

### Baromètre de conjoncture touristique

menée en collaboration avec l'Agence Régionale des Pays de la Loire et Vendée Expansion, entre le 12 et 21 août 2019.

Analyse auprès de 45 socio-professionnels du Pays de St Gilles Croix de Vie.



#### FREQUENTATION ESTIVALE 2019

56% = ou +

Fréquentation stable ou supérieure par rapport à fin août 2018



#### FREQUENTATION ETRANGERE 2019

50% = ou +

Fréquentation stable ou supérieure par rapport à fin août 2018



#### PERSPECTIVES DE FREQUENTATION

67% = ou +

Fréquentation stable ou supérieure par rapport à fin août 2018



#### HOTELLERIE DE PLEIN AIR

42% = ou +

Fréquentation stable ou supérieure par rapport à fin août 2018



#### HOTELLERIE & CHAMBRES D'HOTES

30 % = ou +

Fréquentation stable ou supérieure par rapport à fin août 2018



#### MEUBLES

87.5% = ou +

Fréquentation stable ou supérieure par rapport à fin août 2018



#### RESTAURATION

60% = ou +

Fréquentation stable ou supérieure par rapport à fin août 2018



#### CHIFFRE D'AFFAIRES

60% = ou +

Fréquentation stable ou supérieure par rapport à fin août 2018

#### Une saison 2019 plutôt réussie

Malgré un mois de juillet en apparence baisse, le mois d'août reste très fréquenté et ce jusqu'au 31, **la saison 2019 est donc plutôt réussie.**

**56% des socio-professionnels** interrogés sur le territoire jugent la fréquentation égale ou supérieure contre 46% en 2018, année particulièrement décevante.

**La clientèle française**, bien présente sur le territoire, a favorisé cette embellie puisque 68% des professionnels ont estimé leur fréquentation égale ou supérieure contre 46% en 2018.

**La clientèle étrangère** se stabilise avec une progression des belges et néerlandais.

Parmi les professionnels de l'hébergement, **l'hôtellerie de plein air ainsi que les meublés** connaissent une progression de fréquentation par rapport à 2018.

A contrario, **l'hôtellerie et les chambres d'hôtes** souffrent d'une baisse, notamment sur le mois de juillet (pas de pont au 14 juillet).

**Les restaurants** tirent un bilan plutôt mitigé selon leur typologie.

**L'arrière-saison** qui se profile corrobore l'avis des professionnels, avec une touche positive.

#### **Les professionnels notent en 2019 :**

- Bonne saison, août plus intense et actif que le mois de juillet.
- Bon mois d'août malgré un ressenti de "moins de monde".
- Des séjours de plus en plus courts.
- Plus de réservations mais des clients avec un pouvoir d'achat en baisse.
- Des vacanciers agréables et détendus mais également exigeants.
- Une saison étrange et difficile à appréhender : bonne première quinzaine de juillet puis 2ème quinzaine en demi-teinte, août identique à d'habitude.

## Hôtellerie de plein air



	-	=	+
2 étoiles	100%		
3 étoiles	62.5%	25%	12.5%
4 étoiles	44.4%	44.5%	11.1%
<b>Total 2019</b>	<b>58%</b>	<b>32%</b>	<b>10%</b>

<b>2018</b>	69.6%	26%	4.4%
<b>2017</b>	20%	53.3%	26.6%
<b>2016</b>	36.9%	52.6%	10.5%
<b>2015</b>	4.4%	30.4%	65.2%

L'Hôtellerie de plein air représente 75% de la capacité d'hébergements marchands sur le Pays de St Gilles, avec près de 60 000 lits touristiques répartis comme suit :

- > 8% pour les établissements 5\*
- > 36% pour les 4\*
- > 38% pour les 3\*
- > 18% pour les 2\*



### Une saison satisfaisante pour l'Hôtellerie de plein air

La fréquentation est jugée plutôt supérieure et stable pour 42% des établissements toutes catégories confondues, de juillet à la mi-août, tant sur le littoral que sur le rétro-littoral. A la fin août, les avis semblent positifs.

La clientèle française est de retour avec une estimation de fréquentation stable et supérieure à l'an passé pour 78% des établissements interrogés.

La fréquentation des étrangers est plutôt stable pour les anglais, les néerlandais sont en légère progression, comme les allemands et les belges.

Selon les classements, les établissements 2 étoiles semblent plus impactés et remarquent une baisse de fréquentation par rapport à 2018, alors que les 3 et 4 étoiles progressent.

En conclusion, les 1ère et 2ème semaines de juillet sont encourageantes avec une météo estivale et un bon taux de remplissage pour certaines structures (promotions, soleil). Une baisse est enregistrée ensuite jusqu'au 03 août avec des offres d'hébergement n'ayant pas trouvé preneurs. Le mois d'août est égal à lui-même avec une bonne fréquentation jusqu'à la fin du mois.

