

CONJONCTURE TOURISTIQUE

SAISON 2024 - Pays de Saint Gilles Croix de Vie

Enquête de conjoncture touristique saison 2024, réalisée par l'Office de Tourisme du Pays de St Gilles Croix de Vie auprès de 359 professionnels touristiques partenaires, entre le 26 août et 02 septembre. Analyse de 111 réponses (taux de retour 31%).
Données complémentaires : Flux Vision - Orange Business, Vendée Expansion, Tourinsoft.

Une saison en demi-teinte

Estimation de la fréquentation estivale par filière

	Plutôt supérieure	Stable	Plutôt inférieure
CAMPINGS	8%	35%	54%
LOCATIONS DE VACANCES	14%	50%	36%
HOTELS	0%	0%	100%
CHAMBRES D'HOTES	13%	75%	13%
VILLAGES VACANCES	0%	33%	67%
SITES & ACTIVITES TOURISTIQUES	0%	14%	86%
RESTAURANTS & BARS	13%	50%	38%
COMMERCE DIVERS	14%	10%	76%
TOUTES LES FILIERES	11%	32%	57%

Le bilan de la saison 2024 dresse une **fréquentation inférieure** pour 57% des professionnels répondants à l'enquête de conjoncture; un accord plutôt unanime pour toutes les filières et contraire à 2023, qui était une bonne saison.

L'hôtellerie, les sites et activités touristiques, les commerces, artisans et producteurs constatent une fréquentation en net recul, tandis que les autres hébergements, excepté les hôtels, enregistrent une stabilité de leur fréquentation avec, comme dénominateur commun, une baisse en juillet.

Le manque d'ensoleillement et l'inflation, conjugués à l'instabilité politique (dissolution de l'assemblée, élections) et les conflits planétaires, auront fortement impactés les flux de vacanciers et les modes de consommation. Les Jeux Olympiques n'auront pas impulsé l'arrivée de franciliens supplémentaires, espérée.

> **Le nombre de nuitées touristiques** passe de 4 millions à **3.3 millions** entre le 01/07 et le 25/08 (-13%) selon Flux Vision et corrobore les constats des professionnels (juillet : -17% et août : -10%).

> **Les arrivées touristiques quotidiennes** baissent de 9% par rapport à 2023 avec **734 000 arrivées**, sur cette même période. (juillet : -19% et août : +1%)

> **Les visites d'excursionnistes quotidiennes** restent stables avec **1.9 million** (juillet : -5% et août : + 2%).

*Nuitées touristiques : tout touriste présent plus de 2 heures consécutives sur le territoire entre minuit et 6 heures du matin.

* Arrivée : touriste présent ayant réalisé au moins une nuit sur le territoire et qui n'a pas été vu les deux nuits précédentes sur ce même territoire.

* Excursionniste : personne présente plus de 2 heures sur le territoire, ne réalisant pas de nuit la veille et le soir du jour étudié. Il s'agit ici du nombre de visites réalisées par les excursionnistes et non du nombre d'excursionnistes.

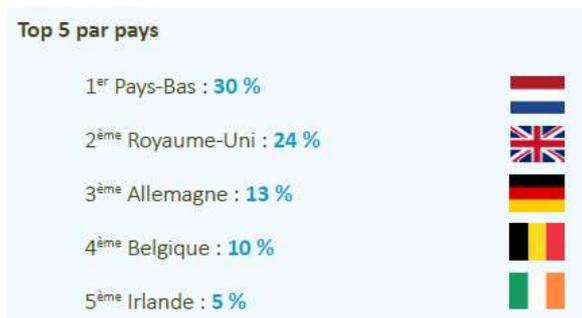
Origines géographiques françaises pour les nuitées touristiques réalisées entre le 01/07 et le 25/08 (identiques à 2023)



Top 5 des régions

- 1er Ile de France : 26%
- 2ème Pays de la Loire : 23%
- 3ème Centre Val de Loire : 10%
- 4ème Hauts de France : 8%
- 5ème Normandie : 7%

Origines géographiques étrangères pour les nuitées touristiques réalisées entre le 01/07 et le 25/08, avec des néerlandais prenant la tête du Top 5, devant les britanniques !



