

SPL TERRES DE LIMOUSIN

BAROMETRE DE CONJONCTURE EN HAUTE-VIENNE

SEPTEMBRE 2022 ET BILAN DE SAISON



Ce baromètre présente la perception par les acteurs et les professionnels du tourisme en juillet et la projection sur la fin de la saison estivale. Les données sont recueillies à partir d'une enquête de conjoncture menée par le CRT Nouvelle-Aquitaine et les ADT et CDT de la région.

ENQUETE DE CONJONCTURE (Hôtels, campings, sites, restaurants et activités, Offices de Tourisme

Enquête réalisée le CRT Nouvelle Aquitaine, les 12 CDT et ADT de la région et les Chambres de Commerce et d'Industrie de Nouvelle-Aquitaine par questionnaire en ligne auprès des entreprises touristiques des 12 départements (hors meublés et chambres d'hôtes) en Nouvelle-Aquitaine.

L'enquête a été administrée du 16 au 20 septembre 2022.

Attention Les informations collectées ne traduisent pas des résultats chiffrés de fréquentation, mais expriment le ressenti des acteurs du tourisme ; elles permettent uniquement de dégager des tendances par secteur d'activité.



Taux de réponse 38%.
101 répondants / 262

Un bilan de saison positif qui était espéré par les professionnels du tourisme. Comme en France et en Nouvelle-Aquitaine, la saison 2022 en Haute-Vienne est réjouissante. Elle a permis à certains de dépasser les chiffres de fréquentation de 2021 et pour d'autres de retrouver des niveaux de fréquentation aussi bons, voire meilleurs qu'avant la crise du Covid-19. Un bon mois de septembre 2022 pour clôturer la saison avec 75% d'avis positifs pour la fréquentation globale ; 73% pour les Français et 69% pour les étrangers.

Quelques chiffres en résumé :

- 82% des répondants estiment être satisfaits de la fréquentation de mail à septembre. Satisfaction à 80% de la fréquentation des Français.
- 69% des prestataires contents de la fréquentation des étrangers.
- Satisfaction globale pour les hébergeurs, les prestataires d'activités, les restaurants et les Offices de Tourisme. A noter le niveau élevé de cafetiers contents de la saison ; ils sont 83% des répondants à positiver.
- A l'inverse, les lieux de visite n'ont pas fait une bonne saison.
- Une saison jugée plutôt en hausse par rapport à 2021. Une majorité de répondants estiment que la saison 2022 est meilleure de celle de 2019.
- On note une évolution à la baisse des difficultés de recrutement au fur et à mesure de l'avancé de la saison.
- D'une manière générale, on ne peut pas dire que les professionnels aient été impactés négativement par la hausse des prix. A l'exception, des restaurants et des cafés qui, eux, ont subi cette hausse.
- Les réservations de dernière minute restent élevées comme en 2020 et en 2021
- Succès des locations de vacances comme les Gîtes de France et des locations meublés chez les particuliers sur les agences en ligne comme Airbnb.
- Hausse du chiffre d'affaires de la place de marché départementale Elloha de 26% grâce à la bonne performance des hébergements.

SAISON TOURISTIQUE ESTIVALE 2022 : UN PREMIER BILAN DES TENDANCES EN FRANCE

Cette saison estivale 2022 se caractérise par une très bonne dynamique de fréquentation, portée par les clientèles françaises mais aussi internationales, qui, après deux années de limitations de déplacements, ont confirmé leur grand retour dans l'Hexagone. Des résultats satisfaisants compte-tenu du contexte économique et géopolitique inédit et des épisodes d'incendies et sécheresse d'une ampleur inattendue cet été.

Une fréquentation française soutenue

Dans la lignée des étés 2020 et 2021, la fréquentation française a été soutenue lors de la saison estivale 2022. En effet, près de 9 Français sur 10, comme l'année dernière, ont choisi la France pour destination. Ces séjours en métropole ont eu une durée moyenne de 9 jours (comme en 2021) mais leur nombre est revu à la baisse (1,5 vs 1,8 en 2021). Le littoral a été le premier espace plébiscité (37% des séjours réalisés), devant l'espace rural (32%). 3 séjours sur 5 ont eu lieu en hébergement marchand. Les locations entre particuliers, les hôtels et les campings ont été les établissements les plus prisés. Le tourisme proche de chez soi continue de prendre de l'ampleur, notamment dans le cadre des fortes chaleurs de l'été 2022 : 24% des Français déclarent s'être rendus davantage qu'en 2021 dans un lieu de baignade proche de chez eux. Dans l'ensemble, les lieux et activités en extérieur ont été également plus recherchés que l'année dernière.

