

Dans la continuité des très bons résultats du début de saison, la fréquentation de juillet avait été plutôt satisfaisante, à la faveur du week-end prolongé du 14 juillet et des deux étapes lotoises successives du Tour de France. Avec le retour en masse des clientèles étrangères, les volumes de visiteurs accueillis ont même parfois dépassé les niveaux historiques de 2019.

Qu'en est-il de la situation touristique dans le département au sortir de ce mois d'août ? Les clients ont-ils encore été au rendez-vous malgré les épisodes de chaleur ? Cette fréquentation s'est-elle concrétisée en matière d'activité économique pour les professionnels du tourisme ? L'heure est venue de dresser les premiers éléments de bilan de cette saison 2022.

Nous adressons à nouveau nos plus vifs remerciements aux professionnels du tourisme lotois qui nous ont permis d'établir cette photographie mensuelle, en complément des données de fréquentation collectées par Orange à partir des téléphones mobiles. Nous leur donnerons rendez-vous le mois prochain pour dresser un bilan plus complet de cette saison 2022.

Des Français plus nombreux à partir en vacances cet été

Malgré un contexte économique plutôt incertain, les Français n'ont pas renoncé à leurs vacances. Selon une enquête OpinionWay¹ menée auprès d'un échantillon de 4 000 français, le premier bilan de cette saison 2022 affiche des signaux plutôt favorables pour le tourisme. En effet, 64% des Français sont partis en week-end et/ou en vacances entre juillet et août, soit 5 points de plus qu'à l'été 2021, sans toutefois atteindre les niveaux de 2019 (70% de partants).

Etablie à 9 jours en moyenne, la durée des séjours n'a guère évolué depuis 2022. En revanche, le nombre moyen de séjours effectués durant les vacances estivales a été revu légèrement à la baisse (1,5 séjours contre 1,8 en 2021). Comme l'année dernière, les partants ont été 88% à privilégier la France comme destination de vacances avec une prédisposition pour le littoral (1^{er} espace plébiscité par 37% des partants), tandis que la campagne arrive en seconde position (32% soit +2 points par rapport à 2021). Ces vacanciers ont séjourné pour 61% d'entre eux dans un hébergement marchand : les locations entre particuliers, les hôtels et les campings ont été les établissements les plus prisés.

Episodes caniculaires et pouvoir d'achat en berne : quels comportements d'ajustements des clientèles ?

Malgré les bons signaux constatés en matière d'intentions de départs et de volumes de visiteurs, il semblerait néanmoins que l'on assiste à des ajustements des comportements des clientèles. Le facteur économique, peu favorable au pouvoir d'achat, semble avoir généré des stratégies d'adaptation chez de nombreux vacanciers, comme l'atteste notamment la progression significative des séjours non marchands (35% cette année contre 31% en 2021). Pour les non-partants, les contraintes financières restent de loin la principale raison de ne pas partir en vacances cet été, devant les raisons personnelles.

Sur le plan climatique, la France a été frappée par une succession de vagues historiques de chaleurs, avec des relevés de températures atteignant parfois des valeurs jamais relevées jusqu'alors. Face à ces conditions météorologiques particulières, les pratiques touristiques se sont ajustées, avec un accroissement significatif des activités de baignade (24% des motifs d'excursion contre 13% en 2021), des pratiques en extérieur (grands espaces, parcs, jardins...) le plus souvent à proximité du lieu de villégiature.