Une saison atypique pour les campings, août restant une valeur sûre

Fréquentation	Plutôt supérieure	Stable	Plutôt inférieure
2024	8%	36%	56%
2023	23%	48%	28%
2022	72%	27%	0%
2021	65%	20%	15%
2020	0%	6%	94%
2019	10%	32%	58%

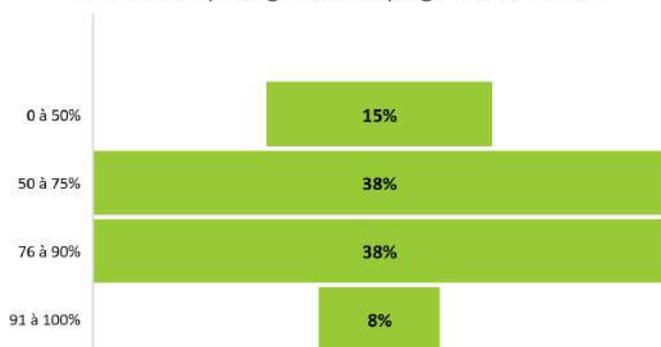
Plus de la moitié des propriétaires de camping qualifie la fréquentation comme inférieure, pour cette saison 2024. Ce taux n'avait pas été atteint depuis 2019 !

Juillet reste le "maillon faible" ; les 3/4 jugeant la fréquentation inférieure par rapport à 2023, tandis que la stabilité est de rigueur en août pour 65% des propriétaires.

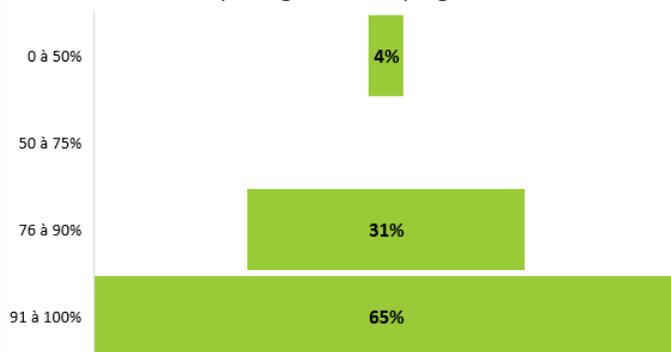
Les perspectives pour septembre sont évaluées stables pour 42% des établissements ouverts et inférieures pour 1/4 des professionnels.

La fréquentation des vacanciers en provenance de l'hexagone est jugée stable ou en retrait pour 89% des répondants, tout comme la clientèle européenne, pour 69%.

Taux de remplissage des campings - JUILLET 2024



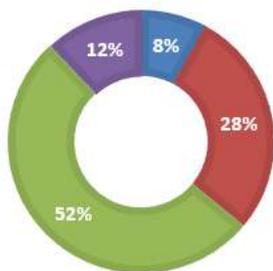
Taux de remplissage des campings - AOUT 2024



> **Taux de remplissage** moyen en juillet (76% l'évaluent entre 50 et 90%) sans être catastrophique, tandis que le mois d'août est conforme aux attentes (96% l'évalue entre 76 et 100%).

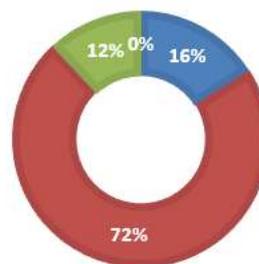
CHIFFRE D'AFFAIRES DES CAMPINGS - JUILLET 2024

■ Très satisfait ■ Satisfait ■ Peu satisfait ■ Pas du tout satisfait



CHIFFRE D'AFFAIRES DES CAMPINGS - AOUT 2024

■ Très satisfait ■ Satisfait ■ Peu satisfait ■ Pas du tout satisfait



> **Chiffre d'affaires** : peu ou pas du tout satisfaisant en juillet pour 64% des professionnels, alors que 88% le jugent satisfaisant voire très satisfaisant en août.

> **Panier moyen** : jugé inférieur pour 65% des répondants contre 38% en 2023.

> **Durée de séjour** : des séjours entre 5 et 8 jours nettement majoritaires en juillet, avec une tendance à un allongement en août (40% déclarent une durée de séjour entre 9 et 15 jours).

