

Focus sur...

Pré-bilan de saison

www.tourismebretagne.com

Elle promettait d'être radieuse... elle sera probablement semblable à celle de 2010, à moins que septembre ne vienne tout changer. Pourtant bien démarrée, la saison 2011 a souffert d'un contexte difficile, associé à une météo maussade au coeur de l'été. La fréquentation devrait malgré tout être relativement équivalente à celle de l'an passé avec des disparités importantes selon les territoires et les professionnels ...

Saison exceptionnelle, correcte ou catastrophique, qu'en est-il réellement pour le cru 2011 ?

Globalement plus de 2/3 des professionnels semblent satisfaits, voire très satisfaits de la saison touristique 2011, une proportion équivalente à celle de l'an passé.

La région a connu un très bon démarrage de la saison, avec dès le mois d'avril des séjours plus nombreux durant les vacances scolaires, notamment grâce au faible enneigement des stations de ski, aux évènements internationaux et au positionnement du week-end de Pâques pendant les vacances scolaires de l'ensemble des zones. Le mois de mai, annoncé comme difficile, a bénéficié d'une météo exceptionnelle mais cela n'a certainement pas suffi à combler le

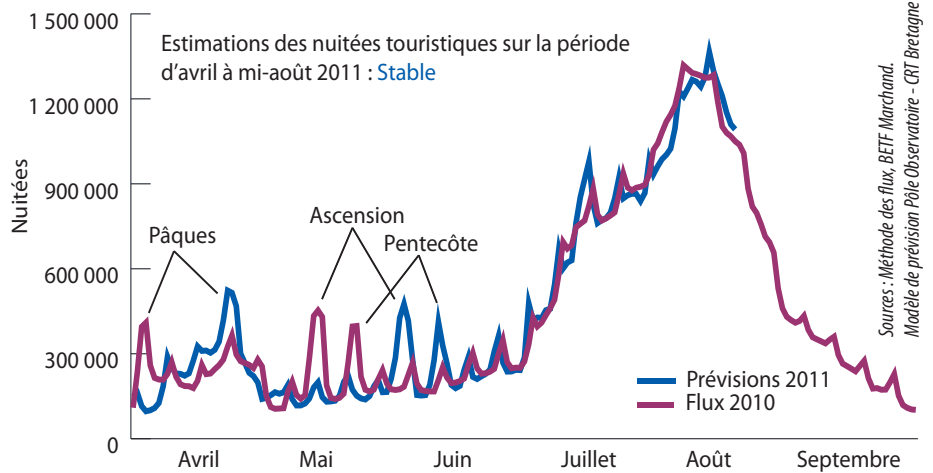


déficit de nuitées dû à l'absence de pont. Juin a, quant à lui, été favorisé par la présence des week-ends de l'Ascension et de la Pentecôte.

Les réservations, qui s'étaient accélérées en début d'année, se sont ralenties vers la mi-juin, rendant le démarrage du coeur de saison difficile, en dépit du passage du Tour de France dans plusieurs villes bretonnes.

Le coeur de l'été n'a pas connu le dynamisme habituel, avec un démarrage tardif, vers le 30 juillet, contre le 14 juillet il y a encore quelques années. La fréquentation sur la période d'avril à mi-août 2011 reste malgré tout satisfaisante pour les professionnels, globalement équivalente à celle de l'an passé, mais avec une répartition différente dans le temps.

Prévisions de la fréquentation touristique de la saison 2011



On parle d'évolution des modèles de consommation, de la situation économique, de la météo, du moral des ménages influant sur le tourisme ... Quels sont les facteurs ayant joué cette saison sur la fréquentation ?

Ce résultat stable découle en effet d'une conjonction de facteurs.

La météo exceptionnelle des mois d'avril et mai augurait d'une excellente saison, avec un très bon démarrage, beaucoup d'excursionnisme et des réservations plus précoces pour l'été. La suite de la saison aura été pénalisée par un mois de juillet qui figurera, au niveau national, parmi les plus humides de ces cinquante dernières années, associé à des températures quasi automnales. Si la Bretagne a finalement été plus épargnée que d'autres régions, la succession d'étés maussades joue en sa défaveur. Mais la météo n'est pas le seul élément à prendre en compte.



