

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Nantes, le 29 août 2024

### Baromètre touristique régional

# Premier bilan touristique en région des Pays de la Loire : un été à deux vitesses

L'Observatoire Régional du Tourisme (ORT) des Pays de la Loire vient de publier un premier bilan de la saison estivale 2024. Une conférence de presse de présentation s'est déroulée ce jour à l'Hôtel de Région en présence des Présidents des fédérations professionnelles régionales du tourisme et de Franck Louvrier, Vice-président de la Région en charge du Tourisme. Cette conférence a été l'occasion de faire un premier état des lieux de la saison à date et de présenter les enjeux des différentes filières du tourisme sur notre territoire.

*« Le tourisme en Pays de la Loire est une filière majeure avec plus de 14 100 entreprises qui génère 65 000 emplois en saison et plus de 6,9 milliards d'euros de retombées économiques par an. Forte d'un réseau dynamique de professionnels et d'acteurs privés ou publics, la région des Pays de la Loire continue chaque année de séduire les touristes français et étrangers (21 millions de nuitées en 2023), et doit s'adapter à leur nouvelle façon de consommer qui s'étale dans le temps, sur quatre mois au lieu de deux. L'arrière-saison s'annonce d'ailleurs excellente : un été peut en cacher un autre » souligne Franck Louvrier, Président du Comité Régional du tourisme des Pays de la Loire.*

L'enquête menée par l'ORT\* auprès des professionnels du tourisme des Pays de la Loire constitue un premier jalon de mesure de la saison estivale qui sera complété car elle a été conduite entre le 12 et le 20 août 2024. Elle a permis de recueillir les réponses de **779** contacts et permet de retirer de premiers enseignements significatifs pour qualifier cette saison estivale 2024 :

- **Une saison estivale à deux vitesses** : après un mois de juillet décevant suite à une météo maussade, le mois d'août reste conforme aux attentes. L'ensemble des professionnels du tourisme des Pays de la Loire confirme de bonnes perspectives pour l'automne. La météo est devenue un facteur important avec un effet immédiat grâce aux systèmes de réservations et d'annulation performants et facile d'utilisation.
- **Les meublés touristiques tirent leur épingle du jeu avec la clientèle française** : l'hébergement locatif est plébiscité par les touristes avec une hausse de plus de 5% des nuits réservées en juillet et 11% en août (par rapport à 2023) et l'arrière-saison s'annonce très prometteuse.
- **La fréquentation des touristes étrangers se maintient, avec néanmoins des spécificités différentes** : La fréquentation des clientèles espagnoles et allemandes est en forte progression (avec + 18% et + 17% de nuitées depuis juillet par rapport à l'an dernier), alors que le nombre de nuitées britanniques est en recul de 21% par rapport à 2023 depuis le début de l'été. Par territoire, le littoral a dans l'ensemble maintenu sa fréquentation étrangère cet été, là où dans les villes plus d'un professionnel sur deux note une fréquentation moins importante qu'attendu. Les JO ont eu selon les professionnels peu d'effet sur la fréquentation de la clientèle étrangère dans la région.

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

- **Un recul significatif de la clientèle française après deux années exceptionnelles :** Les restaurateurs (63%), les campings (58%) et les hôtels (57%), notamment ceux situés sur le littoral, notent un recul de la fréquentation touristique des visiteurs français.
- **Chiffre d'affaires :** Si les professionnels sont dans l'ensemble partagés sur le chiffre d'affaires de la saison, les restaurateurs et les hôteliers sont les plus pénalisés sur cet été atypique contrairement aux campings qui apparaissent à 57 % satisfaits.
- **Une arrière-saison qui s'annonce encourageante :** À mi-août, les professionnels de l'hébergement marchand sont optimistes, avec un taux de réservation moyen de 35% à fin octobre, soit 7 points de plus que l'an passé.
- **Impact des Jeux Olympiques :** l'effet JO n'est pas immédiat mais il aura un impact sur la fréquentation touristique des prochaines années.

Ce baromètre de conjoncture touristique est réalisé par l'Observatoire Régional du Tourisme de Solutions&co, en collaboration avec les 5 Agences Départementales du Tourisme, la CCIR et les fédérations professionnelles du tourisme.

### De nouveaux enjeux pour la filière touristique en Pays de la Loire

Aujourd'hui les voyageurs sont plus que jamais en quête d'authenticité et souhaitent des expériences uniques, personnalisées, en dehors des sentiers battus qui leur permettent de se reconnecter avec leur environnement. La Région souhaite y répondre avec des ambitions et des actions précises pour les prochaines années :

- **Poursuivre le développement du tourisme à vélo** en priorisant le soutien à la sécurisation des itinéraires cyclables,
- **Inciter les entreprises à engager ou poursuivre leur transition écologique** par une bonification des aides pour les investissements les plus engagés vers cette transition,
- **Faciliter le recrutement** en accompagnant les professionnels du tourisme dans leur besoins de formation professionnelle et de logements saisonniers,
- **Contribuer à l'attractivité des Pays de la Loire** en organisant de grands événements d'envergure internationale pour les professionnels, tel que Destinations Vignobles qui se déroule les 1<sup>ER</sup> et 2 octobre 2024 à Angers, le Vendée Globe, les 24H du Mans dont les retombées en terme de fréquentation sont significatives.