Paroles aux professionnels de l'hôtellerie de plein air :

- « Saison moins dynamique que les années précédentes ».
- « Baisse de la clientèle française en juillet. Pas la même ambiance de vacances sur ce même mois. La "vraie saison" n'a commencé qu'en août. »
- « Clientèle un peu plus exigeante qu'à l'habitude, des réservations de dernière minute. »
- « Français de plus en plus tatillons et critiques ».
- « En juillet un retour des étrangers (belges, néerlandais, irlandais) »
- « Ventes annexes en baisse voire en forte baisse en avant saison et en juillet - août stable ».
- « Tout est calculé et aucune dépense superflue ».
- « 1ère année où les vacanciers ne consomment pas beaucoup au snack (l'inflation et le temps y sont pour quelque chose). »
- « Année bizarre qui ne ressemble pas aux autres, les clients présents n'avaient pas forcément la tête à être en vacances et n'avaient pas de budget pour des dépenses annexes. »

Et à la question « Vos remarques sur la fréquentation lors de la période olympiques (du 26/07 AU 11/08) » ?

- « Quelques habitués nous ont dit rester chez eux pour voir les JO à la télé... ça s'est senti... »
- « Aucune incidence. »
- « Aucun effet, à part moins de clients sur la période du 26 juillet au 3 août. »

Le bon démarrage des réservations en début d'année laissait présager une très bonne saison. La réalité des faits (météo, inflation, élections) ont « douché » cet élan. Le mois d'août redonne le sourire après des périodes irrégulières et surtout un mois de juillet morose.

Les campings subissent un pouvoir d'achat restreint et contrôlé, induisant moins de consommations annexes. Ils sont également tributaires de la météo, impactant entre autres, les demandes en emplacements nus (qui restent secondaires).

Des meublés globalement satisfaits

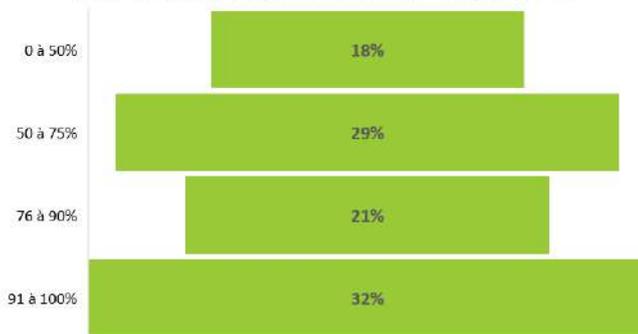
Fréquentation	Plutôt supérieure	Stable	Plutôt inférieure
2024	14%	50%	36%
2023	17%	55%	28%
2022	18%	62%	14%
2021	35%	61%	2%
2020	8%	67%	17%
2019	0%	88%	12%

Les locations meublées maintiennent un niveau de fréquentation **stable**; à nuancer, le mois de juillet poursuit sa baisse de fréquentation déjà amorcée en 2023, août reste stable par rapport à 2023, pour près de 80% des répondants.

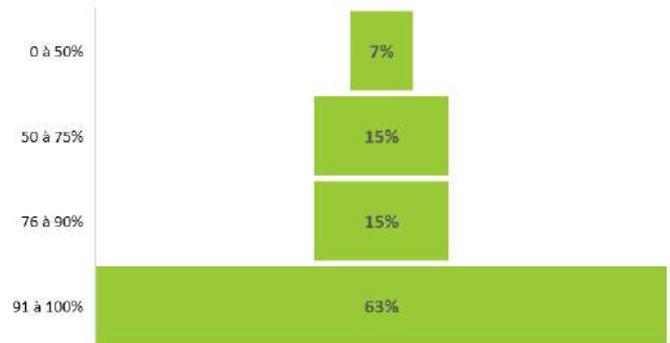
Une tendance également à la stabilité pour l'arrière saison, avec l'espoir de réservations en octobre, grâce au Vendée Globe.

La clientèle française demeure majoritaire et **stable** pour 80% des répondants, alors que 30% reconnaissent une fréquentation supérieure des européens, sans pour autant avoir un impact positif sur leur offre d'hébergement.

