

# CONJONCTURE TOURISTIQUE

## SAISON 2021 au Pays de Saint Gilles Croix de Vie

L'Office de Tourisme du Pays de St Gilles Croix de Vie a mené, auprès des professionnels touristiques partenaires, une enquête de Conjoncture Touristique pour la saison 2021, entre le 25 août et le 1er septembre 2021.

73 professionnels du tourisme interrogés ont répondu à l'enquête. Synthèse du ressenti ci-dessous.



### FREQUENTATION ESTIVALE 2021

87% = ou +

Fréquentation stable ou supérieure par rapport à 2020



### CLIENTELE FRANCAISE 2021

84% = ou +

Fréquentation stable ou supérieure par rapport à 2020



### HOTELLERIE DE PLEIN AIR

65% supérieure

Fréquentation supérieure par rapport à 2020



### HOTELLERIE & CHAMBRES D'HOTES

62% stable

Fréquentation stable par rapport à 2020



### LOCATIONS DE VACANCES

93% = ou +

Fréquentation stable ou supérieure par rapport à 2020



### SITES & ACTIVITES TOURISTIQUES

80% = ou +

Fréquentation stable ou supérieure par rapport à 2020



### BARS & RESTAURANTS

83% stable

Fréquentation stable par rapport à 2020



### COMMERCES & SERVICES

44% stable

Fréquentation stable par rapport 2020



### CHIFFRES D'AFFAIRES

47% supérieur

Supérieur par rapport à 2020

### Une saison de transition

Après 14 mois de crise sanitaire, la saison 2021, érodée du mois d'avril en raison du confinement, a débuté en mai, pour le plus grand plaisir des vacanciers et des professionnels impatientes. Cette avant-saison particulière, a bénéficié des ponts fériés qui, malgré une météo capricieuse, ont connu une belle fréquentation, avec plus de 260 000 nuitées\* réalisées au Pays de St Gilles Croix de Vie, sur les ponts de l'Ascension (190 000) et la Pentecôte (70 000).

Une lente reprise s'est amorcée entre le 1er et 15 juin grâce au beau temps ambiant, favorisant la fréquentation des week-ends, avec une clientèle de proximité particulièrement attirée par les plages et les activités nautiques.

La saison estivale a connu un démarrage tardif. Cependant l'ensemble des professionnels touristiques du territoire dressent un bilan globalement positif, avec une fréquentation jugée supérieure pour 43% d'entre eux et stable pour 44%.

- ▶ La relance s'est opérée pour les professionnels de l'hôtellerie de plein air, après une année 2020 particulièrement difficile. Les professionnels sont finalement satisfaits et soulagés.
- ▶ Pour les hébergements individualisés (locations de vacances, chambres d'hôtes) l'embellie perdure cette année encore. 2021 est une excellente année.
- ▶ Les hôteliers s'accordent sur un bon remplissage et une saison stable par rapport à 2020.
- ▶ Un ressenti mitigé pour les sites de visites et activités touristiques en partie dû à une météo particulièrement défavorable, pour certains professionnels.
- ▶ Les restaurateurs qualifient la saison 2021 comme bonne voire très bonne en grande majorité. Seuls les bars ont souffert du dispositif pass sanitaire, pénalisant et difficile à mettre en application.
- ▶ Pour les commerçants les avis sont très partagés et divergents.

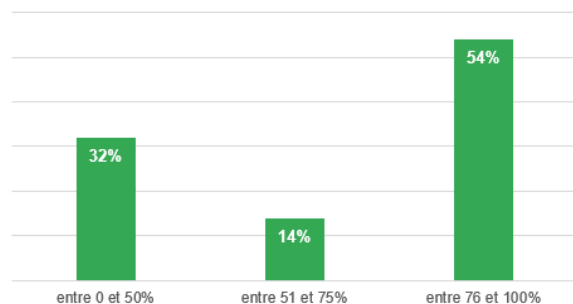
La saison 2021 reste marquée par la présence des touristes français restés dans l'hexagone, de nouvelles mesures sanitaires (jauge et pass) parfois peu claires qui ont nécessité de la réactivité et de l'adaptation, ainsi qu'une météo défavorable.