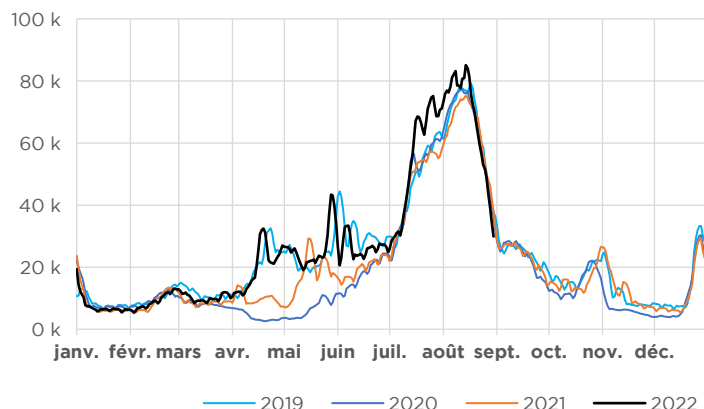
Le déficit de précipitations a aussi plongé la quasi-totalité du territoire métropolitain dans une situation de stress hydrique inédite. Les conséquences de cette crise de la ressource en eau ont été particulièrement impactantes pour de nombreux secteurs économiques. Pour les professionnels du tourisme, certains secteurs plus que d'autres ont été affectés par ce phénomène qui a touché tout particulièrement les opérateurs d'activité aquatiques.

¹ Enquête Opinionway pour le compte d'Atout France et des 13 Comités Régionaux du Tourisme, Dispositif intentions de départ 2022 (vague 3) : Les vacances des Français lors de l'été 2022. Août 2022.

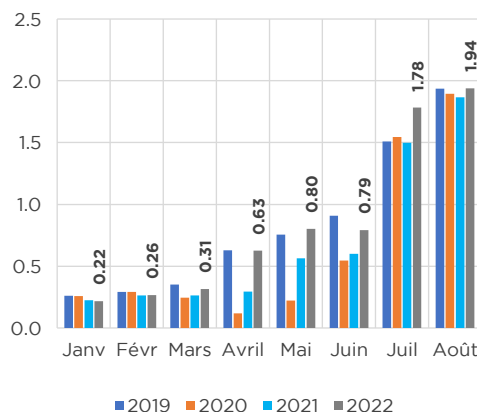
Après d'excellents chiffres en juillet, la fréquentation du mois d'août s'inscrit dans les tendances des années passées

Après un mois de juillet particulièrement généreux sur le plan des volumes de visiteurs (+18% par rapport à 2021), la fréquentation de ce mois d'août s'inscrit davantage dans la continuité des tendances observées sur ces trois dernières années. Avec 1,9 millions de nuitées touristiques, les volumes sont en légère progression par rapport à l'année passée (+4%) mais stables en comparaison avec l'année 2019 qui avait été particulièrement bonne.

Nuitées quotidiennes des touristes français et étrangers dans le Lot
(Moyennes mobiles sur 5j. - données 2021 continues non stabilisées)



Nuitées mensuelles des touristes français et étrangers dans le Lot (en millions)



Malgré le léger retrait des clients français, le regain d'affluence des vacanciers étrangers a boosté la fréquentation de cet été

Avec 29% de nuitées étrangères enregistrées sur les deux mois d'été, l'année 2022 se distingue par un retour à la normale concernant la structure des origines des clientèles touristiques, laquelle retrouve ses caractéristiques d'avant crise (2019). En effet, les bons résultats observés sur juillet et août sont principalement le fait d'un retour massif des clientèles internationales (+62% par rapport à 2021), avec des volumes qui devançant même ceux de 2019 (+14%).

Parmi les étrangers présents, ce sont les Pays-Bas (27%) et le Royaume-Uni (19%) qui dominent le classement, suivi des Belges (16%), Allemands (6%) et Espagnols (5%). À noter également que la faiblesse de l'euro par rapport au dollar sur le marché des changes semble avoir fait le bonheur des touristes américains. Certains d'entre eux en ont profité pour découvrir le Lot, principalement en juillet, où ils apparaissaient pour la première fois en cinquième position du classement des bassins émetteurs étrangers avec 4,2% des nuitées étrangères mensuelles réalisées.

