note de CONJONCTURE

l'Observatoire île d'Oléron Marennes Tourisme

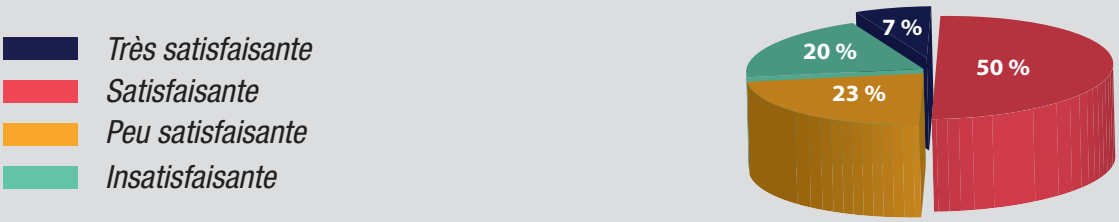
Bilan saison 2020

tendances GÉNÉRALES

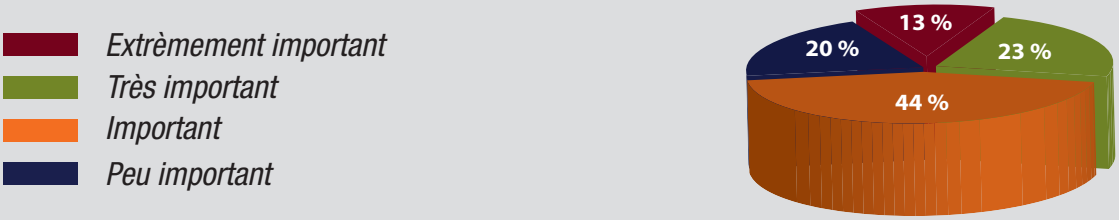
Sondage téléphonique / mail :

Parmi les 500 prestataires interrogés, 60 structures ont répondu (un taux de réponse à hauteur de 12 %).

- Comment jugez-vous votre activité touristique pour l'année 2020 par rapport à 2019 ?



- Comment estimez-vous l'impact de la crise sanitaire sur votre activité ?



Malgré le contexte de crise sanitaire, les résultats de la saison touristique sur le territoire Oléron Marennes se sont révélés plutôt corrects, par rapport à ce qu'on pouvait craindre.

Près de 60% des professionnels du tourisme interrogés expriment être satisfaits de leur saison.

80 % des professionnels soulignent l'impact important de la crise sanitaire sur leur activité. Cependant, les mois de juillet, août et septembre ont pu en partie sauver la saison.

L'impact du Covid sur la filière touristique, extrêmement fort depuis le début de l'année s'est atténué au fil de la saison estivale, sans contre balancer les pertes des mois précédents (soit une baisse enregistrée de fréquentation de 35% d'avril à juin).

Après un mois de juin mitigé, 66 % des professionnels du tourisme interrogés se sont montrés satisfaits de leur activité en juillet. Le mois d'août a quant à lui affiché 83 % de satisfaction. Sur cette période de pleine saison, les nuitées touristiques globales se sont révélées stables par rapport à 2019.

Le mois de septembre a été plutôt positif, avec une tendance très marquée des réservations de dernière minute et puis, progressivement, en raison de la progression de l'épidémie de la Covid-19 en France, l'impact sur le secteur touristique est reparti à la hausse lors des vacances de la Toussaint.

tendances par ACTIVITÉ

les Hébergements

Sondage mail : 46 hébergements.

les hôtels
(50% de satisfaction)

Réponse au sondage annuel – 5 hôtels

Fréq.	- 10 %

les campings
(46% de satisfaction)

Réponse au sondage annuel – 11 campings

Fréq.	- 15 %

les meublés
(63% de satisfaction)

Réponse au sondage annuel – 22 propriétaires de meublés

Fréq.	=

les chambres d'hôtes
(67% de satisfaction)

Réponse au sondage annuel – 8 chambres

Fréq.	=

Globalement, les hébergeurs sont ceux qui expriment le plus de difficultés, durant cette saison, principalement les hôteliers de plein air se déclarant les plus insatisfaits. Des résultats qui s'expliquent notamment par la baisse de fréquentation en emplacements nus où les inquiétudes liées au virus et les sanitaires partagés ont pu freiner la venue d'une partie de la clientèle.

