



PAYS DE SAINT GILLES  
CROIX DE VIE  
TOURISME

## CONJONCTURE TOURISTIQUE SAISON 2023 - Pays de Saint Gilles Croix de Vie

Enquête de conjoncture touristique saison 2023, réalisée par l'Office de Tourisme du Pays de St Gilles Croix de Vie auprès de 389 professionnels touristiques partenaires, entre le 25 août et 1er septembre. Analyse de 133 réponses (34%).  
Données complémentaires : Flux Vision - Orange Business, Vendée Expansion, Tourinsoft.

### Une saison touristique correcte marquée par une météo capricieuse

Estimation de la fréquentation estivale par catégorie

	Plutôt Supérieure	Stable	Plutôt inférieure
<b>CAMPINGS</b>	23%	48%	28%
<b>LOCATIONS DE VACANCES</b>	17%	55%	28%
<b>HOTELS</b>	0	67%	33%
<b>CHAMBRES D'HOTES</b>	10%	65%	25%
<b>VILLAGES VACANCES</b>	25%	75%	0%
<b>SITES &amp; ACTIVITES TOURISTIQUES</b>	25%	40%	35%
<b>RESTAURANTS &amp; BARS</b>	25%	25%	50%
<b>COMMERCE DIVERS</b>	33%	42%	25%
<b>ENSEMBLE</b>	<b>22%</b>	<b>48%</b>	<b>30%</b>

48% des professionnels du tourisme du Pays de St Gilles Croix de Vie qualifient la fréquentation estivale comme stable. Une tendance à la baisse est également observée par 30% des professionnels, en raison d'un mois de juillet compliqué, particulièrement pour les restaurateurs.

**La saison a démarré lentement avec des vacances scolaires tardives et la météo a joué les trouble-fêtes, dans un contexte économique difficile.**

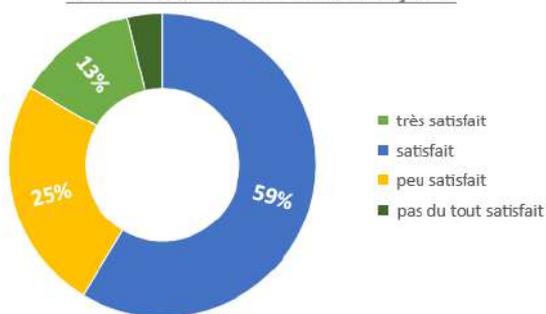
> Le nombre de **nuitées touristiques** enregistré via Flux Vision, s'élève à **3.9 millions sur le territoire**, dont 1.8 million en juillet et 2.1 millions en août, soit **le même nombre de nuitées qu'en 2022** (année de reprise après les 2 années COVID).

> Toujours selon Flux Vision, les **excursionnistes** s'élèvent à 2 millions, sont **en recul de 10%** par rapport à 2022. Ces derniers « météo dépendants » ont réduit leurs déplacements sur le territoire.

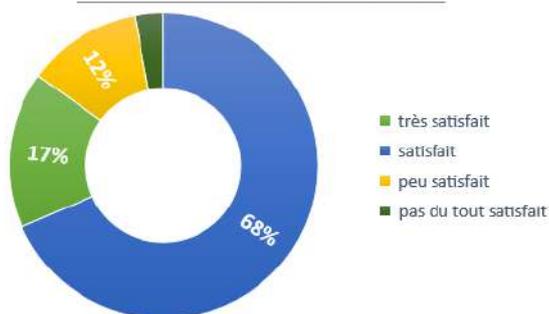
Sans surprise, les vacanciers viennent, en grande majorité, de la région des Pays de la Loire voire de Vendée, comme en témoignent les professionnels et les données Flux Vision. Ce choix de la proximité fait notamment écho à **l'augmentation du carburant**. L'Île de France, la Bretagne et les Hauts de France restent par ailleurs les principales régions émettrices.

