

## Un été 2020 meilleur que prévu grâce à la clientèle française et de proximité

**Le secteur du tourisme était dans l'incertitude et la crainte d'une saison blanche. Une bonne, voire très bonne saison estivale a permis de rassurer les professionnels du Lot-et-Garonne même si elle ne compense pas les pertes du printemps. Face à l'adversité, l'impulsion donnée conjointement par le Conseil départemental et le Comité départemental du tourisme avec leur plan de soutien doté de 350 000 euros ouvre de nouvelles perspectives pour l'avenir.**



Si seulement 53% des français sont partis en juillet et en août, ils ont privilégié les destinations françaises. 94% ont fait le choix de rester en France et par sécurité beaucoup ont opté pour des lieux de vacances moins fréquentés. Le Lot-et-Garonne figure parmi les destinations qui ont su tirer leur épingle du jeu avec une fréquentation soutenue par la clientèle française, notamment locale et de proximité et l'arrivée de nombreux primo-visiteurs.

Cette augmentation a permis de compenser en partie l'absence de la clientèle étrangère, Britanniques et Néerlandais en particulier.

Les hébergements individuels et les sites de loisirs sont les grands gagnants de l'été. La situation est plus contrastée pour les hébergements collectifs (hôtels, campings, villages de vacances) qui ont souffert de la baisse de fréquentation de la clientèle étrangère et d'une certaine désaffection des touristes pour les lieux partagés.

## Juillet et août marqués par la hausse de la clientèle française

Plébiscitée pour ses grands espaces propices à une distanciation sociale naturelle, la campagne a séduit de nouvelles clientèles cet été.

Soutenu par les plans de communication du Conseil Départemental et du CDT, par un grand jeu concours, par l'opération chèques solidarité vacances de la Région Nouvelle-Aquitaine dans laquelle s'est inscrit le Département et par des actions locales, le Lot-et-Garonne a su bénéficier de cette nouvelle attractivité.



L'ensemble des professionnels du secteur note une **hausse significative de la clientèle française**.

Le constat est partagé par les prestataires touristiques comme les offices de tourisme avec par exemple une augmentation de +21% pour la centrale des Gîtes de France depuis le début de l'année, de +10 à 20% en juillet sur le site de Parc en Ciel à Lacapelle-Biron, de +15 à 20% cet été observée sur le territoire par l'office de tourisme du Pays de Duras, de +6% par celui de Cœur de Bastides...



Opération de « street marketing » sur les quais à Bordeaux

Parmi les clientèles françaises, la **présence des clientèles de proximité**, à moins de 3h de route, a été très remarquée avec une fréquentation accrue des touristes en provenance des grandes métropoles voisines (Bordeaux et Toulouse) et des départements limitrophes.

Il faut également souligner **l'importance de la fréquentation des Lot-et-Garonnais**. En choisissant de découvrir et de consommer dans leur département, ils ont contribué à sauver la saison.

Par ailleurs, certains territoires ont noté une présence plus forte que d'habitude de visiteurs venus de la région Grand Est et du Sud Est de la France.

Tous ces **primo-visiteurs** sont ceux qui, pour des **raisons financières ou par sécurité**, ont choisi de découvrir l'offre touristique locale et ceux qui, habitués à partir à l'étranger, ont préféré rester cette année sur le sol français et **tester de nouveaux modes de vacances** (hébergements insolites, campings, tourisme fluvial, gîtes...).



A l'inverse, étant donné le contexte sanitaire, les restrictions de circulation et les quatorzaines, la **baisse de fréquentation de la clientèle étrangère était inévitable**.

Le plus net recul est celui de la clientèle britannique, habituellement en tête et quasiment absente cet été. Cette baisse s'est accentuée dès la mi-août avec la réinstauration d'une quatorzaine pour les touristes de retour en Grande-Bretagne après un séjour en France. La clientèle néerlandaise, généralement très présente dans les campings du Lot-et-Garonne est également en forte baisse. On note toutefois une **bonne fréquentation de la clientèle belge**, en hausse pour certains et en tête des clientèles étrangères cette année dans le département.

