



Juillet en Nouvelle-Aquitaine

2016



NOTE DE CONJONCTURE TOURISTIQUE

LA SAISON ESTIVALE EST BIEN LANCÉE EN NOUVELLE-AQUITAINE Le soleil et le pont du 14 juillet ont redonné le moral aux professionnels du tourisme.

Les avis positifs concernant la fréquentation touristique durant la première quinzaine de juillet sont très largement majoritaires dans les grandes villes et sur le littoral.

Le tourisme urbain a bénéficié d'une fréquentation française et étrangère soutenue. Le bilan est positif pour Bordeaux, Mont-de-Marsan, Tulle, Brive et Guéret, en demi-teinte à Poitiers-Futuroscope à cause d'une fréquentation étrangère moyenne.

Les professionnels du littoral sont satisfaits de la fréquentation de début juillet, quelle que soit la destination. Les indices de satisfaction sont cependant plus élevés sur le littoral charentais, sur le Bassin d'Arcachon et sur la Côte Basque.

Dans l'intérieur, 42% des responsables émettent un avis positif sur la première quinzaine de juillet, contre 21% un avis négatif. La saison est bien lancée en Périgord Vert, Pourpre et Blanc, dans les Landes et au Pays Basque, alors que les touristes, Français comme étrangers,

se font encore désirer dans de nombreuses autres destinations de tourisme vert.

En Nouvelle-Aquitaine, les 5 principaux marchés étrangers sont les Britanniques, les Belges, les Allemands, les Néerlandais et les Espagnols. Les professionnels notent une augmentation du nombre de touristes belges, allemands et espagnols.

Par rapport à 2015, sur l'ensemble de la première moitié du mois de juillet, la fréquentation est équivalente à celle de l'an dernier, en hausse sur le littoral et dans les grandes villes et plutôt en baisse dans l'intérieur. Le week-end

du 14 juillet a bénéficié d'une fréquentation plus soutenue qu'en 2015 sur le littoral et dans les grandes villes, dans les hôtels, dans les résidences de tourisme, dans les campings et dans les villages de vacances.

Près de la moitié des professionnels note que les touristes réservent leur séjour plus tard que l'an dernier, phénomène récurrent depuis plusieurs saisons et commun à tous les types de destinations, littorales, urbaines ou intérieures, et à tous les hébergements.

Pour l'instant, le nombre d'annulations

suite à l'attentat de Nice reste très peu élevé, même si 42% des responsables de Bordeaux ont relevé quelques annulations et que 31% des responsables de Poitiers-Futuroscope ne se prononcent pas encore sur les éventuelles conséquences de ce tragique événement.

54%

des professionnels sont satisfaits de leur fréquentation de début juillet

LE MOIS D'AOÛT S'ANNONCE BIEN

71% des professionnels sont optimistes pour le mois d'août. Avec 84% d'opinions positives pour le mois à venir, ce sont les professionnels du littoral qui se montrent le plus serein. Les avis positifs sont également majoritaires dans les grandes villes et dans l'intérieur.

Plus de monde que l'an dernier pour le pont du 14 juillet

FRÉQUENTATION TOTALE	TRÈS BONNE	BONNE	MOYENNE	ASSEZ MAUVAISE	TRÈS MAUVAISE
Nouvelle-Aquitaine	8%	46%	32%	11%	3%
Intérieur	7%	35%	37%	17%	4%
Littoral	10%	52%	29%	8%	2%
Grandes villes	9%	53%	28%	8%	1%

Les résultats présentés dans ce document sont issus d'une enquête réalisée par le **Comité Régional de Tourisme d'Aquitaine**, en collaboration avec le **Comité Régional de Tourisme du Limousin** et la **Région Aquitaine Limousin Poitou-Charentes**.

1 227 professionnels ont répondu, soit par téléphone, soit par mail, à un questionnaire visant à évaluer le niveau de l'activité touristique de début juillet 2016. Les réponses sont ensuite exploitées en tenant compte du poids relatif de chaque établissement répondant.

Les grandes villes sont les agglomérations : Agen, Angoulême, Bordeaux, Brive-la-Gaillarde, Guéret, Limoges, Mont-de-Marsan, Niort, Pau, Périgueux, Poitiers, Tulle.



DES TOURISTES FRANÇAIS BIEN PRÉSENTS SUR LE LITTORAL ET DANS LES GRANDES VILLES

Les 2/3 des responsables du littoral sont satisfaits de la fréquentation hexagonale durant la première quinzaine du mois de juillet. Sur le Bassin d'Arcachon et sur la Côte Basque, l'indice de satisfaction dépasse même les 70%.