Après deux années de restrictions, la destination France a confirmé son attractivité auprès des clientèles internationales

D'après l'Observatoire National de l'Hôtellerie de Plein Air (développé par Atout France en partenariat avec la FNHPA et ADN Tourisme au sein du data hub de la filière, France Tourisme Observation), les résultats satisfaisants de la saison sont tirés principalement par les clientèles internationales (+44% par rapport à 2021), en particulier par les clientèles européennes de proximité (Pays-Bas, Belgique, Allemagne avec le grand retour des Britanniques).

De bonnes dynamiques d'activité pour tous les hébergements touristiques

En hôtellerie de plein air, les volumes de nuitées sur la saison estivale sont en augmentation de +6% par rapport à 2021 qui fut déjà une très bonne année pour le secteur. Sur l'ensemble de l'année 2022, cette fréquentation dépasserait de +5 à +7% ses niveaux de 2019, portée par le retour des clientèles internationales. Quant à l'hôtellerie, les indicateurs de performance sont nettement en hausse par rapport à 2021 : +18 points d'occupation par rapport à l'année précédente pour le mois de juillet (-2,3 pts par rapport à 2019) et +28% de hausse du prix moyen par rapport à 2021 (+25% par rapport en 2019). Sur le mois d'août, le taux d'occupation devrait retrouver le niveau d'août 2019 selon le cabinet MKG. L'hébergement locatif a quant à lui aussi connu une belle saison, avec des augmentations à deux chiffres de l'offre et de la demande par rapport à 2019.

Quel impact de l'inflation et des événements climatiques ?

Les incendies qu'ont connus certaines localités n'ont globalement pas impacté les territoires alentour en termes de réservations et d'accueil touristique. De même les phénomènes de sécheresse ou de canicule n'ont pas amené les visiteurs français et internationaux à modifier sensiblement leurs plans. Toutefois, le contexte économique global a pu entraîner un raccourcissement des durées de séjour et des arbitrages budgétaires, avec une réduction par exemple des dépenses de restauration (27% des Français estiment ainsi avoir réduit leurs dépenses de restauration par rapport à 2021). Enfin, les contraintes financières sont la première cause de non-départ pour 44% des Français qui ne sont pas partis en vacances cet été.

ÉTÉ 2022 EN FRANCE : UNE FRÉQUENTATION TOURISTIQUE AU-DESSUS DE SON NIVEAU D'AVANT-CRISE SELON L'INSEE

La fréquentation de juin à août 2022 dans les hôtels et campings dépasse de 3 % son niveau d'avant-crise. La clientèle résidente est nettement plus présente qu'en 2019 et demeure la principale composante du tourisme en France. Depuis juin 2022, les habitants de France métropolitaine passent davantage de nuitées dans l'hébergement marchand (hôtels, campings, locations auprès de particuliers, etc.) que dans le non-marchand (résidence secondaire, en famille ou chez des amis). La clientèle internationale est revenue aussi nombreuse qu'avant la crise sanitaire ; l'absence de touristes provenant de Chine, du Japon ou de Russie est compensée par la clientèle européenne. Les dépenses en voyages des touristes étrangers durant l'été 2022 dépassent de 7 % celles de 2019, du fait des hausses de prix, notamment dans l'hôtellerie et la restauration. Avec une fréquentation et des prix en hausse, le chiffre d'affaires augmente de 14 % dans l'hébergement et la restauration en juillet 2022, par rapport à juillet 2019.

Retour des principales clientèles internationales dans les hôtels et campings

Avec le développement de la clientèle résidente et une clientèle internationale revenue cet été, la fréquentation de juin à août 2022 dans les hôtels et campings dépasse de 3 % son niveau d'avant-crise. Les nuitées de la clientèle internationale restent deux fois moins nombreuses que celles des résidents.

Les dépenses des visiteurs étrangers en augmentation de 7 %, du fait de la hausse des prix

Durant l'été 2022, les visiteurs étrangers ont dépensé 7 % de plus que durant l'été 2019. Cette hausse résulte de deux évolutions opposées : une hausse des prix et une baisse des volumes.

Sources : INSEE FOCUS No 275 Paru le : 11/10/2022

Tendances départementales

Période observée : le mois de septembre 2022 en Haute-Vienne

LA PERCEPTION DU MOIS

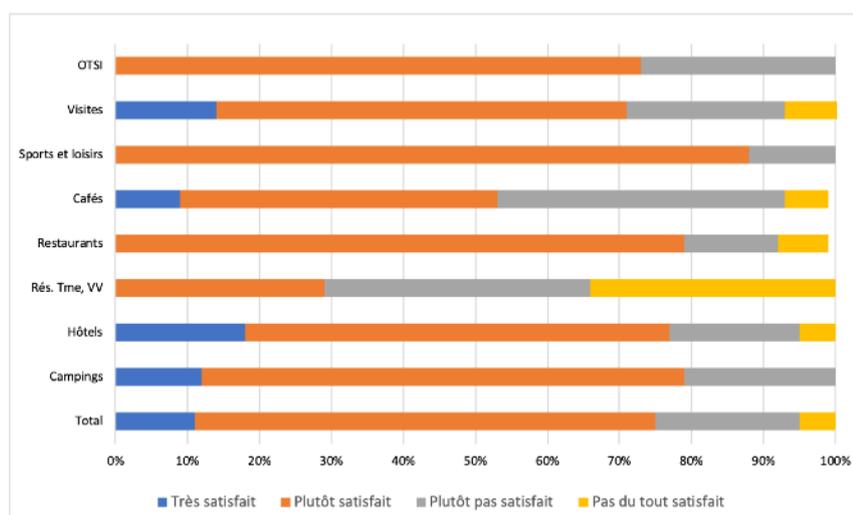
A la question, quel est votre **niveau de satisfaction** pour le mois de septembre 2022 ?