Taux de remplissage des meublés - JUILLET 2024



Taux de remplissage des meublés - AOÛT 2024

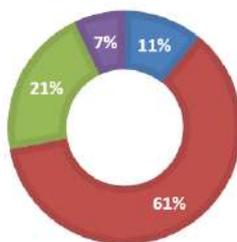


> **Taux de remplissage** : il se situe entre 76 et 100% globalement pour 72% des répondants. A noter, une différence entre juillet et août, à la défaveur du mois de juillet. Un mois d'août, dans la norme avec 63% déclarant un taux de remplissage entre 91 et 100% (contre 44% en 2023). Les loueurs en meublés particuliers connaissent un meilleur taux de remplissage moyen en juillet par rapport aux agences immobilières ou résidences de vacances, et sont quasi complets en août.

> **Durée de séjour** : en moyenne de 5 à 8 jours en juillet, pour évoluer vers du 9 à 15 jours en août. La mise en place de réductions tarifaires ainsi que l'adaptation à une demande de courts séjours ont permis de compléter les réservations.

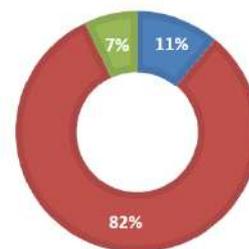
CHIFFRE D'AFFAIRES DES MEUBLES
JUILLET 2024

■ Très satisfait ■ Satisfait ■ Peu satisfait ■ Pas du tout satisfait



CHIFFRE D'AFFAIRES DES MEUBLES - AOÛT 2024

■ Très satisfait ■ Satisfait ■ Peu satisfait ■ Pas du tout satisfait



> **Chiffre d'affaires** : 82% des répondants sont satisfaits du CA généré en août et 61% pour le CA de juillet (comme en 2023).

> **Panier moyen** : stable pour 57% ou inférieur pour 30% des répondants, soit une réelle tendance à la baisse par rapport à 2023.

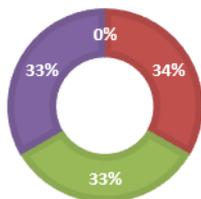
Paroles aux loueurs de meublés :

- « Vacanciers sur la réserve qui limitent les dépenses. »
- « Demandes de dernière minute plus récurrentes en raison de la météo. »
- « Demandes dès le début d'année et plusieurs habitués. »
- « Séjour en général en famille et multi générationnel, clientèle française et dans l'ensemble courtoise. »
- « Clients fidèles mais qui regardent les frais. »

Une saison mitigée pour les villages vacances

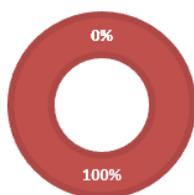
CHIFFRE D'AFFAIRES VILLAGES DE VACANCES - JUILLET 2024

■ Très satisfait ■ Satisfait ■ Peu satisfait ■ Pas du tout satisfait



CHIFFRE D'AFFAIRES VILLAGES DE VACANCES - AOÛT 2024

■ Très satisfait ■ Satisfait ■ Peu satisfait ■ Pas du tout satisfait



Le **constat est semblable aux autres filières** : un mois de juillet très en retrait (inférieur pour 67% des structures) alors que la fréquentation du mois d'août est jugée stable par rapport à 2023.

> **Fréquentation de la clientèle française et étrangère stable** également.

> **Taux de remplissage** : 66% déclarent un taux entre 0 et 75% en juillet et 100% entre 91 et 100% en août.

> **Chiffre d'affaires** : panier moyen jugé inférieur pour 67% des structures (comme en 2023) !

> **Durée de séjour** : de 5 à 8 jours en juillet et du 9 à 15 jours pour 50% d'entre eux, en août.

Parole aux professionnels :

- « Clients ayant beaucoup moins consommé qu'en 2023 aussi bien au bar que lors des soirées autour d'un repas. »
- « Touristes rencontrant des problèmes de pouvoir d'achat en général, ce qui les rend moroses. Ils ont surtout peur de la rentrée avec des hausses tarifaires probables ».
- « Saison 2024 qui a réellement commencé le 3 août ».
- « Beaucoup de réservations d'étape grâce au développement du cyclo tourisme. »
- « Certains touristes ne sont pas partis en vacances car réquisitionnés pour les JO ou ont préféré regarder les JO à la TV. »

Une saison difficile pour les hôtels

Fréquentation	Plutôt supérieure	Stable	Plutôt inférieure
2024	0%	0%	100%
2023	0%	67%	33%
2022	0%	75%	25%

Comme en 2023, la **fréquentation du mois de juillet continue de se dégrader** tandis que, cette année, le mois **d'août est partagé entre stabilité et baisse**. Des projections à la baisse pour l'arrière saison.