Fréquentation des touristes français et étrangers dans le Lot (en nuitées)

		2019	2020	2021	2022	2021-2022	2019-2022
JUILLET	<i>Français</i>	1 027k	1 197k	1 165k	1 213k	+4% →	+18% ↑
	<i>Etrangers</i>	482k	349k	334k	570k	+71% ↑	+18% ↑
	Total	1 509k	1 546k	1 499k	1 783k	+19% ↑	+18% ↑
AOÛT	<i>Français</i>	1 464k	1 567k	1 531k	1 424k	-7% ↓	-3% →
	<i>Etrangers</i>	473k	329k	335k	516k	+54% ↑	+9% ↑
	Total	1 937k	1 895k	1 866k	1 940k	+4% →	+0% →
JUILLET-AOÛT	<i>Français</i>	2 491k	2 764k	2 696k	2 637k	-2% →	+6% ↑
	<i>Etrangers</i>	955k	678k	669k	1 086k	+62% ↑	+14% ↑
	Total	3 447k	3 442k	3 365k	3 723k	+11% ↑	+8% ↑

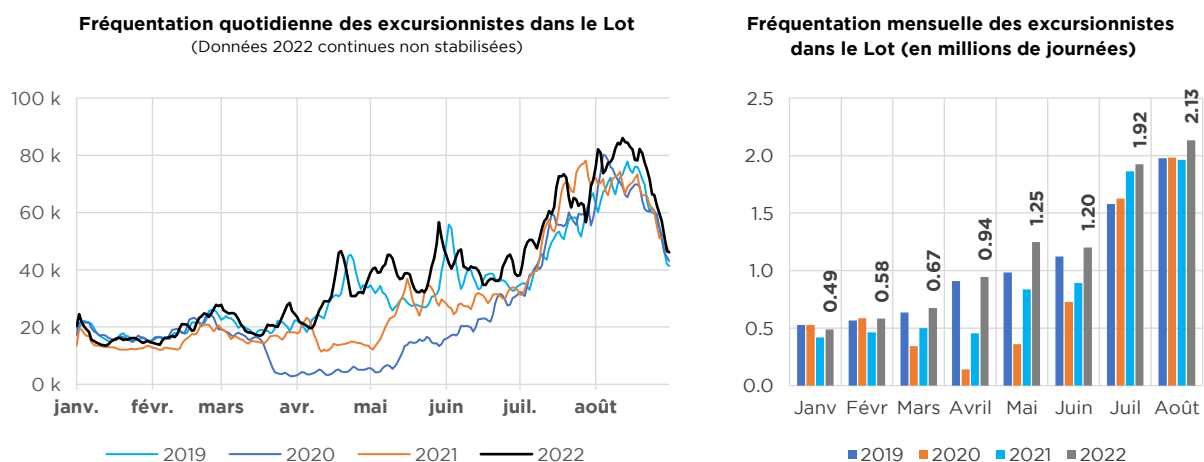
Source : Lot Tourisme d'après Orange - Flux Vision Tourisme / *données continues non stabilisées

Pour ce qui relève du marché intérieur français, les volumes de nuitées affichent une relative stabilité par rapport à 2021. Pour autant, un important changement peut être relevé concernant la hiérarchie des marchés émetteurs. Si les régions toulousaines et bordelaises constituent traditionnellement les principaux pourvoyeurs de clientèles touristiques dans le Lot sur l'avant et l'après saison, les deux mois d'été sont en revanche habituellement dominés par la présence de clientèles issues d'Ile de France.

Cette situation ne s'est pas vérifiée en 2022 avec la Haute-Garonne qui domine pour la première fois le podium sur les deux mois d'été (5,9% des nuitées), devant Paris (5,6%), les Hauts-de-Seine (4,2%), le Nord (4,2%) et les Yvelines (3,7%). Dans un contexte d'augmentation des coûts des transports, le Lot a sans doute constitué une terre d'accueil pour une part non négligeable de ménages issus du bassin toulousain privilégiant des destinations moins lointaines.

Une progression de l'excursionnisme à la faveur des visiteurs étrangers

Durant ces deux mois d'été 2022, les pratiques de proximité ont continué à prendre de l'ampleur. Particulièrement bien doté en matière d'offres touristiques adaptées aux fortes chaleurs (rivière, lieux de baignade, grottes et gouffres), le Lot a spécialement bénéficié de ce phénomène qui s'est traduit en matière de nuitées touristiques, mais aussi dans le cadre de visiteurs à la journée, essentiellement des touristes en provenance des départements limitrophes.