**Les étrangers font un retour en force** : 41% des professionnels observent une fréquentation supérieure à 2022, déjà pointée en hausse. Les anglais, irlandais, néerlandais, belges et allemands constituent la clientèle étrangère de base, pour notre territoire.

#### Estimation du chiffre d'affaires de juillet



#### Estimation du chiffre d'affaires d'août



Avec des chiffres d'affaires jugés satisfaisants, par la majorité des professionnels, la **saison touristique reste correcte et parfois en-deçà des espérances**. En effet, les réservations précoces du début d'année ainsi qu'une très belle avant-saison, laissaient présager un excellent été.

Certains établissements ayant procédé à des réajustements (augmentation des tarifs, promotions, décalage des jours d'arrivée et de départ pour allonger les durées de séjour en début et fin de saison), maintiennent leur chiffre d'affaires.

#### Autres faits marquants :

- **panier moyen** : 43% remarquent un panier moyen en baisse en 2023 contre 25% en 2022.

- **durée de séjour** : stable pour 54% des répondants et inférieur pour 36% d'entre eux.

- **réservations de dernière minute** : stable pour 42% des répondants. Plus importantes au mois d'août.

#### Nos professionnels remarquent :

##### Les points positifs :

- le retour des étrangers.
- des clients fidèles et des habitués qui consolident la base de clientèle.
- la chaleur dans les régions du sud, qui positionne les régions plus au nord de la France comme des destinations de vacances plus « fraîches » et accessibles.

##### Les points négatifs :

- un panier moyen en baisse.
- des séjours qui ont tendance à se raccourcir.
- une évolution négative des comportements, parfois agressifs.

##### Autres constats :

- > Une tendance à **plus d'itinérance** soit à vélo, soit dans des camions aménagés, pour des départs toute l'année.
- > Une **saison calme** particulièrement en juillet, tant dans les établissements que dans le cœur des stations balnéaires « les gens présents mais peu de vie ».
- > Des coûts d'hébergement élevés au détriment des dépenses annexes.



# Août, une valeur sûre pour les campings !

Fréquentation	Plutôt inférieure	Stable	Plutôt supérieure
<b>Juillet 2023</b>	<b>47%</b>	<b>38%</b>	<b>16%</b>
<b>Août 2023</b>	<b>9%</b>	<b>59%</b>	<b>31%</b>
2022	0%	27%	72%
2021	15%	20%	65%
2020	94%	6%	0
2019	58%	32%	10%

**Le mois d'août reste un mois stable** pour 59% des professionnels, tandis que 31% jugent la fréquentation supérieure à 2022.

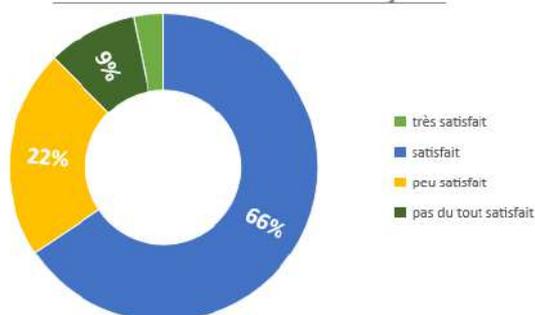
Alors que les réservations avaient bien débuté en début d'année, elles se sont essouffées à l'approche de la saison estivale. Les professionnels ont pu compter sur des réservations de dernière minute avec, un remplissage restreint à la fin du mois.

**Le mois de juillet**, impacté par la météo, a vu la fréquentation diminuer : 47% des professionnels la jugent inférieure à 2022.

**Les perspectives pour septembre** restent difficiles à évaluer car de nombreux établissements ferment à la mi-septembre.