	Très satisfait	Plutôt satisfait	Plutôt pas satisfait	Pas du tout satisfait
De la fréquentation globale	11 %	64 %	20 %	5 %
De la fréquentation française	16 %	57 %	23 %	5 %
De la fréquentation étrangère	7 %	62 %	25 %	7 %

Une grande majorité de prestataires (75% des répondants) estiment être satisfaits de la fréquentation du mois de septembre. Ils sont à 73% contents de la fréquentation des Français. Les étrangers étaient présents puisque 69% des répondants déclarent être satisfaits de leur fréquentation.

La satisfaction globale détaillée :

	Très satisfait	Plutôt satisfait	Plutôt pas satisfait	Pas du tout satisfait
Campings	12 %	67 %	21 %	0 %
Hôtels	18 %	59 %	18 %	5 %
Résidences de tourisme, Villages de vacances	0 %	29 %	37 %	34 %
Restaurants	0 %	79 %	13 %	7 %
Cafés	9 %	44 %	40 %	6 %
Sports et loisirs	0 %	88 %	12 %	0 %
Visites	14 %	57 %	22 %	8 %
OTSI	0 %	73 %	27 %	0 %
Total	11 %	64 %	20 %	5 %
Nord et Est Haute-Vienne	7 %	64 %	29 %	0 %
Sud-Ouest Haute-Vienne	12 %	59 %	20 %	9 %
CA Limoges Métropole	14 %	66 %	14 %	6 %



Satisfaction globale pour les campings, les hôtels, les restaurants, les lieux de visites, les activités sportives et de loisirs et les Offices de Tourisme. A l'inverse, les cafetiers n'ont pas fait un très bon mois de septembre car si 51% seraient satisfaits, ils sont 46% à ne pas être mécontents. . Tous les répondants témoignent d'une stabilité de la fréquentation par rapport à 2020. Les Français et les clientèles de proximité ont permis de bien travailler en septembre.

Les campings, les restaurants, les cafés et les lieux de visite déclarent que le mois de septembre 2022 a été meilleur que septembre 2021. Les hébergements collectifs et les activités estiment leur activité à la baisse. Les hôtels et les Offices de Tourisme se déclarent stables.

A la question : Si vous comparez au mois de septembre 2021, avez-vous remarqué une hausse ou une baisse de fréquentation des clientèles ci-dessous ?

	+	=	-
De la fréquentation globale	42 %	35 %	23 %
De la fréquentation française	37 %	42 %	22 %
De la fréquentation étrangère	34 %	49 %	17 %

LES PRINCIPALES CLIENTELES ETRANGERES

En septembre, les principales clientèles étrangères par ordre de citations par les professionnels ayant répondu à l'enquête sont les Néerlandais, les Belges, les Anglais et les Allemands.



Période : la saison estivale : de mai à septembre 2022

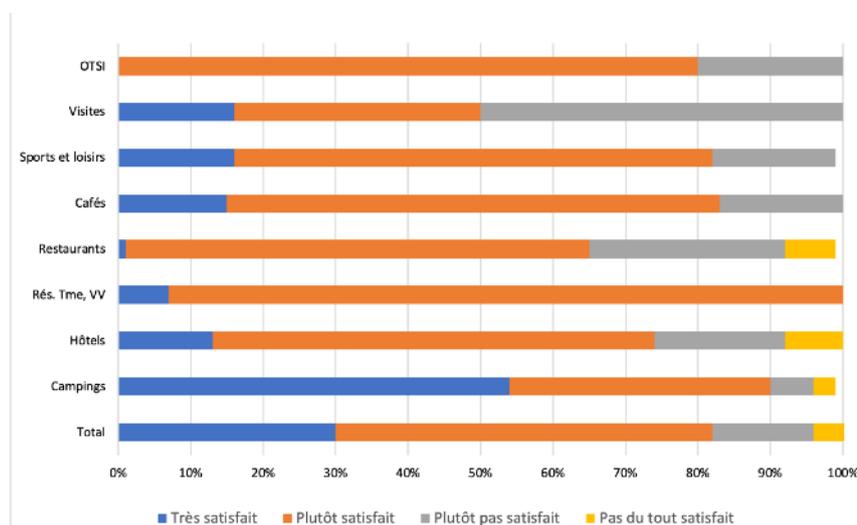
A la question, quel est votre **niveau de satisfaction** pour l'ensemble de la saison 2021 ?