Avec respectivement 1,9 millions de journées visiteurs en juillet et 2,1 millions en août, l'excursionnisme a progressé de plus de +3% en juillet et +9% en août par rapport à 2021. Ce ne sont pas moins de 970 000 excursions de visiteurs étrangers qui ont ainsi été enregistrées cet été contre 700 000 l'année précédente, une croissance principalement tirée par le regain de visiteurs étrangers (+38% vs. 2021). Leurs volumes restent néanmoins inférieurs à ceux de 2019 (-10%).

Fréquentation des excursionnistes français et étrangers dans le Lot (en journées)

		2019	2020	2021	2022	2021-2022	2019-2022
JUILLET	<i>Français</i>	1 038k	1 331k	1 498k	1 434k	-4% →	+38% ↑
	<i>Etrangers</i>	540k	295k	365k	490k	+34% ↑	-9% ↓
	Total	1 578k	1 626k	1 863k	1 924k	+3% →	+22% ↑
AOÛT	<i>Français</i>	1 444k	1 703k	1 625k	1 654k	+2% →	+15% ↑
	<i>Etrangers</i>	532k	280k	338k	480k	+42% ↑	-10% ↓
	Total	1 976k	1 983k	1 963k	2 133k	+9% ↑	+8% ↑
JUILLET-AOÛT	<i>Français</i>	2 481k	3 034k	3 123k	3 088k	-1% →	+24% ↑
	<i>Etrangers</i>	1 073k	575k	703k	969k	+38% ↑	-10% ↓
	Total	3 554k	3 609k	3 826k	4 057k	+6% ↑	+14% ↑

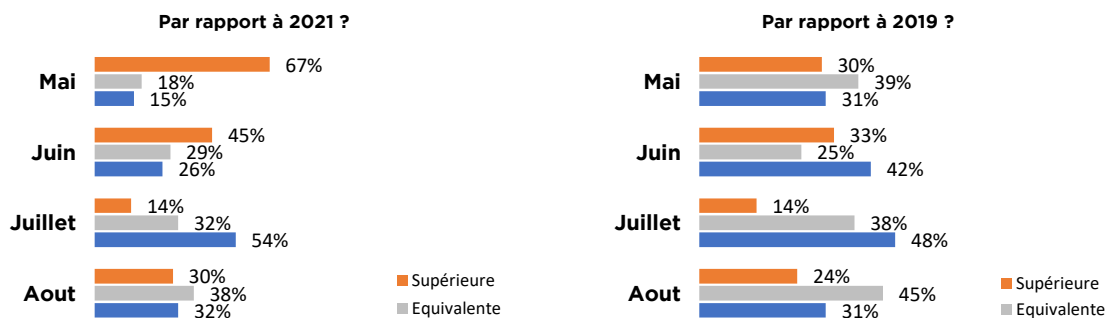
Source : Lot Tourisme d'après Orange - Flux Vision Tourisme / *données continues non stabilisées

Le nombre d'excursionnistes français reste quant à lui plutôt stable par rapport à 2021 (-1%), mais en forte progression si on le compare à 2019 (+24%). Sans véritables bouleversement par rapport aux tendances précédentes, les principaux départements émetteurs d'excursionnistes français sont la Haute-Garonne (10%), la Corrèze (8%), le Tarn-et-Garonne (7%), la Dordogne (6%) et l'Aveyron (6%).

Des volumes de fréquentation qui ne se traduisent pas toujours par des résultats à la hauteur des attentes des professionnels

À contre-courant des tendances constatées sur les volumes de nuitées, le mois de juillet avait été jugé peu satisfaisant pour une majorité de prestataires. Si les touristes étaient pourtant bel et bien au rendez-vous, les fortes chaleurs conjuguées au contexte inflationniste ont sans doute joué un rôle « anesthésiant » en matière de consommation, avec un niveau d'activité jugé en baisse par rapport aux autres années pour plus d'un professionnel sur deux.

