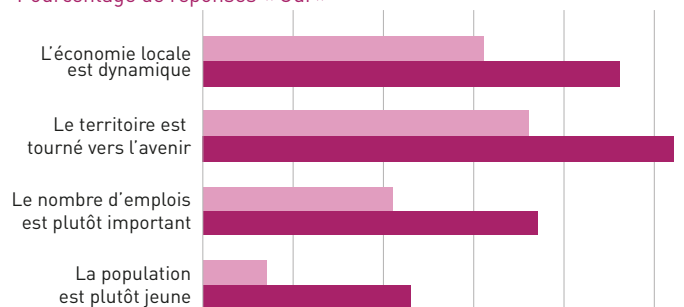
### DES A PRIORI QUAND ON NE LE CONNAÎT QUE DE NOM

En comparant les opinions ou perceptions exprimées selon le niveau de connaissance,

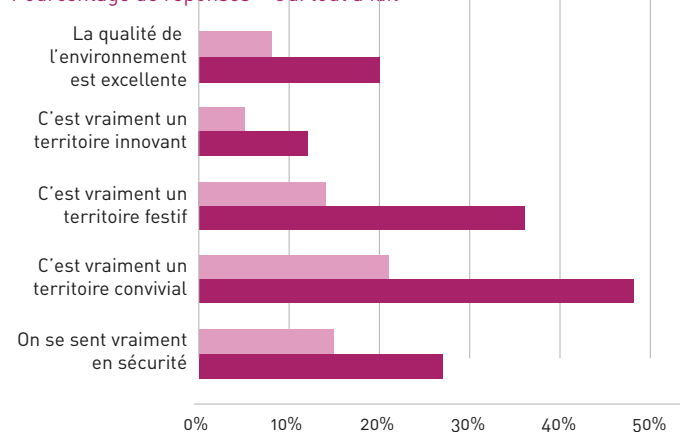
on peut identifier les *a priori* (perceptions antérieures à l'expérience du territoire). Ceux qui ne connaissent que de nom le territoire expriment des opinions moins favorables que ceux qui le connaissent bien. C'est notamment le cas sur le dynamisme de l'économie, la convivialité, la jeunesse de la population ou la qualité de l'environnement.