La saison est qualifiée de bonne saison pour l'Hôtellerie de plein air, grâce à une offre de qualité et variée : les cibles sont bien identifiées pour certaines structures, qui n'ont pas hésité à effectuer des aménagements pour s'adapter à la demande : randonneurs vélos, hébergements haut de gamme...

Les chiffres d'affaires sont en progression, cependant les budgets restent restreints.

A noter que certains établissements proches de la Vélodyssée ont connu une belle progression de cyclotouristes.

Les remarques récurrentes concernent : les réservations de dernière minute toujours marquées, le pouvoir d'achat en baisse, la canicule de juillet qui n'a pas été profitable car les « gens » sont restés chez eux.



## Locations de vacances

	-	=	+
2019	12.5%	88%	
2018	37.5%	50%	12.5%
2017	14.3%	57%	28.6%
2016	22.2%	66.7%	11.1%
2015	17%	75%	8%

### Saison stable pour les meublés

**88% des professionnels répondants jugent leur fréquentation stable** par rapport à 2018 qui en comptaient 50%. L'avant-saison et le mois de juillet sont compliqués à remplir, tandis que le mois d'août reste dans la norme. Une disparité existe cependant entre le littoral et le rétro-littoral plus en difficulté.

**La clientèle française** reste stable ou supérieure pour 63% des répondants, et **les clients étrangers** fréquentent les meublés d'une manière similaire aux années précédentes avec une progression des anglais.

**Les professionnels observent** : une clientèle de juillet agréable et respectueuse, et une clientèle d'août exigeante et compliquée à gérer.

## Hôtellerie et chambres d'hôtes



### Saison mitigée pour les hôteliers et propriétaires de chambres d'hôtes

**Hôtels** : à la mi-août les établissements répondant jugeaient leur **fréquentation en baisse** par rapport à 2018. **Fin août le constat était meilleur** avec des avis convergeant vers la progression et ou la stabilité. Les établissements 3 étoiles restent globalement satisfaits avec un mois de juillet plus calme, sans pont du 14 juillet. A contrario, le mois d'août fut bon avec moins d'étrangers, et pour certains établissements, une clientèle qui consomme moins en restauration.

	-	=	+
Total 2019	71%	29%	
2018	50%	12.5%	37.5%
2017	80%	20%	
2016	21%	42%	37%
2015		50%	50%

**Chambres d'hôtes** : Les propriétaires de chambres d'hôtes ont des **avis mitigés selon leurs lieux d'implantation**. Les chambres situées sur le littoral tirent leur épingle du jeu alors que les propriétaires de chambres en rétro-littoral semblent souffrir de la concurrence de plateforme de réservations en ligne (ex : Airbnb). La tendance à la baisse s'inverse d'une manière notoire à partir du 3 août mais surtout du 11 et ce jusqu'au 24 août avec un taux de remplissage avoisinant les 75%.

## Sites touristiques et activités de loisirs

	-	=	+
Total 2019	17%		83%
2018	50%	50%	
2017		50%	50%
2016	50%	37.5%	12.5%
2015	20%	20%	60%

### Excellente saison, les vacanciers en redemandent !

**La saison 2019 satisfait la majorité des sites de visite et de loisirs** avec une progression conséquente de la fréquentation par rapport à 2018. La météo convient, tant aux activités extérieures qu'aux activités couvertes. **Les étrangers sont bien présents** dans les parcs de jeux, tandis que les **structures nautiques notent une bonne saison**, par rapport à 2018.

L'offre complète et variée sur le Pays de St Gilles ravit les vacanciers en quête d'expérience.



## Restauration

	-	=	+
Total 2019	40%	20%	40%
2018	20%	60%	20%



### Saison en demi-teinte selon le type d'établissement

**60% des établissements interrogés estiment** que durant la période d'enquête, **la fréquentation est plutôt stable ou en hausse.**

Les français ont moins fréquenté les restaurants cette année (vigilance sur les dépenses annexes) alors que les étrangers ont été jugés plutôt stables ou en progression.

Les restaurants proposant une cuisine traditionnelle notent une bonne saison dans l'ensemble avec là encore, un mois d'août meilleur. Les établissements gastronomiques quant à eux sont satisfaits et notent une progression d'activité.

Les autres structures évaluent la saison comme stable voire en légère baisse "les gens consomment moins".

## Commerces

**Les supermarchés** interrogés sont **satisfaits de la haute saison**. Reste à confirmer avec le panier moyen.

**Les commerces de proximité subissent** le manque de pouvoir d'achat, avec pour certains une sensation « de vide » sur des périodes pourtant très fréquentées. L'avant-saison permet d'équilibrer le chiffre d'affaires.

