



OBSERVATOIRE

ÉCONOMIQUE ET TOURISTIQUE

SAINT-MARCELLIN VERCORS ISÈRE TOURISME

**ENQUÊTE
DE
CONJONCTURE**

**JUILLET
AOÛT
2022**



Offices de
Tourisme
de France



**SAINT-MARCELLIN
VERCORS ISÈRE**
TOURISME



METHODOLOGIE

L'enquête de conjoncture estivale a été réalisée du 6 au 25 septembre 2022 auprès de 163 prestataires touristiques, partenaires de l'office de tourisme.

Prestataires sollicités : les hébergements, les restaurants, les musées, les sites touristiques, les prestataires d'activités (activités de plein-air, visites de ferme, visites de sites de production, visites guidées...).

Pour les prestataires multi-activités /multi-structures : demande, dans la mesure du possible, de compléter un formulaire par type d'activité, de structure ou d'hébergement, sinon de renseigner à minima l'activité la plus importante.

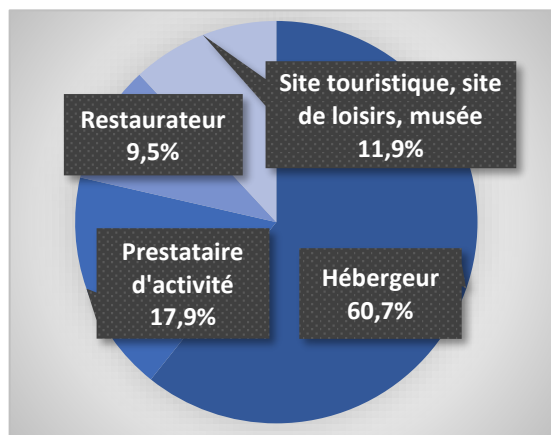
Procédé : diffusion de l'enquête par voie électronique le 06/09/2022, suivie d'une relance par mail le 17/09/2022 + relances téléphoniques effectuées par le service accueil auprès des prestataires du 21/09 au 24/09/2022.

Outil utilisé : Google Forms, logiciel gratuit d'enquête en ligne

Exploitation des données : données récoltées totalement anonymes et confidentielles et exploitées de manière collective.



PARTICIPATION A L'ENQUÊTE DE CONJONCTURE



Taux de participation de 51.5%

(84 répondants sur 163 prestataires touristiques sollicités)



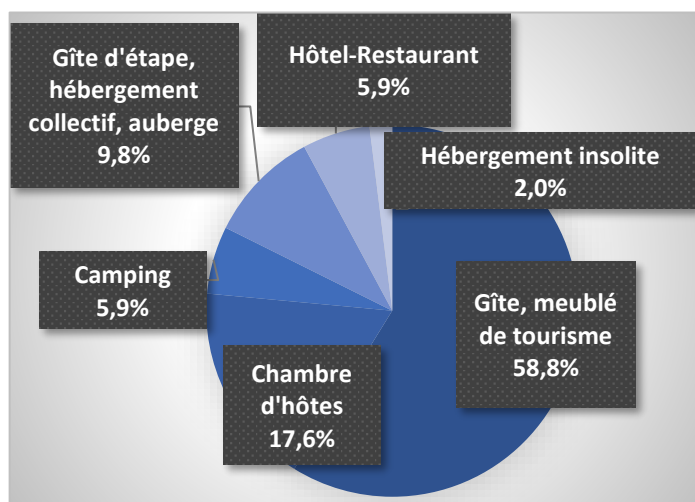
Détail des répondants

51 hébergements, 8 restaurants, 10 musées/sites, 15 prestataires d'activité.

