

CONJONCTURE TOURISTIQUE

SAISON 2022 - 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 du territoire, une enquête de conjoncture touristique pour la saison 2022, entre le 25 août et le 1er septembre. 101 professionnels y ont répondu, soit un taux de retour de 30%. Ci-après le résultat de cette enquête.



FREQUENTATION ESTIVALE 2022

86% = ou +

Fréquentation stable ou supérieure par rapport à 2021



CLIENTELE FRANCAISE 2022

53% =

Fréquentation stable par rapport à 2021



HOTELLERIE DE PLEIN AIR

72% supérieure

Fréquentation supérieure par rapport à 2021



LOCATIONS DE VACANCES

62% = ou +

Fréquentation stable ou supérieure par rapport à 2021



HOTELLERIE & CHAMBRES D'HOTES

55% stable

Fréquentation stable par rapport à 2021



SITES & ACTIVITES TOURISTIQUES

62% = ou +

Fréquentation stable ou supérieure par rapport à 2021



RESTAURANTS

72% stable

Fréquentation stable par rapport à 2021



COMMERCES & SERVICES

50% stable

Fréquentation stable par rapport à 2021



CHIFFRES D'AFFAIRES

41% stable

Stables par rapport à 2021

Vers un retour à la normale !

Après la levée des mesures sanitaires, le tourisme a retrouvé son rythme de croisière.

- Le printemps a démarré avec des vacances d'avril marquées par un retour des vacanciers français, mais surtout étrangers dont les britanniques. Après deux années de confinement, le besoin de souffler et de profiter d'activités de plein air, est prégnant.

- Les ponts de l'Ascension et de la Pentecôte ont connu une belle fréquentation avec plus de 360 000 nuitées cumulées.

- **La saison estivale 2022**, après un lent démarrage, a bénéficié d'une météo généreuse, ponctuée d'épisodes de fortes chaleurs.

La fréquentation jugée pour 86% des professionnels touristiques du territoire, supérieure (44%) et stable (42%), **a tenu toutes ses promesses.**

Cependant, **des difficultés**, très rapidement identifiées, auront émaillé cette saison 2022 :

- un pouvoir d'achat restreint et contrôlé.
- une clientèle plus exigeante.
- un problème crucial de recrutement d'une manière générale.

Quoi retenir ?

- Un regain d'activité pour l'hôtellerie de plein air, secteur qui a particulièrement souffert les deux dernières années de la crise sanitaire.

- Les locations meublées qui poursuivent dans la continuité des deux dernières années (constat d'une stabilité voire d'une progression de fréquentation).

- Les hôteliers et propriétaires de chambres d'hôtes qui enregistrent une stabilité plutôt positive.

- Les activités de loisirs qui ont profité de la belle météo au détriment des sites de visite.

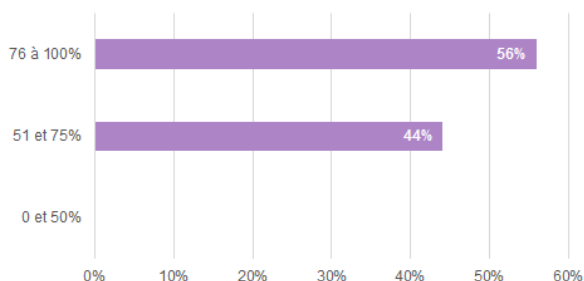
- Les restaurateurs qui sont, pour la grande majorité, très satisfaits de la saison tandis que les commerçants pointent de la stabilité avec certaines nuances.

Hôtellerie de plein air

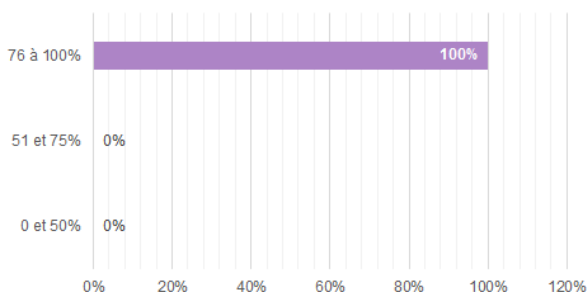
Réponse à l'enquête : 31% des établissements partenaires, en majorité des campings 3* et 4* qui représentent 75% de l'offre du territoire.