## Une saison touristique en 3 temps

Avec la période de confinement et la fermeture de tous les établissements juste avant les vacances scolaires de Pâques, l'avant-saison est inexistante. L'annonce du déconfinement au 14 mai a relancé les réservations dans les centrales de réservations Actour 47 et Gîtes de France mais la levée de la limitation des déplacements à 100 km autour du domicile intervenue le 2 juin n'a pas permis de sauver le mois de juin qui reste décevant dans l'ensemble.

Les mois de juillet et d'août en revanche ont surpris l'ensemble du secteur avec une **bonne fréquentation, parfois en hausse** par rapport à 2019.

Malgré l'annulation de nombreux événements culturels, **la saison a commencé plus tôt que d'habitude, dès le début des vacances scolaires, et s'est prolongée jusqu'à la fin du mois d'août.**

**Les perspectives pour l'arrière-saison sont plus incertaines.** Si la clientèle individuelle est bien présente durant la première quinzaine de septembre grâce à une météo favorable, ce n'est pas le cas des clientèles de groupes et tourisme d'affaires.

## 73% des sites touristiques satisfaits de la fréquentation estivale, succès des locations de vacances

Alors que 55% des prestataires de sites de loisirs jugent la fréquentation du 1er juin au 15 juillet mauvaise (34%) ou moyenne (21%), la tendance s'inverse pour la période du 15 juillet au 31 août avec **73% des prestataires de sites qui la jugent bonne (37%) ou très bonne (36%)**. Certains sites de loisirs ou de visite affichent même une fréquentation en hausse sur les mois de juillet et d'août par rapport à la même période l'année dernière. Tous soulignent l'augmentation des paiements par chèques-vacances et chèques solidarité tourisme. Comme espéré, les Lot-et-Garonnais ont visité leur département cet été et se sont rendus dans les sites touristiques.

### CHEQUES SOLIDARITE TOURISME : 1 668 familles lot-et-garonnaises bénéficiaires

Le Conseil départemental a participé au financement des « chèques solidarité tourisme » mis en place par le Conseil régional, à hauteur de 50 000 euros. **1 668 familles lot-et-garonnaises** en ont bénéficié, pour une valeur totale de **401 140 € : un effet levier « x 8 » au profit de l'économie locale.**

**Chèques Solidarité Tourisme Lot-et-Garonne Nouvelle-Aquitaine**

Lot-et-Garonnais, bénéficiez de chèques vacances d'une valeur de 65 € minimum par personne.

La Région Nouvelle-Aquitaine et le Département de Lot-et-Garonne, en partenariat avec l'ANCV (Agence nationale des chèques vacances) se mobilisent pour vous aider à partir en vacances cet été.

Inscrivez-vous jusqu'au 15 juillet  
[www.nouvelle-aquitaine-tourisme.com](http://www.nouvelle-aquitaine-tourisme.com)

LOT-ET-GARONNE  
Le département pour le Sud-Ouest

ANCV

Nouvelle-Aquitaine

Dans le **secteur de l'agritourisme**, bien que la fréquentation des Marchés de Producteurs de Pays soit en baisse de 20% à 30% par rapport à 2019 selon les sites, ce recul reste modeste et attendu au vu du contexte (jauge pour le nombre de participants, table de 10 personnes maximum, port du masque obligatoire en août et interdiction de danser), et surtout, il a pu être compensé par **une hausse des visites à la ferme et de la vente directe**.

Du côté des hébergements, **les locations saisonnières ont rencontré un grand succès**, en particulier les gîtes et meublés avec piscine. Les centrales de réservations Gîtes de France et Actour 47 notent de très bons taux d'occupation sur les mois de juillet et d'août avec de nombreuses semaines qui ont affiché complet. Juillet a même connu une hausse de fréquentation après plusieurs années de recul. La centrale de réservation des Gîtes de France a vu son volume d'affaires augmenter de 96% sur le mois de juillet. Autre bonne nouvelle, le mois de septembre semble vouloir jouer les prolongations et les réservations pour la saison 2021 commencent à arriver. Plus que jamais cette année, les centrales de réservation ont observé une accentuation de la tendance des réservations de dernière minute au gré de la météo et de l'évolution de la situation sanitaire.