#### Perceptions de ceux qui connaissent bien le territoire et de ceux qui ne le connaissent que de nom

##### Pourcentage de réponses « Oui »



##### Pourcentage de réponses « Oui tout à fait »



Source : AudéLor - Gece | Juin 2021

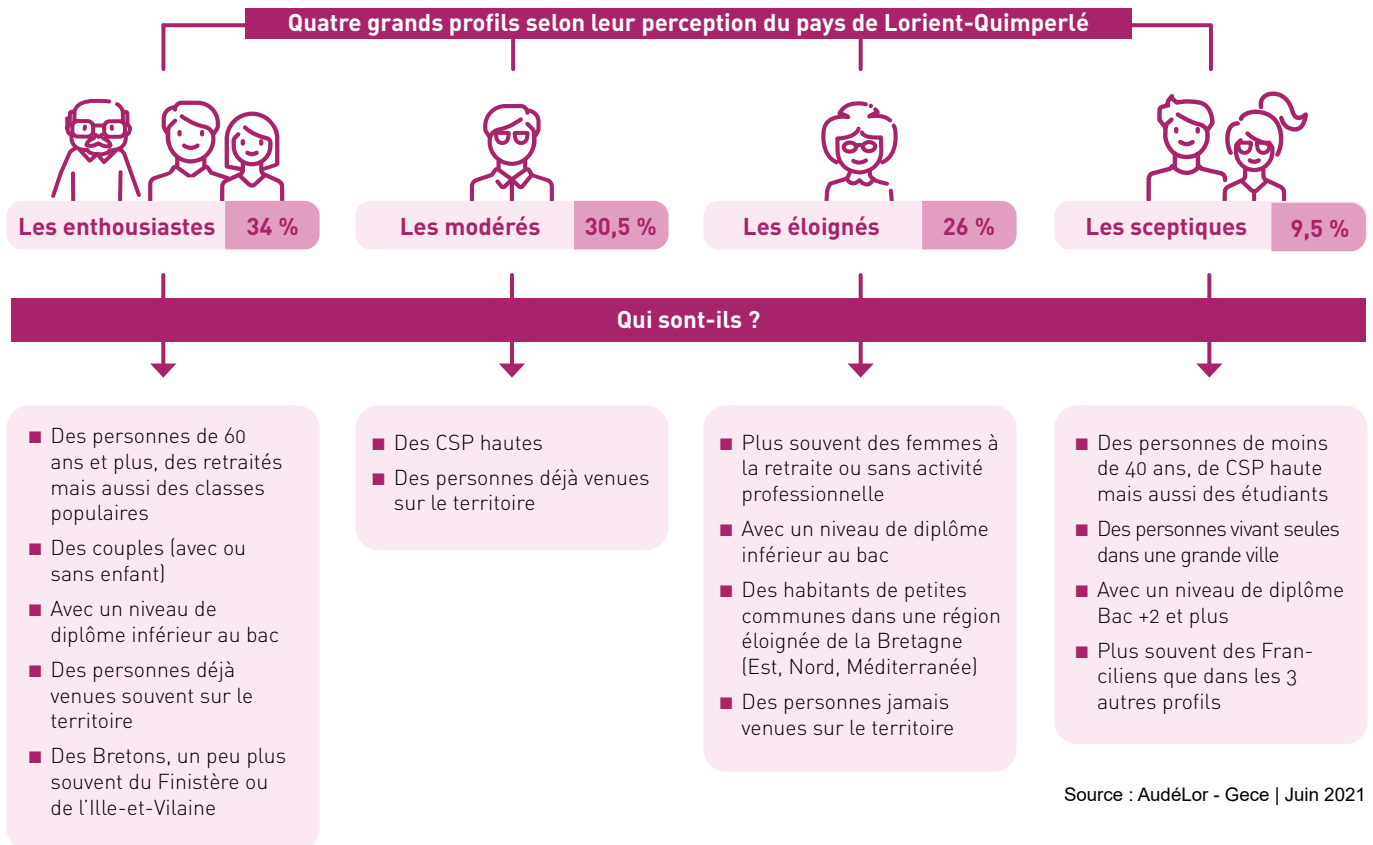
Ceux qui ne le connaissent que de nom soulignent moins fréquemment les atouts suivants :

- Tourisme : Plages, festivals et activités nautiques.
- Économie : nautisme, Marine Nationale, agroalimentaire, Université, innovation.



## 5 DES PERCEPTIONS QUI VARIENT SELON LES PROFILS

### QUATRE GRANDS PROFILS PAR RAPPORT À LA PERCEPTION DU TERRITOIRE



### DES OPINIONS DIFFÉRENCIÉES SELON L'ÂGE

#### Une moindre connaissance chez les jeunes

La notoriété et l'image du pays de Lorient-Quimperlé varient sensiblement entre les moins de 30/40 ans et les 50/60 ans et plus. Les moins de 30 ans connaissent moins le territoire (9 % seulement le connaissent bien) et sont, logiquement, venus moins souvent (28 %) que la moyenne (43 %).

D'ailleurs, une proportion significative des moins de 30 ans (30 %) ne sait pas situer géographiquement le territoire. Ce taux est de 17 % pour les 30-39 ans et de moins de 10 % après 40 ans. Ils connaissent aussi beaucoup moins le FIL que la moyenne (51 % n'en ont jamais entendu parler contre 21 %

en moyenne). Cette ignorance est moins marquée pour les 30-39 ans mais encore supérieure à la moyenne. Il en va de même pour le pôle course au large (91 % n'en ont jamais entendu parler pour 70 % en moyenne). Une connaissance significative (au moins 40 %) du pôle course au large n'est atteinte qu'à partir de 60 ans.

Les jeunes ont à l'inverse une meilleure connaissance du Football Club de Lorient que les plus âgés.

