

note de CONJONCTURE

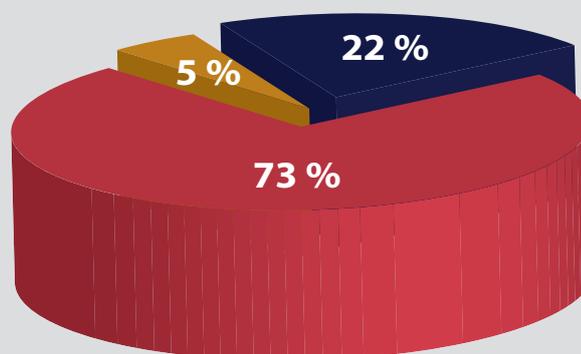
l'Observatoire île d'Oléron Marennes Tourisme
Bilan saison 2021

tendances GÉNÉRALES

Sondage téléphonique / mail :

Parmi les 500 prestataires interrogés, 50 structures ont répondu (un taux de réponse à hauteur de 10 %).

- Comment jugez-vous votre activité touristique pour l'année 2021 par rapport à 2020 ?



Une saison estivale 2021 positive malgré le contexte sanitaire et une météo mitigée.

Une saison qui a pleinement démarré à partir de mi-juillet marquée par un accroissement des réservations de dernière minute guidées par l'actualité sanitaire et par un tourisme de proximité.

Même si l'impact du Covid sur la filière touristique du territoire a pu se faire sentir, les professionnels du tourisme se sont montrés satisfaits de leur saison, avec 70 % de satisfaction au mois de juillet, 90 % de satisfaction au mois d'août.

Le mois de septembre s'est révélé également positif, grâce notamment à une météo favorable. 83% des professionnels interrogés se montrent satisfaits de leur activité en arrière-saison.

La fréquentation française s'est maintenue au même niveau que l'an passé, millésime marqué par une forte présence des clientèles françaises. Les clientèles françaises sont notamment originaires des territoires de proximité et d'Île-de-France. À noter également, un retour des clientèles étrangères par rapport à 2020, mais qui reste encore à un niveau bien inférieur à 2019. Les clientèles belges et allemandes ont été fortement présentes.

tendances par **ACTIVITÉ**



les Hébergements

Sondage mail : 30 hébergements.



les hôtels (100% de satisfaction)

Réponse au sondage annuel – 3 hôtels



les campings (100% de satisfaction)

Réponse au sondage annuel – 6 campings



les meublés (80% de satisfaction)

Réponse au sondage annuel – 14 propriétaires de meublés



les chambres d'hôtes (100% de satisfaction)

Réponse au sondage annuel – 6 chambres



Globalement, **les hébergeurs dans l'hôtellerie et l'hôtellerie de plein air** affichent un taux de fréquentation très satisfaisant pour la saison 2021, avec une arrière-saison favorisée par des conditions climatiques exceptionnelles. Des résultats dans la lignée des tendances nationales : plus de séjours en hôtellerie et hôtellerie de plein air que l'année passée mais des résultats qui restent inférieurs à 2019.

Les loueurs en meublés et les propriétaires de chambres d'hôtes sont également très satisfaits de la fréquentation touristique, avec un fort taux d'occupation en juillet et août et une arrière-saison plutôt favorable.

Les conditions sanitaires liées à la pandémie ont quelque peu influencé le comportement de la clientèle, particulièrement inquiète et exigeante en raison des obligations sanitaires.



les restaurants

Réponse au sondage annuel – 7 restaurants

(100% de satisfaction)



Globalement, les restaurateurs affichent de bons résultats pour les mois de juillet, août et septembre. Quelques réserves ont pu être signalées par certaines structures quant à l'impact de l'instauration du pass sanitaire.



les sites culturels

Réponse au sondage annuel - 3 sites culturels

(100% de satisfaction)



Une très bonne fréquentation pour ce secteur d'activité avec des retours clients très positifs sur la qualité des prestations et la diversité des animations culturelles.



les activités de loisirs

Réponse au sondage annuel - 5 structures
(activités nautiques, loueurs de vélos, loisirs...)

(100% de satisfaction)



Dans les secteurs du sport de plein air et des loisirs (vélo, nautisme, randonnée, découverte de la nature...) la fréquentation s'est révélée également très positive.

Accueil

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

225 000 visiteurs en 2021
(soit - 5% / 2020)

Origine géographique de la clientèle touristique en 2020 :

4 % de la clientèle étrangère
(+ 1 point par rapport à 2020)



Belge

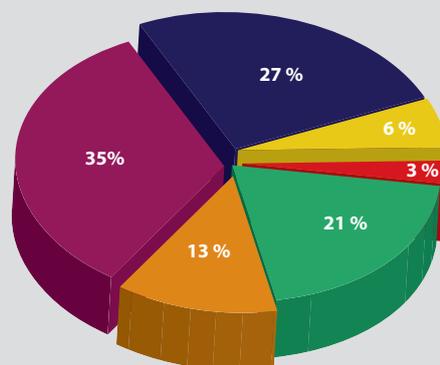


Allemand



Anglais

Les demandes touristiques



Source Extranet

- Pratique
- Activités et loisirs
- Patrimoine
- Manifestations
- Hébergement
- Gastronomie

Numérique

le site **INTERNET**

Nombre de pages vues **3 662 830**
+ 2 % par rapport à 2020

Nombre de visiteurs **998 953**
- 15 % par rapport à 2020

les réseaux **sociaux**



Nombre de
« j'aime » **150 135**

+ 10% par rapport à 2020

Avec une crise sanitaire qui s'étire, il est encore compliqué de faire un bilan objectif qui ne soit pas biaisé par cette situation exceptionnelle. On peut tout de même noter un léger regain de fréquentation avec un nombre de pages vues plus élevées que l'année dernière alors que de l'autre côté le nombre de visiteurs est lui en baisse.

Si les mesures sanitaires actuelles ont sans doute compromis la bonne fréquentation de notre site web, nous pouvons expliquer cette situation par le fait d'avoir refondu entièrement le site web, ce qui a rendu ce dernier plus clair et plus ergonomique. Pour en témoigner, nous avons vu le nombre de pages vues par visiteur en moyenne passer de 3,1 en 2020 à 4,2 en 2021.

Sur les réseaux sociaux, la tendance est toujours positive. En s'appuyant sur une campagne promotion réfléchie, nous terminons cette année avec plus de 150 000 fans sur notre page Facebook et gardons notre place de 1^{er} Office de tourisme du Littoral au classement We Like Travel. Pour rappel, l'agence We Like Travel établit chaque année un classement national pour mesurer les performances des destinations françaises sur les réseaux sociaux.

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.