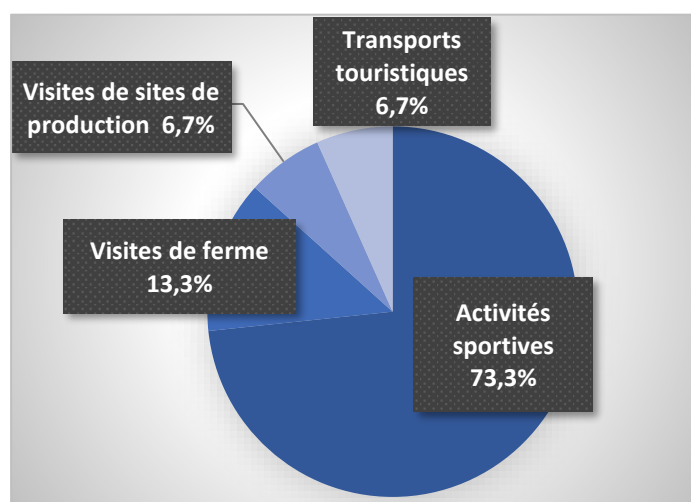


77.4% des répondants se situent sur le territoire Saint-Marcellin Vercors Isère, 14.3% sur les territoires limitrophes (Vercors Drôme, Vercors 4 Montagnes, Drôme des Collines) et 8.3% non précisé. A noter que les prestataires d'activités sportives interviennent souvent sur plusieurs territoires.

Zoom sur les hébergements (51 répondants)



Zoom sur les prestataires d'activité (15 répondants)

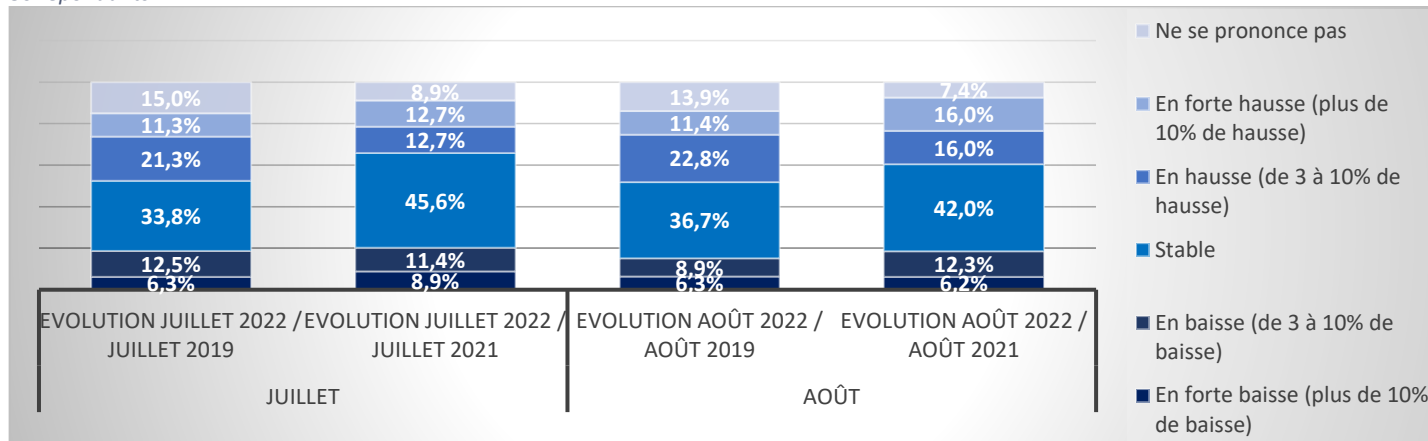




EVOLUTION DE LA FREQUENTATION

Par rapport à 2019 et 2021, la fréquentation de votre structure en juillet et août a été :

80 répondants

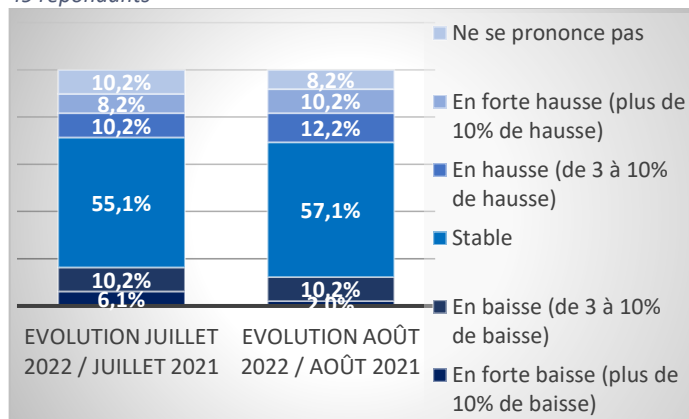


Une fréquentation majoritairement stable par rapport à juillet-août 2021 : stabilité de la fréquentation pour 45.6% des répondants en juillet et pour 42% en août. A noter que l'été 2021 avait été une très bonne saison en termes de fréquentation touristique. Par rapport à juillet-août 2019, une fréquentation qui oscille entre stabilité et hausse. Mais cependant des disparités en fonction de l'activité.