	Très satisfait	Plutôt satisfait	Plutôt pas satisfait	Pas du tout satisfait
De la fréquentation globale	30 %	52 %	14 %	5 %
De la fréquentation française	27 %	53 %	16 %	5 %
De la fréquentation étrangère	25 %	44 %	24 %	8 %

Une saison réussie pour une majorité de prestataires : 82% des répondants estiment être satisfaits de la fréquentation de mai à septembre. Ils sont contents à 80% de la fréquentation des Français. Ils sont à 69% satisfaits de la fréquentation des étrangers. Tous les chiffres sont supérieurs à ceux enregistrés à la même époque en 2021.

La satisfaction globale détaillée :

	Très satisfait	Plutôt satisfait	Plutôt pas satisfait	Pas du tout satisfait
Campings	54 %	36 %	6 %	3 %
Hôtels	13 %	61 %	18 %	8 %
Résidences de tourisme, Villages de vacances	7 %	93 %	0 %	0 %
Restaurants	1 %	64 %	27 %	7 %
Cafés	15 %	68 %	17 %	0 %
Sports et loisirs	16 %	66 %	17 %	0 %
Visites	16 %	34 %	50 %	0 %
OTSI	0 %	80 %	20 %	0 %
Total	30 %	52 %	14 %	5 %
Nord et Est Haute-Vienne	51 %	34 %	8 %	8 %
Sud-Ouest Haute-Vienne	36 %	47 %	17 %	0 %
CA Limoges Métropole	10 %	68 %	16 %	6 %



Satisfaction globale pour les hébergeurs, les prestataires d'activités, les restaurants et les Offices de Tourisme.

A noter le niveau élevé de cafetiers contents de la saison ; ils sont 83% des répondants à positiver.

A l'inverse, les lieux de visite n'ont pas fait une bonne saison.

A la question : pour l'ensemble de la saison, **si vous comparez avec 2021** ; avez-vous remarqué une évolution des clientèles ci-dessous ?

	+	=	-
De la fréquentation globale	51 %	30 %	19 %
De la fréquentation française	41 %	42 %	17 %
De la fréquentation étrangère	35 %	40 %	24 %
De la fréquentation régionale, de proximité	23 %	52 %	25 %

Une saison jugée plutôt en hausse par rapport à 2021. Les Français ont bien fréquenté la Haute-Vienne, comme en 2021, voire en légère hausse. Des clientèles de proximité qui s'affirment comme des clientèles régulières et des étrangers dont le retour se confirme avec un espoir de reprise à la hausse durable.

Evolution détaillée de la satisfaction globale par rapport à septembre 2021 :

	+	=	-
Campings	59 %	31 %	10 %
Hôtels	35 %	38 %	27 %
Résidences de tourisme, Villages de vacances	100 %	0 %	0 %
Restaurants	43 %	22 %	34 %
Cafés	62 %	21 %	17 %
Sports et loisirs	33 %	51 %	16 %
Visites	50 %	6 %	44 %
OTSI	80 %	0 %	20 %
Total	51 %	30 %	19 %
Nord et Est Haute-Vienne	51 %	35 %	14 %
Sud-Ouest Haute-Vienne	60 %	24 %	16 %
CA Limoges Métropole	45 %	30 %	25 %

Un professionnel sur 2 ayant répondu pensent que la saison 2022 est plus pourvoyeuse d'activités que 2021. Les avis sont partagés pour les hôtels (35% jugent leur activité à la hausse), les lieux de visite et les activités. Aucune tendance majeure à la baisse à signaler. Mais 34% des restaurateurs et 44% des lieux de visites ont soufferts en 2022.

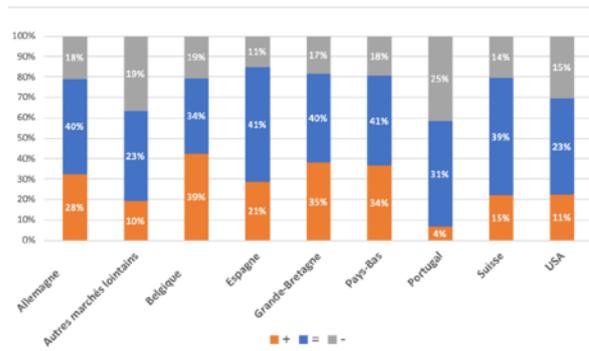
A la question : pour l'ensemble de la saison, **si vous comparez avec 2019** ; avez-vous remarqué une évolution des clientèles ci-dessous ?