Le calendrier, on l'a vu, a beaucoup impacté l'avant saison avec l'absence de pont au mois de mai et à l'inverse deux longs week-ends sur le mois de juin, habituellement plus creux. En conséquence, la répartition de la fréquentation de l'avant saison en 2011 sera différente de celle de 2010.

De plus, dans un contexte international où des destinations prisées comme la Tunisie, l'Égypte ou encore le Maroc, en pleine révolution, ont été boudées, où l'Espagne, l'Italie ou la Grèce souffraient d'une image dégradée liée à leur situation économique, on pouvait espérer un report vers le tourisme domestique. Mais la clientèle adepte de ces destinations recherche avant tout des séjours tout compris, à prix cassé, produit ne correspondant pas forcément à l'offre touristique régionale.



Et cette saison, la recherche du meilleur prix, de la «promo» était, encore plus que pour les saisons précédentes, la règle d'or des touristes, dans un contexte où le spectre de la crise économique est de nouveau présent.

Par ailleurs, la mauvaise publicité due aux algues vertes aura probablement influé sur l'image de la région, avec des consé-

quences sur le tourisme actuellement difficilement mesurables.

Bretagne Nord ou Bretagne Sud, littorale ou intérieure, la satisfaction des professionnels bretons est-elle homogène sur l'ensemble du territoire ?

Dans un contexte de stabilité globale, des différences subsistent au sein des territoires. Ainsi, les professionnels de la façade Atlantique affichent, comme chaque année, une satisfaction supérieure à ceux de la façade Manche et de Bretagne intérieure. La satisfaction des professionnels costarmoricains est également la plus faible, probablement davantage impactée à la fois par la météo et par la médiatisation des algues vertes. Les destinations urbaines ont, de leur côté, profité d'une forte demande en visites culturelles et patrimoniales.

Toutes les activités sont-elles concernées ?

Globalement, la fréquentation est satisfaisante pour l'ensemble des professionnels (hébergements, loisirs, restauration ou transport) avec toutefois certaines différences. Si 3/4 des professionnels d'activités de loisirs sont satisfaits, voire très satisfaits, ils ne sont que 2/3 à l'être dans

l'hébergement et la restauration.

Les activités de loisirs de plein air ont profité d'un printemps chaud et ensoleillé, alors que les activités couvertes tiraient profit d'un été frais et pluvieux. Ces dernières affichent une satisfaction globale supérieure sur la période, la culture étant la grande gagnante de cette saison avec

Zoom sur les algues vertes ...

La Bretagne a subi cette saison une médiatisation dont elle se serait bien passée, liée à la présence d'algues vertes et à leurs conséquences notamment à Morieux. Mais quelles ont été les répercussions de cette marée verte sur le tourisme ? Il est très difficile d'en mesurer précisément l'influence. Si certains professionnels mentionnent un impact sur leur activité (jusqu'à 16% d'entre-eux entre le 15 juillet et le 15 août), beaucoup affirment qu'ils ont été confrontés à des demandes d'information, mais n'ont connu aucune annulation. L'inquiétude porte davantage sur les touristes hésitants qui pourraient avoir opté pour une autre destination que la Bretagne. On s'interroge également sur l'effet de cette médiatisation sur l'image de la région et sur son attractivité en 2012. Les professionnels se disant concernés sont essentiellement des hébergeurs localisés en Bretagne nord, Finistère ou Côtes d'Armor.

une satisfaction record pour les châteaux et musées. Ce constat est confirmé par les demandes formulées auprès des offices de tourisme de Bretagne, davantage orientées vers cette thématique. Le succès des festivals en est également la preuve.

Celui des activités de plein air se retrouve également à travers la hausse des demandes de randonnées, pédestre ou VTT.

Les activités nautiques affichent, elles aussi pour cette saison, des résultats satisfaisants légèrement en hausse par rapport à 2010.

L'hôtellerie de plein air, plus tributaire des conditions météorologiques que l'hôtellerie traditionnelle, a vu son avance du printemps grignotée par le mauvais temps de juillet, la clientèle de passage ayant fait défaut. Mais selon la nature des campings, les résultats peuvent être très différents. Ainsi, ceux offrant majoritairement des emplacements nus ont davantage souffert que ceux proposant une majorité de locations (mobil home, chalet, ...) ou des équipements couverts. Les résultats définitifs de l'hôtellerie pour l'avant saison sont plutôt bons (+2 pts de taux d'occupation) et ceux, provisoires, de juillet promettent un taux de remplissage correct.