> **Chiffre d'affaires** : insuffisant en juillet et pour 50% des répondants satisfaisant en août.

Points positifs :

- > un regain d'étrangers, déjà constaté en 2023.
- > de l'accueil de groupes permettant un remplissage correct (pour certains établissements).

Paroles aux hôteliers :

- « Longs séjours devenus rares en hôtel. »
- « Baisse de la fréquentation significative en juillet (taux d'occupation plus élevé en juin avec l'accueil des groupes). »
- « Augmentation significative de la clientèle belge depuis le début du printemps »
- « Clientèle majoritairement agréable malgré la météo instable. »

Une saison correcte pour les chambres d'hôtes

Paroles aux propriétaires de chambres d'hôtes :

- Beaucoup de réservations de 2 nuits, repas du midi léger (sandwich) et restaurant le soir.
- Clients fréquentant moins les restaurants et optant pour un déjeuner ou un dîner sur place avec des plats à emporter.
- Ressenti d'un problème de pouvoir d'achat.
- Beaucoup de cyclistes français et étrangers.
- Clientèle fidèle qui réserve longtemps à l'avance.
- Clientèle toujours correcte.

La **fréquentation est jugée stable** par rapport à 2023 pour les 3/4 des propriétaires (avec une activité plus intense en août) et des perspectives stables également, pour le mois de septembre. Octobre reste difficile à prévoir.

> **Taux de remplissage** : variable entre 0 et 50% en juillet et entre 50 et 100% pour 76% des propriétaires en août.

> **Chiffre d'affaires** : satisfaisant tant en juillet qu'en août, en léger retrait par rapport à 2023.

> **Panier moyen** : inférieur pour 50% des répondants.

Les propriétaires de chambres d'hôtes ont pu compter sur une clientèle fidèle, itinérante à vélo et, comme en 2023 une présence marquée de vacanciers étrangers.

Ils constatent une baisse de pouvoir d'achat et des habitudes de consommation qui diffèrent : plats à emporter sur place au détriment du restaurant.

BILAN HEBERGEMENTS :

Un déficit de fréquentation sur juillet (tendance déjà amorcée en 2023) et un mois d'août dans la norme.

L'hôtellerie et les villages de vacances sont les plus impactés par ce tassement de la fréquentation, ainsi que l'hôtellerie de plein air.

Les locations meublées et chambres d'hôtes se maintiennent sur l'ensemble de la saison, avec cette tendance à la baisse en juillet.

Certaines structures se sont adaptées aux nouveaux modes de consommation, soit en proposant des réductions tarifaires ou de séjours, soit en captant de nouvelles clientèles (itinérances).

Le constat récurrent reste le pouvoir d'achat : les vacanciers français maîtrisent leur budget et sont prudents sur les dépenses. La météo instable avec un taux d'ensoleillement défavorable n'ont pas contribué à faire évoluer positivement cette tendance.



Saison honorable pour les sites de visite et activités de loisirs

Fréquentation	Plutôt supérieure	Stable	Plutôt inférieure
2024	0%	14%	86%
2023	25%	40%	35%
2022	31%	31%	36%
2021	50%	30%	0%
2020	72%	14%	14%
2019	83%	0%	17%

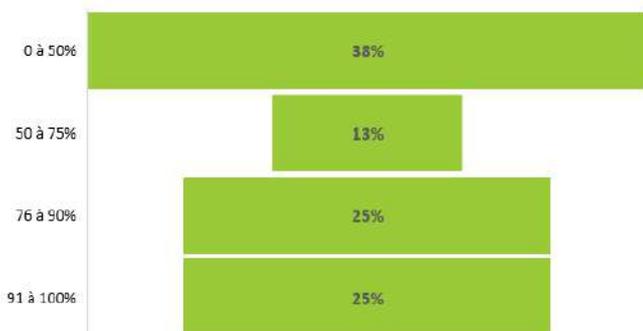
Les sites de visites et activités de loisirs confondus, pâtissent du déficit de fréquentation particulièrement en juillet. **Sur les 2 mois d'été, 86% des prestataires déclarent une fréquentation inférieure à 2023 !** Pour certains établissements, le regain d'étrangers (néerlandais remarquables) a été un facteur positif sur cette saison.