**Les demandes d'emplacements nus connaissent un vrai regain d'intérêt et les séjours inférieurs à 4 jours sont en nette progression.**

Estimation du chiffre d'affaires en juillet



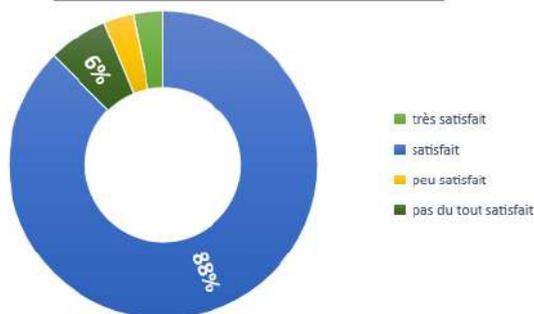
➔ **Clientèle française** : plutôt stable, en provenance des Pays de la Loire, de la Bretagne et de l'Île de France.

➔ **Clientèle étrangère** : 57% estiment la fréquentation supérieure à 2022, déjà une année marquée par leur retour. Les néerlandais conservent leur 1ère place, suivis par les belges, anglais et allemands.

➔ **Taux de remplissage** : rassurant en août; 65% indiquent un taux supérieur à 90%, contre 24% en juillet.

➔ **Chiffre d'affaires** : satisfaisant en juillet pour 66% des professionnels, contre 88% en août.

Estimation du chiffres d'affaires en août



➔ **Comportements clients** :

- **panier moyen** : stable pour 45% des professionnels, mais inférieur pour 38% (contre 25% en 2022) avec moins de consommation annexe.

- **durée de séjour** : progression des séjours inférieurs à 4 jours observée en juillet. Une moyenne de séjours entre 5 et 8 jours sur les 2 mois d'été, comme en 2022.

- **Réservations de dernière minute** : pour 37% inférieures et 37% identiques.

## Les professionnels remarquent :

- > Un taux de remplissage supérieur en emplacement tentes / caravanes.
- > Une saison avec une météo très mitigée mais une clientèle plutôt résignée sur ce point.
- > La météo capricieuse qui a empêché d'avoir la "super" saison.
- > Des clients qui consomment moins au bar et snack.
- > Une météo moyenne (frais), un manque de participation aux animations, clients agréables malgré tout, budget plus serré fréquentation en baisse au snack - bar.
- > Un manque de participation aux animations.
- > Certains tarifs de locatifs élevés qui font diminuer la durée des séjours.
- > Une clientèle de plus en plus exigeante et irrespectueuse des règles de vie en communauté.
- > L'attitude des jeunes ados et enfants qui a évolué de façon négative : dégâts, casses, affrontements.
- > Saison très calme, les gens sont là mais peu de vie dans le camping et peu de consommation.
- > Saison moyenne, clients peu acheteurs, météo peu favorable sur une partie de l'été

# Une saison en léger recul pour les locations de vacances

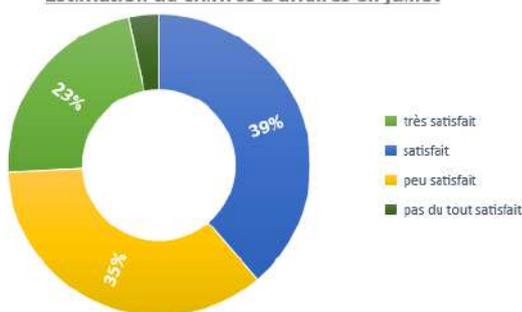
fréquentation	Plutôt inférieure	Stable	Plutôt supérieure
<b>Juillet 2023</b>	<b>33%</b>	<b>41%</b>	<b>26%</b>
<b>Août 2023</b>	<b>23%</b>	<b>69%</b>	<b>8%</b>
2022	14%	62%	18%
2021	2%	61%	35%
2020	17%	67%	8%
2019	12.5%	88%	0%

**Après l'embellie des 3 dernières années, les locations de vacances enregistrent un léger recul en 2023.** 67% des répondants estiment la fréquentation du mois de juillet stable ou supérieure contre 77% en août.

