

Saison touristique 2022

Enquête téléphonique réalisée auprès
des prestataires adhérent à l'Office de tourisme



La
Châtaigneraie
Cantalienne

Détails de l'enquête :

★ Enquête téléphonique réalisée en octobre 2022

★ Opinion des hébergeurs et prestataires d'activités

Les partenaires ont été sollicités au sujet de :

- leur activité (fréquentation et chiffre d'affaires) par rapport à celle de 2021
- leur niveau de satisfaction sur les différentes périodes (printemps, juillet, août et septembre)
- leur avis sur une liste de facteurs ayant pu influencer leur saison de manière positive ou négative
- leur activité par rapport à celle de 2019 (avant Covid)
- leur situation quant à la disponibilité du personnel saisonnier
- leur avis sur la typologie et les comportements clientèle
- leur avis sur les services de l'Office de tourisme et le territoire

★ **Détail des prestataires**

- Panel des interrogés : 82 prestataires adhérents à l'exclusion des plus éloignés (Canoë Safaraid Dordogne, Escapade Nature, Passion Aventure, Gouffre de Padirac, Parc aquatique de la Saule) et des propriétaires de meublé, restaurateurs, commerçants, artisans et associations
- Répondants à l'enquête : 67 prestataires
- Taux de retour des interrogés : 82 %
(cette enquête peut donc être jugée fiable)

Le panel	Interrogés	Répondants	Exprimé en %
Campings	16	14	88 %
Village vacances et villages de chalets	3	3	100 %
Chambres d'hôtes	9	6	67 %
Hôtels	7	6	86 %
Activités / Loisirs	18	14	78 %
Musées	6	5	83 %
Sites de visites	12	10	83 %
Producteurs / Artisans	11	9	82 %
TOTAL	82	67	82 %

Partie 1 . Les Hébergements

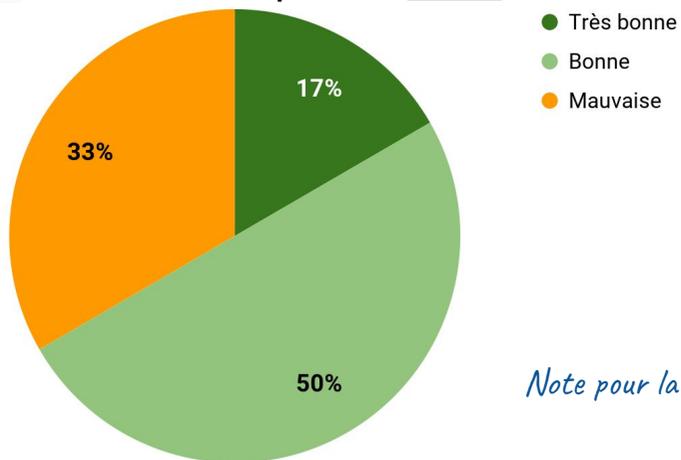
Les Hôtels.....	p.4
Les Villages vacances et de chalets ...	p.6
Les Chambres d'hôtes.....	p.8
Les Campings.....	p.10
Les Gîtes de France.....	p.14

Les Hôtels

86% de répondants

Répondants : Le Relais du Teulet - Hôtel du Lac - Auberge de La Tour -
Auberge Fleurie - Auberge de la Tomette - Hôtel La Terrasse
Non répondant : Hôtel Cruzel

Vous considérez que votre saison a été :

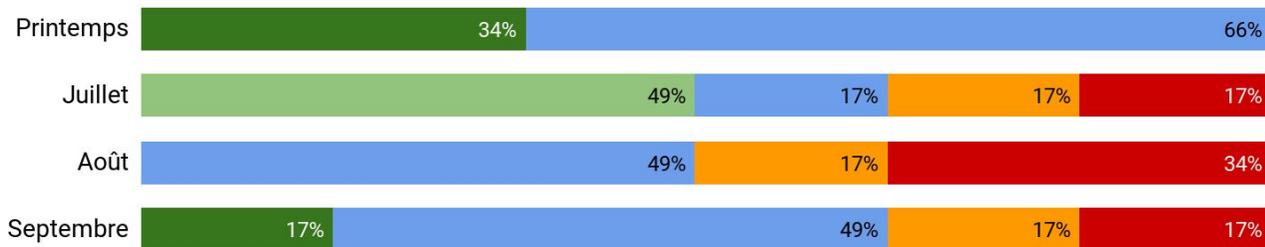


Note pour la saison : 6,8/10

2021 = 7,6
2020 = 7,1
2019 = 6,8

Par rapport à l'année dernière, pour votre activité globale, vous considérez que la fréquentation a été :