Fréquentation des hébergements

Evolution de la fréquentation 2021 à 2022

49 répondants



La stabilité prime pour les hébergements toutes catégories confondues.

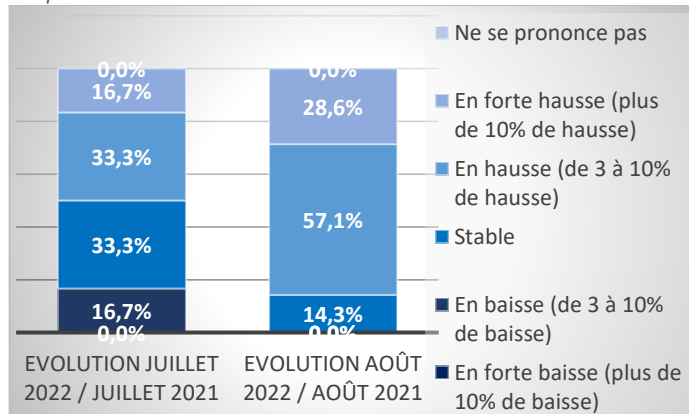
Une très bonne saison pour les campings puisque 100% des répondants ont vu leur fréquentation augmenter par rapport à 2021 que ce soit en juillet ou en août. Les gîtes d'étape ont eux aussi bien fonctionné et oscillent entre stabilité et hausse de la fréquentation avec le retour des groupes (colonies...)

Des résultats un peu plus mitigés pour les gîtes, les chambres d'hôtes (stabilité ou baisse en juillet / stabilité ou hausse en août) et les hôtels (stabilité ou baisse sur les 2 mois).

Fréquentation des restaurants

Evolution de la fréquentation 2021 à 2022

7 répondants

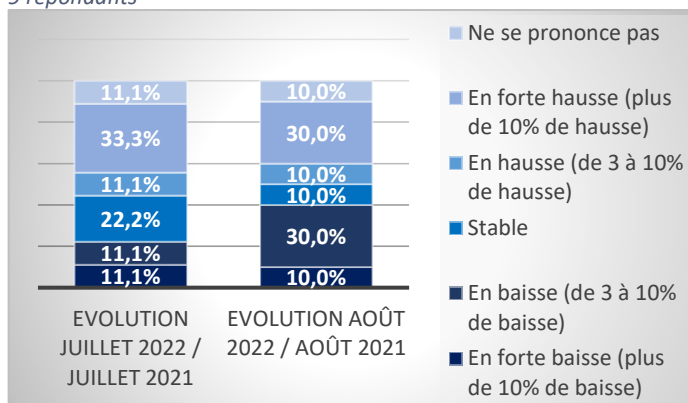


Une très bonne saison estivale pour les restaurants. Après une fréquentation relativement bonne au mois de juillet, un mois d'août jugé très bon avec 85.7% des répondants qui ont vu leur fréquentation en hausse et même forte hausse par rapport à août 2021.

Fréquentation des musées et sites

Evolution de la fréquentation 2021 à 2022

9 répondants



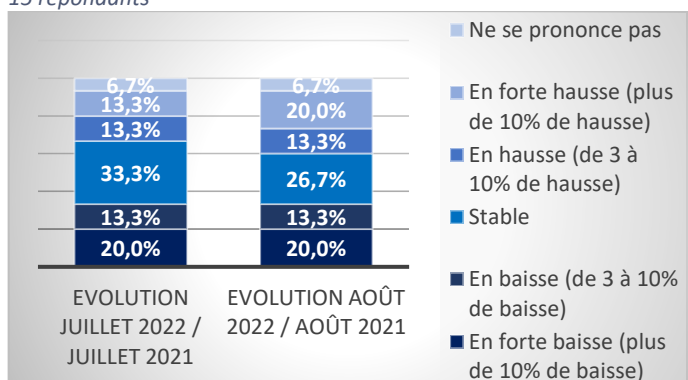
Un bilan plus mitigé pour les musées et sites touristiques. Après un mois de juillet plutôt positif (44.4% ont vu une hausse ou forte hausse de fréquentation), un mois d'août beaucoup plus contrasté avec 40% qui ont subi une baisse ou forte baisse de la fréquentation et 40% une hausse ou forte hausse.

Des résultats mitigés attribués en grande partie à la canicule qui a freiné les visites de certains musées (et qui inversement a favorisé la fréquentation de certains sites tels que les grottes).