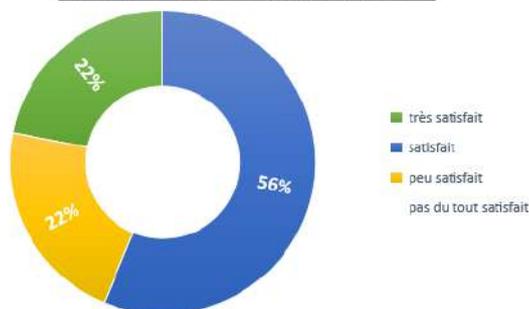
Comme les campings, les réservations, après avoir bien démarrées ont connu un ralentissement. Pour certains, la proposition d'offres promotionnelles sur les périodes de début et fin de saison a permis de compléter les séjours.

**Les perspectives pour le mois de septembre demeurent encourageantes** puisque 75% des répondants enregistrent des réservations.

Estimation du chiffres d'affaires en juillet



Estimation du chiffre d'affaires en août



➔ **Clientèle française** : stable pour 61% des loueurs (comme en 2022) voire inférieure pour 22% (contre supérieure en 2022). La tendance s'inverse! En provenance des Pays de la Loire, de l'Île de France, de Normandie et du Centre Val de Loire.

➔ **Clientèle étrangère** : pour 50% supérieure. Les allemands et belges très bien représentés.

➔ **Taux de remplissage** : variable en juillet puisque 34% évaluent le taux inférieur à 50% et 31% entre 90 et 100% (en 2022 la moitié reconnaît un taux supérieur à 75%). Bien qu'en baisse, par rapport à 2022, le mois d'août est plus conforme aux habitudes, avec un taux supérieur à 75% pour plus de 80% des répondants.

➔ **Chiffre d'affaires** : 35% le déclarent peu satisfaisant en juillet (39% satisfaisant), tandis qu'en août plus de la moitié le juge satisfaisant.

➔ **Comportements clientèle** :

- **panier moyen** : stable pour 41% et inférieur pour 37%.

- **durée de séjour** : inférieure à 4 jours en nette progression en juillet tandis que les 9 à 15 jours diminuent. En août des séjours plus longs pour 41% des répondants.

- **réservations de dernière minute** : plutôt identique avec une légère tendance à progresser par rapport à 2022.

## Paroles aux professionnels :

- > Belle saison malgré le temps pluvieux!
- > Des touristes agréables malgré la météo.
- > La concurrence d'Airbnb.
- > Un taux d'occupation obtenu grâce à des promotions.
- > Si la période de séjour se réduit un peu, la fidélité elle se confirme. De plus en plus de vacanciers sont des habitués.

## Saison positive pour les villages vacances

- ➔ **Fréquentation** : juillet supérieur, août stable, avec un taux de remplissage supérieur à 90%.
- ➔ **Clientèle française** : stable après une très bonne année 2022 et en provenance de la Normandie, Pays de la Loire et Rhône-Alpes.
- ➔ **Durée de séjour** : entre 5 et 8 jours en juillet et un peu plus long en août.
- ➔ **Chiffre d'affaires** : très satisfaisant pour les deux mois d'été.
- ➔ **Panier moyen** : en forte baisse.

### Parole aux professionnels :

> Clientèle moins participative et dépensière.

## Retour de la clientèle étrangère pour les hôtels

Fréquentation	Plutôt inférieure	Stable	Plutôt supérieure
<b>Juillet 2023</b>	<b>67%</b>	<b>33%</b>	<b>0%</b>
<b>Août 2023</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>	<b>0%</b>
2022	25%	75%	0%

**67% des hôteliers estiment la fréquentation du mois de juillet inférieure par rapport à 2022 tandis que le mois d'août est jugé stable.**

Chaque hôtelier s'accorde à définir un mois de juillet comme plutôt calme, tout comme la clientèle. Le mois d'août est à la hauteur des attentes avec des demandes de dernière minute plus importantes.

