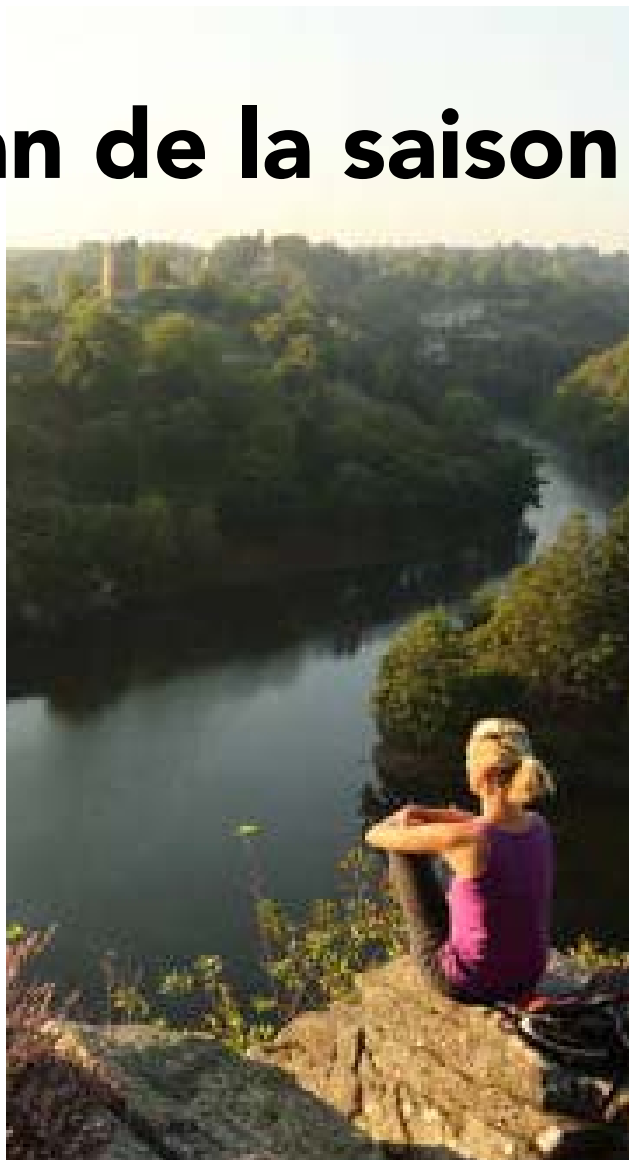


Premier bilan de la saison 2016



25 août 2016

* Signature provisoire : le nom de la Région sera fixé par décret en Conseil d'État avant le 1er octobre 2016 suite à l'avis du Conseil régional.

- ✓ Une baisse des intentions de partir en vacances des Français et des Européens
- ✓ Un contexte difficile, marqué par les conflits sociaux et les attentats, qui a pénalisé l'avant-saison
- ✓ Une haute saison réussie, pour les clients français comme pour les étrangers
- ✓ Le point de vue des tour-opérateurs

SOMMAIRE

57% des français avaient l'intention de partir en vacances en été 2016, contre 63% en 2015

- Fin juin, **57% des Français avaient l'intention de partir en vacances durant l'été** et 13% étaient encore indécis, ce qui souligne encore une fois l'importance des départs de dernière minute.
- Parmi les non partants, **51% n'en ont pas les moyens financiers** et **22% n'en éprouvent pas le besoin**.
- **La France**, et notamment ses **régions littorales**, est très largement plébiscitée (**77 % des séjours**) et le mois d'août concentrera cette année les départs (57% des séjours).

(source : Enquête en ligne réalisée entre le 24 et le 27 juin 2016 par la société TOLUNA pour les CRT partenaires auprès de 1 000 Français âgés de 18 à 65 ans, représentatifs de la population française, Analyse CRT.)

UNE BAISSÉ DES INTENTIONS DE SÉJOUR DES FRANÇAIS

Les intentions de départs des Européens baissent de 7 points, à 54%, mais le budget vacances est plutôt orienté à la hausse.

