



# Note de tendances

## L'avis des professionnels du tourisme de Poitou-Charentes

Juillet 2015

Résultats comparés  
au mois de juillet  
des années précédentes

	2015	2014	2013
	35 %	21 %	17 %
	31 %	28 %	25 %
	34 %	51 %	58 %

### ÉDITO

Pour la Région Poitou-Charentes, le développement touristique est une priorité essentielle. Promotion de nos sites de visite, amélioration de l'offre d'hébergement, communication internationale : des moyens importants sont mobilisés pour attirer les touristes vers nos territoires et contribuer ainsi à la création d'emplois non-délocalisables.

Pour être encore plus efficace, l'action doit s'appuyer sur une bonne connaissance de la conjoncture, des dernières évolutions du marché et surtout du comportement des clients actuels ou potentiels.

C'est l'objectif de cette note de tendances, véritable outil participatif au service de l'ensemble des acteurs du Tourisme en Poitou-Charentes.

La Région Poitou-Charentes

### Juillet 2015 : une fréquentation soutenue

- La météo semble avoir favorisé l'activité touristique.
- Sites de loisirs et campings affichent une fréquentation très satisfaisante.
- Le tourisme de bien-être (thermes, thalassos) tire son épingle du jeu.

■ **Les résultats régionaux présentent un bilan convenable : 66% des prestataires ayant répondu à notre consultation jugent l'activité supérieure ou comparable à celle de l'année dernière.**

Météo favorable, grand week-end et premiers départs en vacances ont largement favorisé les flux touristiques sur juillet. Malgré un contexte économique encore difficile, notamment pour la clientèle française, les juilletistes ont répondu présents et plus particulièrement sur la deuxième quinzaine du mois.

La clientèle affaires comme la clientèle française d'agrément ou la clientèle de proximité (sur la première quinzaine) reste discrète et ne favorise pas les courts séjours.

Pour beaucoup de professionnels, les comportements des touristes observés ces dernières années, sur la haute saison, subsistent : peu de réservations, beaucoup de dernière minute et réduction de la durée des séjours.

Pour août, au regard de la fréquentation de la deuxième quinzaine de juillet et de la météo annoncée, la fréquentation comme le chiffre d'affaires devraient satisfaire les professionnels du tourisme.

■ **La saison est lancée pour une majorité de destinations.** On notera tout de même un léger tassement sur juillet pour certaines destinations comme Poitiers-Futuroscope ou le littoral.

■ **Météo, notoriété de la destination et clientèle fidélisée favorisent l'activité touristique.**

La fréquentation des hébergements est mitigée. Les hôtels (agglomérations), résidences de tourisme ou chambres d'hôtes sont peu satisfaits. Les campings (mobil-homes), villages de vacances ou locations font le plein : activités, animations et équipements (piscines) en sont à l'origine.

Pour les autres activités<sup>1</sup>, des résultats satisfaisants : thermalisme, thalassos et sites de loisirs tirent leur épingle du jeu.

■ Les touristes étrangers sont bien remarqués, notamment nos habitués comme les Britanniques, Belges et Allemands. La clientèle française, bien présente sur le 14 juillet, est plus frileuse sur le reste du mois.

■ **Dans la continuité de ce bon début de saison, les professionnels picto-charentais sont confiants. Le mois d'août traditionnellement bon (1/3 des nuitées annuelles) devrait conforter la tendance 2015. Météo toujours aussi clémente et longs séjours pourraient laisser présager de très bons résultats.**

<sup>1</sup>Autres activités : sites de visite, offices de tourisme, tourisme de bien-être et tourisme d'affaires.

### MÉTHODOLOGIE

Les résultats présentés dans ce document sont issus d'une enquête téléphonique réalisée du 27 au 30 juillet par le cabinet LinkLi (Aviva). Les 421 professionnels interrogés sont sélectionnés parmi l'ensemble des prestataires touristiques de la région. Le taux de sondage est d'environ 15 %, sauf pour les secteurs d'activité où le nombre d'entreprises est important (dans ce cas, taux inférieur) ou faible (dans ce cas, taux supérieur).