	+	=	-
Campings	72 %	11 %	17 %
Hôtels	50 %	15 %	35 %
Résidences de tourisme, Villages de vacances	100 %	0 %	0 %
Restaurants	21 %	41 %	37 %
Cafés	4 %	57 %	39 %
Sports et loisirs	60 %	20 %	20 %
Visites	19 %	56 %	25 %
OTSI	61 %	0 %	39 %
Total	56 %	19 %	26 %

Evolution détaillée de la satisfaction globale par rapport à l'ensemble de la saison 2019 : Une majorité de répondants estiment que la saison 2022 est meilleure de celle de 2019. Les campings, les hôtels et les hébergements collectifs seraient les plus satisfaits parmi les hébergeurs. Les autres prestataires qui pensent avoir dépassé les chiffres de 2019 sont les activités sportives et de loisirs et les offices de tourisme. En revanche, c'est plus insatisfaisant pour cafetiers, les restaurateurs et les lieux de visite.

EVOLUTION DES CLIENTELES ETRANGERES PAR RAPPORT A 2021

Toutes les clientèles étrangères sont jugées stables par rapport à la saison 2021 avec 35% des répondants qui ne constatent aucune variation de fréquentation. Ils sont en moyenne 22% à estimer que certaines clientèles sont à la hausse. C'est le cas pour les Belges qui sont les seuls clients à être venus plus nombreux pour tous les professionnels réunis ayant répondu.



LE CHIFFRE D'AFFAIRES PAR RAPPORT A 2021

Par rapport à l'an passé, votre chiffre d'affaires sur l'ensemble de la saison vous semble-t-il ?

	Inférieur à -20%	Inférieur entre -10% à -20%	Inférieur entre 0 et -10%	Au même niveau	Supérieur entre 0 et +10%	Supérieur entre +10% et +20%	Supérieur à +20%
Campings	6,0 %		6,0 %	7,0 %	37,0 %	17,0 %	28,0 %
Hôtels	11	8,0 %	8,0 %	25,0 %	38,0 %	10,0 %	0,0 %
Résidences de tourisme, Villages de vacances	0,0 %	0,0 %	0	0	46,0 %	54,0 %	0,0 %
Restaurants	52,0 %	9,0 %	9,0 %	35,0 %	4,0 %	0,0 %	0,0 %
Cafés	0,0 %	0,0 %	12,0 %	0,0 %	0,0 %	48,0 %	41,0 %
Sports et loisirs	0,0 %	20,0 %	0,0 %	20,0 %	60,0 %	0,0 %	0,0 %
Visites	7,0 %	26,0 %	33,0 %	9,0 %	7,0 %	0,0 %	18,0 %
OTSI							
Total	10,0 %	5,0 %	6,2	14	34	17	14
Nord et Est Haute-Vienne	5,0 %	2,0 %	11,8 %	17,0 %	26,0 %	33,0 %	5,0 %
Sud-Ouest Haute-Vienne	6,0 %	7,0 %	8,0 %	50,0 %	37,9 %	11,0 %	29,0 %
CA Limoges Métropole	17,0 %	2,0 %	0,9 %	28,0 %	36,4 %	14,0 %	3,0 %

Si l'ensemble des répondants estiment leurs chiffre d'affaires légèrement supérieurs, c'est l'arbre qui cache la forêt. Si le constat reste positif il n'en est pas pour autant unanime et représentatif pour toutes les activités.

LES COMPORTEMENTS

A la question : Avez-vous remarqué, au cours de la saison 2022, des changements de comportements ?

	Augmentation	Pas de changement	Diminution
Réservations de dernière minute	65 % (+2%)	31 %	5 %
Réservations très longtemps à l'avance	28 % (+17%)	48 %	24 %
Dépenses des touristes	27 % (+17%)	37 %	36 %
Durée de séjour	22 %	39 %	38 % (+7%)
Recherche de promotions	36 %	56 % (+6%)	7 %
Sensibilité au tourisme durable	21 % (+11%)	59 %	20 %

Les réservations de dernière minute restent élevées comme en 2020 et en 2021. Elles sont particulièrement marquées, en 2022, dans les hôtels, les campings et les lieux de visite. Dans le même temps, une partie des touristes ont réservé longtemps à l'avance ; c'est le cas dans les campings et les hébergements collectifs. Les recherches de promotion stagnent et elles ne sont pas un argument de vente incontournable sauf dans l'hôtellerie et la restauration. Les avis sont pessimistes sur les dépenses des touristes ; les professionnels pensent qu'elles ne changent pas voire qu'elles diminuent.

Zoom sur les dépenses des touristes

	+	=	-
Campings	35 %	41 %	24 %
Hôtels	13 %	41 %	46 %
Résidences de tourisme, Villages de vacances	0 %	100 %	0 %
Restaurants	42 %	15 %	43 %
Cafés	56 %	16 %	28 %
Sports et loisirs	20 %	20 %	60 %
Visites	25 %	24 %	51 %
OTSI	0 %	0 %	100 %
Total	27 %	37 %	36 %

On observe une tendance à la stagnation, voire à la baisse des dépenses pendant la saison 2022 en Haute-Vienne.