Fréquentation	-	=	+
Total 2022	0	27%	72%
2021	15%	20%	65%
2020	94%	6%	0
2019	58%	32%	10%
2018	69.6%	26%	4.4%
2017	20%	53.3%	26.6%

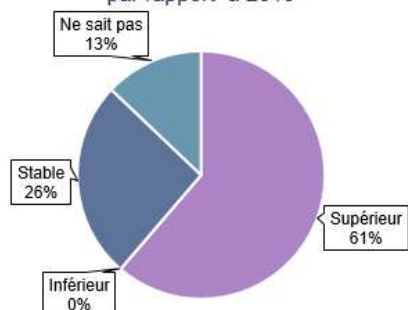
Taux de remplissage des Campings
- juillet 2022 -



Taux de remplissage des Campings
- août 2022 -



Evolution du chiffre d'affaires des Campings
par rapport à 2019



Parole aux professionnels : points négatifs

- clients exigeants et difficiles à satisfaire malgré l'investissement des équipes.
- De plus en plus de difficulté à recruter du personnel, de surcroît qualifié.
- les clients sont très exigeants et lorsqu'ils sont mécontents sont durs dans leurs paroles.

L'hôtellerie de plein air, les grands gagnants !

Après deux années de crise sanitaire, particulièrement compliquées à gérer, les professionnels de l'hôtellerie de plein air, retrouvent leur rythme « d'avant covid ».

72% estiment la fréquentation supérieure à 2021 et 58% supérieure à 2019, sur les deux mois d'été. Le mois d'août reste toujours très sollicité (supérieur à 2019 pour 55%), tandis que le mois de juillet connaît une vraie embellie (supérieur à 2019 pour 61%).

La météo a largement favorisé la fréquentation, auquel vient s'ajouter le retour de la clientèle étrangère européenne.

➤ **Clientèle française** : stable pour 52% des établissements. Cette donnée conforte le maintien des déplacements des vacanciers français dans l'hexagone. Sans surprise la région des Pays de la Loire est la plus représentée, suivie par l'Île de France, puis le Nord et la Normandie.

➤ **Clientèle étrangère** : les 3/4 des établissements répondants observent une fréquentation de la clientèle étrangère européenne en hausse et stable, avec un retour en force des britanniques.

➤ **Taux de remplissage** : très bon pour le mois d'août; 100% indiquent un taux supérieur à 85%. Le mois de juillet reste plus nuancé avec 56% d'établissements évaluant leur taux de remplissage entre 76 et 100% et 44% entre 51 et 75%.

Septembre : des réservations timides pour 75% des structures.

➤ **Chiffre d'affaires** : supérieur à 2021 pour 71% des répondants et supérieur à 2019 pour 61%.

➤ Comportements clients :

- **panier moyen** : identique à 2021, pour 36% des répondants. Certains établissements observent des séjours plus longs mais moins de dépenses sur le camping.

- **durée des séjours** : stable pour 43% des répondants et supérieure pour 19%. Pour 63% des établissements une durée de 5 à 8 jours et pour 31% sur des séjours entre 9 et 15 jours.

- **Réservations** : comme en 2021 les réservations de dernière minute sont constatées pour 36% des répondants ainsi qu'une progression des annulations.

Parole aux professionnels : points positifs

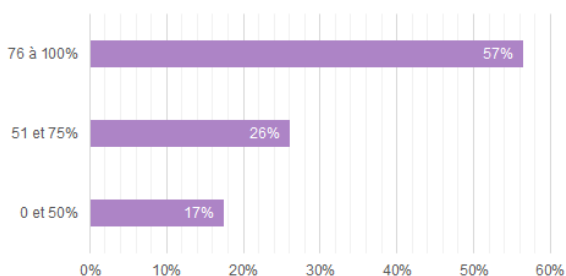
- positif, météo et retour des étrangers.
- la saison s'est très bien passée, clientèle agréable.
- vacanciers plus calmes que les années précédentes.
- Le temps favorable a permis de faire une bonne saison.
- Des séjours plus longs mais moins de dépenses au sein du camping.
- La météo a été en notre faveur surtout en juin et juillet pour les vacanciers de passage.

