



OBSERVATOIRE

ÉCONOMIQUE ET TOURISTIQUE

SAINT-MARCELLIN VERCORS ISÈRE TOURISME

**ENQUÊTE
DE
CONJONCTURE**

**JUILLET
AOÛT
2023**



Offices de
Tourisme
de France



**SAINT-MARCELLIN
VERCORS ISÈRE**
TOURISME



METHODOLOGIE

L'enquête de conjoncture estivale a été **réalisée du 28 août au 20 septembre 2023 auprès de 155 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.

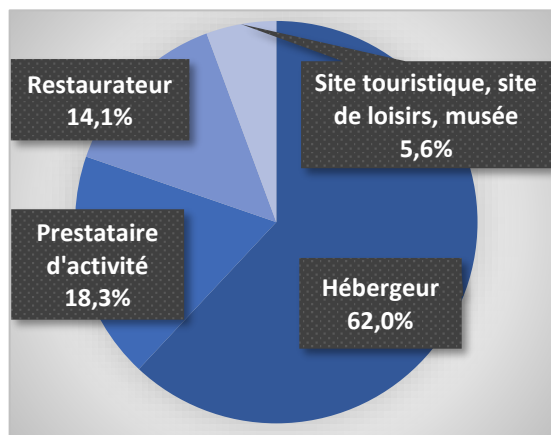
Procédé : diffusion de l'enquête par voie électronique le 28/08/2023, suivie d'une relance par mail le 11/09/2023 + relances téléphoniques effectuées par le service accueil auprès des prestataires du 15/09 au 18/09/2023.

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 45.8%

(71 répondants sur 155 prestataires touristiques sollicités)



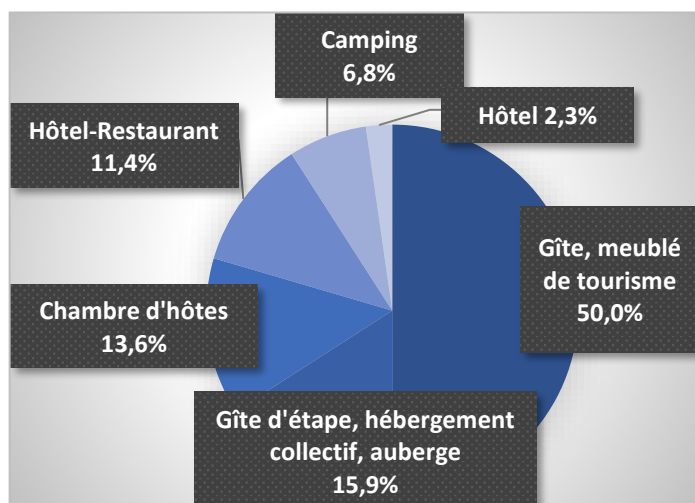
Détail des répondants

44 hébergements, 10 restaurants, 4 musées/sites, 13 prestataires d'activité.

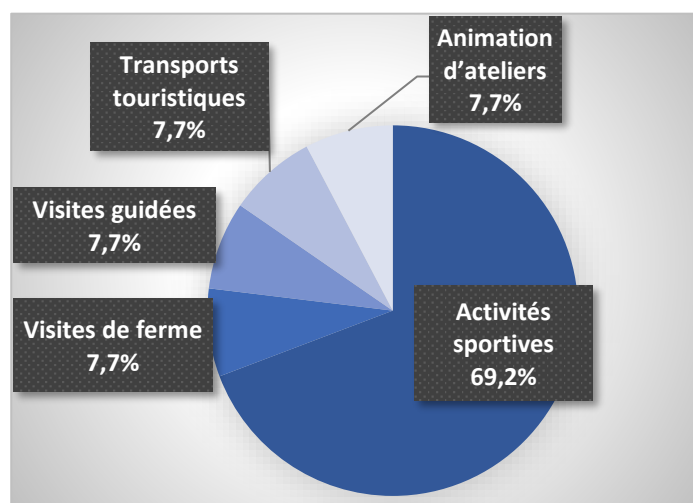


73.2% des répondants se situent sur le territoire Saint-Marcellin Vercors Isère, 16.9% sur les territoires limitrophes (Vercors Drôme, Vercors 4 Montagnes, Drôme des Collines, Bièvre Valloire) et 9.9% non précisé. A noter que les prestataires d'activités sportives interviennent pour la plupart sur plusieurs territoires.