Dans **l'hôtellerie/restauration**, le rebond de la fréquentation en juillet et août a apporté une bouffée d'oxygène au secteur même s'il ne réussit pas à compenser la baisse de 30 à 40% sur la période de janvier à août. L'arrière-saison est plus incertaine, 64% des hôteliers restent inquiets et jugent les perspectives mauvaises pour le mois de septembre.

Mêmes craintes dans le secteur de **l'hôtellerie de plein-air**. La tendance est à la baisse d'environ 25% sur l'ensemble de la saison. La fréquentation du 15 juillet au 31 août est jugée moyenne pour 50% des campings sondés et les perspectives pour septembre sont plutôt pessimistes. La baisse de fréquentation est due en grande partie à l'absence de la clientèle étrangère qui n'a été que partiellement compensée par la hausse de la clientèle française. D'autre part, la réactivité de la profession pour la mise en place des mesures sanitaires n'a pas suffi à rassurer la clientèle. Les hébergements locatifs ont beaucoup mieux fonctionné que les emplacements nus.

Dans les **villages vacances**, la tendance est également à la baisse sur l'ensemble de la saison. Quant aux perspectives, elles sont pessimistes pour 89% des prestataires.

Enfin, dans les **résidences de tourisme**, la fréquentation du cœur de saison semble avoir été stable par rapport à 2019.

## Une nouvelle clientèle à fidéliser

La crise sanitaire a favorisé les destinations campagne et le tourisme de proximité. Le Conseil Départemental et le CDT se sont appuyés sur cette tendance et sur le positionnement nature du Lot-et-Garonne pour concevoir une **campagne de communication d'envergure autour du slogan « En Lot-et-Garonne, on ne manque pas d'air ».**

Cette campagne exceptionnelle, lancée dès la fin du mois de juin sur le grand Sud-Ouest, Paris et le Lot-et-Garonne, s'est déployée à travers un **vaste plan média et un jeu concours qui ont touché une très large audience** (5 millions de personnes pour la campagne d'affichage métro à Paris du 22 juin au 5 juillet, un million de personnes et 38 000 clics vers le site du CDT pour la campagne vidéo « La question elle est vite répondue » sur Facebook et Instagram, 22 000 impressions sur le site du Bon Coin, 65 000 participants au jeu concours...).



Cette visibilité accrue et certainement le ton décalé visant à démarquer le Lot-et-Garonne ont porté leurs fruits. **L'ensemble des professionnels du tourisme s'accorde à dire que de nouvelles clientèles françaises et de proximité ont fréquenté le Lot-et-Garonne cet été.**

Les atouts naturels du Lot-et-Garonne lui ont permis de bénéficier d'une véritable attractivité. Mais la clientèle a aussi eu besoin d'être rassurée. Les bilans des offices de tourisme montrent une forte augmentation des contacts téléphoniques ou par mail pour des demandes sur les mesures sanitaires et les conditions d'accueil dans le territoire.

On note aussi une **augmentation des consultations des sites internet et des réseaux sociaux** pour l'ensemble du réseau des offices de tourisme et du CDT. Avec une fréquentation de 200 000 visiteurs au 31 août 2020, le site du CDT enregistre une augmentation de 34% des visites uniques sur la période de janvier à fin août.

Avec un retour à la normale dans le secteur du tourisme qui prévoit d'être long, le département de Lot-et-Garonne dispose d'atouts plus que jamais dans l'air du temps.

### Sources :

- communiqué de presse ADN Tourisme du 28 août 2020.
- entretiens téléphoniques menés par le CDT tout au long de l'été 2020 auprès des prestataires, filières et offices de tourisme du département.
- sondage auprès des prestataires entre les 4 et 11 septembre 2020.
- réunion bilan de saison avec les offices de tourisme du 11 septembre
- réunion de bureau du CDT 47 du 15/09/2020