

Echos Tourisme



Conjoncture

Bulletin de l'Observatoire Régional du Tourisme de Champagne-Ardenne

Cette enquête, mise en place à l'initiative de l'Observatoire Régional du Tourisme, a pour but de connaître la perception des professionnels du tourisme sur la fréquentation estivale de mai à septembre. Les résultats présentés ci-dessous constituent les tendances pour les mois de juillet 2015.



Un mois de juillet à l'image de sa météo...

57% des établissements considèrent que la fréquentation du mois de juillet a été bonne ou excellente.

Inversement, 15% des établissements estiment cette fréquentation passable ou mauvaise.

Les professionnels du tourisme de la région sont un peu moins satisfaits de la fréquentation de la clientèle française (seulement 51% de satisfaits).

Il existe peu de différences significatives suivant le profil de l'interviewé. On note, tout de même que les hôtels 4 étoiles sont les plus satisfaits de la période écoulée (43%).

A l'inverse, les Aubeois ainsi que les responsables de caves sont légèrement plus négatifs que l'ensemble des professionnels de la filière.

Par rapport à juillet 2014, la fréquentation connaît une légère baisse. En effet, 29% des établissements estiment que la fréquentation est en hausse et 37% qu'elle est en baisse.

A noter que les hôtels 3 étoiles (52%) et les OTSI (42%) ont plus que les autres établissements vu leur fréquentation augmenter par rapport à l'année dernière.

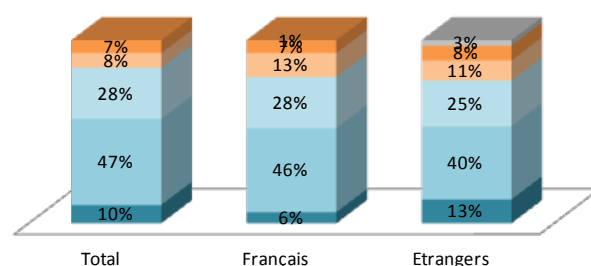
A l'inverse, 50% des hôtels 1 étoile et des caves voient leur fréquentation en baisse.

Baromètre des avis de juillet 2008/2015

On assiste à une remontée des opinions «en hausse» et par contre à un recul des opinions «en baisse» qui traduit une légère remontée de la conjoncture touristique régionale pour juillet 2015 par rapport aux mois de juillet des années précédentes.

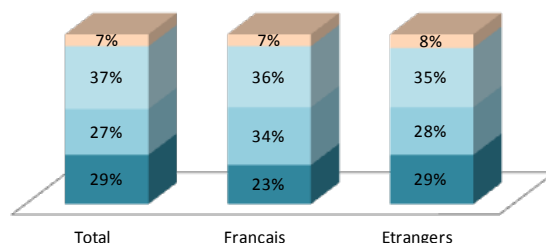
Selon vous, la fréquentation de juillet 2015 par rapport à juillet 2014 a été ?

■ Excellente ■ Bonne ■ Moyenne ■ Passable ■ Mauvaise ■ NSP

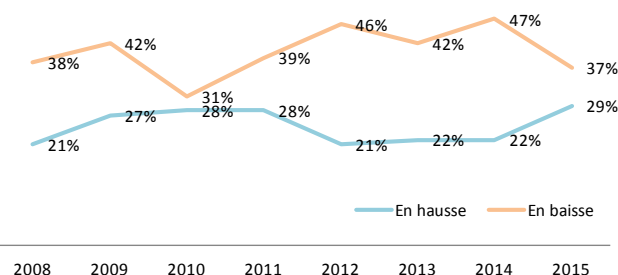


Selon vous, la fréquentation du mois de juillet 2015 par rapport à celle de juillet 2014 a été ... ?

■ En hausse ■ Egale ■ En baisse ■ NSP



Baromètre des avis en hausse et en baisse depuis 2008



Tendances par clientèle

Pour les professionnels, seules deux nationalités sont sensiblement en hausse :
 > les Belges (33% de hausse - 22% de baisse)
 > les Néerlandais (29% de hausse - 22% de baisse).

La grande majorité des autres clientèles sont pour les professionnels du tourisme globalement stable.
 Seuls, les touristes italiens semblent être en diminution (8% de hausse - 18% de baisse).