Cette enquête a pour vocation de fournir les tendances globales par destinations, département et par activité, à environ N+5 jours, à partir du ressenti de chaque professionnel. Les pourcentages indiqués ci-dessous concernent l'avis des prestataires et non pas leur niveau d'activité. Exemple : « 35 % en hausse » signifie que 35 % des prestataires considèrent comme « supérieure » leur fréquentation et non pas qu'une amélioration de 35 % a été enregistrée.

### VACANCES SCOLAIRES ET JOURS FÉRIÉS

2015  
Vacances d'été : vendredi 3 juillet  
Fête Nationale : mardi 14 juillet

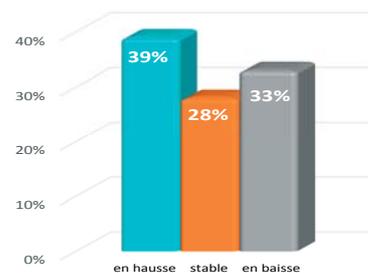
2014  
Vacances d'été : vendredi 4 juillet  
Fête Nationale : lundi 14 juillet



## FRÉQUENTATION

Juillet 2015	↑	=	↓
Fréquentation française	33 %	31 %	36 %
Fréquentation étrangère	28 %	47 %	25 %
Fréquentation globale	35 %	31 %	34 %

## CHIFFRE d'affaires

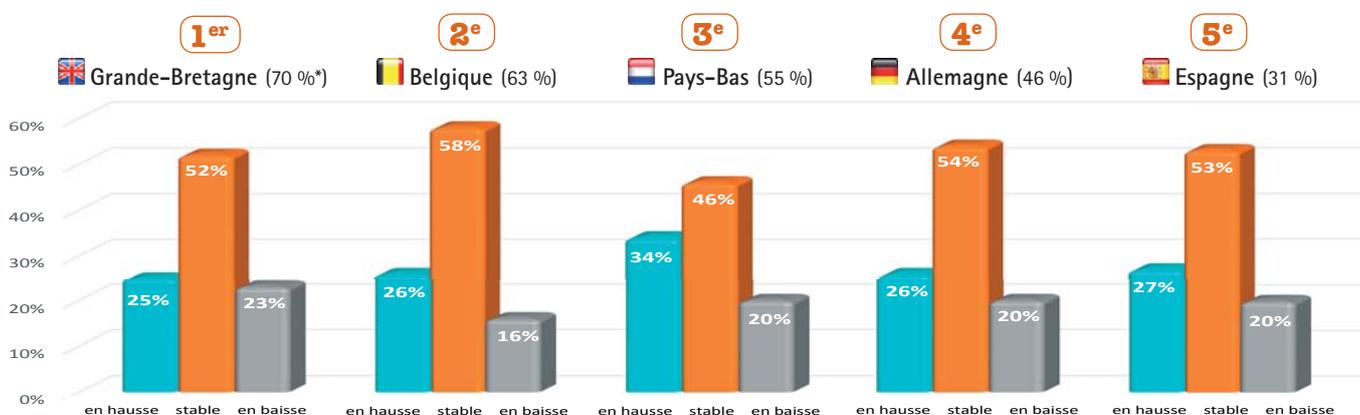


Le chiffre d'affaires suit une tendance quasi similaire à celle de la fréquentation. Seulement un tiers des professionnels le juge inférieur à celui de l'an passé.

## Principales CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES

(évolution par rapport à 2014)

\* grille de lecture : 70 % des professionnels du tourisme interrogés en région accueillent des Britanniques



# Tendances par DESTINATIONS



### LA ROCHELLE



Satisfaction pour les professionnels rochelais. Météo et clientèle étrangère ont favorisé l'activité. Une présence accrue a été remarquée sur le week-end du 14 juillet.

↑	=	↓
51 %	36 %	13 %

### LITTORAL



La fréquentation s'effrite sur juillet, un mois difficile depuis plusieurs années (calendrier scolaire) : la deuxième quinzaine ne compense pas.