Zoom sur la sensibilité au tourisme durable

	+	=	-
Campings	19 %	64 %	17 %
Hôtels	17 %	59 %	24 %
Résidences de tourisme, Villages de vacances	100 %	0 %	0 %
Restaurants	36 %	36 %	28 %
Cafés	0 %	37 %	63 %
Sports et loisirs	50 %	50 %	0 %
Visites	36 %	64 %	0 %
OTSI	20 %	80 %	0 %
Total	21 %	59 %	20 %

Le tourisme durable est peut-être une notion peu comprise par les professionnels du tourisme.

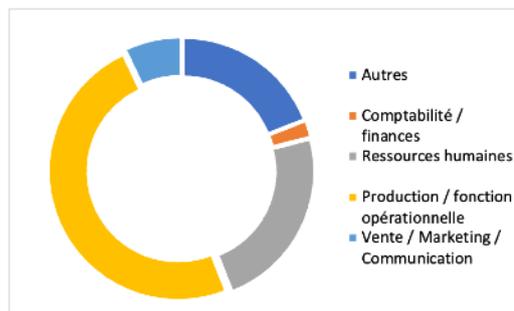
LE RECRUTEMENT

Avez-vous eu des difficultés de recrutement ?

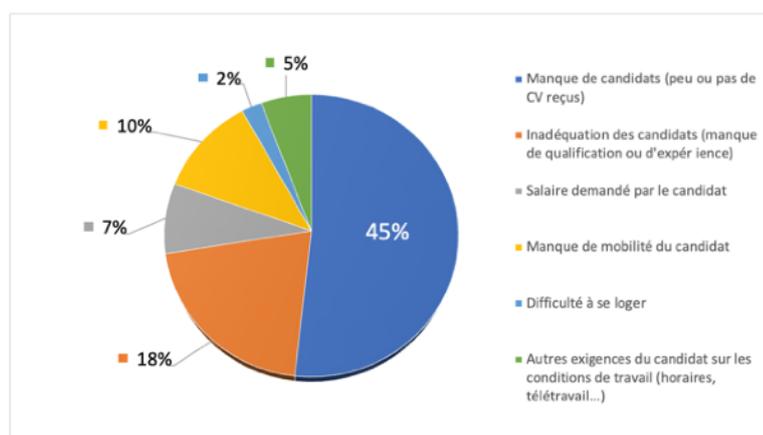
	Au début de la saison		En haute saison		En arrière saison	
	OUI	NON	OUI	NON	OUI	NON
Campings	48 %	52 %	28 %	72 %	0 %	100 %
Hôtels	66 %	34 %	50 %	50 %	53 %	47 %
Résidences de tourisme, Villages de vacances	0 %	100 %	0 %	100 %	0 %	100 %
Restaurants	58 %	42 %	46 %	54 %	46 %	54 %
Cafés	9 %	91 %	9 %	91 %	9 %	91 %
Sports et loisirs		20 %	51 %	49 %	100 %	0 %
Visites	18 %	82 %	21 %	79 %	9 %	91 %
Offices du tourisme	40 %	60 %	40 %	60 %	0 %	100 %
Total	52 %	48 %	36 %	64 %	26 %	74 %
Nord et Est Haute-Vienne	50 %	50 %	50 %	50 %	8 %	92 %
Sud-Ouest Haute-Vienne	43 %	57 %	14 %	86 %	14 %	86 %
CA Limoges Métropole	60 %	40 %	43 %	57 %	46 %	54 %

On note une évolution à la baisse des difficultés de recrutement au fur et à mesure de l'avancé de la saison.

Ce sont les fonctions opérationnelles et les ressources humaines qui ont été les principales difficultés



Les raisons qui ont provoqué les carences en recrutement



48% des répondants estiment que ces difficultés de recrutement n'affectent pas encore leurs activités mais qu'elles risquent de ralentir le développement de l'entreprise.

94% des restaurants et 100% des cafés estiment qu'elles affectent déjà l'activité de l'entreprise. 67% des activités sportives et de loisirs vivent les mêmes craintes que les restaurants et les cafés.

IMPACT DE LA HAUSSE DES PRIX

	Impact négatif	Pas d'impact	Impact positif
Sur la fréquentation française	51 %	45 %	5 %
Sur la fréquentation de clientèle de proximité, régionale	32 %	63 %	5 %
Sur la fréquentation étrangère	28 %	69 %	3 %
Sur le chiffre d'affaires	32 %	60 %	7 %

D'une manière générale, on ne peut pas dire que les professionnels qui ont répondu à l'enquête aient été impactés négativement par la hausse des prix. A l'exception, des restaurants et des cafés qui, eux, ont subi cette hausse.

