

BILAN DE LA SAISON PRINTEMPS 2014 (20 mars – 10 juin)

Un printemps soutenu par les ponts et la météo

Les résultats touristiques de la saison printemps sont bien meilleurs que ceux de l'an dernier et le taux de satisfaction (TS) des professionnels atteint 57%, contre seulement 29% au printemps 2013.

Enquête téléphonique réalisée par Novamétrie pour le compte du CRDTA du 2 au 6 juin 2014 auprès d'un échantillon représentatif de 300 professionnels du tourisme et de 100 acteurs de l'activité économique (hors tourisme) impactés par la fréquentation touristique (commerces de proximité, boulangeries, superettes, services...).

3 professionnels sur 5 satisfaits de la saison

Les hébergeurs de type **centres d'accueil** (TS 88%), **chambres d'hôtes** (TS 81%) et **villages vacances** (TS 71%) sont les **plus satisfaits** du printemps. Les prestataires de loisirs (TS 67%) et les sites de visite (TS 60%) sont un peu plus satisfaits que la moyenne. Les **meublés de tourisme et gîtes** (TS 37%) sont les **moins satisfaits** de la saison.

Les satisfaits pointent en premier lieu la **fidélité de la clientèle** comme facteur de succès. Viennent ensuite les **ponts** puis l'image de la région et la météo. 17% sont satisfaits de leur activité grâce aux ventes de dernière minute et 10% grâce aux promotions. 60% des mécontents évoquent la crise économique et la baisse de pouvoir d'achat des clients.

La clientèle touristique impacte le tissu économique du territoire

La clientèle professionnelle est stable par rapport au printemps 2013. Elle pèse **un quart de la fréquentation** de la saison et représente près **d'1 client sur 2 dans les hôtels**. Au global, la **fréquentation touristique** du printemps est **jugée stable par un tiers des acteurs**, mais un sentiment de baisse prédomine, particulièrement sur le marché français et pour les hôtels et chambres d'hôtes.

La part de la clientèle touristique **dans l'activité économique des acteurs hors tourisme** (garagistes, boulangers, commerçants...) représente en moyenne 15%, soit 3 points de plus que sur la saison d'hiver. Ils estiment la fréquentation de leur activité par les touristes stable. Selon eux, au printemps, **la clientèle touristique dépense autant voire plus que leur clientèle locale. Le panier moyen des touristes est stable alors que celui de leurs clients habituels diminue.**

Les ponts plus satisfaisants

C'est la période des **ponts du printemps** (Pâques, 1er mai, 8 mai, Ascension, Pentecôte) que les professionnels du tourisme jugent **la plus satisfaisante** pour leur activité (37%), loin devant les vacances scolaires (14%). C'est particulièrement le cas pour les campings et les villages vacances (60%) ou les chambres d'hôtes et sites de visites (50%).

Les **ponts du printemps ont un impact positif voire très positif sur l'activité économique d'un établissement touristique sur deux**. De plus, les ponts ont un impact positif voire très positif sur l'activité économique **d'un quart des entreprises hors tourisme**.

BESOINS DE MAIN-D'ŒUVRE EN AUVERGNE

L'enquête sur les besoins de main-d'œuvre, réalisée par Pôle Emploi, fait état de 4 966 projets de recrutement dans le secteur du tourisme en Auvergne en 2014, soit une augmentation de 5% par rapport à 2013. La tendance au contrat saisonnier est stable pour les métiers du tourisme (6 intentions d'embauche sur 10) alors qu'elle augmente de 9,8 points pour l'ensemble des 29 575 projets de recrutements auvergnats. Dans le secteur du tourisme les métiers de l'hôtellerie-restauration sont les plus enclins au contrat saisonnier (employés en hôtellerie : 79% de projets saisonniers).

On note également une tendance à la baisse des projets de recrutement jugés difficiles. Toutefois, 1/3 des métiers ayant le plus de difficultés pour le recrutement en Auvergne reste lié au secteur du tourisme. Parmi les 10 métiers qui rencontrent le plus de difficultés à recruter, 3 appartiennent au secteur de l'hôtellerie-restauration : cuisiniers, serveurs en restaurant et employés polyvalents de cuisine.

