

BILAN TOURISTIQUE

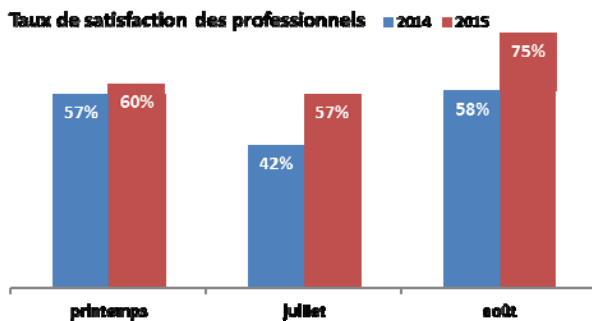
La saison 2015 s'annonce comme une saison record

Enquête téléphonique réalisée par Novamétrie pour le compte du CRDTA du 24 au 26 août 2015 auprès d'un échantillon représentatif de 300 professionnels du tourisme.

Un quart des professionnels du tourisme auvergnat estime que leur chiffre d'affaires sera meilleur que celui de la saison 2014 avec une progression moyenne de +10%.

Après un printemps (riche en ponts, jours fériés) réussi, le mois de juillet, très ensoleillé, a permis aux hébergements d'afficher un taux d'occupation de 59%. **Le mois d'août enregistre encore de meilleurs résultats.** Le taux d'occupation des hébergements s'élève à 69%. **Le taux de satisfaction des professionnels atteint 75%** en août, soit 17 points de plus qu'en août 2014, **un record depuis 2010.** La fréquentation est stable ou en hausse pour 7 professionnels sur 10.

A cela s'ajoute un niveau de réservation pour septembre jugé très bon par 6 professionnels sur 10.



Sur les 2 mois d'été le taux d'occupation moyen des hébergements est de 64%. Les meilleurs taux ont été enregistrés par les villages vacances et les chambres d'hôtes.

En termes d'activité, les campings et les prestataires de loisirs ont tiré avantage de juillet. Le mois d'août a été plus bénéfique aux meublés et chambres d'hôtes et également aux campings. Il semblerait donc que **les campings sortent grands gagnants de la saison 2015**, en particulier ceux qui offrent aux vacanciers des formules locatives et des prestations plus haut de gamme.

La clientèle française conserve ses habitudes anticrise

La clientèle française en août (82% des nuitées) vient principalement des régions suivantes : Ile-de-France, Bretagne, Nord-Pas-de-Calais, Auvergne, Rhône-Alpes et PACA. Les professionnels notent une progression des Bretons, Alsaciens et Parisiens.

Les arbitrages budgétaires des Français n'affectent pas les vacances mais ils privilégient les **séjours plus courts**,

de proximité et d'un **bon rapport qualité/prix/contenu**. Ils restent exigeants et investissent dans leurs vacances afin de vivre une belle expérience. De plus, **dépenser moins** sur son lieu de vacances est devenu **une ligne de conduite**.

Dans un souci de sécurité mais aussi d'économie, la réservation se fait davantage directement auprès de l'hébergeur, par téléphone ou de plus en plus par Internet. **Les Français se déterminent aussi de plus en plus tardivement** car souvent, à leurs yeux, un départ en dernière minute permettrait de décrocher des prix plus avantageux.

La clientèle étrangère s'élargit

Le poids de la clientèle étrangère est classiquement moins fort chez les aoûtistes que les juilletistes et représente **18% de la fréquentation**. En août, ce sont dans l'ordre les **Néerlandais**, les **Belges**, les **Britanniques** et les **Allemands** qui arrivent en tête. Un tiers des prestataires auvergnats accueille des **clientèles étrangères hors Europe** (Chinois, Américains, Japonais...). Les marchés étrangers de l'Auvergne s'élargissent. Les professionnels notent une **progression des clientèles italienne, espagnole, suisse et australienne**.

Le mot de René SOUCHON

Président du Conseil régional d'Auvergne, Président du Comité Régional de Développement Touristique.

Les très bons chiffres du tourisme auvergnat depuis le début de l'année 2015 mettent en exergue les actions de la Région en faveur du développement de l'économie touristique. Les aides à l'investissement (hébergements, équipements, aménagements) ainsi que la profonde rénovation de l'image régionale ont permis la conquête de nouvelles clientèles notamment étrangères.

Dans une étude sur l'emploi du tourisme en France récemment publiée par l'INSEE, on constate que le nombre d'emplois généré par le tourisme en Auvergne s'élève à 22.000 soit 4% de l'emploi total auvergnat alors que l'Institut le chiffrait à 19.000 en 2011. Ceci représente ainsi 3.000 emplois créés soit +17%.

Les efforts du Conseil régional et son pari de considérer le tourisme comme outil de croissance économique sont à l'évidence payants. Ce succès incite à poursuivre dans cette voie pour faire de l'Auvergne une destination toujours plus compétitive.