69% des professionnels des grandes villes jugent positivement la fréquentation française du 1^{er} au 17

FRÉQUENTATION FRANÇAISE	TRÈS BONNE	BONNE	MOYENNE	ASSEZ MAUVAISE	TRÈS MAUVAISE
Nouvelle-Aquitaine	10%	48%	27%	11%	3%
Intérieur	7%	36%	36%	16%	4%
Littoral	12%	54%	22%	8%	3%
Grandes villes	11%	58%	21%	8%	2%

juillet, grâce aux bons scores de Bordeaux, de Tulle, de Brive, de Guéret et de Poitiers-Futuroscope.

Dans l'intérieur, les indices de satisfaction sont beaucoup moins élevés, malgré une bonne présence

française en Périgord Vert, Pourpre et Blanc, dans l'intérieur des Landes, en Lot-et-Garonne et au Pays Basque.

LA MAJORITÉ DES PROFESSIONNELS SATISFAITE DE LA FRÉQUENTATION ÉTRANGÈRE

Ce sont les grandes villes qui affichent l'indice de satisfaction le plus élevé pour la fréquentation étrangère. Les étrangers sont venus nombreux à Bordeaux, à Mont-de-Marsan, à Tulle et à Brive, alors que leur fréquentation est qualifiée de moyenne à Périgueux, à Agen et à Poitiers-Futuroscope.

FRÉQUENTATION ÉTRANGÈRE	TRÈS BONNE	BONNE	MOYENNE	ASSEZ MAUVAISE	TRÈS MAUVAISE
Nouvelle-Aquitaine	7%	43%	28%	17%	6%
Intérieur	6%	32%	31%	25%	5%
Littoral	7%	48%	26%	12%	7%
Grandes villes	11%	56%	22%	8%	2%

Sur le littoral, 55% des professionnels enregistrent une fréquentation étrangère conforme à leurs attentes.

Sur le Bassin d'Arcachon, sur la Côte Basque et sur l'ensemble du littoral de Charente-Maritime, ce sont plus de 60% des responsables qui jugent

positivement la fréquentation étrangère

Dans l'intérieur, les avis sont très mitigés, malgré les bons scores du Périgord Vert, Pourpre et Blanc, du Lot-et-Garonne, du Pays Basque et de la Vienne.

LA SAISON EST LANCÉE DANS LES HÔTELS, LES CAMPINGS ET LES VILLAGES DE VACANCES

Plus de la moitié des professionnels de ces hébergements sont satisfaits de leur première quinzaine de juillet, notamment grâce à une bonne fréquentation française.

À l'inverse, la saison tarde à se lancer dans les agences de location de meublés touristiques.

Les visites de sites culturels et les activités sportives et de loisirs ont bien fonctionné et enregistrent de bons scores de fréquentation française comme étrangère.

Le thermalisme reste très attractif, essentiellement auprès de la clientèle hexagonale, et la thalassothérapie attire de nombreux clients français et étrangers.

FRÉQUENTATION TOTALE	TRÈS BONNE	BONNE	MOYENNE	ASSEZ MAUVAISE	TRÈS MAUVAISE
Offices de Tourisme	6%	48%	38%	8%	
Hôtels	9%	46%	28%	14%	3%
Résidences de tourisme	10%	39%	22%	29%	
Campings	11%	42%	31%	12%	5%
Villages de Vacances	10%	70%	16%	4%	1%
Agences de location de meublés		38%	5%	40%	17%
Thermalisme	4%	78%	9%	8%	
Thalassothérapie	17%	46%	37%		
Énotourisme		9%	60%	2%	28%
Visites	11%	50%	25%	9%	4%
Activités sportives et de loisirs	29%	29%	13%	7%	23%



UNE FRÉQUENTATION GLOBALEMENT ÉQUIVALENTE À CELLE DE DÉBUT JUILLET 2015

Dans l'intérieur, la fréquentation française et étrangère est orientée à la baisse, hormis en Périgord vert, Pourpre et Blanc, dans les Landes, au Pays Basque et dans la Vienne.

Sur le littoral, 36% des professionnels enregistrent une hausse de leur niveau d'activité contre 28% qui notent une baisse. La fréquentation française est plutôt en hausse sur les

FRÉQUENTATION TOTALE/2015	TRÈS SUPÉRIEURE	LÉGÈREMENT SUPÉRIEURE	ÉQUIVALENTE	LÉGÈREMENT INFÉRIEURE	TRÈS INFÉRIEURE
Nouvelle-Aquitaine	5%	26%	34%	30%	5%
Intérieur	2%	24%	23%	40%	10%
Littoral	6%	29%	38%	25%	3%
Grandes villes	10%	17%	53%	17%	3%

destinations de la côte de la Nouvelle-Aquitaine, ce qui permet notamment au Bassin d'Arcachon et à la Côte Basque de dépasser leur fréquentation de l'an dernier et au

littoral médocain et à La Rochelle-Île de Ré de l'égaliser.