Malgré tout, on constate que les propriétaires de chambres d'hôtes et de meublés de tourisme, ont réussi globalement à maintenir des résultats satisfaisants, avec des bons niveaux de réservation à partir de juillet jusqu'en septembre, qui n'ont pas rattrapé la perte de l'avant saison mais ont pu la minimiser.

les **restaurants** (100% de satisfaction)

- 5 %

(en nombre de couverts)

Réponse au sondage annuel – 5 restaurants

Globalement, les restaurateurs affichent de très bons résultats pour les mois de juillet, août et septembre, qui ont pu en partie sauver la saison.

les sites **culturels** (40% de satisfaction)

- 15 %

(en nombre d'entrées totales)

Réponse au sondage annuel - 6 sites culturels

Un bilan mitigé est annoncé pour ce secteur d'activité qui a ressenti de plein fouet l'absence de la clientèle de groupe. En revanche, on peut noter la présence d'une clientèle individuelle et familiale avec un intérêt marqué pour les animations proposées : jeu de piste, chasse aux trésors…

les activités de **loisirs** (50% de satisfaction)

- 5 %

(en nombre d'entrées totales)

Réponse au sondage annuel - 8 structures (activités nautiques, loueurs de vélos, loisirs…)

Dans les secteurs du sport de plein air et des loisirs (vélo, canoé, randonnée, découverte de la nature…) la fréquentation s'est révélée positive, ce qui s'explique aisément par moins de contraintes liées au respect des gestes barrière pour des activités dans des espaces extérieurs, mais également par une météo favorable.

tendances Office de TOURISME

Accueil

Chiffres de fréquentation des 14 bureaux d'accueil touristique de l'île d'Oléron et du Bassin de Marennes

240 000 *visiteurs en 2020*
(soit - 30% / 2019)

19 000 *contacts téléphoniques*
(soit + 15% / 2019)

Origine géographique de la clientèle touristique en 2020 :

3 % *de la clientèle étrangère*
(- 3 points par rapport à 2019)

Belge

Allemand

Anglais

Numérique

le site INTERNET

Nombre de pages vues **3 616 747**
- 25 % *par rapport à 2019*

Nombre de visiteurs **1 189 000**
- 8 % *par rapport à 2019*

les réseaux sociaux

Nombre de « j'aime » **137 000**
+ 4% *par rapport à 2019*

Avec la crise sanitaire actuelle, il est difficile de tirer des conclusions sur le trafic du site web en 2020. Si la fréquentation du site internet a chuté, on peut tout de même souligner le nombre de visiteurs qui lui a su bien résister. Ces derniers ont simplement moins visité de pages sur notre site web par rapport à l'année dernière. Cela peut s'expliquer par le confinement qui ne se prêtait guère à la consultation de contenu touristique et à une offre réduite sur notre site web notamment au niveau des manifestations.

Sur les réseaux sociaux, la tendance est bien meilleure puisqu'île d'Oléron Marennes Tourisme termine l'année 2020 avec 137 000 fans sur Facebook tout en gardant sa 1ére place au classement We Like Travel dans la catégorie « Littoral ».

Méthodologie de l'enquête

Baromètre de conjoncture réalisé par l'Office de Tourisme de l'île d'Oléron et du Bassin de Marennes.
Les résultats présentés sont issus d'une enquête téléphonique et par mail auprès de professionnels du tourisme. Les objectifs sont de présenter les premières tendances de fréquentation touristique du mois écoulé, les tendances de réservation à venir et d'exprimer le ressenti des professionnels du tourisme qui répondent au baromètre au fil de la saison touristique.