Zoom sur l'impact de la hausse des prix sur les dépenses des touristes

	-	=	+
Campings	20 %	70 %	10 %
Hôtels	37 %	56 %	7 %
Résidences de tourisme, Villages de vacances	0 %	100 %	0 %
Restaurants	79 %	19 %	2 %
Cafés	69 %	31 %	0 %
Sports et loisirs			
Visites	14 %	86 %	0 %
Total	32 %	60 %	7 %
Nord et Est Haute-Vienne	32 %	65 %	3 %
Sud-Ouest Haute-Vienne	19 %	63 %	18 %
CA Limoges Métropole	43 %	55 %	2 %

Sur les 6 prochains mois, comment anticipez-vous les indicateurs suivants ?

	Amélioration	Sans changement	Détérioration	Non concerné*
Le nombre de vos clients	30 %	32 %	35 %	3 %
Vos prix de vente	25 %	48 %	24 %	3 %
Vos marges	6 %	54 %	37 %	4 %
Votre trésorerie	6 %	50 %	40 %	3 %
Les délais de paiement	5 %	72 %	17 %	6 %

Non concerné* : moins d'un an d'activité

La perception de l'activité des prochains mois semble relativement "sans surprise" pour bon nombre de socio-professionnels. En toute état de cause, la ou les crises qu'ils viennent de traverser sans être "digérées" !

Le nombre de clients dans les 6 prochains mois par secteur

	Amélioration	Sans changement	Détérioration	Non concerné*
Campings	56 %	13 %	25 %	6 %
Hôtels	0 %	55 %	45 %	0 %
Résidences de tourisme, Villages de vacances	15 %	85 %	0 %	0 %
Restaurants	47 %	11 %	42 %	0 %
Cafés	0 %	31 %	69 %	0 %
Sports et loisirs	14 %	58 %	14 %	14 %
Visites	17 %	16 %	40 %	27 %
OTSI	0 %	100 %	0 %	0 %
Total	30 %	32 %	35 %	3 %
Nord et Est Haute-Vienne	51 %	26 %	19 %	4 %
Sud-Ouest Haute-Vienne	41 %	3 %	48 %	8 %
CA Limoges Métropole	9 %	54 %	37 %	0 %

Concernant les perspectives d'avenir, diriez-vous que vous êtes ?

	Très confiant	Assez confiant	Peu confiant	Pas du tout confiant	Ne se prononce pas
Campings	11 %	60 %	15 %	7 %	7 %
Hôtels	0 %	47 %	35 %	12 %	7 %
Résidences de tourisme, Villages de vacances	0 %	46 %	0 %	54 %	0 %
Restaurants	21 %	38 %	20 %	20 %	0 %
Cafés	0 %	12 %	70 %	18 %	0 %
Sports et loisirs	0 %	43 %	43 %	0 %	14 %
Visites	8 %	35 %	50 %	0 %	8 %
OTSI	0 %	0 %	100 %	0 %	0 %
Total	7 %	51 %	24 %	12 %	6 %
Nord et Est Haute-Vienne	5 %	74 %	9 %	10 %	3 %
Sud-Ouest Haute-Vienne	12 %	29 %	35 %	14 %	9 %
CA Limoges Métropole	6 %	50 %	26 %	12 %	6 %

Agence commerciale de réservation des Gîtes de France de la Haute-Vienne



Avec une **progression de plus de 10 % du volume d'affaires** sur la période de mai à Octobre 2022, en comparaison de 2021, la formule locative préférée des familles a de nouveau été plébiscitée.

La durée des séjours de juillet et août est stable à 8,3 jours en moyenne et s'est réservée en moyenne un peu moins de 4 mois avant l'arrivée.

Les séjours d'avant et après été sont des séjours de moins de 6 jours, pour 30% d'entre eux, réservés parfois la veille de l'arrivée et, en moyenne, 2 mois avant le séjour.

Un retour timide mais encourageant de la clientèle internationale : 10 % . Les plus nombreux sont Belges puis Néerlandais et Anglais.

Les meilleurs taux d'occupation ont été enregistrés dans les gîtes disposant d'un classement au moins 3 épis et les gîtes avec piscine.

Les gîtes de grande capacité réalisent cette année encore de bons résultats particulièrement sur les week-ends d'avant et d'arrière saison qui s'ajoutent aux vacances d'été.

Sources : Association des Gîtes de France de la Haute-Vienne

Les locations et les chambres (chez le particulier et les logements privés)

Chiffres Airdna 2022 (société d'analyses de données du marché de la location de vacances et de l'hébergement chez l'habitant) qui compile les données issues de Airbnb et Vrbo (ex Abritel et HomeAway).

1 - Hausse régulière des annonces disponibles à la réservation à l'été 2022

Haute-Vienne	Nbre d'annonces disponibles	Nbre d'annonces réservées au moins une fois	Variation 2021/2022
Juin	1478	1274	53 %
Juillet	1575	1454	16 %
Août	1572	1504	15 %
Septembre			

On constate un tassement du nombre d'annonces disponibles au cœur de l'été.