Fréquentation des prestataires d'activités

Evolution de la fréquentation 2021 à 2022

15 répondants



Comme pour les musées et sites touristiques, une fréquentation plus mitigée, avec cependant un mois d'août supérieur à juillet puisque 33.3% des répondants ont constaté une hausse ou forte hausse de fréquentation sur ce mois (contre 26.6% en juillet).

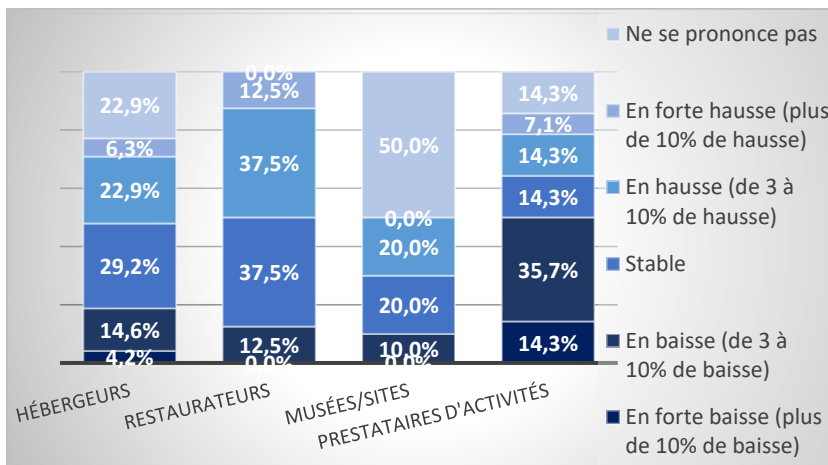
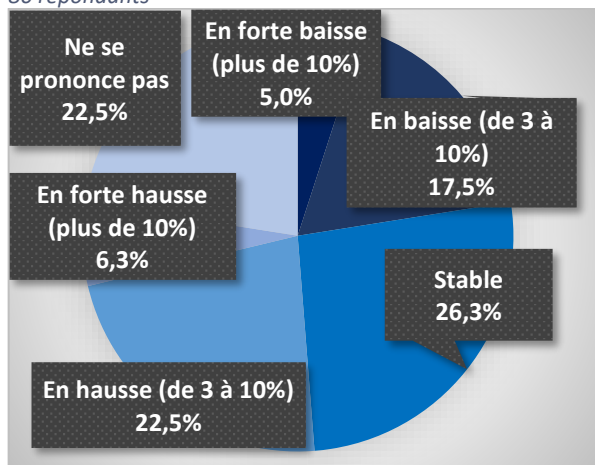
A noter que la canicule a freiné la pratique de certaines activités sportives telles que l'escalade, la randonnée. Les visites de ferme ou sites de production ont quant à elles bien fonctionné.



PANIER MOYEN

Par rapport à juillet et août 2021, le panier moyen a été :

80 répondants



Par rapport à 2021, le panier moyen est stable pour 26.3% des répondants, en hausse/forte hausse pour 28.8% et en une baisse/ forte baisse pour 22.5% → **des résultats contrastés en fonction de l'activité.**

Une hausse du panier moyen plus conséquente chez **les restaurateurs avec 50% qui ont enregistré une hausse** ou forte hausse. Parmi les remarques des restaurateurs, 2 ont indiqué que la clientèle était prête à payer pour des produits de qualité, issus de circuits courts : une clientèle qui a envie de se faire plaisir, qui ne se prive pas, quitte à réduire la dépense sur d'autres postes (hébergement, sorties...).

Ce sont les **prestataires d'activités** qui ont été le plus touchés par la baisse du panier moyen : **50% ont enregistré une baisse, voire une forte baisse du panier moyen** (diminution des dépenses sur ce poste). Outre la chaleur et le contexte économique, certains prestataires d'activité mettent aussi en cause le **bashing** effectué par les médias (manque d'eau pour la pratique des activités aquatiques) qui a pu porter préjudice.