BILAN DE LA SAISON PRINTEMPS 2014 (20 mars – 10 juin)

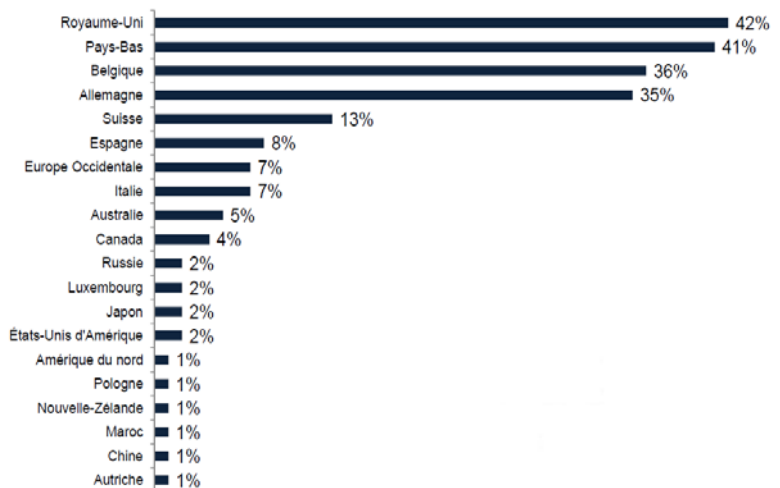
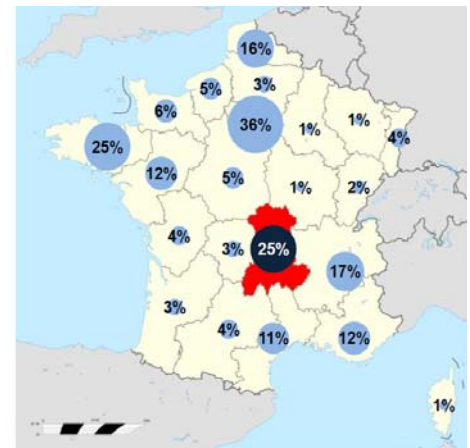
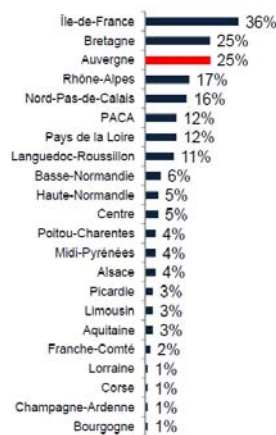
Un printemps soutenu par les ponts et la météo

1 professionnel sur 3 capte des clientèles lointaines

Au printemps, la **clientèle française** se compose principalement d'une clientèle de proximité et de Franciliens, mais aussi des Bretons et des Nordistes. On retrouve ainsi au premier rang la région Ile-de-France qui enregistre une belle progression, suivie par ordre d'importance de l'Auvergne, de la Bretagne et de Rhône-Alpes.

La **clientèle étrangère** représente 16% de la fréquentation en moyenne au printemps. Les campings ont la plus forte part de clientèle étrangère (27%), les hébergements collectifs la plus faible (4%). Les clients étrangers les plus présents sont originaires du Royaume-Uni et des Pays-Bas, mais aussi de Belgique et d'Allemagne.

Des **clientèles lointaines** (Australiens, Canadiens, Américains, Néozélandais, Japonais, Chinois...) sont **captées par près d'un tiers des prestataires**, sites de visite, restaurants et chambres d'hôtes en tête. Les campings, meublés et gîtes ne déclarent aucune clientèle lointaine (ou presque) sur la période de printemps.



Prévisions pour l'été 2014

Stimulées par les bonnes conditions météorologiques du printemps, les prévisions de fréquentation touristique pour l'été sont optimistes, villages vacances et prestataires de loisirs en tête.

A ce jour, près d'un professionnel sur deux estime que le niveau de ses réservations est bon voire très bon. Pour l'été 2014, 30% des acteurs du tourisme auvergnat attendent un chiffre d'affaires meilleur que celui de la saison 2013, voire même 60% pour les sites de visites et 50% pour les prestataires de loisirs.

Contacts :

Observation : Guilhem PONCY – 04 73 29 49 70
guilhem.poncy@crdt-auvergne.fr

Presse : Anne ANDRE – 04 73 29 49 41
anne.andre@crdt-auvergne.fr