La recherche croissante de nouvelles expériences et de vacances insolites est favo-

nable aux hébergements tendance, qui ont une nouvelle fois le vent en poupe cette saison.

Mais attention, fréquentation ne rime pas toujours avec chiffre d'affaires. Si la fréquentation cette saison en Bretagne devrait être relativement équivalente à celle de l'an passé, on peut s'interroger sur le résultat de certains professionnels. En effet,

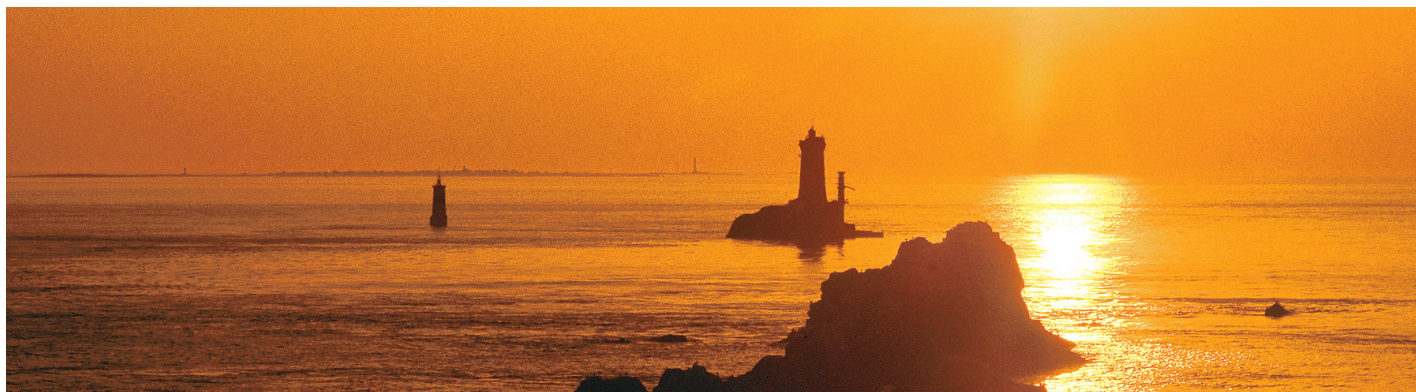
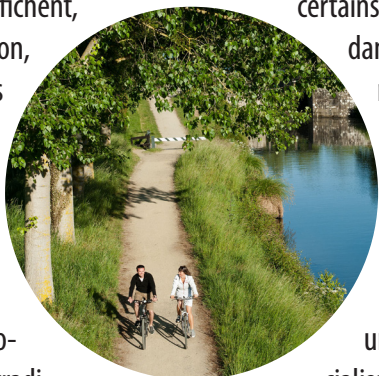
dans le contexte actuel, les promotions sont de plus en plus fréquentes afin de garantir le remplissage des établissements et assurer la trésorerie. Environ 1/3 des professionnels ont adopté une politique de commercialisation plus offensive cette saison. En parallèle, les touristes sont très attentifs à leurs dépenses, sans pour autant trop restreindre celles liées aux loisirs (activités nautiques et culturelles en hausse par exemple). Près des 2/3 des professionnels annoncent un chiffre d'affaires stable voire en hausse par rapport à l'an passé. Mais si ceux des loisirs misent sur une hausse de leur chiffre d'affaires, les hébergeurs sont plus mesurés et s'attendent à une relative stabilité. A noter également le nombre croissant de séjours « aidés » (Chèques vacances, VACAF...).

Quelles sont les caractéristiques des touristes venus en Bretagne en 2011 ?

Zoom sur les festivals ...