Locations de vacances (meublés professionnels, particuliers, agences immobilières)

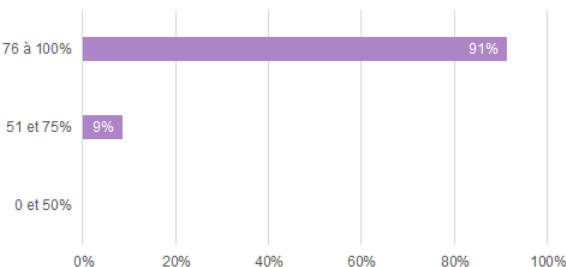
Réponse à l'enquête : 29% de répondants en majorité les particuliers.

Fréquentation	-	=	+
2022	14%	62%	18%
2021	2%	61%	35%
2020	17%	67%	8%
2019	12.5%	88%	
2018	37.5%	50%	12.5%
2017	14.3%	57%	28.6%

Taux de remplissage des Locations meublées
- juillet 2022 -



Taux de remplissage des Locations meublées
- août 2022 -



Evolution du chiffre d'affaires des locations meublées
par rapport à 2019



Une belle saison,

dans la continuité de 2020 et 2021

62% des répondants estiment leur fréquentation équivalente à 2021, qui fut une excellente année.

Pour rappel, les locations meublées avaient été plébiscitées durant les deux années de crise sanitaire (hébergements individualisés et autonomes).

Le mois d'août conserve la faveur des vacanciers (congés payés, pas de période scolaire contrairement à juillet, amputé d'une bonne semaine).

➔ **Clientèle française** : stable pour 60% des loueurs, voire supérieure pour 20%. En provenance de l'Île de France, puis des Pays de la Loire et de la Bretagne. Des départements émergent : Haute Garonne, Gironde, Isère.

➔ **Clientèle étrangère** : en progression cette année (32% l'estiment supérieure). Les belges sont toujours très représentés suivis, par les allemands et les néerlandais.

Les perspectives pour le mois de septembre sont optimistes, avec un taux de réservation compris entre 76 et 100% pour près de 30% des répondants.

➔ **Taux de remplissage** : stable pour 62% des répondants, supérieur pour 18% et inférieur pour 14%, 8% ne sachant pas.

➔ **Chiffre d'affaires** : 44% l'estiment stable par rapport à 2019 et 64% stable par rapport à 2021.

➔ Comportements clients :

- **panier moyen** : inférieur pour 1/4 des répondants, tandis que 36% l'estiment identique.

- **durée de séjour** : identique pour 43%. 54% déclarent une durée de 5 à 8 jours et 37% de 9 à 15 jours.

· **réservations de dernière minute** : toujours en augmentation.

Paroles aux professionnels :

➤ saison positive.

➤ clientèle plus exigeante mais sympathique.

➤ satisfaction du retour des activités, moins de stress avec la baisse du covid.

➤ bonne saison comme les années précédentes avec de belles perspectives pour 2023 (demandes pour l'été prochain).



Villages de Vacances & Centres de Vacances

Villages de Vacances

- ➔ **Fréquentation** : stable tant par rapport à 2019 qu'à 2021, à l'exception du mois d'août jugé supérieur par rapport à l'an dernier.
- ➔ **Clientèle française** : supérieure et en provenance des Pays de la Loire, puis Ile de France, Poitou Charentes, Hauts de France, Bretagne.
- ➔ **Taux de remplissage** : meilleur en août qu'en juillet avec un mois de septembre prometteur (67% enregistrent des réservations entre 51 et 75%).
- ➔ **Durée de séjour** : de 5 à 8 jours et de 9 à 10 jours comme en 2021.
- ➔ **Chiffre d'affaires** : supérieur à 2021.
- ➔ **Panier moyen** : identique (pour 36%) voire inférieur (pour 25%).

