

### SAISON 2021

---

**LA SAISON 2021, COMME EN 2020, A ETE RYTHMEE PAR LES CONTRAINTES SANITAIRES AUXQUELLES S'EST AJOUTEE UNE METEO MAUSSADE SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE NATIONAL. POUR AUTANT, LE BILAN EN LOT-ET-GARONNE EST PLUTÔT SATISFAISANT.**

Parmi les répondants à l'enquête de conjoncture menée par le CRT Nouvelle-Aquitaine, en partenariat avec les CDT et ADT :

- **71%** se déclarent **satisfaits** de la fréquentation sur l'ensemble de la saison 2021 (de mai à septembre) : 88% pour les résidences de tourisme et villages de vacances et 90% des offices de tourisme, 55% des hôteliers et 68% des lieux de visites, 79% des campings mais seulement 30% des sites de loisirs et 32% des restaurateurs.
- **pour 33% la fréquentation de la saison 2021 est en hausse** par rapport à la saison 2020
- le chiffre d'affaire de la saison 2021 est en hausse par rapport à la saison 2020 pour la majorité des prestataires dans l'ensemble des secteurs sauf pour la restauration où ils ne sont que 37% à constater une hausse ou une stabilité du CA..

#### Les hébergements :

Les hébergements locatifs :

La tendance 2020 s'est confirmée en 2021 sur l'ensemble de la saison : les hébergements individuels ont été privilégiés, notamment ceux avec piscine. Les taux d'occupation sont en hausse pour la Centrale des Gîtes de France comme sur les plateformes collaboratives (Airbnb, Booking, Homeaway et Sportihome). Il faut noter l'allongement des séjours avec l'augmentation des réservations de 2 à 3 semaines.

L'hôtellerie :

Une saison variable selon les secteurs. Le retour des séjours et événements familiaux en début de saison ont permis une reprise de l'activité. Toutefois, la saison a été meilleure pour les établissements en zone rurale et ayant une clientèle d'habituels. Les hôtels en zone urbaine ont plus de difficultés à retrouver un niveau d'activité d'avant crise. Seulement 52% des établissements ayant répondu à l'enquête de conjoncture ont une fréquentation stable ou en hausse par rapport à 2020 et ils ne sont que 14% par rapport à 2019.

L'hôtellerie de plein air :

79% des campings ayant répondu à l'enquête de conjoncture se déclarent satisfaits à très satisfaits de la saison 2021. Même s'ils n'ont pas tous retrouvé le niveau d'avant crise, 57% constatent une stabilité et 12% une forte hausse de la fréquentation par rapport à 2020. La saison a été plus compliquée pour les campings qui ont une clientèle exclusivement britannique et une communication tournée uniquement vers ces publics, la clientèle française n'a pas compensé le manque.

#### Les sites de loisirs :

Si 69% des prestataires qui ont répondu à l'enquête de conjoncture déclarent n'être pas satisfaits de la fréquentation sur l'ensemble de la saison 2021, il faut noter que certains ont malgré tout enregistré une fréquentation supérieure à 2019 voire une fréquentation record.

La météo n'a pas favorisé les lieux de baignade et sites d'activités nautiques. A contrario, les sites couverts et activités de plein air ont connu une belle fréquentation.

La clientèle française, bien que plus présente sur notre territoire cette année encore n'a pas, comme pour les campings, compensé l'absence de clientèle étrangère dans les sites où elle est habituellement très présente.

La généralisation du pass sanitaire a, pour 57% des prestataires, fortement pénalisé la fréquentation ; certains sites ont dû refuser l'entrée à des clients potentiels quand d'autres ont constaté que les touristes qui avaient un pass sanitaire valable en début de séjour ne le renouvelaient pas tout en profitant des activités proposées sur leur lieu d'hébergement et privilégiant les activités libres et en plein air comme la randonnée ou les parcours Terra Aventura en fin de séjour.

#### **Les marchés :**

Plusieurs marchés ont été annulés après le 9 août, date de l'instauration du pass sanitaire. Parmi ceux qui ont été maintenus certains enregistrent malgré tout une baisse de fréquentation.

