

ETE 2023

UN BILAN GLOBAL POSITIF MALGRE DES SITUATIONS CONTRASTEES

Bilan saison estivale et prévisions de fréquentation septembre 2023 en Auvergne-Rhône-Alpes

Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme mesure l'évolution de l'activité touristique estivale grâce à son baromètre conjoncturel. Cet été, 3 enquêtes en ligne sont réalisées par le cabinet G2A Consulting auprès des professionnels du tourisme de la région dont une spécifiquement dédiée à mesurer l'impact du Tour de France dans notre région. Cette enquête de bilan de saison a permis de collecter 5 432 interviews entre le 12 et le 23 août 2023 dans les 12 départements de la région. Ce baromètre fait état du ressenti des professionnels du tourisme d'Auvergne-Rhône-Alpes sur le bilan de l'été et les prévisions de fréquentation pour l'automne. A cette enquête s'ajoute l'analyse des données de fréquentation Orange Flux Vision (suivi de la fréquentation totale grâce à la téléphonie mobile), Liwango (plateformes Airbnb et Aritel) et Atout France (baromètre Hôtellerie de Plein Air).

« Notre région, avec une clientèle fidèle, a pu bénéficier d'une fréquentation touristique en hausse cet été. Le besoin de nos visiteurs de s'éloigner de leur quotidien démontre une forme de sacralisation du temps des vacances. La présence historique du Tour de France avec 10 étapes en Auvergne-Rhône-Alpes a évidemment contribué à rendre nos territoires encore plus attractifs. Cependant, les difficultés rencontrées par certains professionnels quant à l'inflation ou aux recrutements de travailleurs saisonniers nous conduisent à rester à leurs côtés et ne pas relâcher nos efforts notamment en matière de promotion » - Fabrice Pannekoucke – Président d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme.

Les données globales de fréquentation révèlent une augmentation de **+1,9% des nuitées en juillet-août** par rapport à l'année précédente. Une grande majorité (74%) des professionnels de la région sont satisfaits du dynamisme de la saison. Cependant, 77% d'entre eux rapportent une fréquentation stable voire en baisse, ce qui est le signe d'un report d'une partie des clientèles vers les hébergements non marchands (résidences secondaires notamment).

Une clientèle qui diminue son budget

Selon les professionnels interrogés, **la part de la clientèle d'Auvergne-Rhône-Alpes parmi les visiteurs français est en progression, atteignant 35% contre 31% en 2022**. Sur les plateformes Airbnb et Aritel, un tiers des avis de la clientèle française provient d'habitants d'Auvergne-Rhône-Alpes. **La clientèle étrangère reste stable** par rapport à 2022 et représente 20% de la fréquentation. Le trio de tête reste le même : Belgique, Pays-Bas, Allemagne suivi de près par la Suisse.

Les professionnels ressentent les préoccupations des clients face à l'inflation et à la baisse du pouvoir d'achat. Près de la moitié d'entre eux signalent une diminution des dépenses, en particulier les prestataires d'activités outdoor, les restaurateurs et les hôteliers qui ont de surcroît noté un raccourcissement des séjours.

Avec un budget serré, la clientèle des hébergements marchands modifie ses comportements. Elle privilégie les bons plans et les tarifs plus avantageux, quitte à décaler son séjour. Au niveau national, les intentions de départ au mois de juin avaient progressé de 7 points (données ADN Tourisme). En région, le mois de juillet a accueilli 45% de la fréquentation estivale alors que la région accueille traditionnellement 40% de juilletistes.

Les hébergements entre particuliers (Airbnb, Aritel...) - qui permettent de se restaurer dans la location et donc de limiter le budget dédié - ont enregistré une hausse de +6% des nuitées vendues par rapport à l'été précédent. Le panier moyen de la location a, lui, chuté de 4%. Dans les campings, les données du baromètre Hôtellerie de Plein Air d'Atout France affichent un score négatif pour le cœur de saison : -4% de nuitées en juillet et -5% en août, en regard d'une bonne saison 2022.