Parole aux professionnels :

- La clientèle dépense plus sur le village vacances

Centres de Vacances

- ➔ **Fréquentation** : inférieure à 2019 mais stable par rapport à 2021.
- ➔ **Taux de remplissage** : oscille entre 51 et 75%, pour une durée de séjour de 5 à 8 jours.
- ➔ **Chiffre d'affaires** : inférieur tant par rapport à 2019 que 2021.

Hôtellerie (36% de répondants)

Fréquentation Hôtels & Chambres	-	=	+
Total 2022	9%	55%	27%
2021	0%	62.5%	25%
2020	20%	20%	60%
2019	71%	29%	
2018	50%	12.5%	37.5%
2017	80%	20%	

Une stabilité retrouvée pour les hôteliers

63% des hôteliers répondants considèrent la fréquentation de leur établissement comme stable, tandis que 25% la jugent supérieure par rapport à 2021.

- ➔ **Clientèle française** : stable, en provenance de départements ou régions proches.
- ➔ **Clientèle étrangère** : plus nombreuse. Les belges fréquentent les hôtels du territoire.

➔ **Taux de remplissage** : supérieur à 90% pour les 2 mois d'été.

➔ **Taux de réservation septembre** : sous les 50% pour 70% des hôteliers. Une météo agréable et un été indien sauront attirer les visiteurs.

➔ **Chiffre d'affaires** : stable ou supérieur par rapport à 2019 mais une tendance à la stabilité par rapport à 2021.

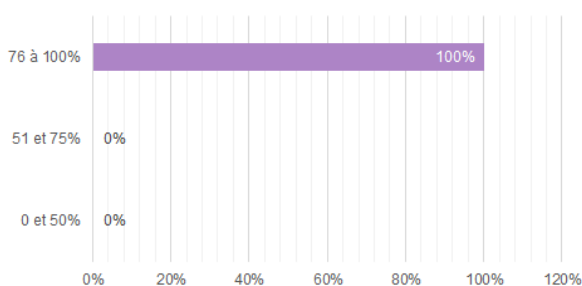
➔ **Comportements clients** :

- **panier moyen** : inférieur pour 50% des établissements.
- **durée des séjours** : identique à 2021 pour 50% des hôtels.
- **Si les réservations** de dernière minute restent stables, les annulations de dernière minute progressent.

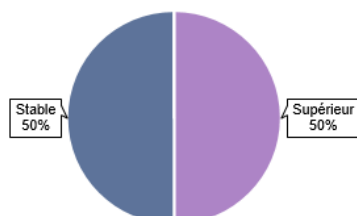
Paroles aux professionnels :

- clients fidèles.
- clients heureux et agréables.

Taux de remplissage des Hôtels
- juillet et août 2022 -

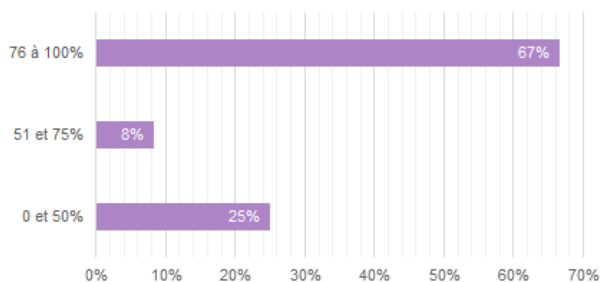


Evolution du chiffre d'affaires des Hôtels
par rapport à 2019

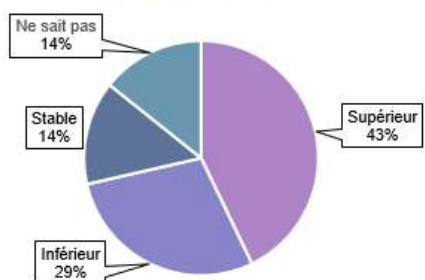


Chambres d'hôtes (32% de répondants)

Taux de remplissage des Chambres d'hôtes
- juillet et août 2022 -



Evolution du chiffre d'affaires des Chambres d'hôtes
par rapport à 2019



Les chambres d'hôtes poursuivent leur progression

En dépit d'une offre croissante, la fréquentation des chambres d'hôtes a fortement progressé depuis 2019 et poursuit en ce sens en 2022; près de 30% des propriétaires estiment cette dernière supérieure.