\* données Flux Vision Vendée Expansion

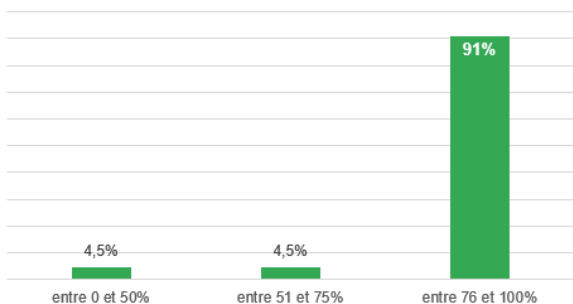


Fréquentation	-	=	+
<b>Total 2021</b>	<b>15%</b>	<b>20%</b>	<b>65%</b>
<b>2020</b>	94%	6%	0
<b>2019</b>	58%	32%	10%
<b>2018</b>	69.6%	26%	4.4%
<b>2017</b>	20%	53.3%	26.6%
<b>2016</b>	36.9%	52.6%	10.5%

Taux de remplissage HPA juillet 2021



Taux de remplissage HPA août 2021



## Paroles aux professionnels :

- › mauvaise météo
- › pas ou peu d'étrangers
- › une belle fréquentation avec plus de dépenses annexes
- › agressivité des clients
- › ouverture des frontières qui a parfois joué un rôle dans la baisse de fréquentation
- › réservations plus tardives à nouveau et de nombreuses annulations de dernière minute induisant un impact commercial
- › difficulté dans le recrutement

## L'Hôtellerie de plein air retrouve des couleurs

**Les campings**, toutes catégories confondues, **reprennent de la vigueur** avec une fréquentation jugée par près de 65% des professionnels, supérieure à 2020.

Par rapport à 2019, année de référence, juillet reste inférieur, avec un démarrage tardif mi-juillet, tandis que le mois d'août se révèle stable voire supérieur.

Les perspectives encourageantes du début de saison se sont donc confirmées. La saison fut bonne, tout comme les mois de mai et juin.

**La clientèle française** supérieure à 2020, selon 50% des établissements, confirme, à nouveau cette année, les déplacements des vacanciers français dans l'hexagone.

**Les étrangers**, très peu nombreux en cette 2ème année de crise sanitaire, sont jugés stables pour 54% des répondants. Les Néerlandais conservent leur leadership, devant les Belges.

**Les taux de remplissage connaissent une belle progression** particulièrement en juillet avec près de 55% de professionnels indiquant un taux compris entre 76 et 100%, contre 50% pour un taux entre 50 et 75% en 2020. Le mois d'août conforte tous les espoirs avec un taux de plus de 76% pour 90% des établissements répondants.

Pour septembre, 76% enregistrent un taux de réservation inférieur à 50%.

### Evolution du chiffre d'affaires :

En toute logique, 75% des structures évaluent leur chiffre d'affaires à la hausse par rapport à 2020. Pour rappel, les campings ont souffert du contexte sanitaire et des mesures imposées l'an passé (préférence pour des hébergements individualisés). Certains établissements ont réalisé des investissements ou des aménagements qui réduisent leur chiffre d'affaires.

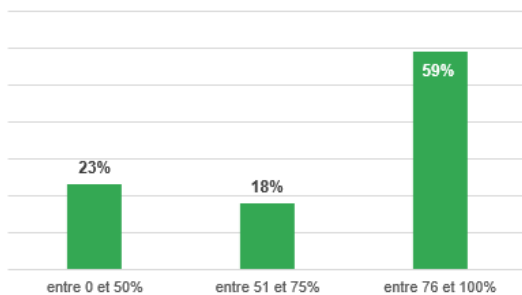
### Comportements clients :

- Le panier moyen est supérieur en 2021, pour près de 40% des établissements répondants. Les vacanciers ont pour certaines structures, davantage dépensé dans les activités annexes (bar et restaurant sur place) en raison de la mise en place du pass sanitaire le 21/07 et sont restés au sein des campings.
- La durée des séjours reste identique aux années précédentes.
- Les réservations d'hypra dernière minute progressent en raison de la météo et des annonces de nouvelles mesures sanitaires.
- pas ou peu de groupes.