UNE HAUSSE DU NIVEAU D'ACTIVITÉ POUR LE THERMALISME ET LA THALASSOTHÉRAPIE

Malgré une première quinzaine de juillet qu'ils estiment satisfaisante, les hôtels et les campings n'ont pas atteint leur niveau de fréquentation de l'an dernier.

La comparaison avec la première quinzaine de juillet 2015 est plus favorable aux résidences de tourisme, aux villages de vacances, aux agences de location de meublés, au thermalisme, ainsi qu'aux sites de visites, grâce à la hausse de la fréquentation française. Les centres de thalassothérapie et les activités sportives et de loisirs ont également bénéficié d'une augmentation de la fréquentation étrangère.

FRÉQUENTATION TOTALE/2015	TRÈS SUPÉRIEURE	LÉGÈREMENT SUPÉRIEURE	ÉQUIVALENTE	LÉGÈREMENT INFÉRIEURE	TRÈS INFÉRIEURE
Offices de Tourisme	4%	27%	39%	25%	4%
Hôtels	10%	22%	33%	30%	6%
Résidences de tourisme	3%	41%	12%	41%	2%
Campings	4%	21%	31%	39%	5%
Villages de Vacances	7%	33%	32%	16%	12%
Agences de location de meublés	5%	33%	19%	19%	24%
Thermalisme	17%	27%	36%	20%	
Thalassothérapie	4%	58%	28%	5%	5%
Énotourisme		6%	29%	38%	27%
Visites	8%	30%	33%	27%	2%
Activités sportives et de loisirs	27%	17%	13%	13%	30%

PLUS DE LA MOITIÉ DES PROFESSIONNELS REÇOIVENT DES TOURISTES BRITANNIQUES, BELGES, ALLEMANDS, NÉERLANDAIS ET ESPAGNOLS.

	SUPÉRIEURE	ÉQUIVALENTE	INFÉRIEURE
Grande-Bretagne	25%	28%	36%
Belgique	51%	28%	22%
Allemagne	40%	32%	29%
Espagne	38%	38%	23%
Pays-Bas	20%	38%	42%

CITATIONS DE LA PREMIÈRE CLIENTÈLE		TOTAL DES CITATIONS	
Grande-Bretagne	30%	Grande-Bretagne	77%
Espagne	22%	Belgique	69%
Allemagne	17%	Allemagne	60%
Pays-Bas	14%	Pays-Bas	55%
Belgique	13%	Espagne	52%

Les Britanniques constituent la première clientèle des hôtels, des destinations de l'intérieur et des

grandes villes. Les Néerlandais arrivent au premier rang dans les campings (devant les Allemands) et

les Espagnols dominent la fréquentation des destinations littorales.



71% DES PROFESSIONNELS OPTIMISTES POUR LE MOIS D'AOÛT

C'est sur le littoral que les responsables sont les plus sereins pour le mois d'août. Les bonnes opinions pour le mois à venir dépassent les 80% à La Rochelle-Île de Ré et dans les autres stations du littoral charentais, sur le Bassin d'Arcachon, sur le littoral des Landes et sur la Côte Basque.

Dans les grandes villes, 52% des professionnels tablent sur un bon mois d'août, notamment grâce aux

PRÉVISION AOÛT 2016	TRÈS BONNE	BONNE	MOYENNE	ASSEZ MAUVAISE	TRÈS MAUVAISE
Nouvelle-Aquitaine	10%	61%	24%	4%	1%
Intérieur	6%	47%	39%	6%	2%
Littoral	13%	71%	14%	2%	
Grandes villes	3%	49%	35%	11%	2%

bons scores de Bordeaux, d'Agen, de Tulle et de Brive.

Dans l'intérieur, le mois d'août s'annonce bien pour de nombreuses destinations comme le Périgord, les Landes, le Béarn et le Pays Basque, la Haute-Vienne et la Vienne, ainsi

que la Charente-Maritime. Il reste quelques inquiétudes en Gironde, en Lot-et-Garonne, en Corrèze, dans la Creuse et en Charente. Les responsables du Marais poitevin craignent un mauvais mois d'août, en baisse par rapport à 2015.