- **La tendance à la baisse se vérifie dans la plupart des pays européens** : - 7 pts auprès des Allemands (55%), - 11 pts pour les Espagnols (49%), - 8 pts chez les Italiens (52 %) et - 10 pts pour les Belges (47 %).
- **Le budget moyen des Européens s'élève à 2 247 €**, soit une hausse de 4% par rapport à l'année dernière.
- **Les voyageurs partiront pour 2,1 semaines en moyenne** (40% pour 2 semaines et 13% pour 3 semaines). Les Français affichent la durée de séjour la plus longue avec 2,5 semaines, devant les Belges 2,1 semaines et les Allemands et les Autrichiens (2 semaines)

(source baromètre Ipsos/Europ assistance – mars-mai 2016)

UN BUDGET VACANCES EN HAUSSE

Des Européens qui plébiscitent les vacances à la mer



- Pendant l'été, **les Européens ont surtout envie : de se reposer (45%)**, de passer du temps avec leurs proches (43%) et de découvrir de nouvelles cultures (41%). Ce trio reste le même dans tous les pays européens. Ils ne sont que 16% à projeter de faire des activités sportives.
- **65% des touristes européens envisagent de séjourner au bord de la mer**, 20% à la montagne (ce qui confirme la tendance observée depuis plusieurs saisons), 17% à la campagne et 17% dans les villes.
- 64% des Français, 69% des Espagnols et 74% des Italiens passent leurs vacances dans leur propre pays.

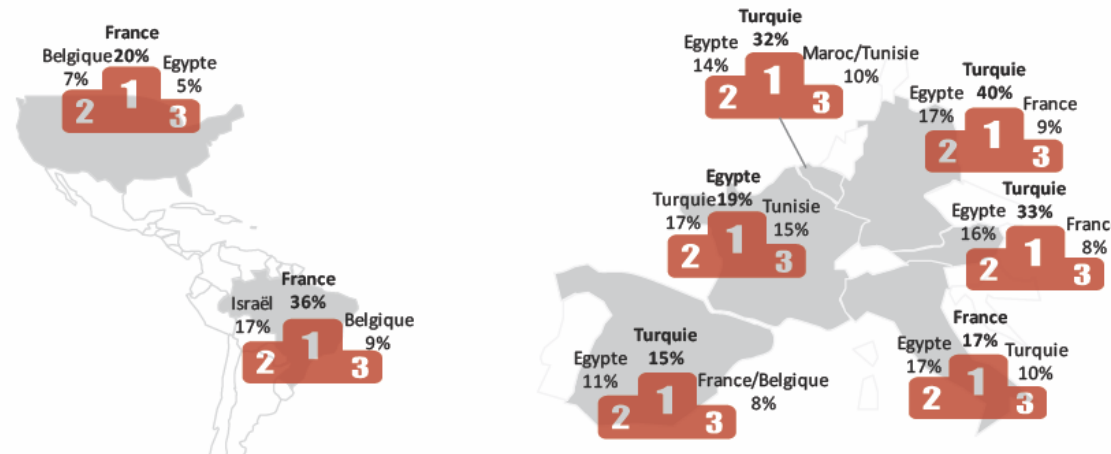
(source baromètre Ipsos/Europ assistance – mars-mai 2016)

DES VACANCES PROPICES AU REPOS

Le climat en tête des facteurs de choix d'une destination de vacances

- Parmi les facteurs jouant un rôle essentiel dans leur choix, 42% des Européens indiquent le **climat**, 40% le risque d'attentat, 38% le budget alloué au séjour, 36% les activités culturelles et de loisirs proposées, 33% les risques sanitaires, 32% la qualité des infrastructures touristiques.

PAYS AUXQUELS LES VACANCIERS PREOCCUPES PAR LE RISQUE D'ATTENTAT ONT RENONCE



(source baromètre Ipsos/Europ assistance – mars-mai 2016)

DES VACANCES AU SOLEIL, DANS UN PAYS SÛR

52% des Européens réservent leur hébergement en ligne et se connectent moins pendant leurs vacances



- En 2016, **52% des réservations d'hébergement se font en ligne**, 24% en direct et 10% par téléphone. Les Allemands réservent moins en ligne (42%) et plus en direct (30%).
- **71% des touristes européens se déconnectent** complètement de leur travail (69% des Français et 80% des Allemands).
- **Une large majorité de touristes se connecte moins que d'habitude aux réseaux sociaux** : 65% pour les réseaux sociaux professionnels, 59% pour les réseaux généralistes, 56% pour les réseaux de rencontres, 54% pour les réseaux de partage de photos.