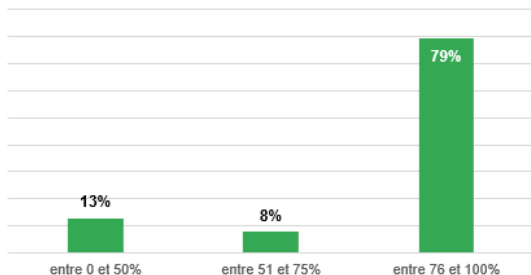
**Pass Sanitaire** : 87.5% des répondants reconnaissent n'avoir eu aucune difficulté à mettre en œuvre le pass sanitaire rassurant pour la clientèle.

fréquentation	-	=	+
<b>2021</b>	<b>2%</b>	<b>61%</b>	<b>35%</b>
<b>2020</b>	<b>17%</b>	<b>67%</b>	<b>8%</b>
<b>2019</b>	<b>12.5%</b>	<b>88%</b>	
<b>2018</b>	<b>37.5%</b>	<b>50%</b>	<b>12.5%</b>
<b>2017</b>	<b>14.3%</b>	<b>57%</b>	<b>28.6%</b>
<b>2016</b>	<b>22.2%</b>	<b>66.7%</b>	<b>11.1%</b>

Taux de remplissage juillet 2021



Taux de remplissage août 2021



## Paroles aux professionnels :

- météo mitigée et un manque de périodes chaudes
- bonne saison avec une clientèle régulière et fidèle
- clientèle à la recherche de calme, d'isolement, souhaitant rester plus longtemps
- clients inquiets pour l'avenir qui ont besoin d'être rassurés

## Une saison à nouveau gagnante

**94% des propriétaires ou gérants de locations de vacances** (particuliers, résidences, villages de vacances) estiment leur **fréquentation stable ou en hausse, par rapport à 2020.**

Le mois de juillet, a répondu aux attentes avec une fréquentation stable ou supérieure pour 90% des structures et 96% pour le mois d'août.

**L'embellie remarquée en 2020 se poursuit à nouveau cette année, les vacanciers favorisant les hébergements individualisés et autonomes.**

La clientèle française reste stable pour 46% des loueurs, voire supérieure pour 42%.

La présence des étrangers est peu significative, avec des Belges, Néerlandais et Allemands.

Comme estimé en début de saison, les perspectives pour septembre sont excellentes, avec un taux de réservation compris entre 76 et 100% pour 22% des répondants.

## Evolution du chiffre d'affaires :

1/4 des loueurs déclarent un chiffre d'affaires supérieur à 2020.

## Comportements clientèle :

- Le panier moyen identique à 2020 pour 50% des répondants
- La durée de séjour identique également pour 58% d'entre eux
- Les réservations de dernière minute supérieures pour 50%
- L'accueil de groupes en progression pour 46% des structures

**Les mesures sanitaires** ont eu un impact neutre pour 54% des répondants et un impact modéré pour 33% d'entre eux.

### 👉 Les loueurs particuliers déclarent :

recevoir une clientèle d'habités ou familiale.

enregistrer beaucoup de demandes de dernière minute.

👉 **Les résidences** notent une fréquentation supérieure cette année et plus de Français.

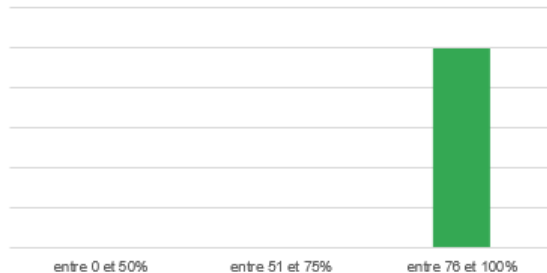
👉 **Les villages de vacances** déplorent le manque de Belges.



## Hôtellerie et Chambres d'hôtes (source enquête de conjoncture août 2021 Pays de St Gilles)

Fréquentation	-	=	+
<b>Total 2021</b>	<b>0%</b>	<b>62.5%</b>	<b>25%</b>
<b>2020</b>	20%	20%	60%
<b>2019</b>	71%	29%	
<b>2018</b>	50%	12.5%	37.5%
<b>2017</b>	80%	20%	
<b>2016</b>	21%	42%	37%

Taux de remplissage Hôtels et Chambres d'hôtes  
juillet et août 2021



### Paroles aux professionnels :

- clients fidèles
- clients heureux et agréables

### Satisfaction dans les hôtels et chambres d'hôtes

**La stabilité est de mise pour l'ensemble des professionnels de l'hébergement à la nuitée** (hôtels et chambres d'hôtes) avec 62.5% de répondants en ce sens. Par rapport à 2019, les hôteliers remarquent une fréquentation plutôt stable ou supérieure, tandis que les chambres d'hôtes affichent une fréquentation supérieure.

La clientèle française reste très présente par rapport à 2020 et en provenance des départements limitrophes.

Les étrangers sont, quant à eux, toujours trop peu nombreux. Toutefois, les vacanciers Belges et Néerlandais amorcent un retour dans la région.