UN FAIBLE IMPACT IMMÉDIAT DE L'ATTENTAT DE NICE SUR LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE DE LA NOUVELLE-AQUITAINE

Sur l'ensemble de la région, les professionnels sont très peu nombreux à noter des annulations de séjour suite à l'attentat qui a frappé Nice le 14 juillet dernier. Le tourisme urbain semble, bien sûr, le plus

ANNULATIONS SUITE À L'ATTENTAT DE NICE	NOMBREUSES	QUELQUES UNES	TRÈS PEU	AUCUNE	NE SAIT PAS
Nouvelle-Aquitaine	4%	5%	77%	14%	4%
Intérieur	6%	3%	70%	21%	6%
Littoral	2%	4%	84%	10%	2%
Grandes villes	3%	24%	59%	14%	3%

concerné. 42% des responsables de Bordeaux relèvent quelques annulations de séjour, alors que 31%

des professionnels de Poitiers-Futuroscope ne veulent pas encore se prononcer.

DES RÉSERVATIONS DE PLUS EN PLUS TARDIVES

46% des professionnels estiment que les touristes réservent leur séjour plus tardivement que l'an dernier, contre 9% qui notent des réservations plus précoces.

Ce phénomène, souvent associé par les responsables à la comparaison des prix sur internet et à la recherche des promotions de dernière minute, touche toutes les destinations, mais de façon plus modérée le littoral, et tous les types d'hébergement.

	RÉSERVATIONS		
	PLUS PRÉCOCES	COMME L'AN DERNIER	PLUS TARDIVES
Nouvelle-Aquitaine	9%	45%	46%
Intérieur	9%	38%	53%
Littoral	9%	49%	42%
Grandes villes	4%	38%	58%
Hôtels	10%	25%	66%
Résidences de tourisme	6%	17%	77%
Campings	15%	31%	54%
Villages de Vacances	13%	37%	50%
Agences de location	6%	5%	89%
Thermalisme	10%	17%	73%
Thalasso thérapie	4%	78%	18%



ZOOM SUR LE WEEK-END DU 14 JUILLET 2016

UNE FRÉQUENTATION PLUS SOUTENUE QUE L'AN DERNIER POUR LE PONT DU 14 JUILLET

Comme en 2015 où le 14 juillet était un mardi, 2016 offrait une possibilité de week-end de 4 jours pour notre fête nationale. Le soleil était de la partie et cette météo très favorable fut largement annoncée par les médias, encourageant certainement au départ. Le week-end du 14 juillet 2016 à dépassé celui de 2015 dans les grandes villes, et notamment à Bordeaux, à Tulle, à Guéret et à Poitiers-Futuroscope.

Sur le littoral, la tendance est également à la hausse, grâce à une augmentation de la fréquentation sur l'ensemble du littoral charentais, sur le Bassin d'Arcachon, sur le littoral des Landes et sur la Côte Basque.

Dans l'intérieur, le week-end du 14 juillet a été moins fréquenté que l'an

	FRÉQUENTATION DU WEEK-END DU 14 JUILLET		
	SUPÉRIEURE	ÉQUIVALENTE	INFÉRIEURE
Nouvelle-Aquitaine	32%	47%	20%
Intérieur	24%	40%	36%
Littoral	35%	53%	11%
Grandes villes	50%	31%	18%
Hôtels	28%	56%	16%
Résidences de tourisme	26%	65%	9%
Campings	30%	47%	22%
Villages de Vacances	38%	57%	4%
Énotourisme	3%	32%	66%
Visites	39%	40%	22%
Activités sportives et de loisirs	20%	52%	28%

dernier, sauf dans le Marais poitevin, dans la Vienne, dans la Creuse, en Périgord Vert, Pourpre et Blanc, en Béarn et au Pays Basque.

La plupart des hébergements ont profité de la hausse globale de la

fréquentation, tout comme les visites de sites culturels. Les activités sportives et de loisirs ont sans doute été pénalisées par la canicule.

LES PROFESSIONNELS SE SONT SENTIS :

Pénalisés par

- **le Brexit** qui a « rendu la clientèle britannique frileuse »
- **l'Euro de football** qui a « mobilisé les gens et a retardé les réservations »
- **la crise économique** qui « fait baisser le ticket moyen »
- **le calendrier scolaire** « qui fait démarrer les vacances en milieu de semaine et les fait finir très tôt, amputant la saison de deux semaines »

Plutôt aidés par

- **la météo** « qui a rendu le sourire aux touristes »
- **le pont du 14 juillet** qui « a fait démarrer la saison »
- **la fidélité des clients** « qui assurent de longs séjours »
- **le Tour de France** qui « attire une clientèle de passage »



L'ÉVOLUTION DE LA FREQUENTATION MI-JUILLET (COMPARAISON MI-JUILLET 2016/ MI-JUILLET 2015) EN NOUVELLE-AQUITAINE