- ➔ **Clientèle française** : en recul par rapport à 2022 et compensée par une clientèle étrangère jugée, pour 60%, supérieure.
- ➔ **Clientèle étrangère** : Retour des anglais et des suisses.
- ➔ **Taux de remplissage** : légèrement inférieur en juillet.
- ➔ **Chiffre d'affaires** : satisfaisant pour plus de 80% des hôteliers.
- ➔ **Comportements clients** :
  - **panier moyen** : pour 60% inférieur.
  - **durée de séjour** : pour 75% inférieur.

### Paroles aux professionnels :

> Des journées particulièrement calmes en juillet.  
> Une bonne saison avec une légère baisse en juillet et un chiffre d'affaires équivalent pour le mois d'août.

## Saison nuancée pour les chambres d'hôtes après une belle année 2022

### Paroles aux professionnels :

> La conjonction d'un temps mitigé et d'un pouvoir d'achat en baisse a impacté le nombre et la durée des réservations.  
> Les gens regardent plus le prix.  
> Une saison inférieure, compensée par un meilleur printemps.  
> La diminution des nuitées sur le mois d'août et plus de passage.



Les propriétaires de chambres d'hôtes évoquent **une stabilité de fréquentation en juillet**, pour 60% d'entre eux, avec toutefois **des séjours plus courts. Le mois d'août** malgré une météo instable **répond aux attentes** avec une fréquentation jugée stable par rapport à 2022.

- ➔ **Clientèle française** : stable voire en léger recul, en provenance des Pays de la Loire, Ile de France, Rhône-Alpes et Bretagne.
- ➔ **Clientèle étrangère** : 76% remarquent le retour des étrangers, notamment des belges, allemands et irlandais.
- ➔ **Taux de remplissage** : mitigé pour juillet et moins efficient en août : 44% ont fait le plein en juillet contre 67% en août.
- ➔ **Taux de réservation septembre** : 67% enregistrent quelques réservations.
- ➔ **Chiffre d'affaires** : satisfaisant pour plus de 60% des répondants. 30% sont très satisfaits.
- ➔ **Comportements clients** :
  - **panier moyen** : pour 50% inférieur.
  - **durée de séjour** : pour 56% inférieur.

# Un bilan globalement positif pour les sites de visite et activités de loisirs

Fréquentation	Plutôt inférieure	Stable	Plutôt supérieure
<b>Juillet 2023</b>	<b>42%</b>	<b>38%</b>	<b>21%</b>
<b>Août 2023</b>	<b>29%</b>	<b>42%</b>	<b>29%</b>
2022	36%	31%	31%
2021	0%	30%	50%
2020	14%	14%	72%
2019	17%	0%	83%

**Après un début de saison tardif conjugué à une météo maussade, 42% des professionnels qualifient la fréquentation du mois de juillet plutôt inférieure. Août a répondu aux attentes ; près de 80% la qualifient de stable ou supérieure.**

Contrairement à 2022 les conditions météo ont favorisé la fréquentation des sites patrimoniaux et culturels, sans pour autant pénaliser les activités extérieures répondantes. Le mois d'août a permis un retour « à la normale » qui, dans certains cas, a rattrapé, le mois de juillet.

- ➔ **Clientèle française** : stable pour l'ensemble des professionnels.
- ➔ **Clientèle étrangère** : 47% constatent la présence de plus d'étrangers (anglais, belges et néerlandais) au pouvoir d'achat, supérieur aux français.

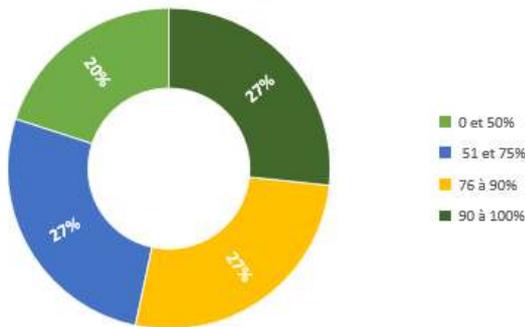
➔ **Remplissage** : 20% déclarent « faire le plein » en août.