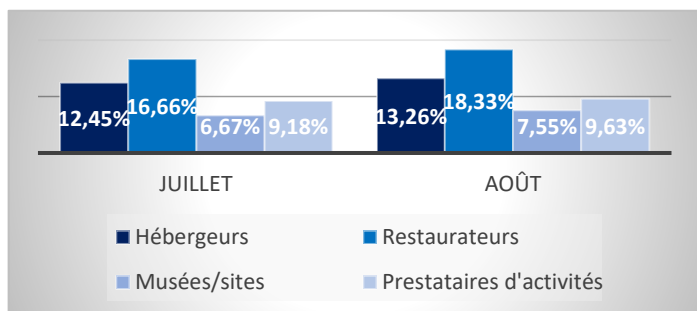
Concernant les musées et sites touristiques qui possèdent des boutiques et/ou espaces « buvette », les dépenses ont plus porté sur les consommations (glaces, boissons...) que sur les produits boutique (ouvrages, cartes postales...).



PROVENANCE DES CLIENTELES

Répartition clientèle française et étrangère

Quel est le pourcentage de la clientèle étrangère en juillet et août ? *Juillet 64 répondants / Août 65 répondants*



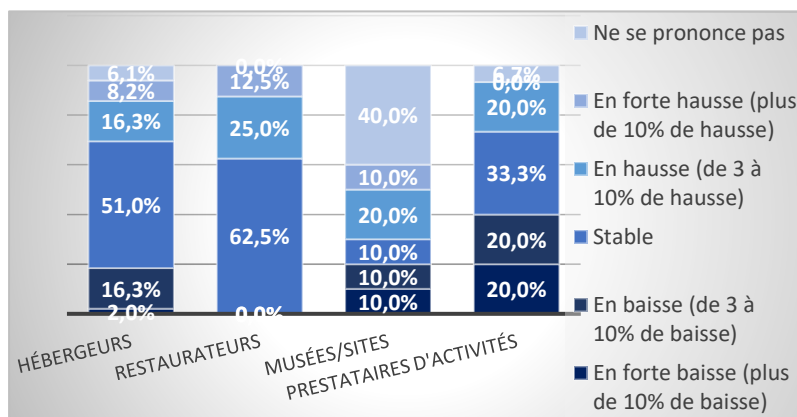
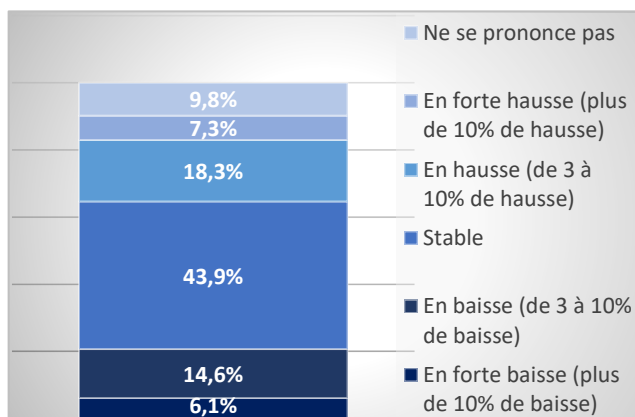
Pourcentage de la clientèle étrangère (toutes catégories confondues) :

11.54% en juillet et 12.35% en août
(en 2021 : 5.96% en juillet, 5.42% en août)

Une clientèle étrangère un peu plus présente en août qu'en juillet. Une part de clientèle étrangère plus conséquente dans les restaurants et les hébergements que dans les musées et chez les prestataires d'activité.

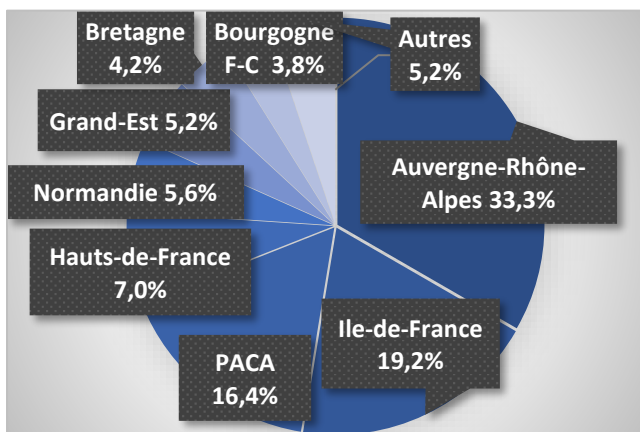
Clientèle française

Par rapport à juillet et août 2021, la part de la clientèle française est (82 répondants) :