**Les taux de remplissage** de ces 2 types d'hébergement sont pour 100% des répondants, compris entre 76 et 100% sur les 2 mois d'été. Les réservations pour septembre restent très timides.

**Les chiffres d'affaires** restent stables par rapport à 2020.

#### Les comportements clients :

- Le panier moyen et la durée de séjour restent identiques à 2020.
- Les réservations de dernière minute progressent également.

**Le contrôle du pass sanitaire** n'est pas jugé contraignant par les professionnels, et l'impact sur la variation du chiffre d'affaires reste modéré pour 80% d'entre eux.

## Sites touristiques et activités de loisirs (source enquête de conjoncture août 2020 Pays de St Gilles)

Fréquentation	-	=	+
<b>Total 2021</b> 20% ne sait pas	<b>0%</b>	<b>30%</b>	<b>50%</b>
<b>2020</b>	14%	14%	72%
<b>2019</b>	17%		83%
<b>2018</b>	50%	50%	
<b>2017</b>		50%	50%
<b>2016</b>	50%	37.5%	12.5%

### Une saison mitigée

**Pour les sites de visite et activités de loisirs, une fréquentation supérieure à 2020** est remarquée par les professionnels.

La météo capricieuse a favorisé la présence des vacanciers dans les lieux couverts tandis que les activités de loisirs ont tiré leur épingle du jeu.

La mise en place du pass sanitaire à partir du 21 juillet a impacté la fréquentation dans un 1er temps, avant l'adaptation finalement rapide des vacanciers et des professionnels à ces nouvelles mesures.

**Origine clientèle** : Le constat reste identique concernant l'origine de la clientèle ; les Français sont restés dans l'hexagone, certains en provenance de régions du sud de la France habituellement peu présentes. Les étrangers Belges, Néerlandais et Allemands ont profité des infrastructures et sites de visite du territoire.

**Le chiffre d'affaires** est jugé supérieur pour 80% des prestataires. Certains sites se sont développés cette année, par des agrandissements et recrutement de personnel.

**Comportements clientèle** : 60% des professionnels jugent le panier moyen supérieur ou égal à 2020. Le nombre de groupes progresse cette année, sans retrouver le rythme d'avant 2020.



## Bars & Restaurants (source enquête de conjoncture août 2021 Pays de St Gilles)

### Des restaurateurs satisfaits de la saison et des propriétaires de bars contrariés

La **fréquentation** des établissements est jugée **stable** par 83 % des restaurateurs et gérants de bars répondants, tout comme le chiffre d'affaires.

La **clientèle française** reste fidèle et conserve cette notion de plaisirs gustatifs. Le léger retour des étrangers est remarqué par les professionnels.

➤ Le **panier moyen** évolue positivement par rapport à 2020 qui était une belle année.

➤ Les **restaurateurs** interrogés sont majoritairement satisfaits de la saison 2021.

## Commerces, Services et Producteurs (source enquête de conjoncture août 2021 Pays de St Gilles)

### Des avis partagés selon le secteur d'activités

Les **métiers de bouche** notent une fréquentation inférieure en juillet et plutôt stable en août.

➤ Le chiffre d'affaires est jugé meilleur qu'en 2020, avec un mois d'août plus probant, voire meilleur qu'en 2019.

Les **produits du terroir et supermarchés** connaissent une progression de leur chiffre d'affaires.

L'incivilité des clients est pointée du doigt.

Les **autres commerces & services** notent, pour certains, de l'agressivité et de l'incivisme ainsi que de la morosité et une clientèle peu consommatrice. Pour autant, la fréquentation reste stable par rapport à 2019 avec un léger mieux par rapport à 2020 et des commerçants dans le service satisfaits de la saison.

#### **Commentaires des professionnels, à l'heure du bilan :**

##### *Positifs :*

- *une fréquentation plus importante*
- *des demandes de réservations supérieures*
- *des dépenses plus importantes que les années précédentes (activités annexes au sein des campings)*
- *une clientèle fidèle*
- *une clientèle responsable et respectueuse*
- *des clients plus heureux, agréables, cherchant le calme et la tranquillité*
- *plus de monde en avant et arrière saison*

##### *Négatifs*

- *une météo défavorable avec un manque de chaleur et soleil*
- *pas ou peu d'étrangers*
- *une agressivité des clients (sans pass sanitaire) et une morosité ambiante*
- *de l'incivilité et une clientèle à faible pouvoir d'achat*
- *des clients inquiets pour l'avenir*
- *des réservations tardives, des demandes de dernière minute et des annulations compliquées à gérer*
- *des recrutements difficiles*