Comment jugez-vous votre fréquentation du mois passé ?



Source : CRT Occitanie / Lot Tourisme - enquêtes conjonctures 2021 (NSP non représentés)

Le mois d'août affiche quant à lui un meilleur bilan, même si les appréciations restent très mitigées : un tiers de prestataires s'estiment satisfaits contre un tiers d'entre eux jugeant leur fréquentation inférieure aux années précédentes. Sur cette enquête du mois d'août, nombreux sont en effet les professionnels à témoigner de difficultés d'exploitation directement liées aux aléas climatiques ou encore de comportements de réserve de la part de clients plus regardants sur leurs dépenses.

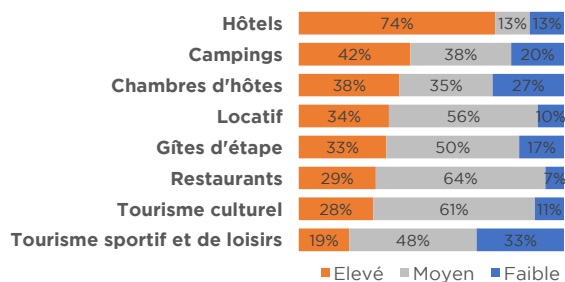
De fortes disparités selon les secteurs d'activité

Si l'appréciation du niveau de fréquentation par rapport aux années précédentes ne fait pas l'unanimité, le mois d'août semble avoir tenu néanmoins ses promesses en matière d'activité économique pour une grande majorité d'acteurs du tourisme. Si l'on interroge les prestataires lotois quant à leur chiffre d'affaires du mois, 44% le jugent « moyen » et 32% d'entre eux l'estiment « élevé », une appréciation en large progression par rapport au mois de juillet où ces derniers n'étaient que 13%.

De profonds écarts subsistent néanmoins selon le secteur d'activité. Alors que les hôtels, campings et chambres d'hôtes sont majoritaires à témoigner d'une activité « élevée », les gîtes d'étapes, les restaurateurs, le locatif et le tourisme culturel font état d'un chiffre d'affaires « moyen ».

Comme en juillet, ce sont les opérateurs sportifs et sites de loisirs qui semblent avoir le plus souffert des impacts de la canicule avec un tiers d'entre eux jugeant leur activité « faible » au plus fort de cette saison touristique.

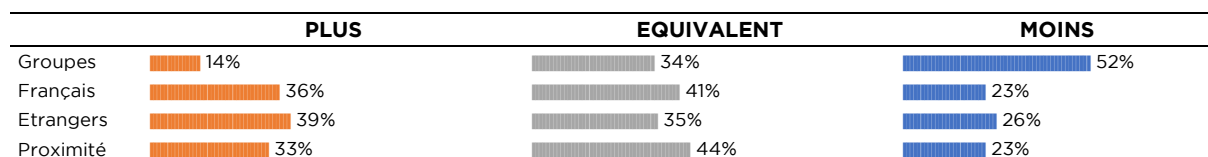
Comment jugez-vous votre niveau d'activité / chiffre d'affaires pour le mois d'août ?



Un retour remarqué des touristes internationaux, mais aussi des clientèles de proximité

En matière de profils de clientèles, la perception des professionnels confirme les tendances observées sur les données Flux Vision Tourisme. Ils sont ainsi une majorité à constater le regain d'affluence des visiteurs étrangers (39%) tandis que les clientèles françaises et de proximité sont jugées plutôt équivalentes. Traditionnellement peu présent sur cette période de l'année, le segment des groupes est ressenti comme moins représenté par un enquêté sur deux.