Notons que les professionnels de l'Aube sont plus positifs et estiment que les clientèles britannique, irlandaise, belge, luxembourgeoise et néerlandaise sont en hausse pour ce mois de juillet 2015.

Tendances

Par rapport à 2014, les établissements ont remarqué une forte augmentation des ventes de dernières minutes (40% contre 18% pour une baisse), une baisse de la durée des séjours, et une baisse des dépenses faites par les touristes (42% contre 12%).

Facteurs explicatifs

La météo est le principal facteur explicatif des résultats observés (53%). Le 2^{ème} facteur est la situation économique et géopolitique (51%). Les manifestations et animations locales (21%) sont également largement citées comme étant un facteur pouvant expliquer les résultats du mois de juillet.

Notons que les établissements de la Marne sont davantage à estimer que les touristes viennent pour des événements autour de la Grande Guerre (54%).

Et pour 64% d'entre eux, ils estiment également que l'inscription au patrimoine mondiale de l'UNESCO des pays de Champagne est un facteur explicatif des résultats précédents.

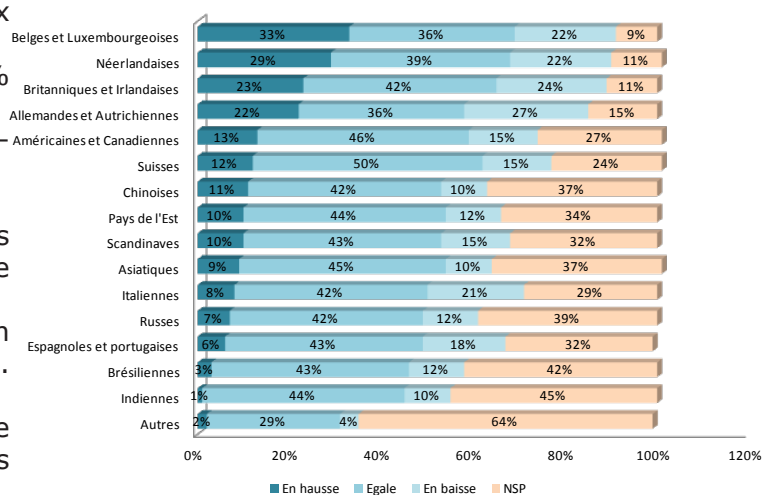
Tendances par type de structure

Hôtels

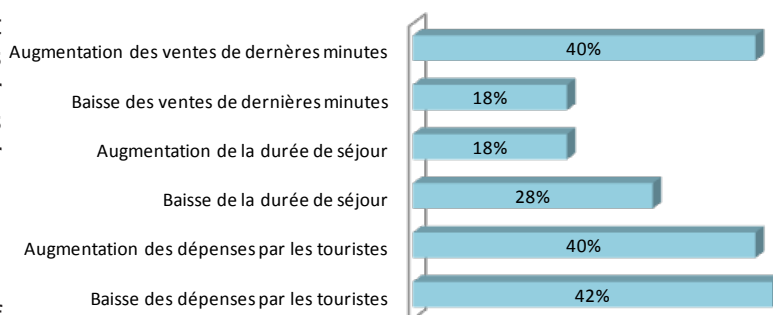
Ce sont les hôtels 3 étoiles qui s'en sortent le mieux, ils sont 44% à évaluer leur fréquentation en hausse.

A l'inverse, les hôtels de catégorie économique sont plus nombreux à qualifier leur fréquentation en retrait : 50% des hôtels 1 étoile voient leur fréquentation reculer.

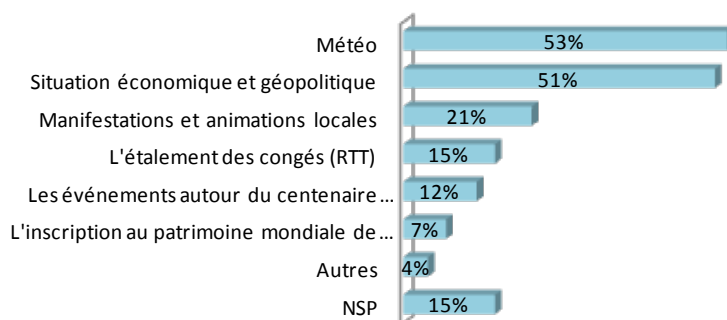
Selon vous, pour chacune des clientèles suivantes comment estimez-vous la fréquentation de juillet 2015...?