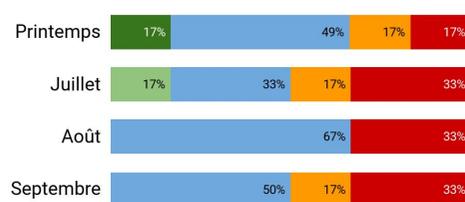
Forte Hausse Hausse Stable Baisse Forte Baisse



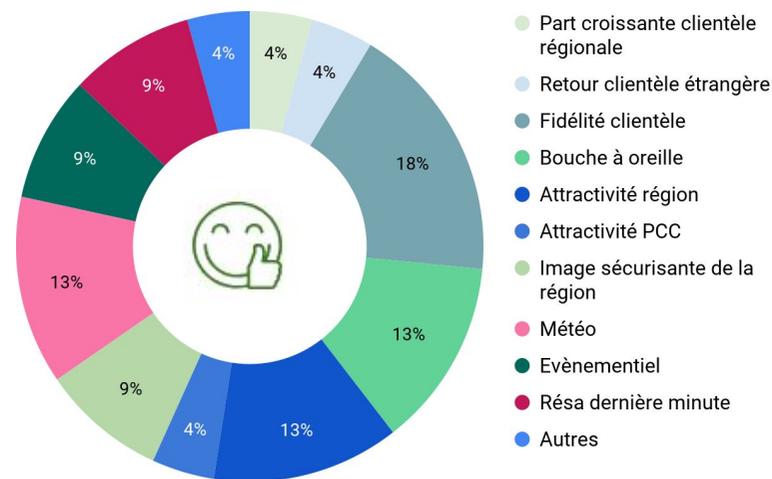
Détails pour la partie restauration



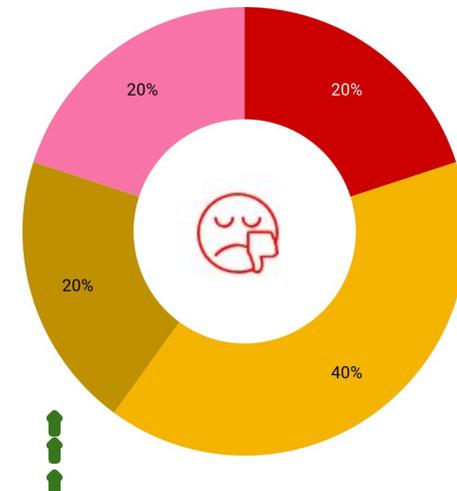
Détails pour la partie hôtellerie



Poids respectifs des facteurs de votre satisfaction et de votre insatisfaction :

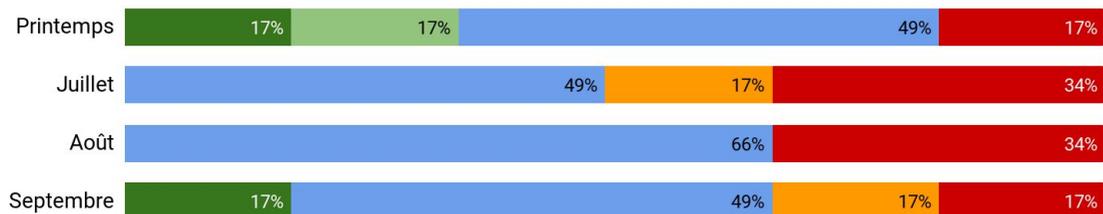


Météo
Pouvoir d'achat
Hausse du prix des carburants
Autres



☞ Sur l'ensemble de votre activité, vous considérez que votre **chiffre d'affaires** par rapport à l'année dernière a été :

■ Forte Hausse ■ Hausse ■ Stable ■ Baisse ■ Forte Baisse



☞ Cette année, avez-vous eu des difficultés à **recruter** du personnel saisonnier ?

oui 83% - non 17%



Avec quelles conséquences pour les 5 prestataires concernés ?

- Surcroît de travail 60 %**
- Réduction des jours d'ouverture 40 %**
- Réduction de l'amplitude horaire 40 %**
- Autres 60 %** (refus de clients, augmentation des tarifs)

☞ Comment estimez-vous la **fréquentation globale** de cette saison par rapport à **2019** (avant Covid) ?

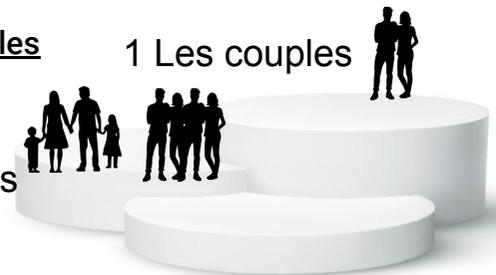


Typologie de la clientèle

☞ Quelles sont les **clientèles** les plus représentées ?