2 - Taux d'occupation des annonces : ils baissent pendant l'été 2022 contrairement à 2021.

Haute-Vienne	Taux d'occupation	Variation 2021/2022
Juin	49 %	-3 %
Juillet	61 %	-10 %
Août	73 %	-6 %
Septembre	52 %	1,1 %

3 - Evolution des prix moyens : une baisse pendant l'été. Un constat similaire pour le revenu par offre (Revpar*)

Haute-Vienne	Prix moyen à la nuitée	Variation 2021/2020	RevPar	Variation 2021/2022
Juin	113	-5 %	55	-8 %
Juillet	120	-3 %	74	-14 %
Août	119	-2 %	86	-9 %
Septembre	101	-3 %	52	0 %

*Revpar : revenu par location disponible (tarif moyen/taux d'occupation)

4 - Nombre total de nuits réservées au cours de la période

Haute-Vienne	Nuits offertes	Variation 2021/2020	Nuits occupées	Variation 2021/2022
Juin	32609	59 %	15998	54 %
Juillet	36459	24 %	22353	12 %
Août	36109	24 %	26291	16 %
Septembre	31203	10 %	16111	12 %

En Haute-Vienne à l'été 2022, les réservations ont nettement augmenté par rapport à l'été 2021. La hausse des offres disponibles et des nuitées réservées ne doivent pas occulter que le marché local commence, peut-être, à saturer. En effet, les légères baisses des tarifs et les baisses des RevPar doivent alerter les propriétaires sur le niveau des prix demandés qui n'ont cessé d'augmenter depuis la crise du Covid-19.

Place de marché départementale et vente en ligne

Résultats au 30 septembre 2022

Les données globales sont nettement supérieures à 2021. Les hébergements sont en forte hausse tant en chiffre d'affaires qu'en nombre de contrats. En revanche, la baisse des activités entamée en 2021 a été constatée en 2022, mais avec très légère baisse du chiffre d'affaires. Par contre, on constate un nombre croissant de contrats réalisés.

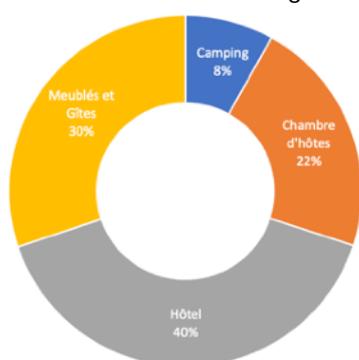
Les conditions d'accueil des publics ont été améliorées en 2022 par des conditions météorologiques et sanitaires favorables et par un taux de départ des Français supérieur à 2021.

Par contre, la vente des hébergements est en forte hausse grâce à quelques grands comptes comme des hameaux de gîtes ou des hôtels nouvellement arrivés dans la vitrine départementale en 2022. A saluer la performance de l'hôtellerie rurale qui obtient les meilleurs résultats dans la place de marché en volume de vente.

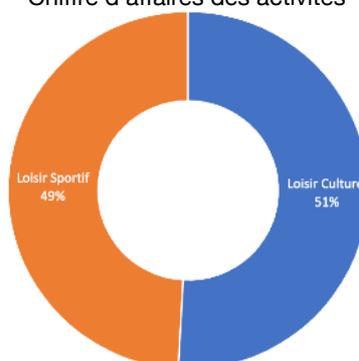
Volume d'affaires total de **1,3 M d'€ en hausse de 26%** par rapport à 2021 sur l'ensemble des prestations dont :

- 1,1 M d'€ pour les hébergeurs (85% du total) en hausse en 2021 de 29%.
- 0,13 M d'€ pour les activités (15% du total) en baisse en 2021 de 2%.

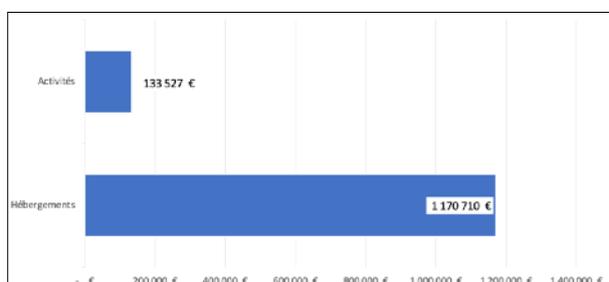
Chiffre d'affaires des hébergements



Chiffre d'affaires des activités



Répartition du chiffre d'affaires



Evolution du nombre de contrats :
Hausse de 34% des contrats émis par les hébergeurs et +2% pour les prestataires d'activités

Part des ventes directes : environ 82% et 18% pour les OTAs.

SPL TERRES DE LIMOUSIN

11 rue François Chénieux 87000 LIMOGES

Tél : 05 55 79 04 04- Mail : infotourisme@cdt87.com