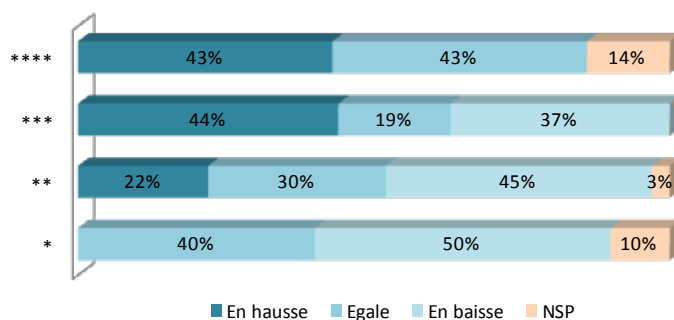
Quelles tendances observez-vous ce mois de juillet 2015 par rapport à juillet 2014 ?



Parmi les facteurs suivants, quels sont ceux qui pourraient expliquer les résultats observés le mois précédent ?



Selon vous la fréquentation de juillet 2015 pour les hôtels par rapport à juillet 2014 a été ?

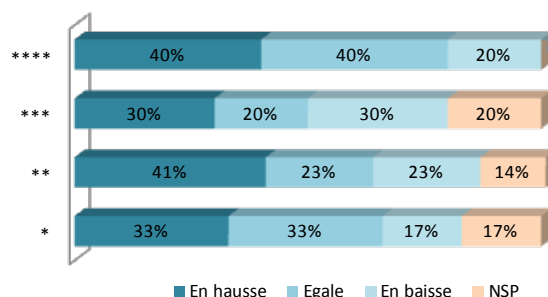


Campings

Ce sont les campings 2 étoiles, qui sont les plus satisfaits : 41% voient leur fréquentation progresser. Les campings 4 étoiles sont également assez contents du mois de juillet. Ils sont 40% à juger leur fréquentation en hausse ou stable.

A noter que les campings 3 étoiles sont 30% à voir leur fréquentation reculer même s'ils estiment également à 44% que la clientèle française est en hausse.

Selon vous, la fréquentation du mois de juillet 2015 dans les campings par rapport à juillet 2014 a été ?



Gîtes ruraux, chambres d'hôtes et associations de tourisme

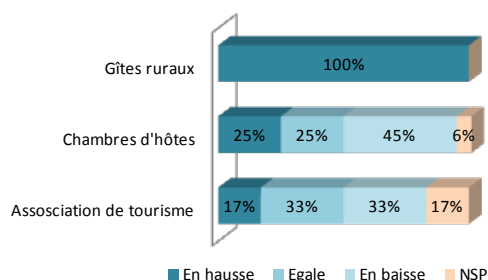
La totalité des gîte ruraux interrogés voient leur fréquentation de juillet à la hausse.

Près d'une chambre d'hôtes sur deux juge que sa fréquentation est en hausse ou égale à l'année dernière.

Les gîtes sont également 50% à évaluer la clientèle allemande en progression.

33% des associations de tourisme déclarent que leur fréquentation est en recul.

Selon vous, la fréquentation du mois de juillet 2015 par rapport à juillet 2014 a été ?



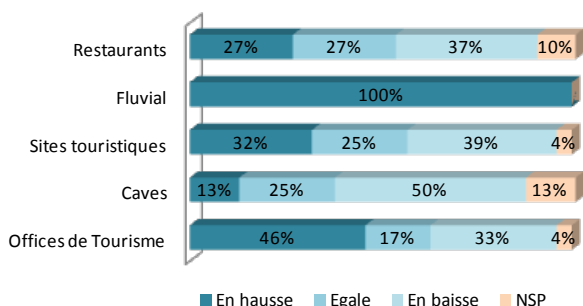
Activités

La fréquentation touristique varie selon les activités, et les structures les plus insatisfaites sont les caves. En effet, 50% des professionnels estiment un retrait de fréquentation pour ce mois de juillet 2015.