Le coup de projecteur médiatique du Tour de France

En juillet, 73% des professionnels de la région considèrent que le passage du Tour de France est un coup de projecteur médiatique sans équivalent qui contribue à la réussite de la saison. Selon les données ASO, quatre des cinq étapes ayant dépassé les 5 millions de téléspectateurs se sont déroulées en Auvergne-Rhône-Alpes (9, 14, 15 et 16 juillet), avec un pic historique d'audience de 8,7 millions de téléspectateurs pour l'arrivée à Saint-Gervais Mont-Blanc.

Pour les 2/3 des professionnels l'évènement est une opportunité de retombées économiques immédiates. La clientèle 'Tour de France' dépense autant voire plus que la clientèle juilletiste traditionnelle. Par rapport à un mois de juillet habituel, 33% des professionnels ont capté plus de clientèle européenne, en particulier dans les campings et les restaurants.

Des prévisions météo qui influencent les réservations

Dès le printemps, au moment où de nombreux vacanciers réservent leur séjour d'été, les restrictions liées à l'eau et les prévisions de canicule ont été largement médiatisées, influençant le choix des touristes. Au final, près d'un tiers des professionnels de la région estiment que ces facteurs ont impacté positivement leur fréquentation estivale, avec une différence significative entre les stations de montagne (42% gagnent des clients) et les espaces ruraux et urbains (37% et 26% perdent des clients). Les sites de loisirs et culturels, qui ont bénéficié d'une progression de la clientèle régionale et locale, témoignent du meilleur taux de satisfaction (85%).

Des professionnels du tourisme qui relèvent les challenges

Les professionnels du tourisme subissent doublement les effets de l'inflation, leurs charges augmentent et leurs clients dépensent moins. La majorité (92%) des professionnels de la région n'a pas ou que partiellement répercuté les effets de l'inflation sur ses tarifs 2023.

La pénurie de main d'œuvre, déjà constatée depuis deux ans, s'est renforcée, en particulier sur les emplois saisonniers. Pour les professionnels du tourisme, le sujet est crucial. Cet été en Auvergne-Rhône-Alpes, un tiers des professionnels, principalement les restaurateurs, les hôteliers et dans une moindre mesure les campings, ont rencontré des difficultés à embaucher. Les espaces urbains et les villes thermales sont les plus touchés, en particulier la métropole lyonnaise où 65% des professionnels ont rencontré des difficultés. Le défi persistant du recrutement force à des ajustements tels que la réduction des services/activités proposés (35%), la réduction des amplitudes horaires (26%), voir la réduction du nombre de jour d'ouverture (13%). De fait, la "dégradation" de l'offre pourrait à terme nuire à la satisfaction et à la fidélisation de la clientèle.

La Coupe du Monde de Rugby, un facteur de succès pour l'arrière-saison

Près de la moitié des professionnels concernés par la Coupe du Monde de Rugby (à Lyon et Saint-Étienne) estiment que l'évènement impactera leur activité. Au niveau régional, 72% des professionnels anticipent une fréquentation stable voire en hausse pour le mois de septembre. Les plus optimistes sont les gestionnaires d'hébergements collectifs et de résidences de tourisme ainsi que les sites de loisirs et culturels.

À l'approche de l'hiver, 62% des professionnels prévoient une saison positive, les plus confiants étant ceux de la métropole de Lyon, de la Savoie et la Haute-Savoie.

La maîtrise des prix, a fortiori face aux problèmes d'hospitalité dus à l'augmentation des charges de structures dans nos entreprises touristiques et pointés parfois par nos visiteurs, doit faire l'objet d'une attention particulière dans les semaines à venir afin que nos territoires, en Auvergne-Rhône-Alpes et plus globalement en France, restent compétitifs.

Retrouvez l'ensemble des résultats de l'étude en infographie interactive (zoom possible sur département ou activité) <https://app.dataviv.net/reporting/report/f31b609e-2932-4bd3-680d-08db94cdecec>



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