1 Les couples

2 Les familles & les amis



☞ Évolution de la **durée moyenne de séjour** :



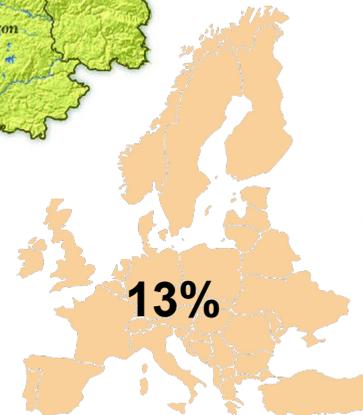
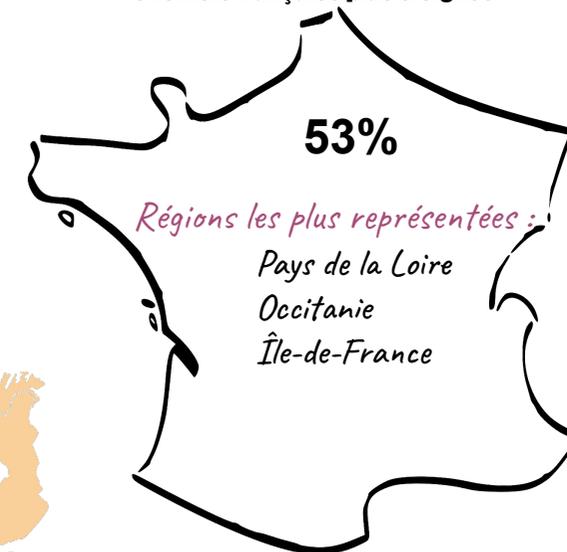
☞ Quelle est la **provenance** de votre clientèle en % ?

Clientèle de proximité

Clientèle française plus éloignée

34%

53%



Clientèle étrangère

Pays les plus représentés :
Belgique
Pays-Bas

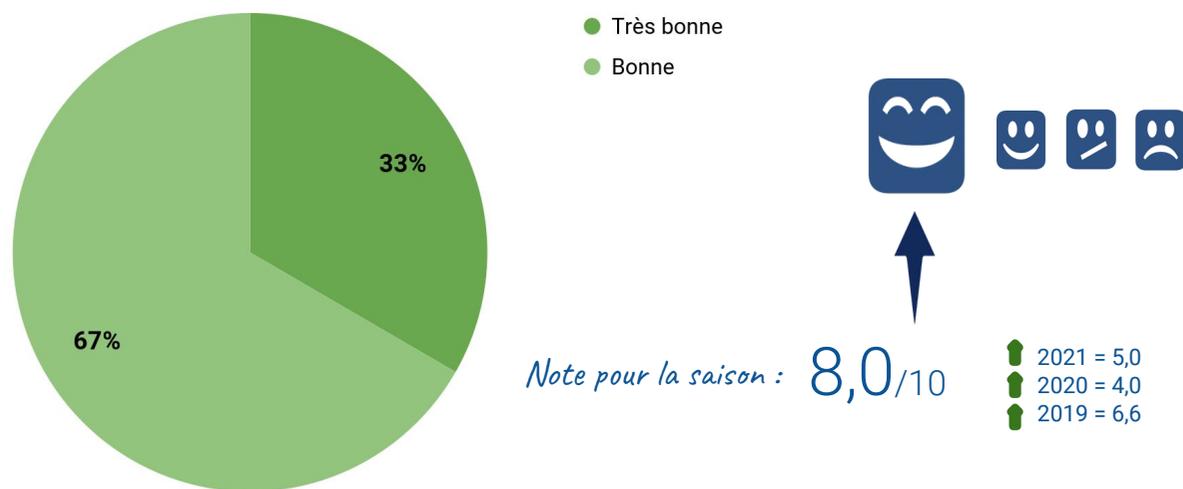
13%

Les Villages de vacances et les Villages de chalets

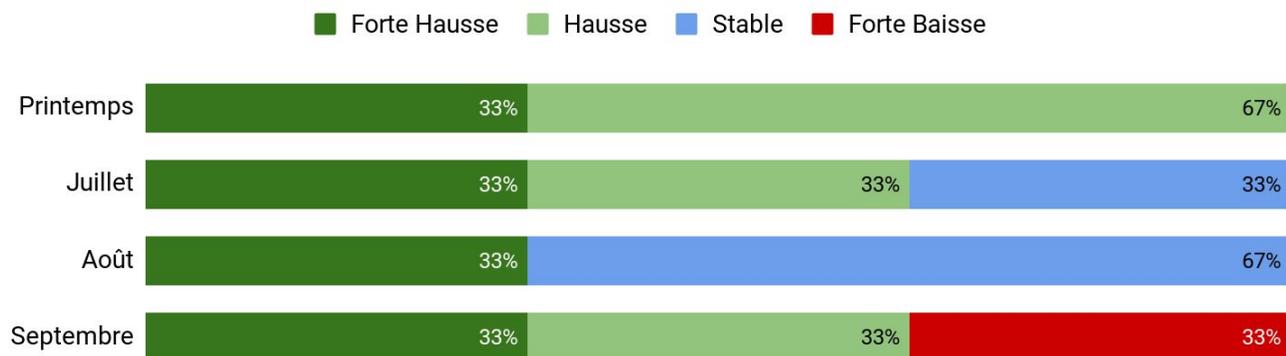
100% de répondants

Répondants : Ferme de Viescamp (village de chalets) -
Domaine du Lac (parc résidentiel de loisirs) -
Domaine La Châtaigneraie (village vacances)