Les Marchés de Producteurs de Pays ont fait une belle saison avec une part des locaux par rapport aux touristes plus importante qu'une saison normale.

#### **Les restaurants :**

72% des restaurants ayant répondu à l'enquête de conjoncture déclarent une baisse de fréquentation et 78% ne sont pas satisfaits de la fréquentation de la saison. La mise en place du pass sanitaire a contraint certains à fermer leurs établissements en raison du manque de personnel et/ou de clientèle.

#### **La clientèle :**

La clientèle reste, en 2021, principalement française (en hausse pour 32% des prestataires par rapport à 2020 et pour 25% par rapport à 2019) et de proximité (en hausse pour 19% des prestataires par rapport à 2020 et pour 18% par rapport à 2019). Bien que l'on note un retour des clientèles belge et néerlandaise, la clientèle étrangère est en net recul pour 1 prestataires sur 2 par rapport à 2020 ou à 2019.

La durée moyenne des séjours augmente et on voit apparaître une nouvelle clientèle de personnes qui viennent télétravailler en Lot-et-Garonne.

Les conditions sanitaires mais aussi la météo maussade de juillet ont profité aux réservations de dernière minute, une tendance qui semble s'affirmer.

Les clients des hébergements proposant des infrastructures de loisirs sur place et gratuites sont moins sortis pour des raisons sanitaires (ex. : dans les campings, le pass n'était à présenter qu'en début de séjours alors qu'il fallait le présenter pour chaque entrée dans un lieu de loisirs. Ceux qui n'étaient pas vaccinés et qui ont fait un test au moment de leur départ en vacances n'en n'ont pas refaits pendant leur séjour et sont donc moins sortis) et pour des raisons financières.

#### **Les offices de tourisme :**

Les OT sont satisfaits de la fréquentation de la saison 2021, en hausse par rapport à celle de 2020 sans rattraper le niveau de 2019. Toutefois, la tendance à la baisse de la fréquentation physique et une augmentation des contacts sur les réseaux sociaux ou des consultations des sites internet amorcées il y a plusieurs années se confirment. L'accueil hors les murs, dans les lieux d'hébergements ou sur les marchés est également une nouvelle solution pour diffuser l'information auprès des touristes. Enfin, la distribution de la documentation dans les sites de loisirs, notamment via le partenariat avec le réseau Evasion Sud Ouest, est un bon moyen de toucher la clientèle qui ne se déplace habituellement pas dans les OT ou, celle qui, en cette période de pandémie, limite les contacts.

#### **Evolution du chiffre d'affaires :**

Le CA 2021 par rapport au CA 2020 est légèrement en hausse ou stable pour une grande majorité des prestataires. Toutefois, il faut noter que le secteur de la restauration est le plus impacté car ils ne sont que 37% à faire ce constat contre 99% des sites de sport et de loisirs.

---

\* Note de tendance réalisée à partir des sources suivantes :

- Enquête de conjoncture : résultats issus d'un sondage mené par le Comité Régionale du Tourisme de Nouvelle-Aquitaine, en partenariat avec les ADT / CDT de Nouvelle-Aquitaine, auprès d'un panel de professionnels du tourisme (hors hébergements locatifs et restaurants). Dates des enquêtes et nombre de répondants pour le 47 : du 21 septembre au 6 octobre 2021 (117 répondants), du 27 au 31 mai (78 répondants), du 28 juin au 2 juillet (85 répondants), du 26 juillet au 2 août (92 répondants), du 18 au 23 août (70 répondants). Les restaurateurs ont été interrogés uniquement pour le sondage du 21 septembre au 6 octobre par le CRT de Nouvelle-Aquitaine en partenariat avec les ADT/CDT de Nouvelle-Aquitaine et les CCI de Nouvelle-Aquitaine.
- Entretiens menés par le Comité Départemental du Tourisme auprès de différents représentants de filières et réseaux professionnels départementaux tout au long de la saison.
- AIRDNA (société d'analyse de données du marché de la location des vacances et de l'hébergement chez l'habitant) – compilation des données issues de Airbnb, Booking, Homeaway (Abitel) et Sportihome