> **Taux de remplissage** : 50% l'évalue entre 76 et 100%.

> **Chiffre d'affaires** : plutôt satisfaisant pour la majorité, sans pour autant être à la hauteur de 2023 pour le mois de juillet.

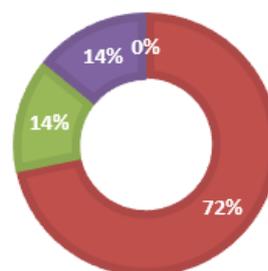
> **Panier moyen** : à la baisse pour 50% des répondants.

Taux de remplissage des sites de visite & activités de loisirs
SAISON 2024



CHIFFRE D'AFFAIRES SITES DE VISITE
ACTIVITES DE LOISIRS - AOUT 2024

■ Très satisfait ■ Satisfait ■ Peu satisfait ■ Pas du tout satisfait



Paroles aux professionnels :

SITES DE VISITE :

- « Première quinzaine de juillet voire jusqu'au 25, très calme. »
- « Saison très irrégulière... bon mois de mai, baisse de fréquentation en juin et juillet, forte fréquentation les 15 premiers jours d'août. »
- « Augmentation de la fréquentation à partir du 1^{er} août, saturation entre le 15 et le 31 août, entraînant des frustrations et incivilités. »
- « Recherche de sites et activités à faire en famille. »

ACTIVITES DE LOISIRS :

- « Avant, les clients réservaient des mini-stages 5 séances sur toute la semaine; cette année, beaucoup de réservations à la séance. »
- « Budget loisir inférieur aux années précédentes. »
- « Font plus attention à leur budget, moins de dépenses. »
- « Meilleure avant saison que 2023 (avril - juin), baisse en juillet et stable en août. Plus de touristes étrangers en juillet et août (Néerlandais notamment). »

La météo a ralenti la fréquentation des sites et activités extérieures. Les activités de plage ont été en grande difficulté, excepté les prestataires dont la saison est lissée d'avril à octobre, et ceux ayant développé des activités complémentaires.

Moins d'affluence dans les Bars & Restaurants

Fréquentation	Plutôt supérieure	Stable	Plutôt inférieure
2024	25%	13%	63%
2023	25%	50%	25%

Une **tendance à la baisse de fréquentation pour les bars et restaurants**, particulièrement marquée en juillet (88% des professionnels jugent la fréquentation inférieure). La fréquentation du mois d'août, est positive pour 38% des professionnels.

Une légère augmentation de la clientèle étrangère par rapport à 2023, qui ne compense pour autant pas, la baisse de la clientèle française.

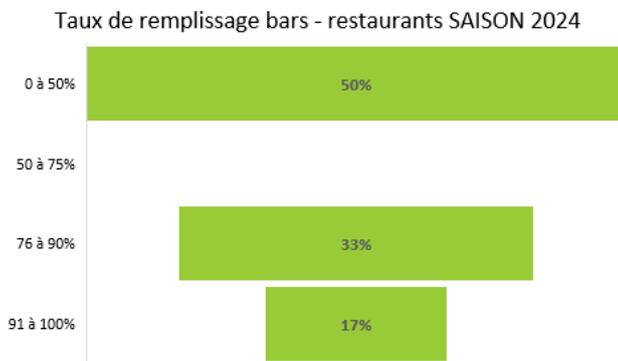
> **Taux de remplissage** : en berne en juillet.

> **Chiffre d'affaires** : se maintient malgré un pouvoir d'achat en recul. Les vacanciers se font plaisir et utilisent des moyens de paiement tels les tickets restaurants ou les chèques vacances.

Paroles aux professionnels :

- Moins de pouvoir d'achat, mauvaise météo.

- Bar : Les JO ne nous ont pas forcément apporté du monde... mais la coupe d'Europe en juin oui.



Commerçants et producteurs : une clientèle au pouvoir d'achat restreint !

Fréquentation	Plutôt supérieure	Stable	Plutôt inférieure
2024	14%	10%	76%
2023	25%	50%	25%

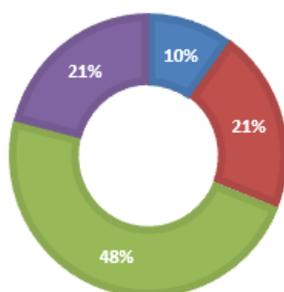
Les commerçants, producteurs et artisans établissent le même constat qu'en 2023 : le mois de juillet poursuit son recul de fréquentation (86% le jugent inférieur par rapport à 2023 où 83% le jugeaient déjà inférieur par rapport à 2022). Cette année, le mois d'août est également en retrait pour 52% des répondants. Seuls quelques commerces, dont la grande distribution, témoignent d'une fréquentation supérieure ou stable.