Zoom sur les hébergements (44 répondants)



Zoom sur les prestataires d'activité (13 répondants)

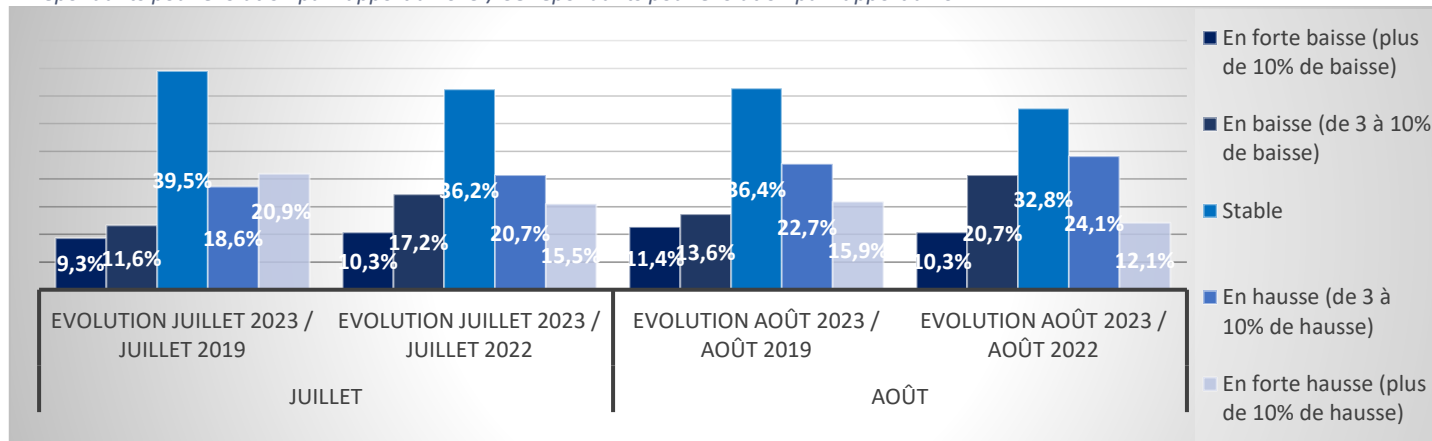




EVOLUTION DE LA FREQUENTATION

Par rapport à 2019 et 2022, la fréquentation de votre structure en juillet a été :

44 répondants pour évolution par rapport à 2019 / 58 répondants pour évolution par rapport à 2022

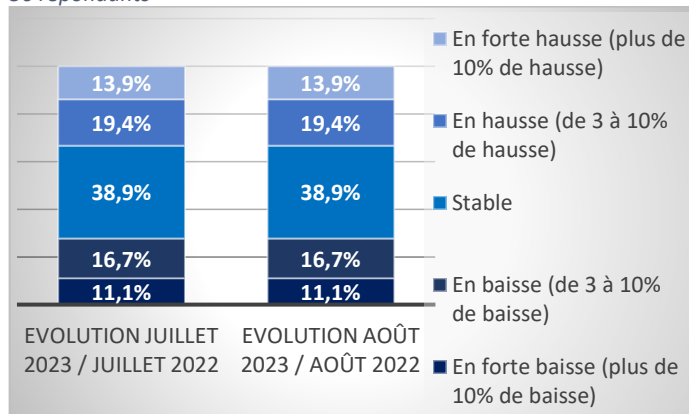


Par rapport à la saison estivale 2019, la fréquentation 2023 est plutôt meilleure mais les réponses sont plus mitigées par rapport à juillet-août 2022 mais à relativiser car 2022 a été une saison exceptionnelle en termes de fréquentation touristique sur notre territoire.

Fréquentation des hébergements

Evolution de la fréquentation 2022 à 2023

36 répondants



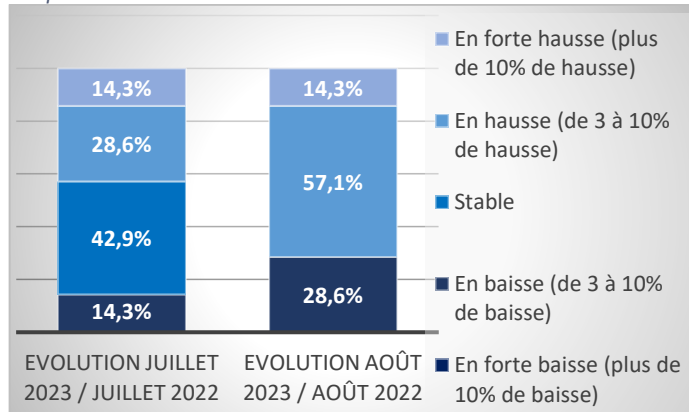
Une évolution de la fréquentation similaire sur juillet et sur août pour les hébergements, en majorité stable pour environ 40% des répondants.