➔ **Chiffre d'affaires** : satisfaisant pour les 2 mois pour près de 70% des répondants.

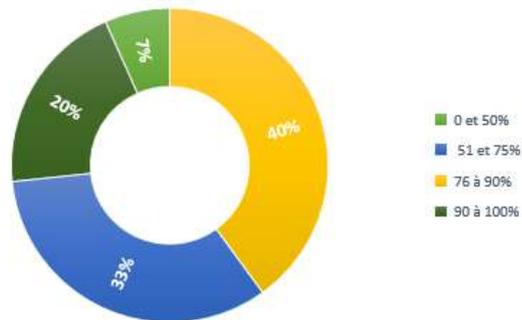
➔ **Comportements clients** :

- **panier moyen** : continue à baisser.

**Taux de remplissage en juillet**



**Taux de remplissage en août**



## Paroles aux professionnels :

- > Loueur de vélos : plus longue durée de location. Les vacanciers posent de plus en plus leur voiture et utilisent le vélo comme principal moyen de déplacement.
- > La saison est de plus en plus courte. Le comportement des familles évoluent et les modes de consommation également.
- > Bonne saison dans l'ensemble, malgré des épisodes météo moins favorables (pluie une bonne partie du mois d'août).
- > Positif malgré une météo défavorable à nos activités.
- > Un taux de réservation convenable surtout en juillet

## Moins d'affluence pour les restaurateurs & bars

Fréquentation	Plutôt inférieure	Stable	Plutôt supérieure
<b>Juillet 2023</b>	<b>83%</b>	<b>0%</b>	<b>17%</b>
<b>Août 2023</b>	<b>17%</b>	<b>50%</b>	<b>33%</b>



**Un pouvoir d'achat en baisse et une météo chaotique ont pénalisé la restauration.**

**Le mois de juillet** a été **particulièrement impacté** : 83% des restaurateurs déclarent une fréquentation inférieure. La clientèle locale d'habités a permis à certains établissements de se maintenir à flot.

**Le mois d'août** est qualifié de **stable** pour 50% voire supérieur pour 30% des professionnels.

➔ **Clientèle française** : en baisse pour 50%.

➔ **Clientèle étrangère** : pour 1/3 jugée supérieure, mais qui ne compense pas la baisse des français.

➔ **Remplissage** : pour 56% entre 75 et 100% tant en juillet qu'en août.

➔ **Panier moyen** : inférieur pour 50% des restaurateurs.

➔ **Dernière minute** : toujours beaucoup de réservations ou annulations de dernière minute.

## Des clients frileux et peu enclins à dépenser chez les commerçants

Fréquentation	Plutôt inférieure	Stable	Plutôt supérieure
<b>Juillet 2023</b>	<b>22%</b>	<b>44%</b>	<b>33%</b>
<b>Août 2023</b>	<b>28%</b>	<b>39%</b>	<b>33%</b>

**La météo a pu être un facteur positif pour certains commerçants mais le pouvoir d'achat en berne, a terni la saison 2023.**

➔ **Clientèle française** : 89% la jugent stable en juillet.

➔ **Clientèle étrangère** : nettement supérieure cette année.

➔ **Le chiffre d'affaires** : il reste bien inférieur aux attentes pour le mois d'août et reste satisfaisant en juillet pour 63% des répondants. Le panier moyen continue à diminuer, près de 50% le jugent inférieur.

### Paroles aux professionnels :

- > La clientèle est très hésitante à dépenser.
- > Une saison qui se termine le week-end du 20 août.
- > Une influence forte pour le weekend du 14 juillet.
- > Le temps nous a permis de mieux travailler.