(source baromètre Ipsos/Europ assistance – mars-mai 2016)

DES VACANCES DÉCONNECTÉES

Une avant-saison globalement en baisse par rapport à 2015, sauf dans les grandes villes



- Des mois de mai et juin marqués par des ponts moins nombreux que l'année précédente, une météo très maussade et un contexte social et international agité.
- Une avant-saison difficile dans l'intérieur et sur le littoral, malgré de bons scores pour les week-ends de l'Ascension et de la Pentecôte.
- Un tourisme urbain attractif, notamment à Bordeaux avec les matchs de l'Euro de football.
- Le soleil et le pont du 14 juillet ont redonné le sourire aux professionnels du littoral, mais la saison a eu plus de mal à se lancer dans l'intérieur.

Les chiffres de cette page et des suivantes sont produits par le Comité Régional de Tourisme d'Aquitaine, en collaboration avec le Comité Régional de Tourisme du Limousin et la Région Nouvelle-Aquitaine, ainsi que les 12 CDT et ADT de la région.

L'AVANT-SAISON 2016 EN NOUVELLE-AQUITAINE

Une haute saison réussie



- **72% des professionnels de la région tirent un bon bilan de la haute saison 2016.**
- **81% de bonnes opinions pour les professionnels des destinations littorales.** Les indices de satisfaction dépassent les 80% à La Rochelle-Île de Ré, sur le littoral médocain et sur la côte landaise et les 90% sur le Bassin d'Arcachon et sur la Côte Basque.
- **Dans l'intérieur, l'indice de satisfaction s'élève à 65%** (76% pour la fréquentation hexagonale et 52% pour la fréquentation étrangère).
- Un bilan plus mitigé **pour les grandes villes (47% de bonnes opinions)**, mais de bons scores à Poitiers-Futuroscope, à Périgueux, à Mont-de-Marsan, à Agen, à Pau, à Tulle et à Guéret. Le tourisme urbain, et en particulier Poitiers-Futuroscope, Bordeaux et Limoges, est le plus impacté par les suites des attentats en ce qui concerne les clients français et, plus encore, les touristes étrangers.

LA HAUTE SAISON 2016 EN NOUVELLE-AQUITAINE

De bons résultats dans tous les types d'hébergements



- **La haute saison a été réussie dans les hôtels, dans les résidences de tourisme, dans les villages de vacances et dans les meublés, grâce à la clientèle française**, alors que la fréquentation étrangère y est qualifiée de « moyenne ». Les résidences de tourisme ont accueilli plus de clients que l'an dernier.
- **Les campings** (la Nouvelle-Aquitaine est au deuxième rang des régions françaises pour l'hôtellerie de plein air) **affichent un bilan positif aussi bien pour la clientèle étrangère que pour les touristes hexagonaux** et ont dépassé leur niveau d'activité de la haute saison 2015.
- **La Nouvelle-Aquitaine est une région très attractive pour le thermalisme et la thalassothérapie** dont la fréquentation est en hausse par rapport à l'année dernière.

LA HAUTE SAISON 2016 EN NOUVELLE-AQUITAINE

Les Britanniques constituent la première clientèle étrangère de la Nouvelle-Aquitaine



Une bonne fréquentation étrangère en haute saison

- **Les Britanniques** constituent la première clientèle pour 39% des responsables des hôtels , 32% des campings et 32% des destinations de l'intérieur.
- **Les Allemands dominent la fréquentation** du littoral (36% de premières citations).
- **Les Espagnols** sont les premiers clients des grandes villes (47% de premières citations).
- **Les Néerlandais et les Belges** se placent en 4^{ème} et 5^{ème} positions. Plus de 6 professionnels sur 10 en comptent parmi leur clients étrangers.
- **Les Belges, les Allemands et les Espagnols sont venus plus nombreux que l'an dernier.** 38% des professionnels jugent la fréquentation britannique inférieure à celle de 2015.