↑	=	↓
34 %	25 %	41 %

### COGNAC-Vallée de la Charente



La fréquentation est correcte. La météo cumulée aux flux des juilletistes semble avoir été favorable au territoire. Français et étrangers sont bien présents.

↑	=	↓
32 %	39 %	29 %

### FUTUROSCOPE-POITIERS



Après un bon début de saison, juillet s'annonce plus moyen : météo et resserrement du budget vacances sont pointés du doigt. La clientèle française est en léger retrait.

↑	=	↓
32 %	26 %	42 %

### MARAIS POITEVIN



La saison semble partie : grand week-end et météo relativement clémente peuvent en être à l'origine. La fréquentation française est soutenue.

↑	=	↓
44 %	39 %	17 %

## DÉPARTEMENTS

Charente		Charente Maritime		Deux Sèvres		Vienne	
44 %	=	38 %	↑	52 %	↑	44 %	↓



## ■ Hébergements

### HÔTELLERIE

28 %	27 %	45 %



La fréquentation dans l'hôtellerie picto-charentaise est moyenne : météo et flux touristiques ne suffisent pas. Le contexte économique est mis en avant. La clientèle française semble faire défaut alors que la clientèle étrangère est plus assidue.

### RÉSIDENCES de tourisme

21 %	36 %	43 %



Pour beaucoup, l'activité est en dessous des espérances : contexte économique et clientèle française plus frileuse semblent en être à l'origine. La clientèle étrangère, même minoritaire, se maintient.

### CAMPINGS

41 %	27 %	32 %



On reste sur de bons résultats : la météo ou les événements, combinés aux prestations proposées confortent l'activité. Petit bémol tout de même pour la fin du mois où la météo a défavorisé les emplacements nus. La clientèle étrangère reste stable.

### VILLAGES de vacances

36 %	36 %	28 %



Un bilan convenable : la clientèle familiale, fidélisée, est bien présente. La météo clémente a favorisé des réservations de dernière minute. La clientèle étrangère, marginale, reste stable.

### MEUBLES labellisés

33 %	34 %	33 %



Les relais départementaux présentent des résultats mitigés : la clientèle française fait parfois défaut alors que la clientèle étrangère est en hausse.

### CHAMBRES d'hôtes

26 %	37 %	37 %



Une fréquentation mitigée : des départs plus tardifs (calendrier scolaire) ou les caprices de la météo n'ont pas favorisé au mieux ce type d'hébergement. La clientèle étrangère, elle, se maintient.

## ■ Autres activités

### Sites de VISITE

Les sites et lieux de visite présentent des résultats encourageants : pour près de quatre prestataires sur dix, la fréquentation est estimée en hausse par rapport à juillet 2014. Les sites de loisirs semblent avoir largement profité des flux touristiques. Pour les sites culturels, les résultats sont beaucoup plus mitigés. La fréquentation étrangère, quant à elle, se maintient.

--	--	--

#### CULTURELS (musées, monuments,...)

31 %	34 %	35 %
------	------	------



#### NON CULTURELS (parcs animaliers et de loisirs, ...)

54 %	21 %	25 %
------	------	------



### Tourisme d'**AFFAIRES**

0 %	100 %	0 %



Une activité (séminaires, congrès) assez mineure sur cette période estivale mais qui reste conforme aux années passées. La clientèle étrangère est négligeable.

### Tourisme de **BIEN-ÊTRE**

55 %	45 %	0 %



Des résultats très satisfaisants : fidélisation et notoriété des établissements ont largement profité aux thermes comme aux centres de thalassothérapie.