La saison semble avoir été assez bonne pour les hébergements collectifs et les hôtels, qui oscillent entre stabilité et hausse, contrairement aux campings qui pour 75% ont constaté une baisse de fréquentation. Des résultats plus mitigés et très disparates en fonction des établissements pour les chambres d'hôtes. Les meublés de tourisme quant à eux enregistrent une légère baisse sur juillet mais une stabilité sur août.

Fréquentation des restaurants

Evolution de la fréquentation 2022 à 2023

7 répondants

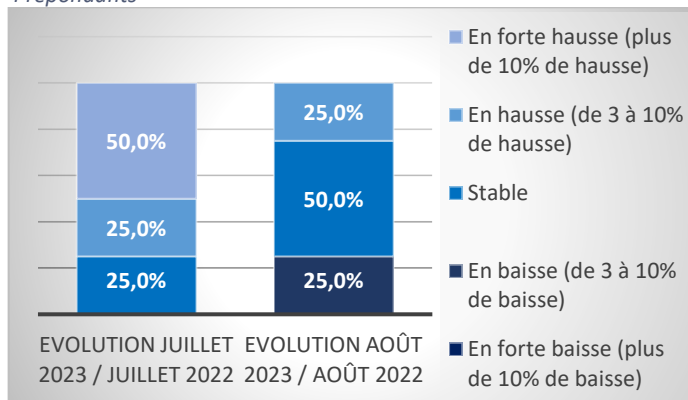


Une saison estivale plutôt positive pour les restaurants. Après un mois de juillet qui oscille entre stabilité et hausse de la fréquentation, le mois d'août tire son épingle du jeu avec 71,4% des répondants qui ont vu leur fréquentation augmenter, voire fortement augmenter. Plusieurs restaurateurs ont souligné la présence d'une clientèle certes touristique mais aussi une clientèle de passage fidèle, d'habités.

Fréquentation des musées et sites

Evolution de la fréquentation 2022 à 2023

4 répondants



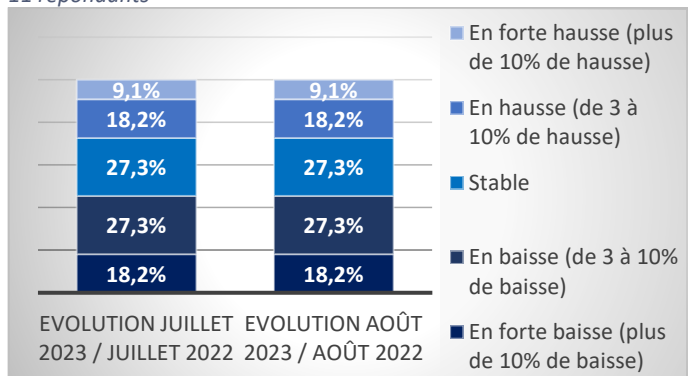
Une belle fréquentation pour les musées et sites touristiques cet été.

Un mois de juillet très positif avec 50% des répondants qui ont enregistré une forte hausse de leur fréquentation et 25% une hausse (aucun répondant n'a constaté de baisse de fréquentation sur mois-ci). En août, si la stabilité prédomine pour 50%, les résultats sont un peu plus nuancés (hausse pour 25% et baisse pour 25%).

Fréquentation des prestataires d'activités

Evolution de la fréquentation 2022 à 2023

11 répondants



Comme pour les hébergements, une fréquentation plus mitigée et contrastée, en juillet comme en août, et qui oscille entre stabilité (27.3%) et baisse plus ou moins forte (45.5%) la de fréquentation.