LA HAUTE SAISON 2016 EN NOUVELLE-AQUITAINE

Une haute saison supérieure à celle de 2015 dans l'intérieur et sur le littoral



- **30% des professionnels du tourisme ont dépassé leur niveau d'activité de l'an dernier** (contre 25% qui notent une baisse).
- **Dans l'intérieur, 37% des professionnels enregistrent une augmentation** de leur niveau d'activité, notamment dans le Marais poitevin, en Périgord Vert, Pourpre et Blanc et en Béarn.
- **Sur le littoral, 28% des professionnels affichent une hausse de leur fréquentation** contre 21% qui notent une baisse. La fréquentation a dépassé celle de la haute saison 2015 sur le Bassin d'Arcachon, sur le littoral médocain, sur le littoral landais et sur la Côte Basque et l'a égalée à La Rochelle-Île de Ré.
- **Le tourisme urbain enregistre une haute saison sensiblement équivalente à 2015**, grâce aux hausses enregistrées à Limoges, à Tulle, à Bordeaux et à Périgueux.

LA HAUTE SAISON 2016 EN NOUVELLE-AQUITAINE

De mai à août, une saison en retrait par rapport à la précédente, qui était un très bon millésime

- Même si la haute saison a été à la hauteur des attentes des professionnels, **le bilan reste mitigé pour les destinations de tourisme vert** (38% de professionnels notent une baisse contre 34% une hausse) **et les stations du littoral** (34% de baisse vs 26% de hausse).
- Depuis début mai, la **Côte Basque** est la seule destination littorale à dépasser son niveau d'activité de 2015 et **le littoral landais** à l'égaliser.
- Dans **l'intérieur**, les professionnels estiment que la saison 2016 est inférieure à celle de 2015, sauf en Béarn (Vallées Pyrénéennes), en Creuse, en Charente (hors Cognac-Vallée de la Charente) et dans le Marais poitevin.
- **Dans les grandes villes, la tendance est à la hausse**, grâce à une avant-saison réussie et aux bons scores de Bordeaux, de Mont-de-Marsan, d'Agen, de Tulle et de Guéret.

LA SAISON 2016 EN NOUVELLE-AQUITAINE

Depuis mai, la saison 2016 est meilleure que la saison 2015 dans les villages de vacances et les résidences de tourisme



- Le bilan est très positif pour les résidences de tourisme, les villages de vacances, les centres de thalassothérapie et le thermalisme, ainsi que pour les activités sportives et de loisirs.
- Malgré une haute saison conforme à leurs attentes, les hôtels et les agences de location n'ont pas réussi à atteindre leur fréquentation de l'an dernier entre mai et août.
- La saison 2016 est pour l'instant équivalente à celle de 2015 dans les campings. L'arrière-saison pourrait faire pencher la balance.

LA SAISON 2016 EN NOUVELLE-AQUITAINE

Les attentats ont eu un impact plus fort sur les clientèles étrangères et sur le tourisme urbain



- **Les clients français n'ont pas renoncé à venir dans l'intérieur et sur le littoral de la Nouvelle-Aquitaine suite aux attentats** mais certains professionnels ont ressenti de faibles répercussions de ce climat d'insécurité.
- Dans les grandes villes, Bordeaux, Limoges et surtout Poitiers-Futuroscope (43% de « fort impact ») sont les plus touchées par une baisse de la fréquentation française liée aux attentats.
- **43% des professionnels du tourisme de la Nouvelle-Aquitaine estiment que les attentats ont eu des répercussions sur leur fréquentation étrangère. Dans 18% des cas, cet impact est qualifié de fort.** Ce sont les grandes villes, et notamment Poitiers-Futuroscope, Bordeaux et Limoges qui enregistrent le plus fort impact sur leur fréquentation étrangère.

Rappel, en Nouvelle-Aquitaine les touristes étrangers représentent moins de 20% de la fréquentation touristique.

L'IMPACT DES ATTENTATS EN NOUVELLE-AQUITAINE

Des perspectives mitigées pour l'arrière saison : 49% des professionnels optimistes



- **Dans l'intérieur, la moitié des professionnels sont optimistes pour le mois de septembre** qui s'annonce bien en Périgord Noir, en Gironde et dans les Landes, en Béarn et au Pays Basque, dans la Creuse et dans le Marais poitevin. La fréquentation des destinations de tourisme vert devrait égaler celle de septembre 2015.
- **Sur le littoral, 48% des responsables tablent sur un bon mois de septembre.** Ils sont majoritairement optimistes à La Rochelle-Île de Ré, sur le littoral landais et sur la Côte Basque qui devrait dépasser son niveau d'activité de l'année dernière.
- **Les professionnels de la plupart des grandes villes s'attendent à un mois de septembre équivalent à septembre 2015.** Les plus optimistes sont les professionnels de Pau (79% de bonnes opinions).