## Chiffre d'Affaires

	-	=	+	Ne sait pas
Total 2019	38%	38%	22%	
2018	48%	34%	12%	6%
2017	30%	48%	22%	

**La perception est très nuancée selon les professionnels.**

Au 21 août, 60% des 45 répondants estiment leur chiffre d'affaires stable ou supérieur.

> Hôtellerie de plein air : CA plutôt stable voire en progression malgré les budgets serrés.

> Meublés : CA stable.

> Hôtels et Chambres d'hôtes : 50% inférieur—50% stable.

> Lieux de visite et activités de loisirs : 83% supérieur.

> Restaurants : 60% stable ou supérieur.



## BILAN DE SAISON dans les 4 Bureaux d'Information Touristique et le Point I des Mouettes

### Près de 144 000 visiteurs comptabilisés dans les 4 Bureaux soit une baisse de 3.3%

(source : compteur de personnes Bureaux d'Information Touristique du PSG et statistiques Tourinsoft)

Les 4 Bureaux d'Information Touristique ainsi que le Point I des Mouettes à St Hilaire de Riez ont accueilli 143 787 visiteurs en juillet et août, soit une légère érosion de 3% par rapport à 2018.

#### Fréquentation, des contrastes existent selon les bureaux :

> Progression de près de 8% pour l'OT de St Hilaire de Riez en raison d'une meilleure visibilité du bâtiment, suite à la démolition de la Maison pour tous.

> L'OT de Brem sur Mer redresse la barre après une chute de fréquentation en 2018 (+2.3%).

> L'OT de Brétignolles sur Mer baisse de 3.5%.

> Le bureau de St Gilles Croix de Vie est plus impacté par cette baisse (-10.5%). Ce dernier, situé en cœur de ville, souffre d'un accès difficile en haute saison, ainsi que du stationnement payant. A contrario, durant les mois d'avril et de juin, les visiteurs sont venus plus nombreux que les années précédentes avec une progression de fréquentation supérieure à 15%.

**Un mode d'accueil donnant entière satisfaction depuis sa mise en place en 2014 : l'accueil hors les murs.** Le nombre de sorties en triporteur sur les 3 communes balnéaires a augmenté de 32% (à raison de 3 à 5 sorties par semaine selon la commune). Les 2 200 contacts (+7%) démontrent l'intérêt de ce dispositif, très apprécié des vacanciers. L'Office de Tourisme s'exporte « hors les murs », va au-devant des vacanciers, sur leurs lieux de loisirs (sorties de plage, marchés, rues piétonnes...).

#### Une clientèle française de proximité et fidèle

Comme les prévisions l'indiquaient avant l'été, les français ont privilégié les vacances dans l'Hexagone !

Ils ont en effet été plus nombreux à fréquenter notre territoire cet été.

La première région pourvoyeuse de vacanciers reste les Pays de la Loire, suivie de l'Île de France et du Centre Val de Loire. Les campagnes de communication menées par le Département de la Vendée consolident la fréquentation de cette clientèle. Des régions comme la Bretagne, la Normandie et la Nouvelle Aquitaine sont émergentes.

#### Et les étrangers :

Notre territoire a connu une légère diminution de la fréquentation de la clientèle étrangère et particulièrement dans les Bureaux d'Information Touristique, pour lesquels cette clientèle représente 6% des contacts enregistrés.

Malgré le Brexit, les anglais restent la 1ère clientèle étrangère. Le Contrat de Destination, mis en place par la Région pour reconquérir les touristes britanniques y est certainement pour quelque chose.

Ils sont suivis de près par les belges, longtemps présents sur notre territoire et qui redécouvrent la région.

Les allemands et néerlandais se stabilisent. Ils semblent être plus nombreux sur l'arrière-saison.



**Le visiteur qui se déplace dans les bureaux, recherche une réponse précise, un vrai conseil et du sur-mesure, avec de véritables attentes et exigences en retour.** Les tendances s'orientent vers des demandes ciblées nature (parcours de randonnées, sites naturels, pêche à pied...), patrimoine (villages typiques et de caractère), sorties (marchés nocturnes et autres animations). En ce sens, la carte « coups de cœur », éditée cette année, trouve tout son intérêt.

**Les billetteries en progression :** Le chiffre d'affaires des billetteries progresse considérablement et ce depuis le début de l'année (+5.4%).

En tête des ventes, les traversées pour l'île d'Yeu avec la Compagnie Vendéenne, puis le Puy du Fou dans une moindre mesure, ce dernier étant en perte de vitesse en raison des réservations en ligne plus accessibles.

