



Découvrir le canitourisme, le tourisme dog friendly

Hébergeurs, restaurateurs, commerçants ou bien représentants d'une structure viticole ou de loisirs : vous êtes amenés à accueillir des visiteurs accompagnés de leur chien. **Que faire pour bien accueillir cette clientèle qui représente une part du marché de plus en plus importante ?**



Qu'est-ce que le canitourisme ?

Le canitourisme, c'est l'ensemble des dispositions prises pour **accueillir du public avec leurs animaux de compagnie.**

Autrement dit, c'est aller au-delà de la simple pancarte “chiens acceptés” et **proposer un tourisme dans lequel on prend en compte le bien-être du chien.**

On pourrait aussi l'appeler le tourisme dog friendly.

Le canitourisme se développe :
De plus en plus de voyageurs et de familles souhaitent
emmener leur chien sur leur lieu de vacances
et lors des activités.

Il est donc important que les professionnels du tourisme
puissent **s'initier au tourisme canin et répondre**
aux problématiques des familles voyageant avec leur chien.

Le canitourisme, ce n'est donc pas seulement tolérer la présence
des chiens, mais **les considérer comme un membre à part**
entière de la famille qui voyage.

Développer le canitourisme, c'est **aussi lutter contre l'abandon.**

En France, en 2023, 45 000 animaux ont été abandonnés et recueillis par la SPA (chiens et chats), principalement durant l'été.

Développer le canitourisme et l'accessibilité des chiens dans les établissements touristiques et de loisirs, **c'est faciliter l'organisation des vacances avec son chien** et ainsi **réduire le risque d'abandon.**



Qui sont les canitouristes ?

**Les canitouristes,
ce sont les familles qui font le choix
de voyager avec leur chien.**

En France, un foyer sur deux possède soit un chien, soit un chat ou les deux. On compte environ 7,5 millions de chiens dans l'Hexagone (étude Facco-Kantar).

Qui sont ces familles ?

- des **jeunes retraités** qui reconstituent leur famille autour du chien
- un **jeune couple sans enfant** qui constitue sa famille autour du chien
- une **famille avec enfant** et chien

Typologie des propriétaires de chiens :

Source : emmenetonchien.com

- 73,8% ont 1 chien
- 19,2% ont 2 chiens
- 42,8% ont 1 chien qui pèse entre 10 et 25kg
- 34,6% ont 1 chien qui pèse entre 25 et 40kg

Quelles sont leurs attentes durant leurs vacances ?

- profiter de la nature et des espaces verts
- pratiquer des sports extérieurs : vélo, randonnée
- découvrir le patrimoine de la destination

Ces familles recherchent :

Le partage, la simplicité :
être simplement bien accueillis
avec leur chien.

**La convivialité, la découverte
du patrimoine** mais aussi
des professionnels qu'ils rencontrent
lors de leurs vacances (activités,
hébergements, ODT...).



Un marché de niche

Quelques chiffres

Emmenetonchien.com estime qu'il y a **18 millions de clients potentiels** sur le marché du dog friendly en France.

Parmi eux, seuls **11 millions font le choix de partir en vacances avec leur chien.**

Parmi ceux qui ne peuvent pas emmener leur chien :

- **91,7%** d'entre eux aimeraient amener leur chien si c'était possible
- **42,5%** de ceux qui partent sans leur chien partent moins longtemps car ils n'ont pas leur animal avec eux
- **72,5%** des clients changent d'hébergement s'il n'est pas dogfriendly
- **17 à 40%** des hébergements sont dog friendly en France (selon les régions), 17% pour la région parisienne et 40% pour Bordeaux ou Les Landes

Une tendance en hausse

“Chiens admis”
est le 2ème
filtre le plus
utilisé sur
hometogo.

49% des sondés
sont prêts à
payer plus cher
pour des
vacances dans
un hébergement
qui accepte leur
animal

55% chez
booking : ces
répondants
déclarent que
leur animal est
aussi important
qu’un enfant

Le marché du
chien pèse 5,4
milliards d’euros
en 2021 en
France

Le canitourisme : une part de marché en expansion

Le canitourisme est un marché qui offre de multiples opportunités. Il est :

- **accessible avec un faible investissement**
- **accessible hors saison** (jeune couple sans enfant ou retraités qui ne dépendent pas des périodes scolaires)
- **peu concurrentiel** : on a encore la chance de pouvoir être précurseur sur cette niche. Si le marché du chien est en pleine expansion, le tourisme passe encore un peu à la trappe
- **différenciant**, en proposant une offre adaptée à ces vacanciers

La problématique du chien en voyage

Du côté du voyageur :

Difficulté à identifier les lieux où le chien est admis. Aujourd'hui on a très peu d'information. Au mieux, on nous dit que le chien est admis, qu'il y a un supplément, mais il y a très peu d'information supplémentaire (ex : chien admis dans toutes les parties, au restaurant, si on peut le laisser seul en chambre etc).

Difficulté à appréhender l'accueil qu'on leur réserve. Le sourire, l'expérience client, l'accès aux chiens de plus de 10kg, etc.

Les particuliers (leboncoin, airbnb, etc) **sont souvent plus souples** quant à l'accueil des animaux.

Les **clients potentiels perdent le réflexe** de passer par des offices de tourisme ou des hébergeurs (gîtes, hôtels).

Ne connaissant pas l'accueil réservé à leur chien, **ces clients n'auront pas (ou peu) de consommation touristique payante** sur le territoire. Ils se rabattent sur des randonnées, du vélo et des solutions d'hébergement chez des particuliers.