Abbayedel'Epau©Maxime Guillon\_Sarthe



Vignoble\_nantais©A.Lamoureux



Talmont\_SaintHilaire©A.Lamoureux

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### LA PAROLE AUX PROFESSIONNELS DU TOURISME

#### **Nicolas CHARRIER, Président de Fédération Régionale de l'Hôtellerie de Plein Air (FRHPA) des Pays de la Loire**

*« La fréquentation en avant-saison est fortement en baisse en raison notamment de la mauvaise météo. De nombreux campings ont dû fermer les emplacements nus au début de la saison, les terrains étant gorgés d'eau. Seul le week-end de l'Ascension a connu une bonne fréquentation.*

*Le mois de juillet a été tout autant difficile en termes de remplissage, en raison de la météo, du climat politique dans le pays et sûrement également en raison des JO.*

*Le mois d'août semble être identique à l'année dernière grâce notamment à des réservations de dernière minute, à la mise en place de courts séjours et un climat plus clément.*

*La consommation dans les services est en baisse également par manque de pouvoir d'achat. La présence des étrangers en hausse a permis toutefois le remplissage des campings.*

*La difficulté de recrutement, le maintien du personnel tout au long de la saison s'est ajouté à cette saison difficile. Toutefois, on espère une belle arrière-saison comme en 2023 afin de compenser la perte d'avant-saison notamment ».*

#### **Loïc CORBEL, Président du Groupement des Hôtelleries et Restaurations (GHR) du Grand Ouest**

*« La saison estivale 2024 a été particulièrement éprouvante pour les hôteliers et restaurateurs du Grand Ouest. La météo défavorable sur le printemps et le début d'été, particulièrement juillet, a largement freiné la consommation, la fréquentation et l'utilisation des terrasses. Les élections sur juin et juillet ont limité les déplacements, à la faveur d'une clientèle plus locale. L'incertitude économique et un climat politique tendu ont également contribué à une atmosphère générale d'inquiétude et de prudence parmi les consommateurs, impactant négativement leur volonté de dépenser dans les loisirs et la restauration. Le pouvoir d'achat, impacté par l'inflation pèse sur le ticket moyen, avec une consommation limitée dans sa fréquence comme son volume. L'impact positif attendu des Jeux Olympiques sur le tourisme national ne s'est pour le moment pas fait ressentir. L'activité d'août est plus conforme à l'année précédente avec des chiffres jusqu'ici dans les standards de 2023.*

*La pénurie de main-d'œuvre saisonnière s'est une nouvelle fois présentée comme un défi majeur. Ces difficultés entraînant une surcharge de travail pour les équipes en place et une qualité de service parfois affectée. Malgré ces défis, les professionnels se veulent optimistes et espèrent une fin de saison ensoleillée leur permettant d'exploiter pleinement leurs établissements ».*

#### **François TAILLANDIER, Président de l'Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie (UMIH) des Pays de la Loire**

*« Les hôteliers-restaurateurs-cafetiers de la région Pays de la Loire sont unanimes sur ce début de saison estivale : elle est en baisse par rapport à l'année 2023. Les professionnels, adhérents de l'UMIH interrogés par leur fédération, enregistrent des baisses entre -30 à -10 % de chiffre d'affaires notamment sur la côte où un très net recul a été enregistré. Ils constatent également un recul de la fréquentation française et étrangère et une baisse du ticket moyen. Les professionnels ont souvent dû baisser leurs tarifs, voire même proposer des promotions pour rentrer dans le budget de leurs clients.*



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

*Les raisons évoquées par l'ensemble des professionnels pour expliquer cette situation : une météo maussade qui n'a pas encouragé les touristes, le contexte d'inflation et d'incertitude politique ont freiné les départs en vacances.*

*Focus sur les professionnels de Nantes : La ville de Nantes, quant à elle, accueillant les JO n'a pas non plus eu d'effet bénéfique : il n'y a pas eu plus de fréquentation.*

*Les professionnels adhérents de l'UMIH interrogés par leur fédération restent mitigés sur l'arrière-saison : près de 46% s'attendent à une poursuite de la baisse et 33% à la considérer comme prometteuse si la météo reste clémente en comptant sur la période de l'été indien en septembre.*

*Dans tous les cas, le retard enregistré jusqu'à maintenant ne sera pas rattrapé. Avec une baisse d'activité moyenne qui sera de l'ordre de 20%, la saison touristique 2024 est déjà qualifiée de « décevante » par l'ensemble des professionnels de l'hôtellerie-restauration ».*

### **Marie-Armelle LELIEVRE, Présidente des Gîtes de France des Pays de la Loire**

*« Dans l'ensemble un mois de juillet identique à l'année dernière, et un excellent mois d'août. Peu d'impact des Jeux Olympiques pour nous. Rajeunissement de la clientèle pour nos gîtes et chambres d'hôtes. »*