➔ **Clientèle française** : stable et supérieure pour près de 75% des répondants. Les étrangers, de retour, accentuent cette tendance.

➔ **Taux de remplissage** : bien supérieur en août avec une durée de séjour plutôt inférieure à 4 jours.

➔ **Taux de réservation septembre** : les conditions météo seront déterminantes.

➔ **Chiffre d'affaires** : 43% des propriétaires constatent une évolution par rapport à 2019 alors que seulement 14% font le même constat par rapport à 2021.

➔ **Panier moyen** : identique pour 36% des propriétaires et inférieur pour 25%

Paroles aux professionnels :

- le beau temps a contribué au bon déroulement de la saison.
- de plus en plus d'habitues qui reviennent et réservent à l'avance.
- gens sympathiques.
- ambiance difficile à cause de la canicule.



Sites touristiques & activités de loisirs (répartition des réponses : 78% activités de loisirs, 22% sites de visite)

Fréquentation	-	=	+
Total 2022	36%	31%	31%
2021	0%	30%	50%
2020	14%	14%	72%
2019	17%		83%
2018	50%	50%	
2017		50%	50%

Une fréquentation des sites de visite et activités de loisirs très légèrement inférieure pour 36% des professionnels répondants.

Certaines activités (loueurs de vélo, golf..) mais surtout les sites de visite subissent les effets de la canicule, avec une fréquentation plutôt stable ou à la baisse.

A l'inverse les activités extérieures et aquatiques (centres équestres, trains touristiques, bases de canoë, écoles de voile) à quelques exceptions près, constatent une fréquentation supérieure, avec des perspectives intéressantes pour le mois de septembre.

➔ **Fréquentation de la clientèle française comme étrangère** : stable pour 40% des répondants.

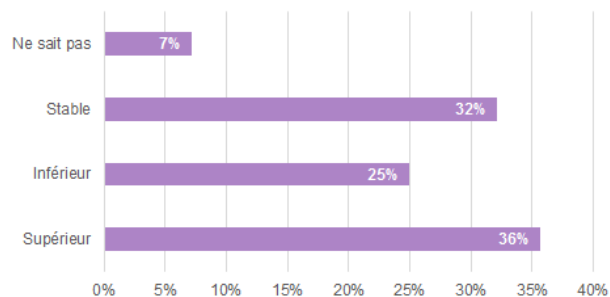
➔ **Chiffre d'affaires** : les activités de loisirs constatent un chiffre d'affaires supérieur par rapport à 2019 mais inférieur à 2021, qui était une excellente année.

Les sites de visite quant à eux accusent une baisse par rapport à 2019 (pour 50% des professionnels).

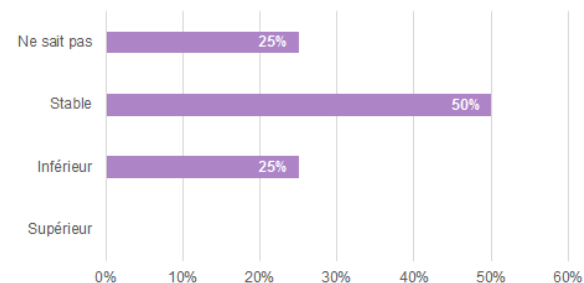
➔ **Panier moyen** : 80% estiment ce dernier stable ou inférieur.

➔ **Réservations de dernière minute** constatées pour 40% des professionnels.