L'ARRIÈRE SAISON EN NOUVELLE-AQUITAINE

Une augmentation de 12% des sièges de vols low cost à destination de la Nouvelle-Aquitaine en juillet-août



- En juillet et en août 2016, plus de **608 000 sièges sont offerts dans des vols low cost depuis l'étranger à destination de notre région**, soit 65 000 de plus que pour la même période en 2015.
- Les hausses les plus importantes concernent des vols entre la Nouvelle-Aquitaine et le Royaume-Uni (notamment Londres), l'Espagne (Barcelone), l'Italie, le Portugal (Lisbonne), la Turquie, l'Allemagne (Berlin) et le Canada.
- Les compagnies Easyjet, Volotea, Flybe, British Airways, Iberia, Turkish Airlines et Aer Lingus sont celles qui augmentent le plus leur nombre de sièges low cost vers la région.

DES VOLS LOW COST EN PROGRESSION

Grande-Bretagne : progression des ventes en France et en région cette saison, mais interrogations sur l'avenir

- Une saison plutôt bonne avec une progression des ventes France, tous produits confondus, entre +5% et +12%.
- Une très bonne progression des mobiles homes et des locations de gites.

Prévisions en berne pour 2017 en raison de l'image de la France outre Manche (attentats, grèves, ...), mais surtout du brexit dont la 1^{ère} conséquence, baisse de la £ (-12%), aura des effets sur le pouvoir d'achat des Britanniques et sur les coûts d'exploitation des professionnels.

LE POINT DE VUE DES TO

Pays-Bas : plébiscite pour le bassin méditerranéen, stabilité en France et bonne tenue sur la côte atlantique

- Le bassin méditerranéen est le grand gagnant de la saison (Espagne, Portugal, Italie) et les ventes vers la France sont en légère hausse, sans annulation de masse après les attentats.
- Des réservations encore plus tardives que l'année dernière.
- Une utilisation des OTA en hausse constante (Booking, Expédia...), qui oblige les TO à abandonner progressivement l'hébergement sec pour des prestations à plus forte valeur ajoutée .
- Un bilan globalement positif du Verdon à Hendaye, avec une avant saison en retrait par rapport à 2015 (calendrier scolaire défavorable et mauvais temps sur la côte atlantique), mais des résultats à la hausse pour l'ensemble de la saison.
 - ✓ Ventes sur la Côte Atlantique en augmentation, surtout dans les Landes, en Poitou Charentes.
 - ✓ Dordogne stable ou en légère hausse.

LE POINT DE VUE DES TO

Allemagne, une saison difficile pour les intermédiaires professionnels

- Chez certains TO, le contexte a été très négatif sur la clientèle allemande (grèves, attentats, état d'urgence,...). Effet principalement notable à Paris.
- Les vacances scolaires de Pâques et de la Pentecôte ont été trop précoces pour la fréquentation d'avant-saison.
- Pour les hébergements « secs » les résultats sont différents d'un territoire à l'autre et d'un TO à l'autre. Baisse sur le littoral atlantique, progression en Périgord et en Limousin (mais sur un nombre limité d'offres).

LE POINT DE VUE DES TO

USA, bons résultats pour 2016, incertitudes sur le marché des croisières

- Selon les données ARC (ventes de billets d'avion par TO, agences, OTA), les arrivées sur Bordeaux ont progressées de 13% par rapport à 2015.
- Porte de la Nouvelle-Aquitaine, Bordeaux est très clairement la destination métropolitaine qui a le vent en poupe sur le marché américain cette année.
- Début août, lors de la Virtuoso Week (séminaire des agences membre du réseau haut de gamme virtuoso), les agences n'ont pas fait remonter d'annulations ou d'inquiétudes particulières.
- Un ralentissement des demandes au niveau des réceptifs locaux sur la fin de saison est toutefois ressenti alors que certains croisiéristes semblent frileux pour leurs programmations 2017 en France.

LE POINT DE VUE DES TO

Merci de votre attention

Résultats complets et toutes nos études et données sur nos sites dédiés.