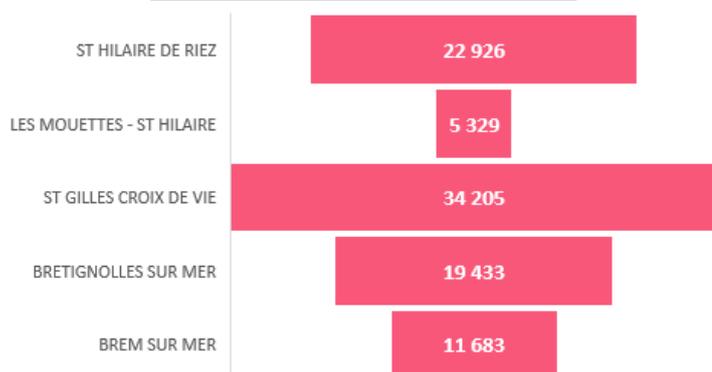


## BILAN DE SAISON dans les 4 Bureaux d'Information Touristique (B.I.T.)

**Une fréquentation stable dans les bureaux par rapport à 2022, avec un peu moins de 95 000 visiteurs.**

Les chiffres de fréquentation des B.I.T. peinent à se redresser. Le mois de juillet progresse de 4.5% et le mois d'août est en retrait de 4.9%.

Répartition des visiteurs par bureau



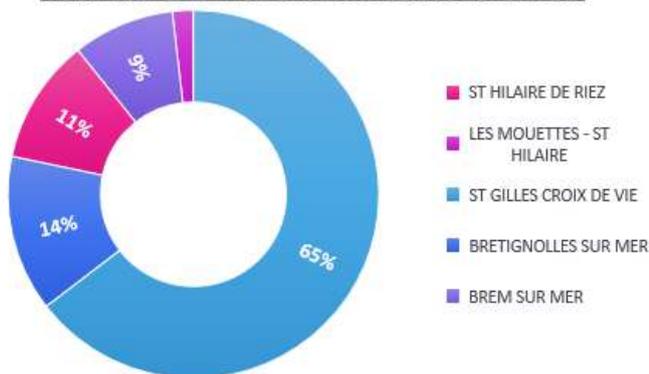
Si le nombre de visiteurs progresse au printemps, les 2 mois d'été s'équilibrent avec une fréquentation identique (46 726 en juillet et 46 850 en août). Ce fait, plutôt inédit, s'explique par un recul de 10% des visiteurs au mois d'août, au bureau d'information touristique de St Gilles Croix de Vie.

➤ **St Gilles Croix de Vie** : fréquentation en recul pour le bureau principal, avec un peu plus de 34 000 visiteurs.

➤ **St Hilaire de Riez** : stabilité pour le bureau principal de Sion et recul pour le Point i des Mouettes ouvert entre le 10/07 et le 26/08. Des sorties triporteurs ont repris sur cette station, avec un équipement à assistance électrique.

➤ **Brétignolles sur Mer et Brem sur Mer** : légère progression pour ces 2 bureaux.

Répartition du chiffre d'affaires Boutique par bureau



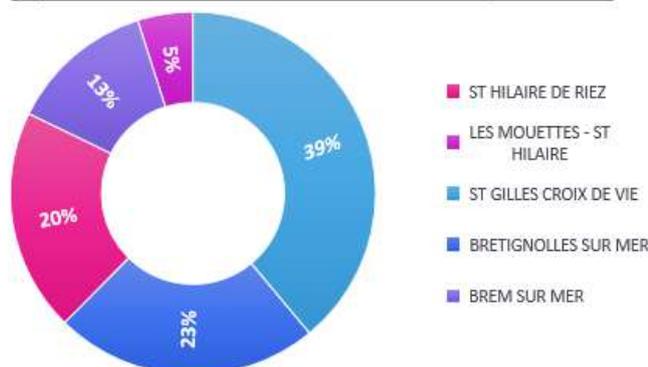
**Chiffres d'affaires boutique : +17%**

**Belle hausse des ventes boutique dans les 4 bureaux.**

> Les aménagements réalisés au bureau de Brem sur Mer portent leurs fruits, avec un chiffre d'affaires en progression de 89%.