Fréquentation des Activités de loisirs par rapport à 2019



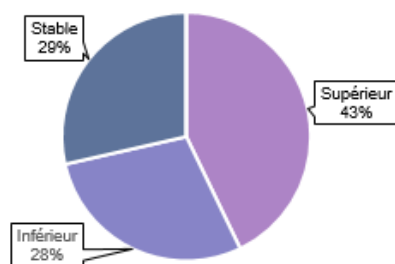
Fréquentation des Sites de visite par rapport à 2019



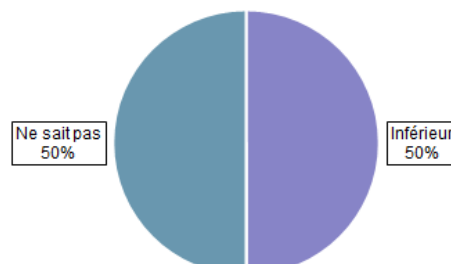
Paroles aux professionnels :

- Fortes chaleurs entraînant un aménagement des horaires d'ouverture au public et des annulations de dernière minute plus fréquentes ainsi qu'une baisse de fréquentation.
- Public agréable et curieux du patrimoine.
- Très bonne saison dans l'ensemble.
- Cette saison est le premier retour à la normal (depuis 2 ans).

Evolution du chiffre d'affaires des Activités de loisirs par rapport à 2019

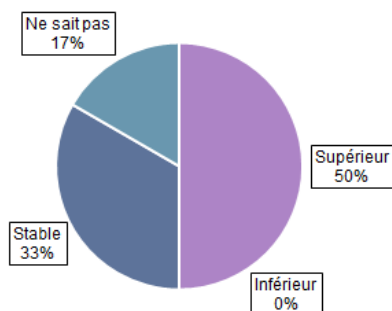


Evolution du chiffre d'affaires des Sites de visite par rapport à 2019

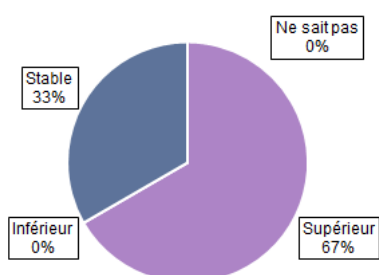


Restaurants (6 répondants)

Evolution du chiffre d'affaires des Restaurants par rapport à 2019



Evolution du chiffre d'affaires des Restaurants par rapport à 2021



Des restaurateurs enthousiastes

83% des restaurateurs répondants s'accordent et estiment la fréquentation supérieure par rapport à 2021, qui était déjà une belle saison. Pour preuve, les évolutions des chiffres d'affaires.

➔ **La clientèle française** maintient sa fréquentation dans les établissements, alors que les étrangers font un retour en force avec en priorité les anglais, suivis par les néerlandais.

➔ **Panier moyen** : supérieur à 2021 pour la moitié des restaurateurs avec beaucoup de réservations de dernière minute.

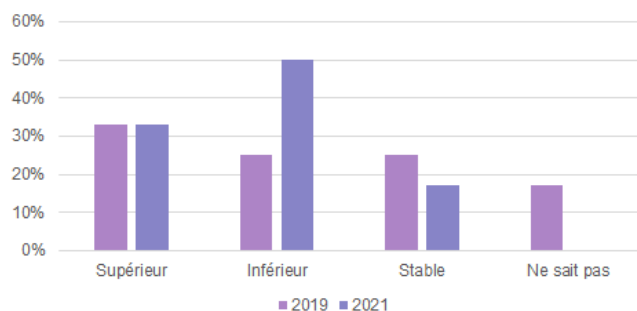
Paroles aux professionnels :

➤ Très belle saison en général.



Commerces, Services et Producteurs (6 répondants)

Fréquentation des Commerces par rapport à 2019 et 2021



Paroles aux professionnels :

- Problème de fréquentation dû à l'inflation et à la canicule.
- Les vacanciers deviennent très exigeants.
- Beaucoup de fréquentation en boutique, petits paniers, petits budgets, temps des séjours inférieurs.
- Les estivants restent trop dans les hébergements "haut de gamme" et ne sortent pas assez pour découvrir le Pays de St Gilles ou pour faire des achats !

Une saison marquée par des budgets étriqués

50% des commerçants répondants jugent la fréquentation inférieure à 2021 et remarquent un mois de juillet meilleur que le mois d'août.

➔ **Clientèle française** stable ou inférieure pour 83%.

➔ **Clientèle étrangère** : constat d'un retour des étrangers particulièrement les néerlandais.