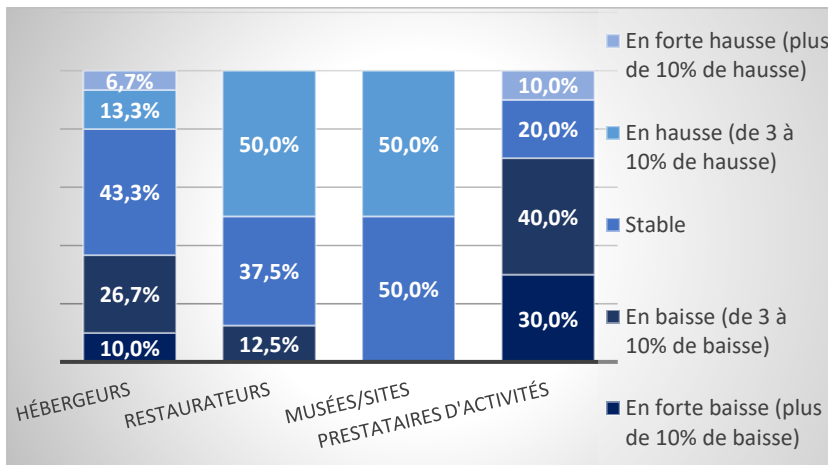
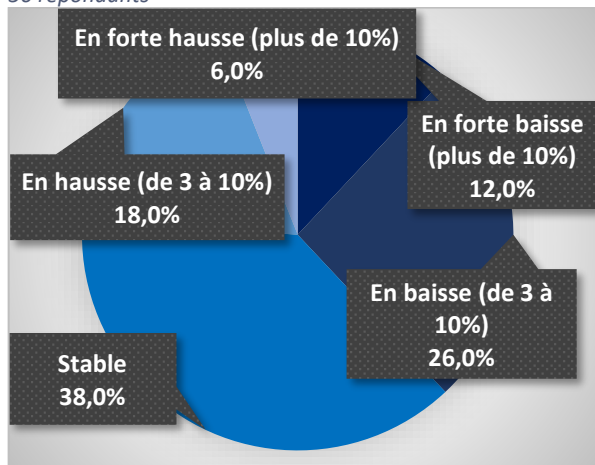
Si pour certains, notamment les prestataires d'activités sportives, les fortes chaleurs ont été un frein à la fréquentation, pour d'autres elles ont été bénéfiques : c'est le cas pour les visites guidées et les visites de ferme.



PANIER MOYEN

Par rapport à juillet et août 2023, le panier moyen a été :

50 répondants



Par rapport à 2022, le panier moyen est stable pour 38% des répondants, en hausse/forte hausse pour 24% et en baisse/ forte baisse pour 38% → **des résultats contrastés en fonction de l'activité.**

Ce sont les musées et sites touristiques possédant des boutiques et/ou espaces « buvette/petite restauration » qui semblent avoir le moins souffert de l'inflation puisque 50% d'entre eux ont constaté une hausse de l'ordre 3 à 10% du panier moyen et une stabilité pour les 50% restants.

Une hausse du panier moyen également pour 50% des restaurateurs malgré la conjoncture. Plusieurs restaurateurs ont constaté une hausse de leur clientèle mais avec une façon de consommer face à l'inflation : pour certains plus de produits haut de gamme consommés (ex. : des vins de qualité), pour d'autres une consommation moindre (ne prend que 1 ou 2 produits au lieu de plusieurs)

Pour les hébergeurs, si la stabilité du panier moyen prédomine pour 43.3% d'entre eux, il est en baisse pour 36.7%

Comme en 2022, ce sont les prestataires d'activités qui ont été le plus touchés par la baisse du panier moyen : 70% ont enregistré une baisse, voire une forte baisse du panier moyen imputée majoritairement à la chaleur et au contexte économique. Des difficultés à vendre des prestations à la journée pour certains, les visiteurs réservant plutôt à la demi-journée pour diminuer le coût.

Plusieurs répondants, toutes catégories confondues, ont indiqué que la clientèle étrangère a plus volontiers dépensé que la clientèle française.

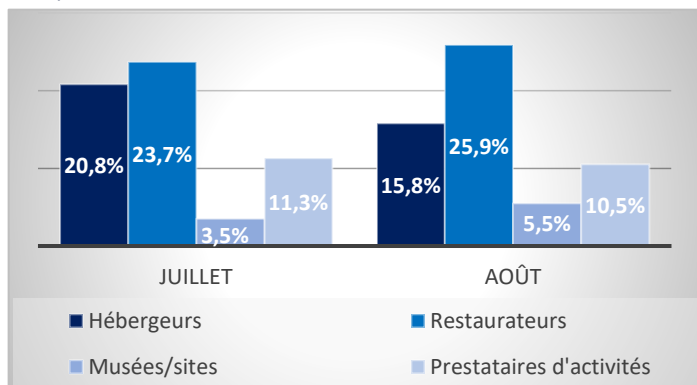


PROVENANCE DES CLIENTELES

Répartition clientèle française et étrangère

Quel est le pourcentage de la clientèle étrangère en juillet et août :

