

UNE SAISON ESTIVALE 2015 CORRECTE POUR LA CORREZE

C'est une nouvelle plutôt rassurante pour l'économie corrézienne, le tourisme générant en moyenne 200 millions d'euros de retombées annuelles, le bilan de la saison estivale 2015 s'avère, après un début de mois de juillet assez atone, au final relativement correct.

Sur la base de son enquête de conjoncture réalisée en partenariat avec le CRT Limousin auprès de 150 professionnels corréziens¹, Corrèze Tourisme (Agence de développement touristique de la Corrèze) livre des premiers éléments d'analyse de la saison 2015.

Un contexte national très favorable au développement du tourisme estival

Au plan national, les 1^{ères} estimations laissent entrevoir une croissance du nombre de nuitées de l'ordre de 3,5% par rapport à 2014. Cette progression s'inscrit dans la lignée des bonnes performances des mois de mai et juin.

Ce rebond, après 3 années de baisse consécutive, devrait permettre aux professionnels de reconstituer leurs marges, largement réduites ces dernières années, et ainsi de relancer les investissements. Un impératif pour améliorer la compétitivité de la destination France, dans un contexte de concurrence de plus en plus forte.

Il faut reconnaître que le contexte cet été a été très favorable : une météo exceptionnelle, le report des clientèles qui envisageaient de partir au Maghreb, l'augmentation des taux de départ en vacances...

Toutefois, ce panorama positif est nettement contrasté selon les régions : les grands gagnants sont d'abord les destinations littorales, en Méditerranée (+5%) et dans le Sud-ouest (+3%).

¹ Cette enquête s'inscrit dans un dispositif national associant RN2D (réseau national des destinations départementales), Offices de tourisme de France et Atout France. Les informations collectées ne traduisent pas des résultats chiffrés de fréquentation mais expriment le ressenti des acteurs du tourisme. Elles permettent uniquement de dégager des tendances par secteur d'activité, par période.

Quel bilan pour la Corrèze?

A l'instar des autres destinations rurales, la Corrèze avait amorcé un bon début de saison au printemps. L'effet canicule a modifié cette dynamique et a finalement largement plus favorisé au niveau national le littoral que les zones rurales. Cela confirme une nouvelle fois "la météo-sensibilité" des clients.

Les professionnels s'accordent à dire que la haute saison n'a réellement démarré qu'autour du 20 juillet. Cette tendance est plus fortement ressentie par les professionnels de l'Hôtellerie de Plein Air.

La canicule du mois de juillet a été favorable à certains professionnels du tourisme (les spots et prestataires situés en bordure de rivières ou à proximité de l'eau) et en a pénalisé certains (sites, musées et restaurants).

Au final, 2015 pourrait être qualifiée de saison touristique correcte. Elle se caractérise; comme en 2014, par une hyper-concentration au mois d'août au détriment du mois de juillet.

Des écarts de performance existent selon les opérateurs sans réellement prédominance d'un segment d'hébergement sur un autre. Autre point notable : des écarts de résultats significatifs existent également au sein d'une même filière.

Mais globalement 72% des prestataires interrogés se disent satisfaits de la saison et 28% sont plus réservés avec une activité qu'ils jugent moins bonne qu'en 2014.

Éléments de tendance à retenir

La crise impacte encore la consommation touristique

La majorité des professionnels note que les touristes restent très vigilants sur leurs dépenses quotidiennes. Beaucoup négocient les tarifs ou restreignent leur consommation en terme de restaurant ou de loisirs. Les promotions tarifaires et ventes de dernière minute ont toujours beaucoup de succès car le client est à l'affût de la bonne affaire à moindre coût.

Cette tendance est corroborée aussi au niveau national car si le nombre de français partants a augmenté de plus de 2 millions entre 2014 et 2015, il est le fait essentiellement de ménages aux revenus modestes et qui restent donc très vigilants sur leur budget dédié aux vacances.

Vers une "uberisation" de l'économie touristique corrézienne?

L'hébergement chez les amis, la famille, dans les résidences secondaires demeure un mode d'hébergement privilégié pour plus de 7 visiteurs sur 10 en Corrèze (supérieur à la moyenne nationale).

Par ailleurs, de nombreux professionnels hébergeurs (hôteliers et campings) expriment un sentiment de concurrence accrue des hébergements dits collaboratifs notamment en direction des clientèles les plus jeunes.

En avril 2015, selon une enquête diligentée par le CRT Limousin, 645 logements ont été référencés en Corrèze sur 14 plateformes collaboratives internet différentes (dont Airbnb).

89 % de ces logements peuvent être assimilés à des hébergements marchands (dont 30% sont classés ou labellisés) et 11 % sont des résidences secondaires. Cela représente 3,75 % de la capacité d'accueil total du département. L'enquête menée ne permet pas d'appréhender la performance de ces hébergements, ni leur caractère légal ou non.

Même si l'économie collaborative reste relativement faible en volume, les professionnels (hôteliers et propriétaires de camping) soulignent surtout aux travers de leurs critiques un ras le bol vis-à-vis du poids de la réglementation et des normes auxquels ils doivent faire face alors que l'économie collaborative échappe à ces contraintes.

Un besoin d'accompagnement au repositionnement marketing des prestataires

Dans un marché compliqué, les acteurs touristiques qui s'en sortent le mieux sont ceux qui proposent de la valeur au marché, qui assument une différenciation de leur prestation et qui ont les moyens de développer une stratégie de commercialisation ciblée.

Or, l'enquête révèle que nombreux sont les acteurs touristiques corréziens qui paraissent inquiets face à l'avenir, dépassés par les changements contextuels, ne sachant pas toujours comment prendre les bonnes décisions.

Et les écarts de performance qui semblent exister entre prestataires attestent de ce bouleversement.