Du côté des professionnels :

Le mot chien est souvent synonyme de problème alors qu'il devrait être synonyme d'opportunité.

La clé du problème : **il faut accueillir les chiens et non les tolérer !** Les voyageurs ne veulent plus que les chiens soient simplement tolérés et "raser les murs" avec, mais ils veulent que les chiens soient accueillis comme un membre de la famille à part entière.

Hôtels : seuls les petits chiens de -10kg sont acceptés	Comment accueillir les gros chiens ?	Le ménage et l'entretien avec les poils
Les aboiements	Les dégradations et déjections	La peur des autres clients



Que faire pour bien accueillir les canitouristes ?

Trouver les bons mots

Énoncer clairement les conditions d'accès aux chiens (taille du chien, nombre de chiens, les endroits où ils sont acceptés, utilisation de la laisse, supplément payant, etc).

Les voyageurs accepteront les contraintes tant qu'elles sont expliquées et justifiées. Par exemple, expliquez pourquoi vous limitez la taille du chien, avec du vocabulaire positif, sans utiliser seulement des négations et des interdictions.

La “taxe chien”

Concernant le supplément payant, **n'imposez pas cette taxe si vous souhaitez vous engager dans une démarche dog friendly.** Elle pourrait être considérée comme dissuasive et faire fuir la potentielle nouvelle clientèle.

Si vous la demandez, il est essentiel d'**expliquer la mise en place de ce supplément** (forfait ménage, service en plus dédié à l'animal...). Vous pouvez aussi accepter les chiens gratuitement dans votre établissement.

Recommandations d'accueil

Respecter les limites du chien

Ne pas forcer le contact, demander au préalable ce qui est ok pour le chien ou pas (certains tolèrent mal la présence d'humains étrangers, d'autres chiens, le contact physique etc).

Investissez dans un **kit de bienvenue** simple et peu onéreux avec :

Hébergements

- des sacs à crottes,
- des gamelles,
- un tapis ou une couverture,
- une petite friandise naturelle,
- une carte avec le numéro de vétérinaire d'urgence ou le plus proche,
- les activités dog friendly à faire dans les environs...

Faites sentir aux propriétaires que leurs chiens sont eux aussi les bienvenus chez vous !

Proposez :

- Des poubelles pour les déjections,
- Un distributeur de sacs à crottes,
- Une gamelle d'eau régulièrement changée,
- Une boîte de friandises...

Ayez des **petites intentions** envers l'animal.

Activités touristiques

Propriétés viticoles

Mettez en place une **communication très précise** sur les points de vigilance :

- Indiquez si la **promenade est autorisée**, en laisse ou en longe,
- indiquez la **présence de chiens des travailleurs**,
- sensibilisez sur le **respect du travail des ouvriers viticoles** (faire attention à la présence de tracteurs, des outils etc).
- **sensibilisez aux dangers** de l'oïdium, des flaques...

Indiquer les périodes de traitements :

Certains châteaux ont mis en place une **liste d'e-mails ou de sms** grâce à laquelle ils préviennent les promeneurs des périodes de traitements phytosanitaires et d'interdiction de promenade.

Une note d'information peut aussi être affichée à l'entrée de la propriété.

Le château Luchey Halde à Mérignac utilise le même système de drapeau que celui qu'on retrouve à la plage :

Drapeau vert : promenade autorisée

Drapeau orange : promenade déconseillée

Drapeau rouge : promenade interdite pour cause de traitement

Pour tous :

- Accueillir le client et son chien avec le **sourire**.
- **Demander le nom** du chien : une petite attention qui fait la différence !
- **Apportez une gamelle d'eau** à table pour le chien avant que le client ne le demande, un simple bac de glace recyclé en gamelle peut faire l'affaire et confirmera votre bon accueil.



Comment faire
savoir qu'on
accueille bien les
canitouristes ?

Lors de la réservation, de la prise d'information

Communiquer en amont :

- **Site internet** : mettez en avant l'accueil des chiens. Les conditions doivent y être expliquées clairement pour éviter toute déception. Demandez à indiquer lors de la réservation la présence d'un ou plusieurs chiens afin de préparer les visites et activités au mieux
- **Réseaux sociaux** : communiquez régulièrement sur le sujet via des publications (photos, vidéo...)
- **Indiquez “établissement dog friendly”** dans la fiche d'établissement Google
- **Référez-vous sur des sites spécialisés** comme emmenetonchien.com

Sur place :

- **Affichez une pancarte ou un macaron “établissement dog friendly”** sur la devanture ou à l’entrée : la création de ce macaron est un **projet en cours chez Canitourisme Gironde**.
- Mettez à disposition une **gamelle d’eau à l’entrée “toutou bar”** : visible de loin et toujours sympa !
- **Sensibilisez, soyez dans la pédagogie** et la responsabilisation de chacun quant à l’accessibilité des chiens sur le site ou dans l’établissement.

Après la visite :

Envoyez un questionnaire
de satisfaction.

Mettez en avant les témoignages
positifs sur les réseaux sociaux
ou sur le site.



Et bien sûr !

Soyez publiés sur :

- le compte Instagram [@canitourismegironde](#)
- le site [www.canitourismegironde.com](#)

Un article, une publication, un retour d'expérience... Collaborons ! Si vous souhaitez profiter d'un accompagnement personnalisé, gardons contact :)



MERCI !