

LA LETTRE DE CONJONCTURE N° 1

Juillet
2007

Un printemps mitigé, un été encore très incertain...

Une météo capricieuse, des élections en pleins ponts et une diminution du pouvoir d'achat des clientèles sont les principaux facteurs avancés par les professionnels de l'Allier pour expliquer la relative stabilité de la fréquentation touristique au cours de ce printemps. Au mois de mai, deux tiers des professionnels jugent ainsi leur activité stable ou en progression. Le mois de juin semble avoir été plus difficile avec plus de 40% des acteurs interrogés qui indiquent une activité en baisse.

Malgré ces chiffres, le sentiment des professionnels de l'Allier est d'avoir "limité les dégâts", une impression renforcée par les mauvais résultats enregistrés en Auvergne où près de la moitié des acteurs signale une diminution de leur activité au cours du printemps.

Type d'activité	Nombre de répondants
Hôtellerie	21
Hôtellerie de plein air	8
Locatif (meublés, chambres d'hôtes...)	10
Villages de vacances et hébergements thématiques	2
Divers loisirs, lieux de visite et loisirs sportifs	13
Restaurants	1
TOTAL	51

La météo difficile de la première quinzaine de juillet incite les prestataires à une grande prudence au moment d'aborder le cœur de la saison touristique. Si l'état des réservations est plutôt en diminution par rapport à 2006, les professionnels sont unanimes pour signaler que les réservations se font de plus en plus à la dernière minute.

Méthodologie

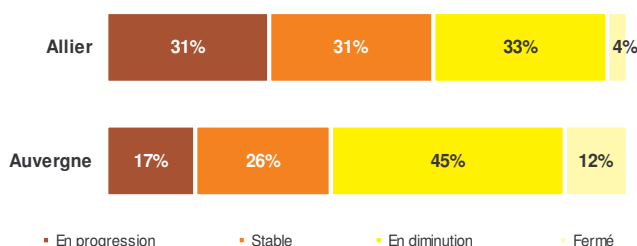
Cette **enquête d'opinion** est réalisée auprès d'un panel de 104 professionnels et acteurs du tourisme représentatifs de la diversité de l'offre du département.

Elle est organisée par SPOT Auvergne au niveau régional. L'analyse départementale est traitée par le service observatoire du Comité Départemental du Tourisme de l'Allier.

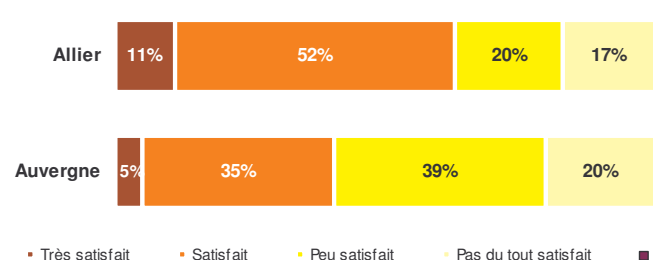
Cette enquête de conjoncture a été menée entre le 9 et le 12 juillet 2007. Les résultats ont été établis sur une base de 51 répondants. Ils expriment le ressenti des personnes interrogées.

Mai - juin : stabilité de la fréquentation, satisfaction tout de même...

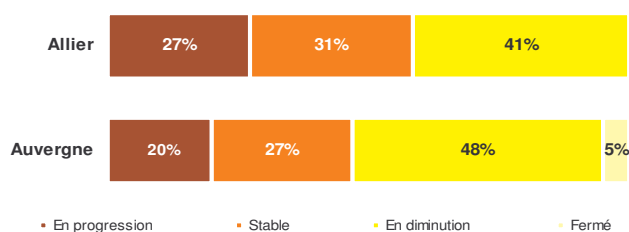
La fréquentation au mois de mai



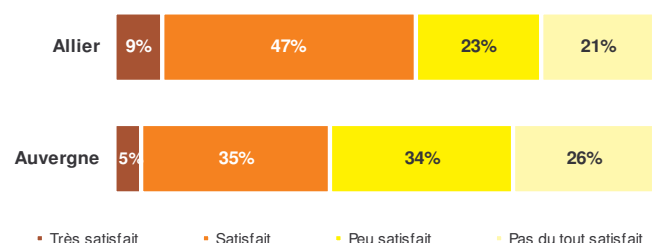
La satisfaction des professionnels au mois de mai