Fréquentation par type de clientèles au cours du mois d'août 2022

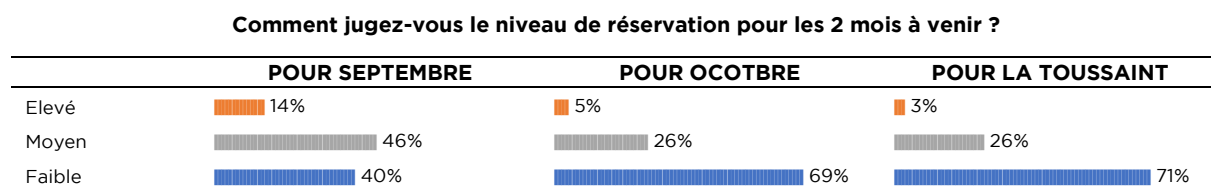


Source : CRT Occitanie / Lot Tourisme - enquête conjoncture juillet 2022 (NSP non représentés) - données arrêtées au 1/08/22

Comme constaté également depuis ce début de saison, une majorité de répondants (63%) estime toujours que le panier moyen des clients accueillis en 2022 reste « moyen » quand 25% l'estiment « faible », (contre 41% en juillet).

Une arrière-saison encore incertaine

Pour les professionnels du tourisme dans le Lot, l'incertitude reste de mise concernant la fréquentation de l'arrière-saison, avec un niveau de réservation estimé comme « faible » par 40% des professionnels pour septembre et 69% d'entre eux pour octobre.



Source : CRT Occitanie / Lot Tourisme – enquête conjoncture août 2021

Avec 42% de français qui envisagent de partir en week-end et/ou en vacances sur le mois de septembre, les intentions de départ pour l'arrière-saison se révèlent pourtant équivalentes à celles de l'année dernière (44%) à la même période, avec toujours une préférence pour septembre par rapport à octobre (30% d'intentionnistes) ou encore la Toussaint (31%). Souhaitons désormais que l'ensemble de ces paramètres se conjuguent de façon positive afin d'exploiter au mieux les possibilités offertes par cette dernière partie de saison, traditionnellement propice à l'accueil de groupes, de retraités et de salariés sans enfants.



VERBATIMS (enquête conjoncture du mois d'août)

Des éléments de satisfaction

« Une après-saison moins fort que d'habitude, mais largement compensé pour la présaison très chargée qui a commencé beaucoup plus à l'avance que d'habitude. Au final, notre meilleure saison jusqu'à maintenant. » (Chambres d'hôtes)

« Très bonne fréquentation pendant le mois d'août (beaucoup de demandes de visites individuelles), forte clientèle étrangères (danoise et allemande surtout) » (Enotourisme)

« Restaurant complet midi et soir, très bonne fréquentation touristique tout l'été et ça continue pour le mois de septembre (réservation jusqu'à la mi-septembre) Un panier moyen élevé avec clientèle sympathique » (Restaurants)

« Bon mois d'août, même sur la dernière semaine hôtel que de la dernière minute, restaurant qui a bien fonctionné tout le mois et même mieux que d'habitude pour cette 1ère semaine août/ septembre panier moyen en baisse » (Hôtels)

« Dans l'ensemble, une saison satisfaisante et un printemps exceptionnel ! » (Gites d'étape / Refuges)

« Bonne fréquentation en mai ; grosse retombée en juin ; fréquentation timide en juillet ; bon mois d'août mais avec chute de fréquentation brutale au 20 août. » (Tourisme culture)

Des difficultés persistent

« Une saison lamentable heureusement que nous avons nos fidèles clients depuis notre ouverture. » (Chambres d'hôtes)

« Toujours la même chose, si je ne trouve pas de personnel le restaurant tournera à 50% » (Restaurants)

« Moins de fréquentation au mois d'août, qui se rapproche à une fréquentation année COVID » (Enotourisme)

« 40% de fréquentation en moins par rapport à juillet 2021 avec tout de même un CA supérieur de 23%. Par rapport à août 2021 : 60% de CA en moins avec une fréquentation de moins 64%. » (Tourisme sportif et de loisirs)

« Forte augmentation du bivouac sauvage, des clients canoë venaient pour une nuit seulement et disaient qu'ils feraient du bivouac sauvage ensuite » (Campings)

« La fréquentation Des étrangers et les français s'équilibrent à nouveau mais l'ensemble représentant pour nous une nette baisse. » (Chambres d'hôtes)