53 répondants



Pourcentage de la clientèle étrangère, toutes catégories confondues :

18.75% en juillet et 15.75% en août

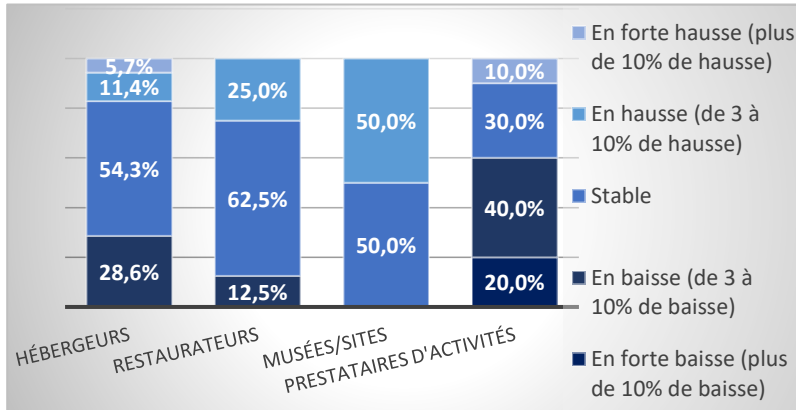
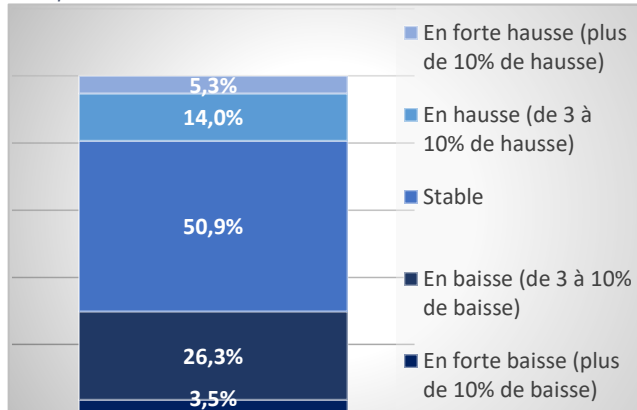
(en 2022 : 11.54% en juillet, 12.35% en août)

Une clientèle étrangère plus importante qu'en 2022 mais qui cette année semble avoir été plus présente en juillet qu'en août. Une clientèle étrangère plus conséquente dans les restaurants et les hébergements que chez les prestataires d'activité et notamment dans les musées où la part de clientèle étrangère est très faible.

Clientèle française

Par rapport à juillet et août 2022, la part de la clientèle française est :

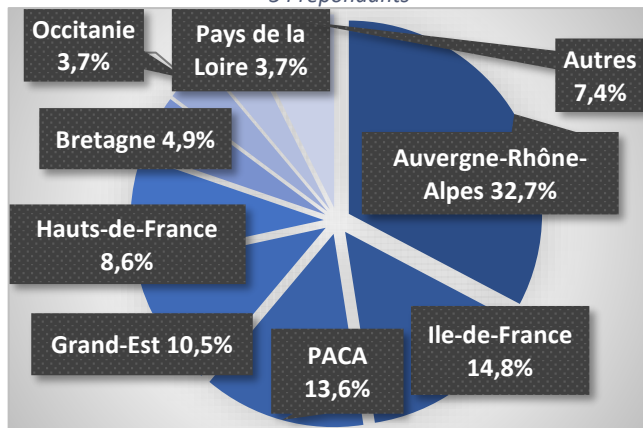
57 répondants



La part de la clientèle française est stable par rapport à 2022 pour 50.9% des répondants mais là encore des disparités en fonction de l'activité. Si la part de la clientèle française est à la hausse pour les musées (+50%) et dans une moindre mesure pour les restaurants (+25%), il n'en est pas de même pour les prestataires d'activités qui constatent une baisse de 60% et dans une moindre mesure pour les hébergements.