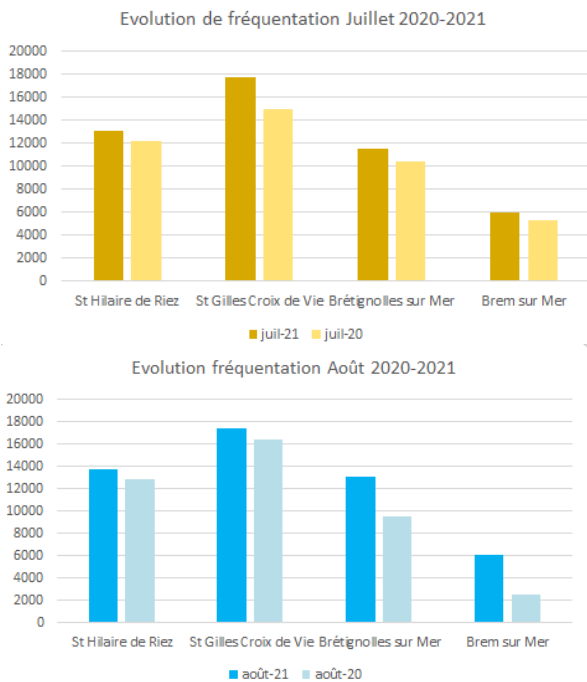
# BILAN DE SAISON dans les Bureaux d'Information Touristique

## Une fréquentation à la hausse

(source : compteurs de personnes)

Après une chute vertigineuse de 36% de la fréquentation en 2020, les bureaux d'information touristique retrouvent leurs visiteurs grâce à une progression de 20%, soit 104 000 visiteurs sur la période estivale.

**Sans pour autant atteindre le niveau de 2019 (144 000 visiteurs en juil/août) la fréquentation repart à la hausse.**



**Le bureau de St Gilles Croix de Vie**, principal point d'accueil du territoire a **reçu plus de 35 000 visiteurs** sur l'ensemble de la saison estivale, soit 34% des entrées. Installé dans la salle Marcel Baudouin, réaménagée en plein cœur de la ville, il dispose d'un espace accueil composé d'un point billetterie, d'un point dédié aux dépliants et brochures, plusieurs points d'accueil, ainsi qu'un espace boutique tous très fonctionnels et appréciés des visiteurs. Le personnel a été renforcé au cours de la saison afin de proposer un service optimal.

**Les bureaux de St Hilaire de Riez (31%) et de Brétignolles sur Mer (24%) comptabilisent à eux deux 57 379 visiteurs. Le bureau de Brem sur Mer, bien que plus petit, reçoit toutefois plus de 11 982 visiteurs.**

## Adaptation au contexte sanitaire en 2021

- ➔ des plages horaires adaptées au contexte sanitaire : une fermeture de 13h à 14h pour 3 bureaux, une fermeture le dimanche et des amplitudes horaires différentes pour le bureau de Brem.
- ➔ le Point i des Mouettes ouvert.
- ➔ le port du masque obligatoire, le maintien des plexiglass sur les comptoirs, du gel hydroalcoolique.
- ➔ la limitation du nombre de personnes dans l'espace accueil à partir du 21/07.
- ➔ le maintien d'un pré-accueil dans certains bureaux, les jours de forte affluence, afin de répondre aux demandes récurrentes de plans, marées, sentiers.... Et limiter les flux à l'intérieur de l'accueil.

## Une clientèle fidèle et de proximité

(source Tourinsoft : origine géographique des demandes tous modes de contacts confondus)

- **L'origine de la clientèle par région reste chaque année inchangée :**  
55% des contacts enregistrés proviennent des **Pays de la Loire (27%), l'Île de France (12%) et le Centre Val de Loire (10%)**. La région Auvergne Rhônes Alpes arrive en 4ème position, suivie de la Nouvelle Aquitaine et particulièrement le département de la Gironde.  
Parmi les ligériens, les Vendéens fréquentent assidument le Pays de St Gilles Croix de Vie. En 2021 la Loire Atlantique devance le département du Maine et Loire. La Bretagne reste en retrait cette année.
- **Comme en 2020, les Français ont représenté 97% des visiteurs.** Quelques étrangers, plutôt en 2ème partie de saison, une fois les mesures sanitaires maîtrisées, sont revenus dans les bureaux (Belges, Allemands et Néerlandais). Les Britanniques ont à nouveau été les grands absents.