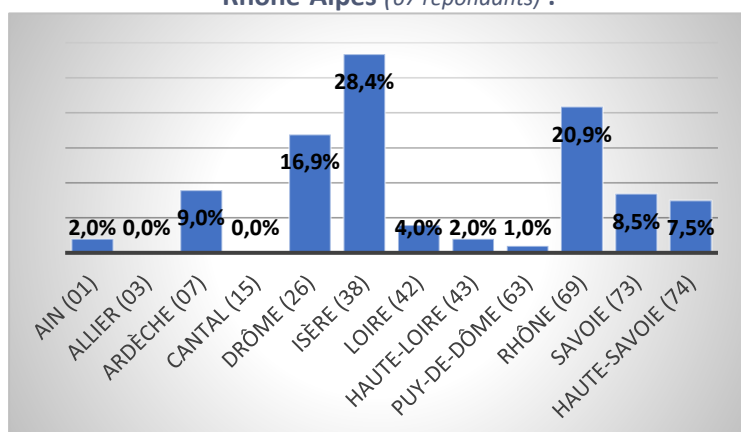


Dans l'ensemble, la part de la clientèle française est plutôt stable par rapport à 2021 (pour 43.9% des répondants) mais des disparités en fonction de l'activité. Là encore ce sont les prestataires d'activités qui ont vu la part de la clientèle française la plus baissée (baisse pour 40%) et dans une moindre mesure les musées et sites (baisse pour 20%).

Citez les 3 principales régions dont est issue votre clientèle française (71 répondants) :



Détail de la clientèle en provenance d'Auvergne-Rhône-Alpes (67 répondants) :

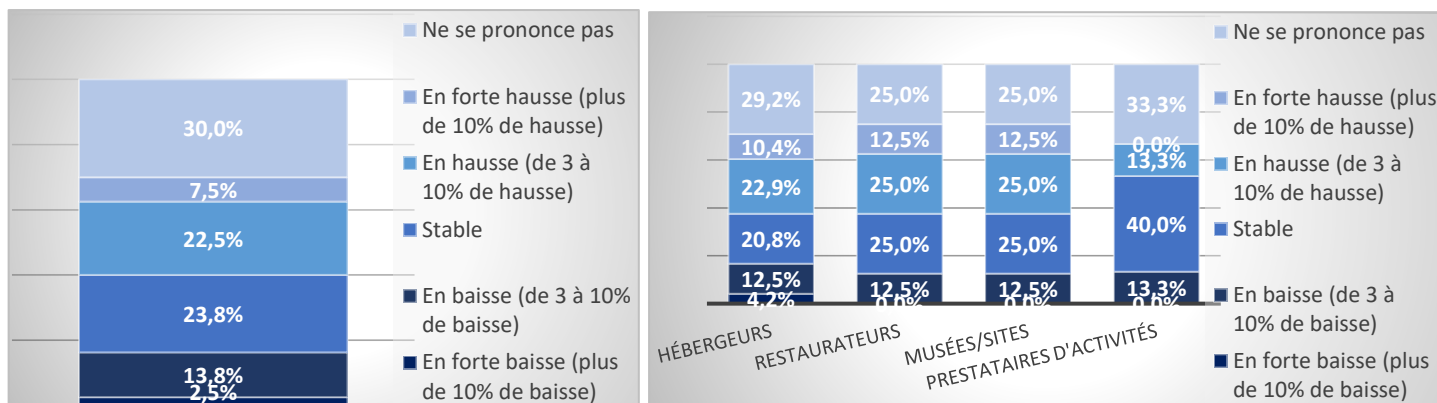


La région Auvergne-Rhône-Alpes reste, comme les années précédentes, le principal bassin émetteur. Cependant la part de la clientèle d'Auvergne-Rhône-Alpes est moindre chez les hébergeurs (29.5%). Viennent ensuite les régions Ile-de-France (19.2%), PACA (16.4%) et Hauts-de-France (7%). Par rapport à 2021, recul de la clientèle en provenance de la région Grand-Est (6^{ème} région émettrice en 2022 / 4^{ème} région émettrice en 2021) et progression de la clientèle en provenance de Normandie (5.6% en 2022 / 3.6% en 2021).