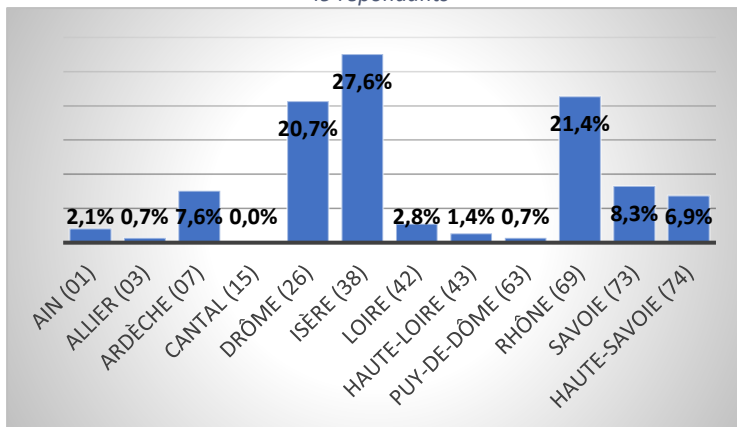
Citez les 3 principales régions dont est issue votre clientèle française :

54 répondants



Détail de la clientèle en provenance d'Auvergne-Rhône-Alpes :

49 répondants



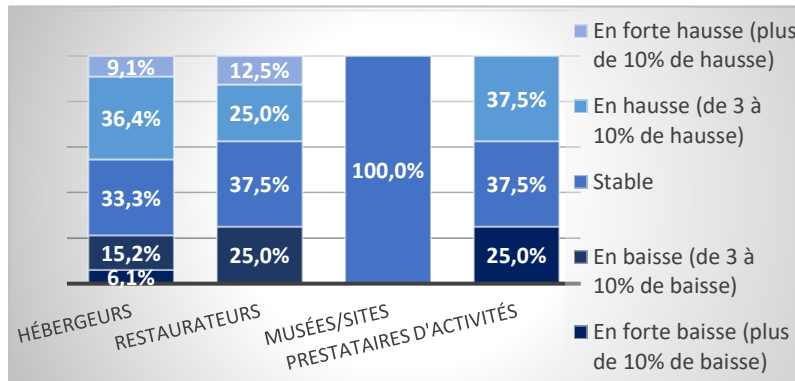
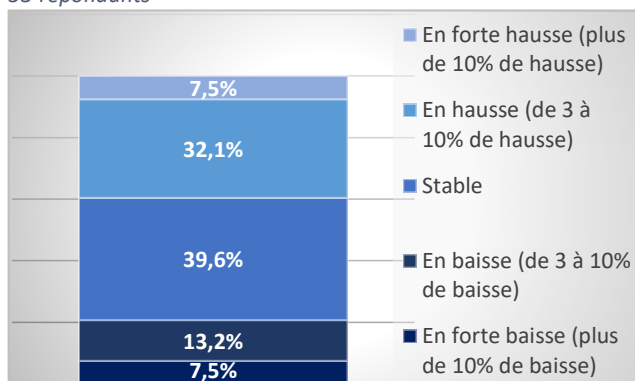
La région Auvergne-Rhône-Alpes demeure, comme les années précédentes, le principal bassin émetteur, avec 32.7%. A noter que la part de la clientèle d'Auvergne-Rhône-Alpes est beaucoup plus importante chez les prestataires d'activité (45.5%) et les sites et musées (40%). Comme les années précédentes, viennent ensuite les régions Ile-de-France et PACA. La région Grand-Est, en recul en 2022, progresse fortement (10.5% contre 5.2% en 2022) contrairement à la Normandie qui passe de 5.6% en 2022 à 3% en 2023.

Concernant la clientèle d'Auvergne-Rhône-Alpes, les principaux départements de provenance sont : l'Isère (27.6%), le Rhône (21.4%) et la Drôme qui progresse cette année (20.7% contre 16.9% en 2022).

Clientèle étrangère

Par rapport à juillet et août 2022, la part de la clientèle étrangère est :

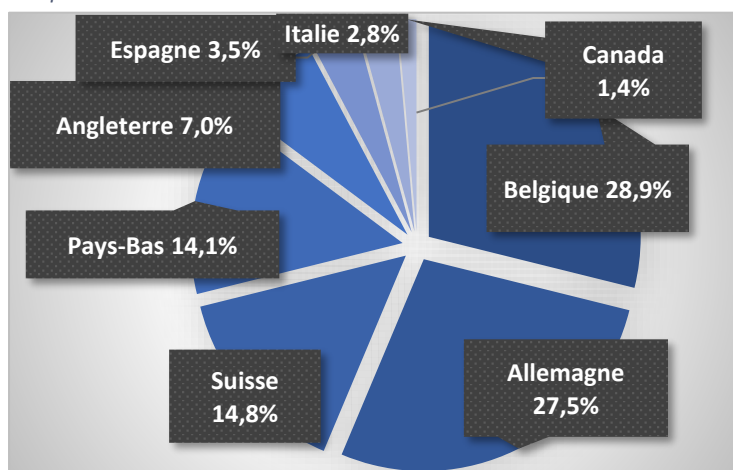
53 répondants



La clientèle étrangère est stable pour 39.6% des répondants et en hausse pour également 39.6%. C'est chez les hébergeurs que la clientèle étrangère est en plus forte hausse (pour 45.5% d'entre eux).