Les visites guidées proposées par l'Office de Tourisme sont parmi les ventes qui progressent le plus. Le vacancier en quête d'authenticité découvre ou redécouvre des activités simples et ressourçantes (pêche à pied, land'art, balade familiale nature et forêt...). D'autres préfèrent des sorties culturelles sur le patrimoine et l'histoire.

**L'Office de Tourisme reste le lieu pourvoyeur d'idées pour découvrir le territoire et les habitués qui s'y déplacent ne s'y trompent pas.**

## Une saison dans l'ensemble réussie sur le Pays de Saint Gilles

**36% des français manifestaient leur souhait de partir en juillet et août, soit 31 millions de personnes** (+1million par rapport à 2018). Sur ces 36%, 60% envisageaient des vacances en France cette année tandis que 30% préféraient l'étranger.

Contrairement aux années précédentes, **la Bretagne, la Normandie et plus généralement la façade Atlantique ont eu le vent en poupe**, avec une montée des réservations de 7% sur ces destinations. Les épisodes de canicule ont favorisé les zones de l'Hexagone plus « fraîches ». De ce fait, **la Méditerranée a connu une saison plus compliquée**, avec des retards de réservations dès le Printemps.

**Sur le Pays de St Gilles**, le baromètre de l'avant-saison était plutôt mitigé pour les professionnels (période d'avril à mi-mai), la météo ayant influencé considérablement les déplacements à la baisse vers notre région. Seul le week-end de Pâques et la semaine précédente ont connu une belle affluence, sans pour autant égaler l'année 2017 qui fut excellente. Le mois de mai, privé de ponts fut boudé, excepté le week-end de l'Ascension, qui fut à l'inverse exceptionnel.

Tandis que juin redonnait le sourire et lançait la saison 2019, le mois de juillet, malgré une météo estivale, ponctuée d'épisodes de fortes chaleurs, connaissait à nouveau une baisse de fréquentation. Le mois d'août, fut traditionnellement bien fréquenté, avec le taux de remplissage le plus important et ce malgré une dégradation de la météo sur la 1ère quinzaine. La haute saison repose plus que jamais sur août. Le mois de septembre s'annonce excellent.

### Points négatifs

- La gestion rigoureuse du budget vacances pénalisante pour les « petits » commerces.
- La légère baisse de fréquentation des visiteurs étrangers.
- Le 14 juillet sans pont qui n'a pas boosté la fréquentation malgré la météo estivale.
- Les épisodes de canicule en juillet moins propices aux déplacements, aux activités et aux restaurants.

### Points positifs

- La consommation des billetteries, en plus généralement des activités de loisirs, en hausse,
- La bonne fréquentation de la clientèle française.
- Les déplacements doux plébiscités et un intérêt croissant pour les pistes cyclables et sentiers de randonnées.
- Le prolongement de la saison jusqu'à la fin août et une arrière-saison satisfaisante.

## **CONCLUSION :**

Malgré les aléas climatiques, **la saison 2019 se termine sur une note positive**, à quelques exceptions près. Depuis quelques années, la segmentation des séjours allonge la saison touristique, le mois d'août restant définitivement à part (fermetures des grandes entreprises pourvoyeuses de vacanciers).

**Le Pays de St Gilles peut s'enorgueillir de bénéficier d'atouts en corrélation avec les attentes des vacanciers**, quelque soit la période. Dans leur globalité, les français changent leur comportement et ne se suffisent plus de la plage. Ils recherchent un « dépaysement de proximité », moins loin, avec plus de qualité et d'authenticité. Les vacances doivent être actives, ressourçantes avec des moments de rencontre et de partage mais également calmes et reposantes.

**Le budget vacances reste maîtrisé**, avec toutefois la volonté de profiter du séjour. Pour preuve, les ventes pour des sorties guidées, traversées pour l'île d'Yeu ou activités de loisirs (parcs de jeux) qui augmentent considérablement.

### **Le Pays de St Gilles a su s'adapter à ces évolutions en proposant :**

- > des animations et événements gratuits, de qualité (la Déferlante, les Musicales, les Rendez-vous de la Chaize, les feux d'artifice, expositions, festival Vers les arts, Envoie la Sauce, Rock'n beer, les Médiévales... parmi les plus importants).
- > des activités diversifiées et encadrées tournées vers la nature.
- > des structures de loisirs performantes et professionnelles.
- > des hébergements de qualité.
- > la valorisation de filières majeures, marqueurs d'identité tels le nautisme, le vélo (accueil vélo, aménagements d'itinéraires et services), l'oenotourisme.

**Tous ces facteurs ainsi que « le bien vivre » au Pays de St Gilles et dans notre département, contribuent à la réussite de l'économie touristique locale.**