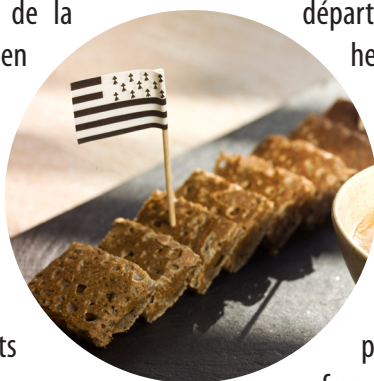
La Bretagne est reconnue pour la multitude de festivals qu'elle recense et pour leur qualité. De toutes tailles et de toutes natures, ils contribuent fortement à l'attractivité de la région. Et cette saison, où les demandes en visites et évènements culturels étaient plus nombreuses que les années passées, les festivals bretons ont fait le plein à l'instar des châteaux, des musées et autres visites guidées. Succès pour la 20ème édition des Vieilles Charrues, pour la nouvelle formule du Cornouaille, mais aussi pour le festival du Bout du Monde à Crozon, Etonnants Voyageurs, Fête du Bruit dans Landerneau, Chant de Marin à Paimpol... Seul bémol, le Festival Interceltique de Lorient qui a souffert de la météo et a dû annuler un spectacle, mais qui affiche tout de même une fréquentation de l'ordre de 700 000 visiteurs pour environ 100 000 billets vendus.

La clientèle française, principal marché de la région, était bien présente, spécialement celle du Grand Ouest et de Bretagne, dans des volumes équivalents voire supérieurs à ceux de l'an passé. Les professionnels déplorent en revanche le niveau de la fréquentation étrangère et notamment la nouvelle diminution de celle de la clientèle britannique (après un timide retour en avant saison). Les clientèles belge, alle-



mande et néerlandaise sont venues ainsi que, dans une moindre mesure, les clientèles espagnole et italienne.

Autres caractéristiques de la clientèle touristique en Bretagne cette saison, un niveau d'exigence de plus en plus élevé, mais aussi des réservations très tardives en hôtel et également dans les hébergements locatifs.



domestique. Cependant, compte tenu du manque de soleil en France au mois de juillet, on a assisté à une reprise des départs vers des destinations hors hexagone comme la Turquie ou la Croatie. La Région PACA a profité, pour sa part, des clientèles du Moyen-Orient venues en juillet avant le début du Ramadan, et peut-être plus que d'autres régions françaises, du report de la clientèle des pays arabes.

La progression du tourisme urbain et culturel, constatée en Bretagne se confirme sur l'ensemble du territoire national. De manière générale, les professionnels s'attendent à enregistrer une bonne fréquentation pour la saison estivale mais avec une baisse du budget alloué aux vacances.

Que va-t-il se passer par la suite ?

La saison ne se termine pas au 20 août ! La fin août et le mois de septembre sont de plus en plus importants et peuvent faire d'une saison simplement correcte, une bonne saison. En effet, cette période bénéficie généralement d'une météo clémente et de nombreuses animations sont proposées pour satisfaire une clientèle de retraités, de couples ou de familles avec jeunes enfants. Septembre cumule environ 10% des nuitées de la saison touristique.

Pour l'année 2012, les vacances de printemps devraient permettre la réalisation d'un bon mois d'avril, le week-end de Pâques se situant à la fois sur la période de vacances des zones A (Rennes) et C (Paris). Le calendrier du mois de mai sera plus favorable avec trois ponts (1er mai, 8 mai et Ascension) et un week-end prolongé (Pentecôte). Et pour bien démarrer le cœur de saison, la fête maritime internationale « Les Tonnerres de Brest » aura lieu la semaine du 13 au 19 juillet.

Zoom sur le tourisme durable ...

De plus en plus importante, la dimension durable du tourisme n'est pas à négliger. Le site Internet « Voyagez Responsable » conçu par le CRT Bretagne a été remarqué à sa sortie et primé. Mais, si les professionnels engagés dans cette démarche reconnaissent volontiers l'intérêt de leur clientèle pour celle-ci, leur engagement n'influe pas encore significativement sur la fréquentation. Ils sont toutefois satisfaits de la saison 2011 dans son ensemble et constatent une implication de plus en plus grande de leur clientèle dans les actions mises en œuvre (tri sélectif, économie d'eau, non remplacement quotidien du linge, pique-nique sans déchet, ...). La labellisation constitue un plus mais n'est, à l'heure actuelle, que rarement un critère de choix de leur établissement. Elle pourrait le devenir dans les prochaines années...

Le résultat breton est-il atypique ?

Les événements géopolitiques dans le monde arabe et la catastrophe japonaise ont joué un rôle important sur la fréquentation dans les différentes régions littorales et ont été propices au tourisme