Citez les 3 principaux pays dont est issue votre clientèle étrangère :

47 répondants



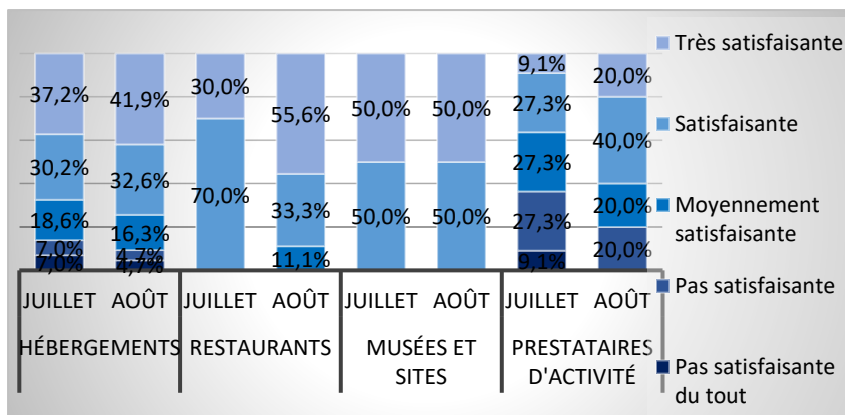
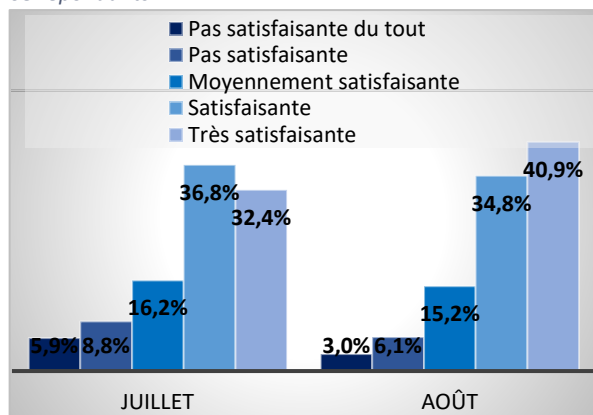
On retrouve le même quatuor de tête qu'en 2022 : Belgique, Allemagne, Suisse et Pays-Bas. A noter cependant une hausse de la clientèle belge qui arrive cette année en première position (2^{ème} position en 2022 avec 22.9%) au détriment de l'Allemagne qui chute d'une place. Les clientèles anglaises et espagnoles sont elles aussi en progression par rapport à 2022. Emergence cette année de la clientèle canadienne sur notre territoire.



SATISFACTION

Estimez-vous que votre activité en juillet et août a été :

68 répondants



Un bilan très positif pour cette saison estivale 2023 avec un taux de satisfaction encore plus conséquent sur août que sur juillet toutes catégories confondues : en juillet 69.2% de satisfaits et très satisfaits et 75.7% pour août.

Si les restaurants et les sites/musées affichent une pleine satisfaction, le bilan est plus contrasté pour les prestataires d'activité notamment en juillet.



REMARQUES, OBSERVATIONS

Extrait des observations et remarques les plus fréquemment citées sur le déroulement de la saison

Les visiteurs apprécient notre territoire pour :

- Sa richesse et sa diversité : villages pittoresques, musées, sites touristiques, activités sportives...
 - La beauté de ses paysages et des petits villages
 - Son calme, le dépaysement, une mise « au vert »
- Ses activités de pleine nature et notamment la randonnée

Mais quelques bémols, des retours négatifs sur :

- Le village de Pont-en-Royans mal entretenu, voire sale
- La qualité de certains restaurants mais aussi la forte hausse des tarifs dans certains restaurants
 - La plupart des restaurants à Saint-Marcellin sont fermés au mois d'août
- Le manque de petits commerces (épiceries...) dans certains villages touristiques, notamment Pont-en-Royans et Saint-Antoine-l'Abbaye