> **Chiffre d'affaires** : près de la moitié des répondants le juge peu satisfaisant pour l'ensemble de la saison, contre 21% en 2023.

> **Panier moyen** : constat similaire au chiffre d'affaires.

CHIFFRE D'AFFAIRES COMMERCANTS ET PRODUCTEURS - SAISON 2024

■ Très satisfait ■ Satisfait ■ Peu satisfait ■ Pas du tout satisfait



Avec une fréquentation inférieure sur les deux mois d'été, l'activité des commerçants souffrent de la conjoncture économique défavorable (inflation qui contraint les ménages à réduire leurs dépenses) et d'une météo impactante pour la consommation.

Points positifs : clients agréables et retour des étrangers.

Paroles aux commerçants, producteurs et artisans :

- « Beaucoup de visiteurs mais très peu d'acheteurs. »

- « Saison catastrophe ! Panier moyen en juin et juillet en baisse. Les gens se plaignaient du mauvais temps et de leur pouvoir d'achat. »

- « Conjoncture sociale et climat peu favorables qui n'ont pas aidé le commerce. »

- « Clients agréables, envie de profiter, malgré le temps. »

- « Touristes avec peu de moyens. Manque de pouvoir d'achat dû à la hausse des prix de l'alimentaire, du non alimentaire et de l'énergie. »

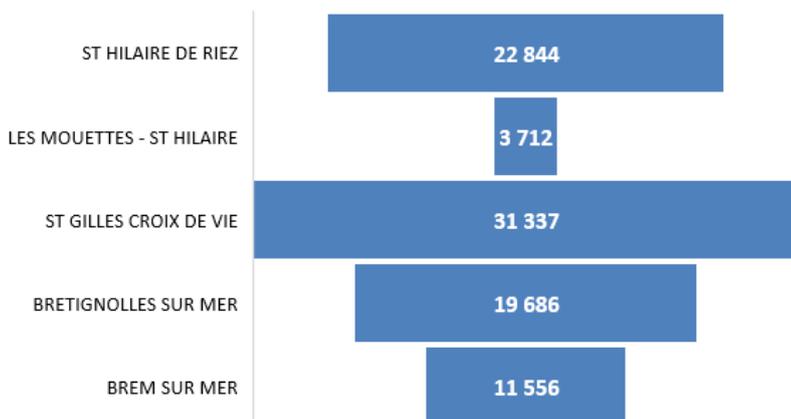
- « Baisse sociale qui se fait sentir et de nombreux touristes qui se sont plaints de la hausse des prix des locations et ont indiqué ne pas revenir l'année prochaine. »

BILAN DE SAISON dans les Bureaux d'Information Touristique du Pays de St Gilles

Une fréquentation en retrait de 5% dans les bureaux par rapport à 2023, avec un peu moins de 90 000 visiteurs.

Les chiffres de fréquentation des 4 bureaux et le Point Information des Mouettes à St Hilaire de Riez, suivent la tendance observée, avec un retrait de 9% en juillet et un nombre de visiteurs identique en août.

REPARTITION DES VISITEURS PAR BUREAU - SAISON 2024



Contrairement à 2023, le nombre de visiteurs pour les 4 bureaux et le Point I des Mouettes, diffère entre le mois de juillet (42 293) et le mois d'août (46 842).

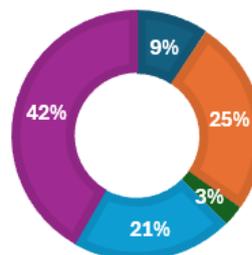
> **St Gilles Croix de Vie**, bureau principal, est en recul de 8%.

> **St Hilaire de Riez** : le bureau de Sion reste stable alors que la fréquentation du Point i des Mouettes baisse de 30%, en raison d'amplitudes horaires réduites par rapport à 2023.

> **Les bureaux de Brétignolles et Brem sur Mer** comptabilisent le même nombre de visiteurs que l'an passé.



REPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES BILLETTERIES PAR BUREAU - SAISON 2024



Chiffre d'affaires billetteries : +5.5%

Malgré un retrait de la fréquentation touristique, le chiffre d'affaires des billetteries pour les 5 accueils, progresse de 5.5%.

Le Top 4 des billetteries :

1er : Compagnie vendéenne

2ème : Puy du Fou

3ème : Lila Vélo (loc vélo île d'Yeu)

4ème : O'gliss park

Plus de 14 000 demandes enregistrées dans les bureaux d'information touristique

> **Demandes transversales** : les demandes d'activités pour les enfants représentent la moitié des demandes transversales. Dans cette classification, les îles viennent en seconde position avec plus de 30% de ces demandes.

> **Hébergements et Restaurants** : les interrogations sur les aires de camping-cars sont en retrait en juillet, tout comme les demandes de gîtes, meublés et locations saisonnières, sur ce même mois. Les restaurants progressent en juillet.

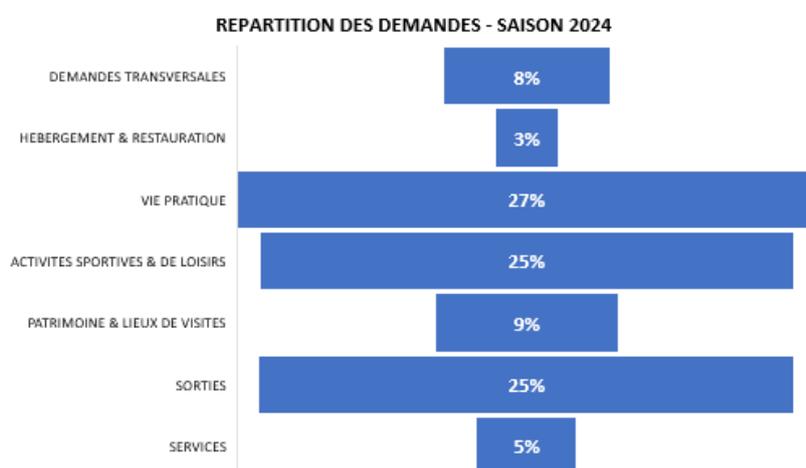
> **Vie pratique** : une augmentation des demandes de transport (mise en place de transports en commun gratuits sur le territoire ex : « tous à la plage » et volonté de moins utiliser son véhicule). Les demandes d'orientation et/ou plans se classent premier du top 3, suivies par les informations pratiques sur la ville, puis la liste des marchés, toujours très prisée.

> **Activités de loisirs** : la recherche d'activités de loisirs tout comme les demandes de randonnées pédestres progressent. Les demandes de randonnées cyclo sont en léger recul même si toujours très sollicitées.

> **Patrimoine et lieux de visite** : les demandes de sites naturels sont en tête des demandes dans cette catégorie, suivies des circuits touristiques et musées. Les visiteurs recherchent les « incontournables » mais également les lieux paisibles et ressourçants.

> **Sorties** : « l'agenda » et « autres fêtes et manifestations » représentent les 3/4 des demandes sur cette rubrique.

> **Services** : plus de 80% des demandes de services concernent les billetteries et boutique.



SAISON 2024, on retiendra :

- Un démarrage en août,
- Une météo défavorable,
- Des touristes au pouvoir d'achat contrôlé et restreint (consommation de prestations à tarifs réduits, bons plans, ou avantages clients),
- La concurrence de destinations plus attractives (méditerranéennes grâce à des tarifs accessibles et un taux d'ensoleillement garanti, et la montagne, grande gagnante depuis le Covid),
- La lassitude des tarifs de location jugés parfois élevés,
- Les Jeux Olympiques 2024, qui n'ont pas eu l'effet escompté à savoir, le déplacement des franciliens vers d'autres destinations.

Parmi les points positifs :

- Les étrangers européens reviennent sur le territoire.
- Une clientèle régionale et de fidèles qui permet de maintenir cette saison à flot, tout comme des offres promotionnelles et une adaptation à la demande de durée de séjours, pour les hébergements.
- L'itinérance à vélo en pleine expansion, grâce à une offre pertinente et structurée.
- Une clientèle agréable, à la recherche d'activités nature et appréciant l'offre locale.