

Note de tendance sur l'activité touristique du Loiret

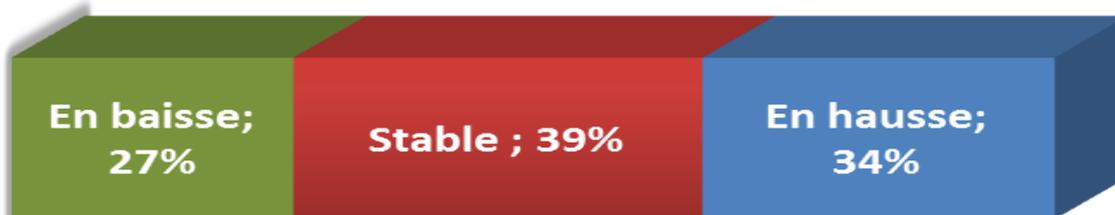
Réalisée par l'Agence de Développement et de Réservation Touristique du Loiret (ADRTL)
par mail auprès d'un panel représentatif de 300 prestataires de tourisme du département.
8, rue d'Escures 45000 ORLEANS – www.tourismeloiret.com

2^{ème} vague (Juin et Juillet 2014)

La fréquentation en juin

			
<i>Très satisfaisante</i>	<i>Satisfaisante</i>	<i>Peu satisfaisante</i>	<i>Pas satisfaisante</i>
16%	56%	28%	0%

Près de trois professionnels interrogés sur quatre sont satisfaits de leur activité.



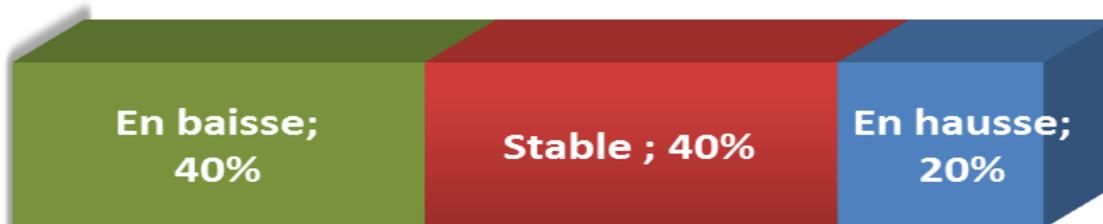
73% des prestataires estiment leur fréquentation équivalente ou en progression en comparaison à 2013. De plus, 1/3 des répondants enregistrent une croissance.

Les bonnes conditions météorologiques, pour 30% des personnes interrogés, ont favorisé la venue de touristes. L'arrivée de nouvelles clientèles et la mise en place de tarifs attractifs constituent également des facteurs explicatifs. Pour autant, les professionnels relèvent toujours une baisse du budget des ménages qui attache une attention grandissante aux prestations proposées.

La fréquentation en juillet

			
<i>Très satisfaisante</i>	<i>Satisfaisante</i>	<i>Peu satisfaisante</i>	<i>Pas satisfaisante</i>
10%	52%	32%	6%

Les prestataires, à 62%, sont majoritairement satisfaits de leur fréquentation. Les conditions climatiques, particulièrement maussades, ont influé négativement sur la présence de touristes, notamment sur les réservations de dernière minute.



Trois professionnels sur cinq jugent leur fréquentation stable ou en hausse. A noter toutefois qu'ils sont 40% à penser que leur activité est en baisse.

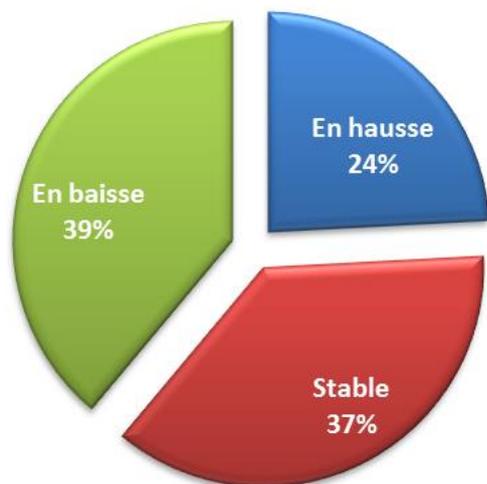
Même si la conjoncture économique influe toujours négativement sur le budget des vacanciers et que le temps n'a pas été propice au tourisme certains week-ends, les animations ou manifestations mises en place ont permis une certaine constance dans le nombre de touristes présents.

Les structures

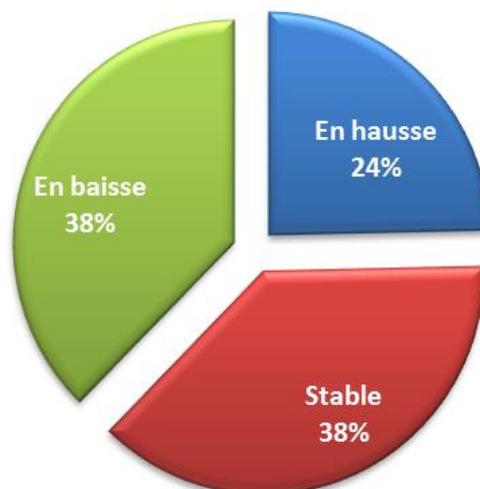
Le nombre de réservations des meublés touristiques est égal à 2013. Le bilan est mitigé pour les hôteliers avec des évolutions contrastées selon les établissements. L'activité est jugée moins forte que l'année passée pour les campings, les parcs et jardins et les activités de loisirs plus particulièrement en juillet. La fréquentation des chambres d'hôtes est positive. De même, les propriétaires des musées et des châteaux sont globalement satisfaits du nombre d'entrées. Enfin, on note un fléchissement des demandes dans les Offices de Tourisme.

Les clientèles...

Fréquentation française en juin et juillet



Fréquentation étrangère en juin et juillet



L'évolution de la fréquentation française et étrangère sur ces deux mois est comparable : ¼ des professionnels considèrent que leur activité est en progression et près de 40% d'entre eux la juge stable. Ils sont tout aussi nombreux à s'estimer en recul.

- Comme en 2013, les Français représentent environ 2/3 de la clientèle totale. Les clients proviennent généralement du Centre et de la région parisienne, ainsi que des départements limitrophes.
- La clientèle étrangère du Loiret est essentiellement néerlandaise, belge, britannique et allemande.
- Les principales clientèles européennes dans le département demeurent globalement stables.
- Ensuite, dans des proportions moindres, on relève une baisse des Italiens. A noter une présence accrue des Suisses par rapport à 2013.

Activités et tendances touristiques

- Portée par les demandes croissantes autour de la Loire à Vélo, la pratique de la randonnée est très prisée. En effet, les touristes, malgré un temps pas toujours propice à la promenade, recherchent toujours autant les hébergements et les activités à proximité du parcours de la Loire à Vélo. Les autres activités sont globalement stables, même si la tendance est un peu plus nuancée pour les loisirs en plein air.
- La réduction du budget des ménages ces dernières années a entraîné des changements dans les habitudes des vacanciers : en plus de raccourcir les séjours et de réserver à la dernière minute, les clients cherchent de plus en plus à « dépenser moins pour plus de services ». Enfin, les animations gratuites, plus particulièrement pour les enfants, sont aujourd'hui très recherchées.