#### Des opinions moins positives chez les jeunes

Seuls 12 % des moins de 30 ans ont une très bonne image du territoire contre 22 % en moyenne et 30 % pour les 60 ans et plus. Pour les moins de 40 ans, le sentiment d'un climat pluvieux est largement

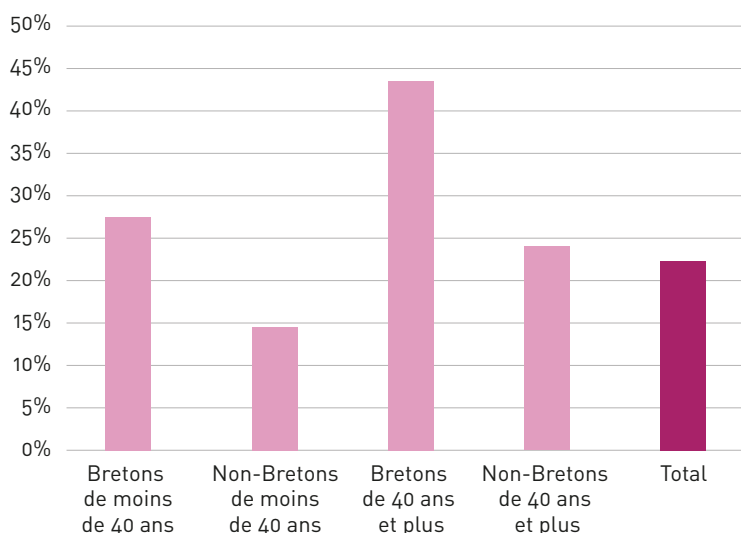
prédominant. L'économie est également jugée moins dynamique. Ils sont moins nombreux que la moyenne à vouloir passer des vacances sur le territoire (77 % contre 87 %) venir y travailler (37 % contre 44 %) et plus encore pour venir y vivre (23 % contre 48 %). Pour passer un week-end, les souhaits des jeunes sont proches de la moyenne.

### Une exception pour les jeunes Bretons

On a vu que la proximité géographique jouait un grand rôle dans la connaissance du territoire et dans son appréciation. Les Bretons ont globalement une opinion beaucoup plus positive que la moyenne française (39 % contre 22 % de très bonne image).

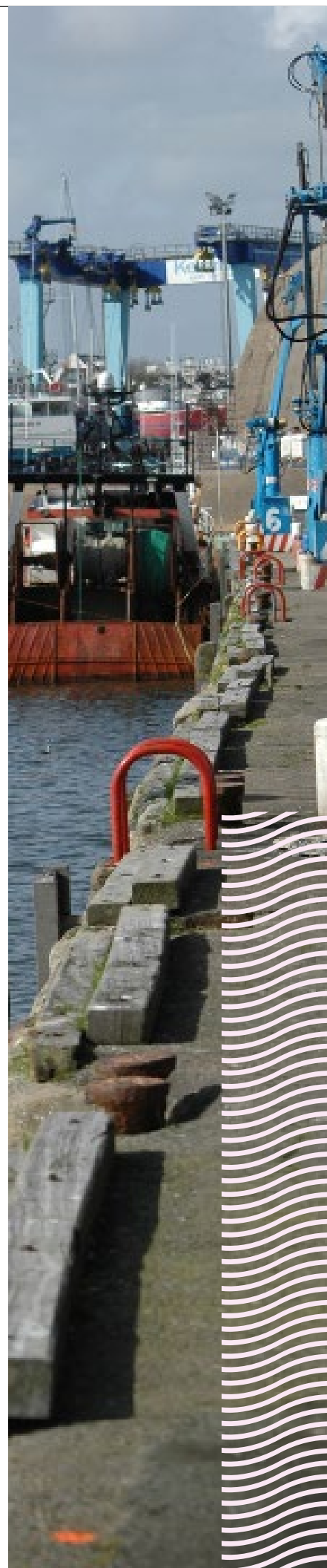
Cela se vérifie aussi à âge équivalent, les jeunes Bretons (moins de 40 ans) ont une opinion plus positive que les jeunes non Bretons. Mais l'écart est très fort au sein des Bretons entre jeunes et « 40 ans et plus ». Les Bretons de « 40 ans et plus » ont la perception la plus positive.

### Part de « Très bonne image » du territoire



Source : AudéLor Gece | Juin 2021

Des résultats similaires sont constatés sur l'intention de venir vivre ou travailler sur le territoire (proche de la moyenne mais moins enthousiastes que les Bretons de 40 ans et plus).