Des visiteurs agréables pour certains prestataires touristiques :

- De belles rencontres et de beaux échanges avec nos hôtes
 - Des visiteurs détendus et agréables

Mais pour d'autres prestataires touristiques, c'est le constat inverse :

- Une clientèle plutôt morose
 - Une clientèle moins agréable qu'à l'accoutumé
 - Les gens sont plus irritables et impatientes
- Des négligences de la part des clients dans certains hébergements
- Une clientèle française (et notamment parisienne) moins respectueuse que la clientèle étrangère

Fréquentation en juillet et août :

- Un manque de clients la 1^{ère} quinzaine de juillet
- Un mois de juillet qui ne progresse pas et qui a tendance à s'effacer
 - Juillet a eu du mal à décoller
 - Le mois d'août reste le mieux fréquenté

Durée des séjours pour les gîtes :

- Des séjours plus courts
- Les gens veulent de plus en plus du très court séjour même en cœur de saison
- Il faut continuer de s'adapter à la demande des clients quant à la durée de leur séjour
 - Des séjours plus longs (9 jours / 13 jours / une semaine)

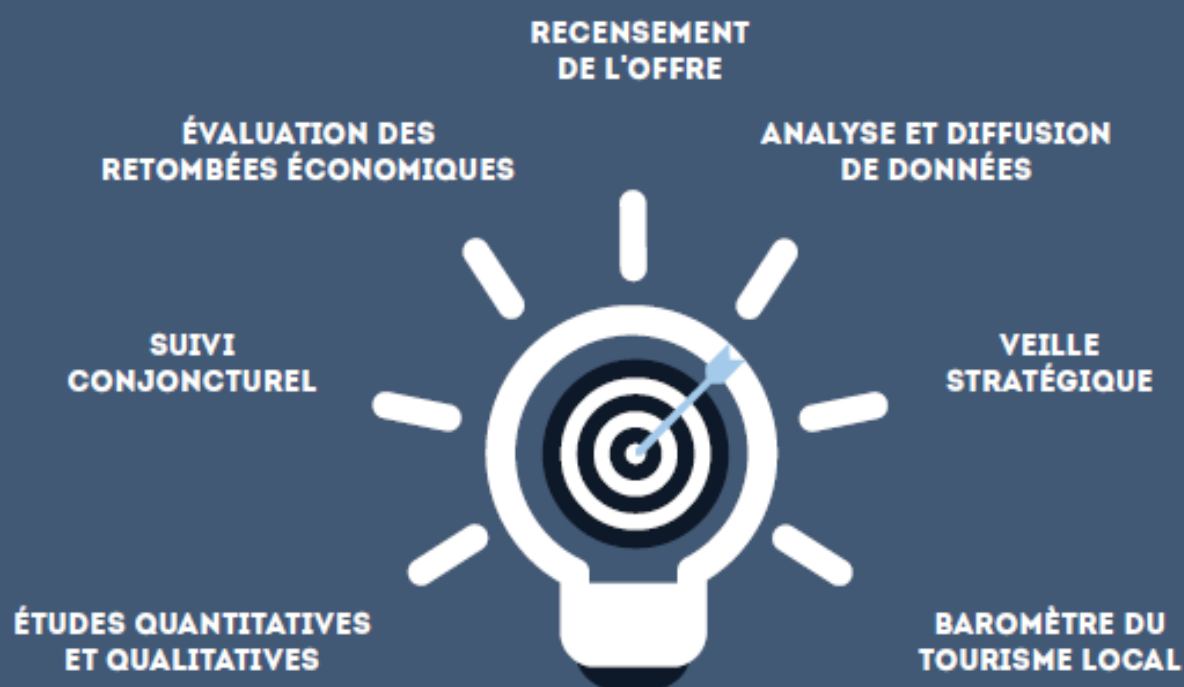
Durée des séjours pour les chambres d'hôtes :

- Nous avons privilégié les séjours d'au moins 2 jours en juillet août
 - 80% de notre clientèle ne reste qu'une nuit
 - Une saison sauvée par l'accueil de stages

Typologie de la clientèle :

- La clientèle de séjour a fait défaut
- La clientèle itinérante est en voie de disparition sur notre massif
 - Peu de touristes (essentiellement raison familiale et travail)
- Baisse de clientèle escalade, liée probablement aux derniers conflits d'usage
- Peu d'étrangers en juillet mais beaucoup plus en mai et juin (hollandais et belges)

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