➔ **Le chiffre d'affaires** reste stable par rapport à 2019 et 2021 pour 50% des répondants avec un léger mieux par rapport à 2021. Pour autant et pour 1/4 des répondants, le panier moyen est inférieur, tandis que 36% le juge identique à 2021.

BILAN DE SAISON dans les Bureaux d'Information Touristique

Une fréquentation en baisse en 2022 - un chiffre d'affaires en progression !

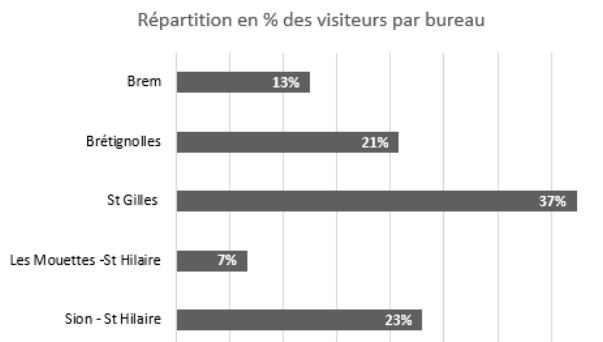
Les chiffres de fréquentation des bureaux sont en retrait en 2022 par rapport à 2021 qui amorçait une reprise. 94 085 visiteurs ont franchi les portes des bureaux contre 104 000 l'an passé, soit une baisse de 10%. Inversement, les chiffres d'affaires des billetteries et boutiques progressent de 31%.

Fréquentation : des disparités entre les bureaux

➔ **St Gilles Croix de Vie** : fréquentation stable pour le bureau principal, avec plus de 35 000 visiteurs.

➔ **Brem sur Mer** : fréquentation également stable avec près de 12 000 visiteurs.

➔ **St Hilaire de Riez et Brétignolles sur Mer enregistrent une baisse conséquente**, de -20%. Cette baisse s'explique en partie, par le rehaussement des compteurs à l'entrée des accueils (de 1.20m à 1.40m pour St Hilaire, de 0.70m à 1.40m) afin d'harmoniser les données. De plus, le bureau de St Hilaire a dû procéder à des fermetures, notamment lors des pauses méridiennes suite à un manque d'effectifs pour raison de santé. Les résultats obtenus sont donc à nuancer cette année pour ces deux bureaux.



Chiffres d'affaires en progression :

➔ **Boutique** : la saison 2022 est une année record avec l'aboutissement des retombées, suite aux aménagements des boutiques. La diversité des produits proposés à la vente a également contribué à cette réussite.

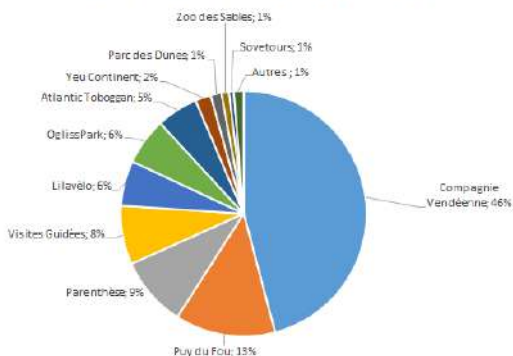
➔ **Billetteries** : malgré une fréquentation en baisse, les billetteries progressent de 31% par rapport à 2021. La Compagnie Vendéenne occupe la 1ère place des billetteries vendues avec plus de 46% de part des ventes, suivie d'assez loin par O'gliss Parc et le Puy du Fou.

La météo estivale sur l'ensemble de la période a de toute évidence contribué à cette belle progression.

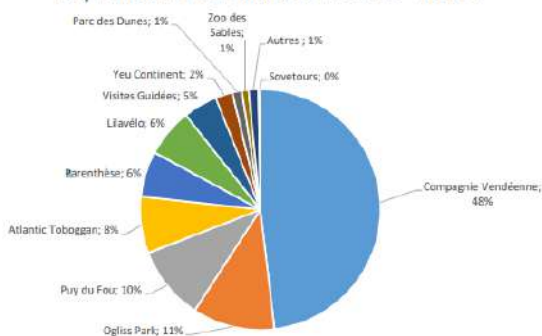
Pourquoi ?