> Le bureau de St Hilaire connaît également une progression supérieure à 80%, en raison de la vente du nouveau jeu de piste « Sacha et l'arbre enchanté » proposé en forêt de Sion.

Répartition du chiffre d'affaires Billetterie par bureau



**Chiffre d'affaires billetteries : -11%**

En 2022 la météo a permis une belle évolution des billetteries (+31%), à l'inverse, la météo défavorable, cette saison, a contribué à sa baisse.

Parmi le Top 4 des billetteries :

> 1ère place : Compagnie Vendéenne - 17%

> 2ème place : O'gliss Park - 46%

> 3ème place : Puy du Fou - 10%

> 4ème place : Atlantic Toboggan - 42%

## OBSERVATIONS concernant les demandes enregistrées dans les accueils :

### Demandes transversales :

- Baisse de près de 60% des demandes concernant les îles d'Yeu et Noirmoutier.
- Les demandes d'activités, à faire avec les enfants, augmentent de 30%.

### Hébergement et Restaurants :

- Campings : demandes d'emplacements nus particulièrement remarquables en août
- Restaurants : une vraie baisse en juillet contre une stabilité en août

### Demandes Vie pratique :

- Transports publics : plus sollicités.

La mise en place de navettes gratuites ou à prix réduit sur le territoire couplée, à la volonté de moins utiliser son véhicule pour des raisons environnementales ou pratiques, se confirment.

### Activités de loisirs

- Randonnées cyclo : en tête des sollicitations et ce malgré les conditions météo défavorables.
- Activités de loisirs : reprise des demandes pour un besoin de s'occuper

### Patrimoine et lieux de visite :

- Sites naturels : moins plébiscités mais restent parmi les plus nombreuses demandes.
- Circuits touristiques en progression pour un accompagnement à la découverte de l'histoire et du patrimoine.

## Origine des visiteurs :

Comme pour les autres professionnels du tourisme, **le retour des étrangers est une évidence.**

> Les anglais reviennent en force, les belges restent fidèles à la destination, ainsi que les allemands suivis de près par les néerlandais.

Concernant **la provenance des visiteurs français**, pas de changement majeur :

> Les Pays de la Loire (32% en juillet et 26% en août) sont suivis par la région Ile de France, puis Centre Val de Loire et de plus en plus récurrent, la Bretagne et la région Rhône-Alpes.

**La saison**, d'une façon générale, a été **marquée par une météo instable**. Les visiteurs ont profité, nombreux, du pont du 14 juillet. Ils sont revenus en août mais dès le 20 août une impression de vide s'est ressentie. De ce fait, la fréquentation dans les bureaux était plutôt fluide donc propice à valoriser les offres touristiques du territoire.

Pour autant, les réservations, pour des prestations extérieures, n'ont pas été au rendez-vous.

Les vacanciers se sont fait plaisir par des petits achats en raison d'un pouvoir d'achat en baisse. **L'inflation a limité les dépenses.**

**Les activités comme les chasses au trésor ou les visites guidées thématiques** peu coûteuses ont été **plébiscitées**.

**Les demandes d'emplacements nus**, pour du passage, a été un **fait marquant de la saison**. Si la météo ne correspond pas aux attentes, les vacanciers se déplacent malgré tout. Les touristes recherchent également, pour certains, des vacances plus simples et moins coûteuses.

**L'arrière-saison reste prometteuse**, grâce à une météo estivale et aux événements d'envergure proposés sur le territoire (festivals, nuits des jardins, journées du Patrimoine...).