### OFFICES de tourisme

39 %	32 %	29 %

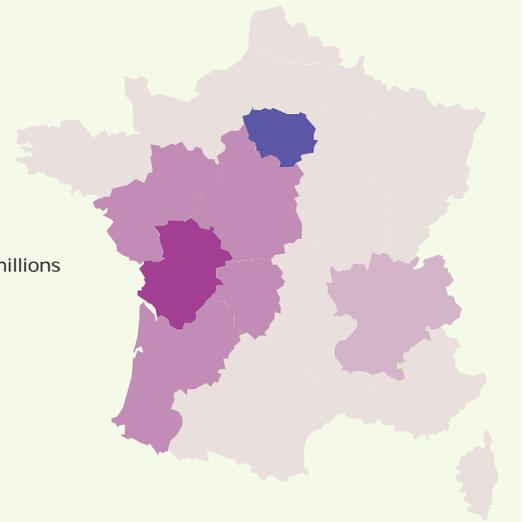
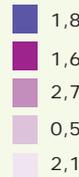


La fréquentation des OTSI est satisfaisante : les touristes sont arrivés et les demandes à l'accueil sont plus importantes. La fréquentation étrangère est stable.

## En bref

- Un volume de voyages (+2,4%) ou un nombre de nuitées (+2,8%), réalisé par les Français dans la région Poitou-Charentes en 2014, en hausse par rapport à 2013.
- Une durée moyenne de séjour de 5,9 nuits (5,8 nuits en 2013).
- En 2014, 8,7 millions de séjours (3,9% des séjours français) ont été réalisés dans la région par la clientèle française, soit 51,1 millions de nuitées, ce qui positionne la région Poitou-Charentes au 9<sup>ème</sup> rang des régions les plus visitées par les français.

Séjours en millions



## L'Ile de France

avec 1,8 millions de séjours réalisés sur la région, est le principal bassin émetteur de clientèle pour notre région.

- Une clientèle de catégorie sociale plus aisée, venant principalement de Paris et favorisant les longs séjours.
- La durée moyenne de séjour (7,3 jours) se situe largement au-dessus de la durée moyenne régionale (5,9 jours).
- Un mode d'hébergement marchand privilégié : la location/chambre d'hôtes.

## Le Poitou-Charentes

avec 1,6 millions de séjours enregistrés, est le deuxième bassin émetteur de clientèle pour la région.

- Une clientèle de catégorie sociale moyenne (ouvrier, inactif), issue principalement de la Vienne et favorisant les courts séjours.
- La durée moyenne de séjour (3,4 jours) reste largement en dessous de la durée moyenne régionale (5,9 jours).
- Un mode d'hébergement marchand privilégié : l'hôtel.

## Les régions limitrophes

Aquitaine, Centre, Limousin et Pays de la Loire génèrent 2,7 millions de séjours sur la région.

- Une clientèle de catégorie sociale moyenne (inactif, ouvrier), venant principalement des Pays de la Loire et favorisant les courts séjours.
- La durée moyenne de séjour (4,6 jours) se situe en dessous de la durée moyenne régionale (5,9 jours).
- Un mode d'hébergement marchand privilégié : la location/chambre d'hôtes.

## et pour les autres régions

- Une clientèle de catégorie sociale assez aisée (cadre, profession intermédiaire) venant principalement de la région Rhône Alpes et favorisant les longs séjours (durée moyenne de séjour de 7,6 jours).
- Des modes d'hébergement marchand privilégiés : l'hôtellerie ou le camping.

Les données détaillées sont disponibles sur le site [www.ort-poitou-charentes.com](http://www.ort-poitou-charentes.com) rubrique Marchés, Clientèles/Clientèle française

## MÉTHODOLOGIE :

Les informations sont issues de l'enquête TNS-SOFRES sur le Suivi de la Demande Touristique des Français, dont l'objectif est de recenser et décrire l'ensemble des séjours passés en Poitou-Charentes par les Français et de comparer leurs caractéristiques à celles des séjours réalisés en France.

Un panel de 20000 individus est consulté chaque mois. Cet échantillon est représentatif de la population des Français âgés de 15 ans et plus selon plusieurs critères : âge, sexe, CSP, régions de résidence. Chaque mois, les panélistes indiquent s'ils ont effectué ou non un voyage au cours du mois et le décrivent.

Les résultats indiqués en effectif sont des volumes extrapolés à la population française.