- Le paiement par chèques vacances accepté.
- Les avantages clients pour certaines billetteries.
- De bons arguments pour un achat immédiat.
- Le conseil avisé du personnel, qui distillent de précieuses informations et contribuent ainsi à satisfaire la clientèle.

Répartition du CA Billetterie - juillet 22 - OTI PSG



Répartition du CA Billetterie - août 22 - OTI PSG



Points positifs observés dans les bureaux :

- Le retour de la clientèle étrangère européenne (belges, allemands, néerlandais) et particulièrement des britanniques.
- Une météo estivale sur les deux mois d'été.
- Une clientèle plus patiente et agréable.
- La progression du chiffre d'affaires des billetteries.
- Un programme d'animations riches et variées.

Points négatifs :

- Moins de visiteurs dans les bureaux.
- Trois épisodes de canicule au cours de l'été.
- L'annulation de certaines animations en raison de la sécheresse et risques d'incendies.

Faits marquants de cette saison 2022 :

- La canicule a modifié les comportements des vacanciers (visiteurs le matin essentiellement, inactivité, recherche de parcs aquatiques ou de plages voire d'endroits frais et ombragés).
- L'eau de baignade très froide durant les épisodes caniculaires.
- Une chute de la fréquentation en général et remarquable à partir du 15 août alors que la météo était radieuse et de saison. Même constat pour le week-end du 14 juillet.

Commentaires :

Les comportements des clientèles évoluent et les métiers s'adaptent :

- **La canicule a modifié les déplacements des vacanciers dans les bureaux.** Ils sont moins nombreux, de passage les matins et peu les après-midis. Ils sollicitent des activités de plein air (randonnées vélos, pédestres, activités nautiques et ludiques, balades en mer, marchés et marchés nocturne d'art) et peu coûteuses (jeux de pistes et visites guidées) au détriment des visites culturelles.

- Les habitudes « covid » perdurent :

➤ Recherche des informations, en amont sur internet pour préparer le séjour. Notre site www.payssaintgilles-tourisme.fr enregistre une vraie progression sur cette période estivale avec près de 341 000 sessions soit +28% et 1 056 644 pages vues soit + 48%.

➤ Plus de passage d'individuels dans les bureaux.

- **Les chiffres des billetteries progressent;** les vacanciers maîtrisent leurs budgets tout en privilégiant les incontournables du département (île d'Yeu, Puy du Fou). En venant réserver à l'office de tourisme, ils recherchent les bons plans, le rapport humain et le conseil avisé (précisions, détails) rassurants et bénéficient d'une remise de billets en main propre.

- **Les vacanciers contrôlent leurs déplacements** (coût du carburant) **et leurs dépenses** en restant dans les hébergements, ce qui peut expliquer en partie, une fréquentation irrégulière et en chute.

En résumé, la saison fut agréable dans les bureaux grâce à des visiteurs attentifs (curiosité intellectuelle plus importante) aimables et détendus.

BILAN GENERAL

Une saison 2022 réussie !

Après deux années de confinement en raison d'une crise sanitaire anxiogène, les français et étrangers redécouvrent les plaisirs de voyager.

7 français sur 10 sont partis en vacances cet été contre 6 l'an dernier.

Au Pays de St Gilles, les vacanciers sont venus nombreux, ont profité des atouts de territoire : espaces naturels, aménagements, équipements, activités, programme d'animations étoffé, météo...

La douceur de vivre au Pays de St Gilles, le calme et la tranquillité entretiennent ce sentiment de bien être tant recherché. La gentillesse et l'amabilité des locaux sont remarquables et y contribuent.

Globalement, l'ensemble des professionnels affiche une belle satisfaction quelque soit le secteur d'activités.

Des difficultés sont pour autant pointées du doigt :

- Le recrutement de saisonniers.
- Le pouvoir d'achat en baisse.
- La clientèle de plus en plus exigeante.

Face à ces difficultés, l'activité touristique poursuit son évolution, les professionnels et collectivités font preuve de résilience. Ils s'adaptent, afin de proposer aux touristes les meilleures conditions de séjours. Le Tourisme au Pays de St Gilles reste une valeur sûre.