Au niveau de la région Auvergne-Rhône-Alpes, les principaux départements de provenance sont : l'Isère (28.4%), le Rhône (20.9%) et la Drôme (16.9%). Viennent ensuite l'Ardèche et les 2 Savoie → essentiellement des départements de l'ancienne région Rhône-Alpes

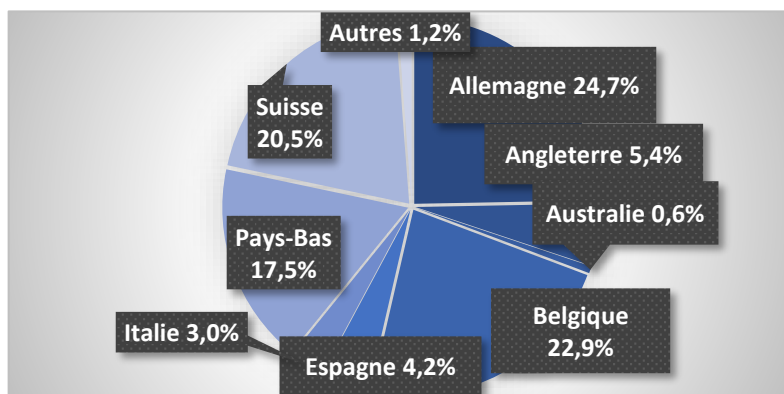
Clientèle étrangère

Par rapport à juillet et août 2021, la part de la clientèle étrangère est (80 répondants) :



Une clientèle étrangère bien présente, de retour par rapport à 2021 suite à la levée des restrictions sanitaires liées au Covid-19. Seules quelques structures éparses ont vu la part de la clientèle étrangère baisser mais dans la majorité, une tendance à la hausse ou à la stabilité.

Citez les 3 principaux pays dont est issue votre clientèle étrangère (55 répondants) :



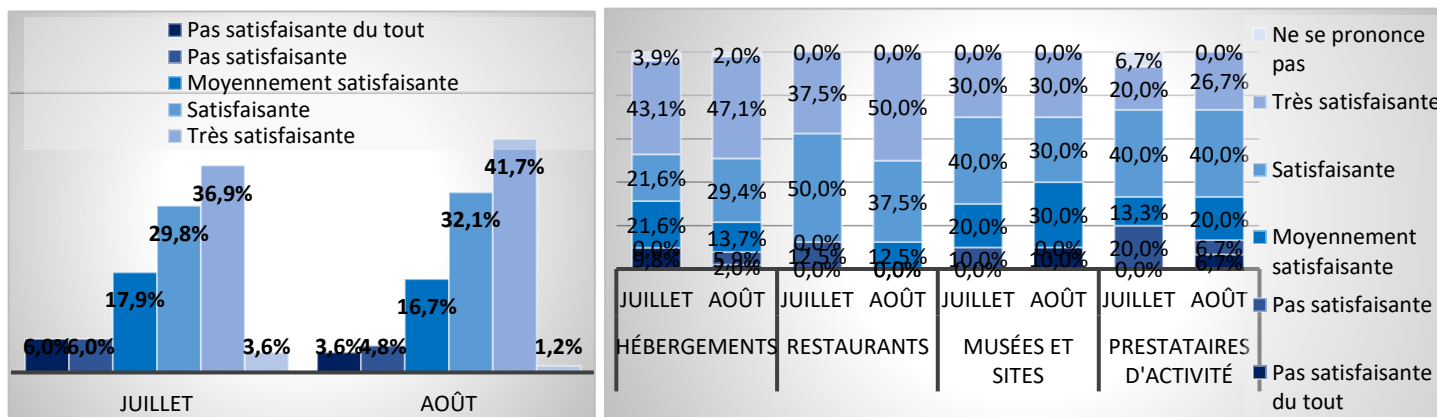
L'Allemagne arrive en tête avec 24.7%. Viennent ensuite la Belgique (22.9%), la Suisse (20.5%) et les Pays-Bas (17.5%).

A noter, le retour de la clientèle en provenance d'Angleterre après quasi 2 années d'absence. Une clientèle étrangère plus diversifiée qu'en 2021 (quelques Australiens, Canadiens, Ecossois...) même si essentiellement européenne.



SATISFACTION

Estimez-vous que votre activité en juillet et août a été : (84 répondants)



Un bilan très positif. Une saison estivale satisfaisante, voire très satisfaisante pour l'ensemble des professionnels interrogés. Une satisfaction encore plus conséquente sur août (73.8% jugent le mois satisfaisant voire très satisfaisant) que sur juillet (66.7% jugent le mois satisfaisant voire très satisfaisant).