Par contre, les offices de tourisme sont 46% à considérer leur fréquentation en hausse.

Les restaurants sont partagés car ils sont 27% à estimer leur fréquentation en hausse ou stable et 37% en baisse.

Selon vous, la fréquentation du mois de juillet 2015 par rapport à juillet 2014 a été ?



Tendances par département

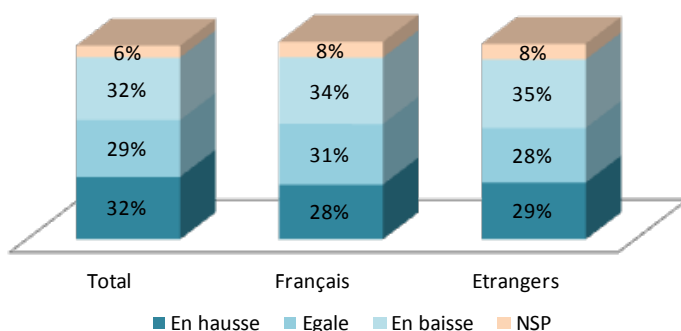
Ardennes

Les Ardennes sont assez optimistes en ce mois de juin : 32% des professionnels voient leur fréquentation progresser contre 29% en moyenne régionale.

La différence par rapport au niveau régional se fait surtout au niveau de la clientèle française. Les Ardennais sont 28% à voir progresser la fréquentation française contre seulement 23% au niveau régional.

Les activités de nature comme la pêche, le vélo ou la randonnée pédestre sont toujours beaucoup plus demandées dans ce département par les touristes.

Selon vous, la fréquentation du mois de juillet 2015 dans les Ardennes par rapport à juillet 2014 a été ?



Aube

Les professionnels Auboisiens sont 37% à voir leur fréquentation reculer et 32% à voir leur fréquentation progresser !

Ils voient la clientèle étrangère baisser davantage que les Français.

En termes de tendances de consommation des touristes, les magasins d'usine et Nigloland impactent fortement dans ce département.

Marne

Les professionnels Marnais sont 35% à voir leur fréquentation reculer et ils sont 30% à l'estimer en progression. Les professionnels marnais ont vus, de manière plus prononcée que la moyenne régionale, une hausse des Allemands (avec le Centenaire de la Grande Guerre) ainsi que des nouveaux pays émergents (Brésil, Russie, Inde et Chine).

Le Centenaire de la Grande Guerre (54%) est cité comme facteur explicatif par les professionnels contents tout comme l'inscription des pays de Champagne au patrimoine mondiale de l'UNESCO (64%).

Haute-Marne

Les professionnels Haut-Marnais sont les plus inquiets des 4 départements de la région : 44% d'opinion «en baisse» contre 37% en moyenne régionale.

Ils constatent une baisse plus importante chez les Français (45%).

Naturellement, les touristes sont davantage en demande de la thématique thermalisme à cause de la présence de Bourbonne-Les-Bains.

Prévisions plutôt optimiste pour août 2015

48% des établissements déterminent que la fréquentation du mois de août sera bonne ou très bonne. Inversement, seul 10% pensent qu'elle sera mauvaise ou très mauvaise.

Ces tendances sont meilleures que l'année dernière où 44% pensaient que le mois d'août serait bon et 14% mauvais.

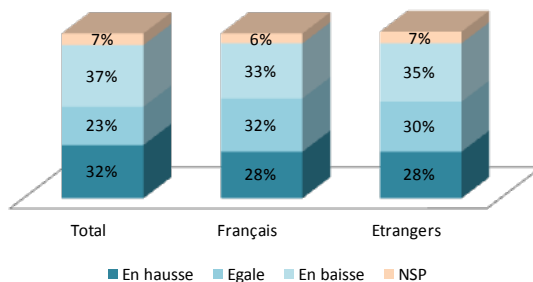
La question du mois, thématiques choisies

Pour les interviewés, les principales thématiques qui intéressent les touristes sont la culture (61%), la randonnée (51%) et le vélo (46%).