La fréquentation au mois de juin

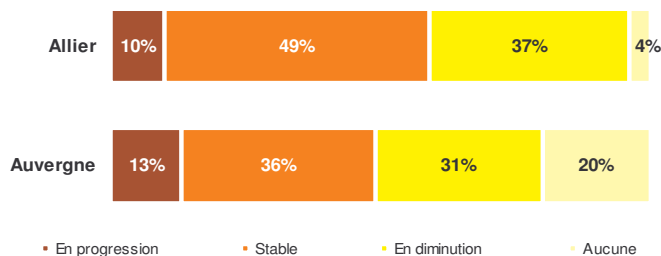


La satisfaction des professionnels au mois de juin



Au mois de mai, les résultats enregistrés indiquent une fréquentation stable : si 31% des acteurs signalent une activité en hausse, ils sont également 33% à juger leur fréquentation en baisse. Au mois de juin, les témoignages sont plutôt négatifs avec plus de 40% des professionnels qui mentionnent une diminution de leur activité. Néanmoins, certains prestataires semblent tirer leur épingle du jeu : on citera particulièrement les établissements haut de gamme ainsi que les acteurs ayant recours à Internet pour leur communication et leur commercialisation. A l'inverse, le secteur de l'hôtellerie de plein air a particulièrement souffert d'une météo défavorable.

Une fréquentation étrangère à la baisse



La météo et les élections jouent les troubles fêtes

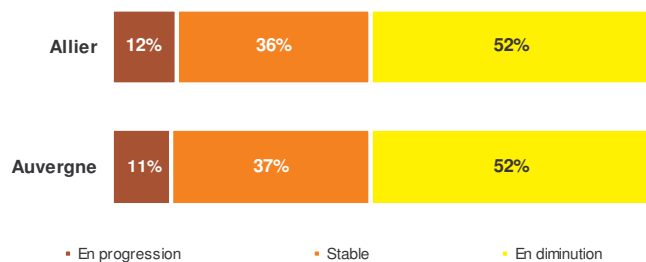
Nombre de professionnels considèrent que les élections du mois de mai ont limité le nombre de départs au cours des différents week-ends prolongés.

Au mois de juin, la météo est citée comme la raison principale de la baisse de fréquentation dont font état les professionnels.

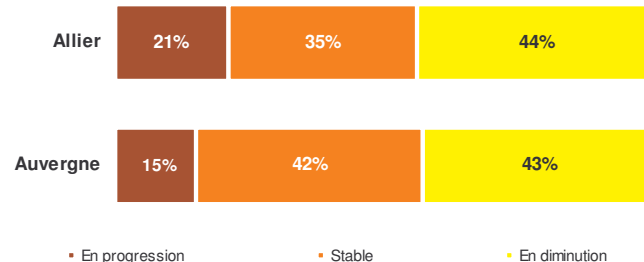
Enfin, la conjoncture économique difficile (réduction du pouvoir d'achat, hausse du prix des carburants) limite de plus en plus le budget consacré aux vacances. L'arbitrage des ménages se fait parfois au profit d'autres postes de dépenses (bricolage, jardinage, ...)

Un été encore très incertain au regard de l'état des réservations

L'état des réservations pour le mois de juillet



L'état des réservations pour le mois d'août



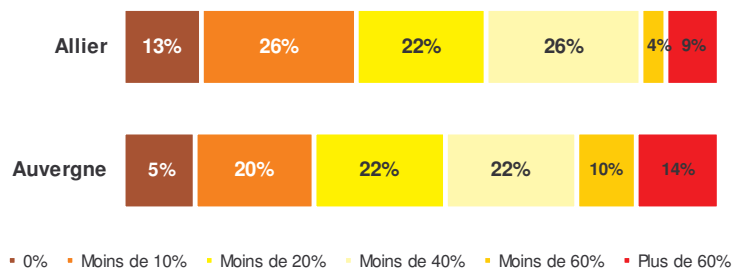
L'enquête fait apparaître que l'état des réservations est à la baisse comparativement aux résultats enregistrés l'an dernier à pareille époque : 52% des professionnels de l'Allier signalent un volume de réservations en baisse pour le mois de juillet. Ils sont 44% dans cette situation s'agissant du mois d'août. Ces résultats sont très proches de ceux enregistrés à l'échelle de la Région Auvergne.

Internet: un outil de promotion et de commercialisation incontournable

En Auvergne, près de la moitié des prestataires touristiques affirment que plus de 40% de leur activité est générée par Internet (réservations en ligne, promotion, liens...)

Un chiffre qui témoigne de la prépondérance de l'outil Internet en matière de communication et de commercialisation.

Si Internet offre de nombreuses opportunités aux professionnels, il s'agit néanmoins d'un lieu où s'exerce une très vive concurrence. Il convient donc de recourir à cet outil en veillant à la qualité et à l'actualisation des informations ainsi qu'à leur bon référencement.



Le Comité Départemental du Tourisme remercie tous les acteurs du tourisme ayant participé à cette enquête, permettant ainsi une meilleure connaissance de l'activité touristique du Département.

Comité Départemental du Tourisme de l'Allier www.allier-tourisme.com

Contact observatoire : Alexis LACROIX (04 70 46 89 04 ; cdt-developpement@pays-allier.com)