REMARQUES, OBSERVATIONS

Extrait des observations, remarques sur le déroulement de la saison

- Début tardif de la saison (après le 17/07)
- La canicule, chaleur accablante : un frein aux déplacements, à la pratique d'activités

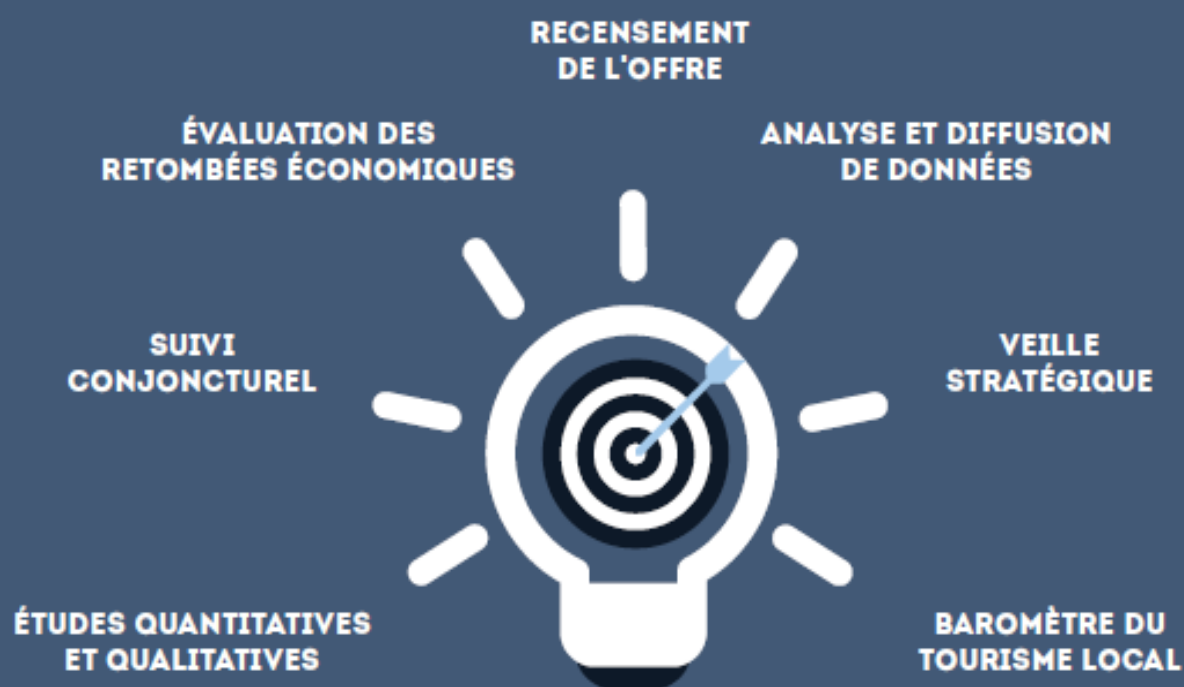
- Recherche de fraîcheur et de la nature
- Clientèle qui recherche le bien-être et la qualité gustative
- Recherche d'activités à proximité immédiate de l'hébergement (éviter de trop prendre la voiture)
- Clientèle venue plus qu'habituellement en train
- Vacanciers de moins en moins autonomes : besoin d'être "drivés" pendant leur séjour (idées balades, sites à voir, restauration...)
- Clientèle de juillet très sympathique, sachant prendre le temps contrairement à la clientèle du mois d'août plus exigeante et plus pressée

- Beaucoup plus de réservation d'ultra dernière minute
- Clients de plus en plus en quête de courts séjours, de weekends prolongés. Tendance à privilégier les séjours courte durée de façon à faire un circuit dans plusieurs régions

- Augmentation de la clientèle étrangère
- Retour des groupes en juillet (colonies, IME...) dans les hébergements collectifs
- Beaucoup de famille

- 2 tendances bien distinctes de clients : les très aisés qui ne regardent pas à la dépense et ceux qui sont très attentifs à leur budget vacances
- Des annulations de certaines activités de plein-air par manque de budget
- Manque de personnel pour répondre à la demande donc diminution de l'activité.
- Beaucoup d'évocation de la conjoncture

C'EST QUOI L'OBSERVATOIRE ?



Offices de
Tourisme
de France



SAINT-MARCELLIN
VERCORS ISÈRE
TOURISME

VOTRE CONTACT

Florence Binet

florence.binet@saintmarcellin-vercors-isere.fr

04 82 92 60 35

www.tourisme.saintmarcellin-vercors-isere.fr