### **Véronique CROUE-GUELLERIN, Présidente de l'Union Nationale des Associations de Tourisme (UNAT) Pays de la Loire**

*« L'accueil en familles dans les villages vacances a été en baisse au mois de juillet mais les villages étaient complets en août. Nous observons que les animations habituellement très plébiscitées par les vacanciers, ont été moins fréquentées. Effet JO ? Évolution du mode de vacances ?*

*Les colonies de vacances ont fait le plein encore cet été dans la région. Nous notons toutefois que le Pass Colo, mis en place cette année par l'Etat pour favoriser le départ des enfants, n'a pas été pleinement utilisé par les familles.*

*La saison a été bonne pour la clientèle « groupes » : les groupes adultes ont été accueillis en nombre jusque mi-juillet et depuis mi-août.*

*D'une manière globale, pas de difficulté majeure pour le recrutement des équipes quel que soit le métier. Focus sur les vacances adaptées (séjours en groupes pour les personnes en situation de handicap) : des demandes plus importantes de la part de personnes nécessitant un accompagnement plus conséquent et plus médical et des problématiques de recrutement qui persistent. La gestion administrative des séjours est également plus importante du fait du renforcement des contrôles de sécurité par les services de l'Etat ».*

### **Patrick GROUSSIN, Président Référent Tourisme au CRT de la Fédération Nationale des Transports des Voyageurs des Pays de la Loire (FNTV)**

*« Alors que les autocaristes étaient très optimistes pour cette saison 2024, le bilan est plutôt mitigé avec une activité globalement à la baisse et peu de visibilité sur les mois à venir. Les JO n'ont pas eu d'impact sur l'activité estivale. Les autocaristes constatent une baisse de l'activité groupe liée au vieillissement de la population ; une partie de l'activité se reporte davantage sur les voyages avion ».*

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

**Valérie DROUAULT-GOURMEL, Présidente de l'association régionale Visitez nos Entreprises en Pays de la Loire (VNE)**

*« C'est une saison estivale en demi-teinte pour le tourisme de découverte économique. Malgré l'intérêt d'un public familial toujours présent, la fréquentation est en baisse pour 50 % des entreprises qui s'ouvrent aux estivants. L'avant-saison s'est lancée doucement mais le mauvais temps aura été défavorable pour beaucoup d'entreprises. Pour autant, cette météo capricieuse ne serait pas le seul facteur impactant la baisse de fréquentation. Les touristes effectueraient de plus courts séjours et moins loin. Une hausse du public local est constatée : ces derniers représentent 87,5% des visiteurs contre 43,8% de vacanciers français.*

*Si certaines entreprises ne souhaitent pas s'avancer sur les pronostics de l'arrière-saison, celle-ci s'annonce globalement active. Plusieurs événements au programme pour dynamiser le tourisme de découverte économique :*

*- Du 1er au 31/10/24 : C'est Quoi Ton Entreprise dans les Mauges*

*- Du 4 au 26/10/24 : Industrielle Attitude à Laval*

*- Les 24, 25 et 26/10/24 : 285 entreprises ouvriront leurs portes au public pour les 9èmes Journées Régionales de la Visite d'Entreprise en Pays de la Loire.*

*Nouveaux projets, événements à venir, les entreprises restent confiantes ! ».*

**Pierre SABOURAUD, Président du Relai territorial des Offices de Tourisme des Pays de la Loire**

*Après des étés post-covid exceptionnels, 2024 est une saison honorable marquée par une baisse de fréquentation en juillet et un mois d'août contenu, selon les Offices de Tourisme des Pays de la Loire. Alors que la fréquentation était soutenue dès le début du mois de juillet en 2021, 2022 et 2023, le début de la saison estivale 2024 a été contrariée par une multitude de phénomènes, dont la météo pluvieuse, les élections législatives et les JOP.*

*Le mois d'août est variable selon les territoires avec, au mieux une stabilité de fréquentation ou des baisses autour de 10 %.*

*La recherche d'activités gratuites ou à prix modérés est un constat fréquent. Parallèlement la recherche de produits locaux, dont les prix sont souvent plus élevés continuent de séduire les clientèles françaises et étrangères.*

*Les constats unanimes :*

- Le tourisme de proximité contribue considérablement à la fréquentation tant des touristes que des excursionnistes.*
- Une augmentation des clientèles étrangères sans lien avec les JOP.*
- La dernière minute refait son apparition alors que durant les années post-covid les réservations étaient effectuées bien en amont ; les consommateurs souhaitant garantir leurs vacances coûte-que- coûte.*
- Les offres culturelles et patrimoniales sont plébiscitées.*
- La question du pouvoir d'achat est perceptible.*

*Les particularités :*

- Pas d'impact positif des JOP sur la fréquentation en Pays de la Loire, sauf à Nantes où des épreuves se déroulaient.*

**Retrouvez en pièce jointe à ce communiqué de presse, le détail du baromètre touristique de l'été 2024 en Pays de la Loire.**