## LA MOBILITÉ RÉSIDENIELLE DES FRANÇAIS : ÉLÉMENTS DE CADRAGE

Pour situer le contexte, des questions ont également été posées sur l'attractivité des régions françaises et sur la mobilité résidentielle des Français.

### Quelle attractivité de la Bretagne ?

La Bretagne apparaît comme la 2<sup>ème</sup> région la plus attractive pour les vacances (derrière PACA). Elle est au 3<sup>ème</sup> rang pour les souhaits de déménagement, si on prend en considération tous les Français. Elle se situe toutefois seulement au 6<sup>ème</sup> pour ceux qui envisagent de réellement déménager.

La Bretagne est au 2<sup>ème</sup> rang (derrière la Nouvelle Aquitaine et à égalité avec l'Occitanie) en ce qui concerne l'attachement des habitants à leur région (pour 49% des Bretons, la Bretagne est leur région préférée ; ce n'est le cas que de 15% des Franciliens).

### Quelle mobilité résidentielle ?

41,5% des Français envisagent de changer de ville d'habitation dans les 5 ans à venir dont 13% sûrement. Pour les Franciliens, ce chiffre monte à 58% (dont 19% de « sûrement »).

La pandémie Covid 19 a renforcé les envies de mobilité pour 20% des Français qui envisagent une mobilité résidentielle (et pour 29% des Franciliens).

Les moins de 30 ans sont les plus mobiles (69% l'envisagent dont 30% sûrement). Les villes privilégiées pour la mobilité se répartissent équitablement entre ville moyenne, petite ville et territoire rural. Les grandes villes sont nettement moins souhaitées.

L'idée d'habiter sur le littoral (31%) ou à proximité (38%) séduit une majorité de Français.

Source : Audelor - Gece | Juin 2021

## MÉTHODOLOGIE UTILISÉE PAR LE CABINET GECE

L'enquête réalisée par Gece auprès de la population française de 18 ans et plus a été effectuée par panel on line entre le 2 et le 25 juin 2021.

Un échantillon de **3124 Français hors pays de Lorient-Quimperlé** répartis par région selon la méthode des quotas (quotas portant sur le sexe, l'âge, la CSP, le niveau de diplôme et la taille de la commune d'habitation) avec une surreprésentation des départements bretons : 806 Bretons interrogés (environ 200 Bretons par département).

L'échantillon d'enquête a été redressé a posteriori selon le sexe, l'âge, la CSP et la taille de la commune d'habitation et ce, pour chaque région française et chaque département breton, le poids des régions françaises et des départements bretons ayant été redonné à l'ensemble de l'échantillon.

## 12 ÉLÉMENTS À RETENIR

Un sondage représentatif : 3000 Français interrogés dont 800 Bretons (hors résidents pays de Lorient-Quimperlé).

### NOTORIÉTÉ

- Un territoire **relativement connu** : 30 % le connaissent un peu et 15 % le connaissent bien
- Un territoire **vu comme breton et comme littoral**, mais peu identifié comme urbain
- Une forte **notoriété du FIL et du FCL**

### IMAGE GLOBALE

- Une **réelle attractivité touristique** : 41 % des Français tout à fait prêts à y passer un week-end et 36 % tout à fait prêts à y passer des vacances
- Une image **maritime, conviviale et festive**

### ÉCONOMIE ET TOURISME

- Une vision de l'économie qui **privilégie tourisme et pêche**
- Certains **atouts du territoire peu perçus** : innovation, enseignement supérieur
- Un tourisme **porté par les paysages, les fêtes/festivals et les plages**

### PLUS ON CONNAÎT LE TERRITOIRE PLUS ON L'APPRÉCIE

- Une meilleure image quand **on connaît le territoire**
- Des *a priori* quand on ne le connaît que de nom

### DES PERCEPTIONS QUI VARIENT SELON LES PROFILS

- Des opinions **plus favorables chez les Bretons** mais **moins favorables chez les jeunes**

Contact : Gilles POUPARD  
02 97 12 06 67

**AUDÉLOR**  
DÉVELOPPEUR DE TERRITOIRE

12 avenue de la Perrière  
56324 Lorient cedex  
02 97 12 06 40

[www.audelor.com](http://www.audelor.com)

**gece**

60 rue des Polieux  
35000 Rennes  
02 23 30 77 32