## Des demandes très ciblées

(source Tourinsoft : demandes tous modes de contacts confondus)

### Les demandes formulées dans les bureaux d'accueil restent très ciblées :

- **Billetteries** : même si celles-ci ne progressent pas en raison de la météo maussade, les particuliers ont préféré réaliser leurs réservations dans nos structures. Celles-ci sont plus simples, notamment en raison des connexions internet défaillantes, des réductions sont parfois appliquées, les chèques-vacances sont également en grande majorité acceptés.
- **Le programme des animations** : les vacanciers et résidents secondaires, y compris en période de pandémie, restent très attachés à l'agenda papier. Des guides hebdomadaires, à jour, ont été réalisés et imprimés. L'affiche « Rendez-vous » regroupant les manifestations phares du territoire et diffusée auprès des professionnels du tourisme, fut maintenue et appréciée.
- **Les circuits pédestres et vélos** ainsi que les **visites guidées et jeux de piste** ont été plébiscités. Le contexte sanitaire a favorisé la pratique d'activités autonome et dans un environnement naturel.
- **Quoi faire avec des enfants, quoi faire avec un chien ou quoi faire par temps de pluie?** Fort de ces demandes, des guides réalisés en interne ont été mis en place.
- **Les disponibilités des hébergements** en dernière minute.

### Paroles aux conseillers en séjour :

- Des vacanciers heureux d'être en congés dans un lieu différent de leur quotidien, donc plutôt détendus malgré une météo peu clémente.
- Des cas d'incivilité et d'agacements ont été remarqués.
- Des vacanciers plutôt organisés par rapport à la situation sanitaire, en recherche d'informations sur les conditions d'accès, notamment suite à la mise en place du pass sanitaire.
- Un intérêt pour les activités nature et ludiques pour satisfaire un besoin de détente.
- Une consommation en demi-teinte.
- Une clientèle plus jeune et toujours familiale.
- Les animations qui ont pu se dérouler, contrairement à 2020 ont laissé entrevoir un goût « d'avant ».
- Moins d'intensité qu'une saison « normale » avec plus de fluidité dans les accueils.



Espace accueil du Bureau de St Gilles Croix de Vie

# BILAN GENERAL

**La saison 2021 tire sa révérence sur une note positive et optimiste**, malgré une situation épidémique toujours incertaine.

Si fin juin, 61% de français prévoient de partir en vacances entre juin et septembre, à l'heure du bilan et selon ADN Tourisme, 59% des Français sont bien partis au cours de l'été 2021. 89% des séjours se sont déroulés en France, dont 4 sur 10 « à la mer » pour une durée moyenne de 9 jours.

L'avant-saison fut meilleure qu'en 2020 en raison de l'allègement progressif des restrictions sanitaires et de ce fait, les intentions de départ ont été reboostées pour l'été.

## Qu'en est-il au Pays de St Gilles Croix de Vie ?

L'ensemble des professionnels et particulièrement ceux de l'hébergement confirment leur satisfaction (87% jugent la fréquentation stable ou supérieure). Le fait marquant concerne, l'hôtellerie de plein air, 1<sup>ère</sup> capacité d'accueil du territoire, qui avait souffert en 2020, et qui se relance en 2021. Entre le 27 mai et le 30 juillet et afin de soutenir l'hébergement collectif professionnel, l'Office de Tourisme a mis en place, une campagne digitale basée sur le slogan : « *Il y a forcément un camping fait pour vous au Pays de St Gilles!* ».

Les avis sont plus mitigés pour d'autres secteurs (commerces, bars ou sites de visites et activités de loisirs).

## Il est vrai que l'activité touristique a dû faire face à :

- Une météo estivale maussade
- De nouvelles mesures sanitaires dont le pass sanitaire, qui ont impacté la saison
- Le retrait des étrangers
- Un pouvoir d'achat contrôlé

Pour autant, les professionnels tout comme les vacanciers ont fait preuve d'une profonde adaptation et les touristes français sont à nouveau venus nombreux découvrir le territoire national.

**Le Pays de St Gilles a répondu aux attentes et aux besoins des touristes, grâce à sa diversité de paysages, ses infrastructures et aménagements, son dynamisme, ses événements, la valorisation de ses filières, sans oublier la qualité de vie précieuse en ces temps perturbés.**

**Cette saison de transition est porteuse d'espoir pour les années à venir. Les comportements des clientèles et des professionnels, les facultés d'adaptation et la résilience démontrent l'énergie dont chacun peut faire preuve pour continuer à faire vivre le tourisme et son économie, essentiels pour notre territoire.**