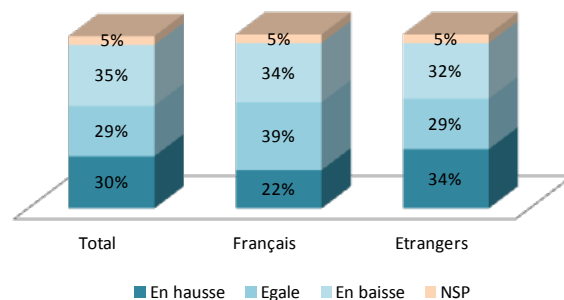
Inversement le thermalisme, le nautisme et la pêche sont moins demandés par les touristes.

Plus localement, nous pouvons voir que les établissements de la Marne (48%) mettent en avant l'œnotourisme et la gastronomie, ceux des Ardennes la pêche (35%), ceux de l'Aube les magasins d'usine (76%) et les parcs de loisirs (36%) et ceux de la Haute-Marne, le thermalisme (73%).

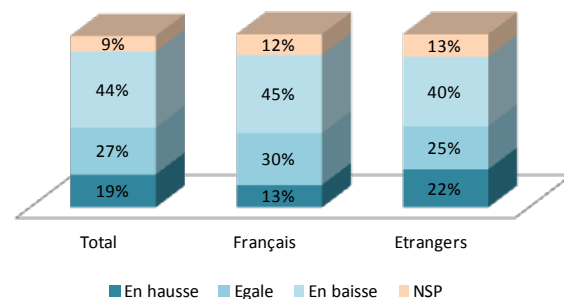
Selon vous, la fréquentation du mois de juillet 2015 dans l'Aube par rapport à juillet 2014 a été ?



Selon vous, la fréquentation du mois de juillet 2015 dans la Marne par rapport à juillet 2014 a été ?

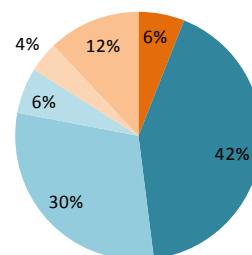


Selon vous, la fréquentation du mois de juillet 2015 en Haute-Marne par rapport à juillet 2014 a été ?

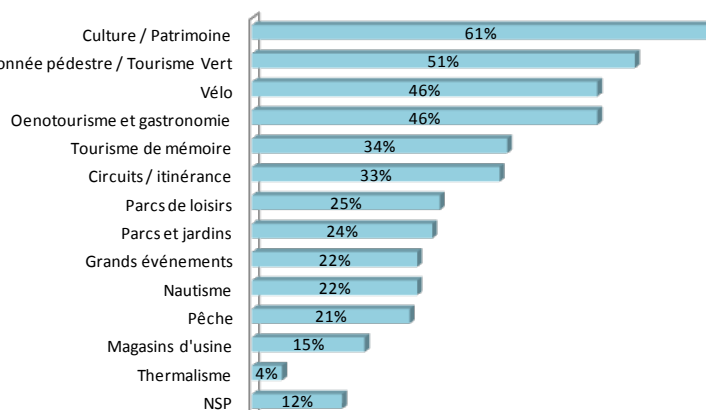


Vous estimez que la fréquentation du mois d'août sera :

Très bonne Bonne Moyenne Mauvaise Très mauvaise NSP



Selon vous quelles thématiques intéressent les touristes ?



Méthodologie : L'enquête a été réalisée par téléphone du 28 au 31 juillet 2015 auprès de 330 professionnels par le cabinet d'études Novamétrie. Professionnels interrogés : hôtels, campings, gîtes ruraux, chambres d'hôtes, associations de tourisme, offices des tourisme, caves, sites touristiques et tourisme fluvial, restaurants. La marge d'erreur maximale pouvant être obtenue à + ou - 5.62% pour un intervalle de confiance fixé à 95% (pour une proportion de 50% observée dans l'échantillon).

Remerciements : Nous tenons à remercier très chaleureusement tous les professionnels qui ont bien voulu répondre à notre enquête. Bulletin édité par l'Observatoire Régional du Tourisme de Champagne-Ardenne 5, rue de Jéricho - BP 50319 - 51013 CHALONS-EN-CHAMPAGNE CEDEX.