Des clientèles plus regardantes sur leurs dépenses

« Une saison intense, une clientèle désireuse de profiter. Des moyens en peu plus sur la réserve par crainte ou faute de budget mais l'envie de profiter » (Campings)

« Un bon mois d'août mais une baisse de la consommation en restauration : les gens font attention à leurs dépenses. » (Hôtels)

« Les Français font des économies sur la consommation : pas de table d'hôtes, pas de boissons, seulement des pizza ou hamburger frites et de l'eau du robinet. Baisse des consommations de 50% » (Chambres d'hôtes)

« Le budget pour les visites était en baisse, une demande notable pour les sites proposant des réductions. Les touristes prévoient de faire un restaurant pendant leur séjour. » (Campings)

« Les conséquences de l'inflation se font sentir sur les consommations. En revanche grande surprise que les 15 derniers jours du mois avec une fréquentation élevée inattendue » (Restaurants)

La canicule a anesthésié certaines activités

« Bar qui n'a pas bien marché à cause de la canicule en journée - restaurant difficile, le soir les gens sortaient tard et ne venait pas forcément au restaurant. Trop chaud : piscine, les clients restaient sur place. » (Campings)

« Plus de location en dur que d'emplacements de camping du fait de la canicule. » (Campings)

« La faible fréquentation de nos sites est directement liée aux fortes chaleurs associées à un pouvoir d'achat en baisse. » (Tourisme sportif et de loisirs)

« La fréquentation était différente, la chaleur ayant été un obstacle à la restauration par rapport à l'an dernier. Les clients s'attablaient tardivement. » (Restaurants)

« Baisse des consommations type glaces et boissons. Bon été mais la canicule n'a pas aidé : pour un public âgé, difficile de faire les croisières en pleine après-midi. Le canoë a moyennement fonctionné. » (Tourisme sportif et de loisirs)

« Fortes chaleurs, pas de journées avec pluies et orages incitant les visiteurs à modifier leur programme d'activités » (Tourisme culturel)

« La canicule persistante a clairement impacté l'activité sur mois d'août. Le réchauffement climatique sera manifestement un handicap pour les activités situées en dehors des zones avec des rivières ou points d'eau naturels. » (Campings)

Des réservations tardives et des comportements de dernière minute

« Une saison correcte, juillet régulier, août souvent de la dernière minute » (Restaurants)

« Sollicitation par des groupes pour l'après-saison (à partir d'octobre), mais confirmations beaucoup plus tardives qu'habituellement donc visibilité difficile. (Hôtels)

« Période difficile : De plus en plus de réservations de dernières minutes » (Chambres d'hôtes)"

« Beaucoup de dernières minutes : 35% des réservations du mois août à partir du 1er août » (Chambres d'hôtes)

Des incertitudes qui subsistent pour septembre

« Plus forte fréquentation par rapport au moins de juillet mais pessimiste pour le mois de septembre » (Restaurants)

« Septembre et octobre s'annoncent très bien » (Gîtes d'étape / Refuges)

« Septembre s'annonce bon, mais dépendra de la météo » (Hôtels)

« Peu de visibilité sur la 2ème quinzaine du mois de septembre. (Chambres d'hôtes)"

« Peu de réservations pour septembre, inquiétant » (Campings)

CONTACTS :

Pierre LAGACHE – pierre.lagache@tourisme-lot.com – 06 07 45 45 77

Gabriel FABLET – gabriel.fablet@tourisme-lot.com - 06 75 46 57 76

PRECISIONS METHODOLOGIQUES :

Les données mobilisées dans cette analyse sont issues d'un dispositif partenarial coordonné par le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs d'Occitanie. Dans le département du Lot, environ 700 prestataires représentatifs de la diversité des domaines d'activité touristique sont interrogés afin d'appréhender les tendances de l'activité touristique : hôtels, campings, chambres d'hôtes, gîtes d'étapes, meublés, restaurants, sites de visites et offices de tourisme. Ces éléments exprimés par le ressenti des professionnels sont une photographie à un instant donné. 197 prestataires ont contribué à cette troisième vague d'enquête.