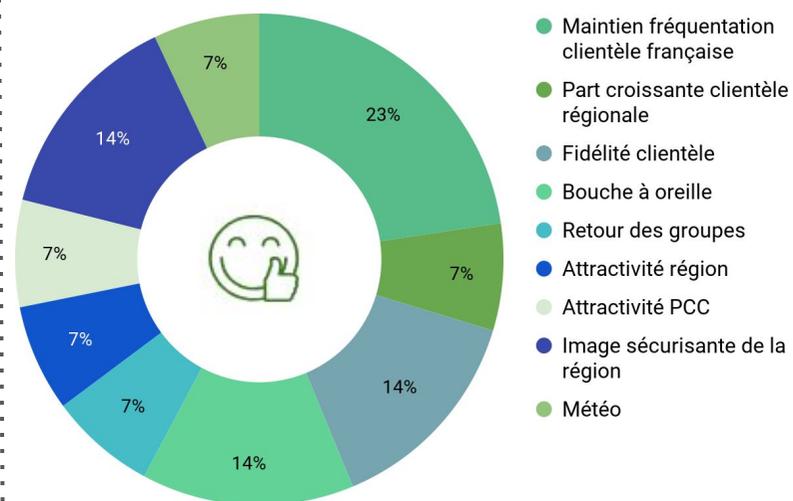
Vous considérez que votre saison a été :



Par rapport à l'année dernière, pour votre activité globale, vous considérez que la fréquentation a été :

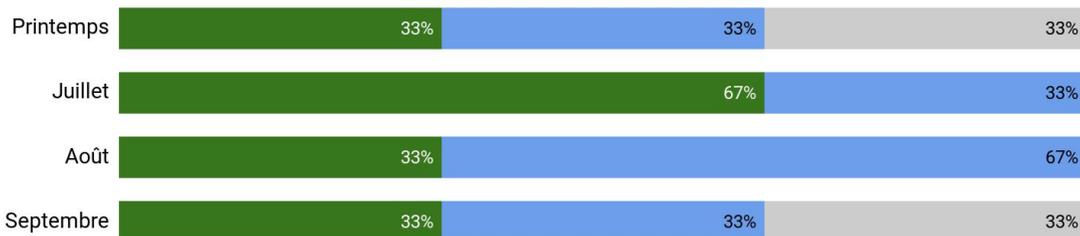


Poids respectifs des facteurs de votre satisfaction :



☞ Sur l'ensemble de votre activité, vous considérez que votre **chiffre d'affaires** par rapport à l'année dernière a été :

■ Forte Hausse ■ Stable ■ NSPP



☞ Cette année, avez-vous eu des difficultés à **recruter** du personnel saisonnier ?

oui 33% - non-concerné 67%



Avec quelles conséquences pour le prestataire concerné ?

Surcroît de travail

☞ Comment estimez-vous la fréquentation globale de cette saison par rapport à **2019** (avant Covid) ?



67%



33%

Typologie de la clientèle

☞ Quelles sont les **clientèles** les plus représentées ?

1 Les familles

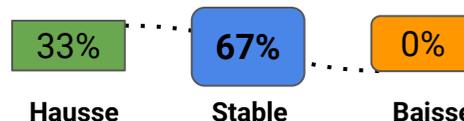


2 Les groupes



3 Les couples & les amis

☞ Evolution de la **durée moyenne de séjour** :

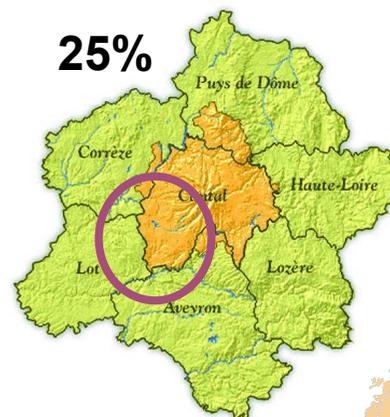


Durée moyenne :
8 nuits
2021 = 1 nuit en héb. collectif,
7 nuits en VV et chalets

☞ Quelle est la **provenance** de votre clientèle en % ?

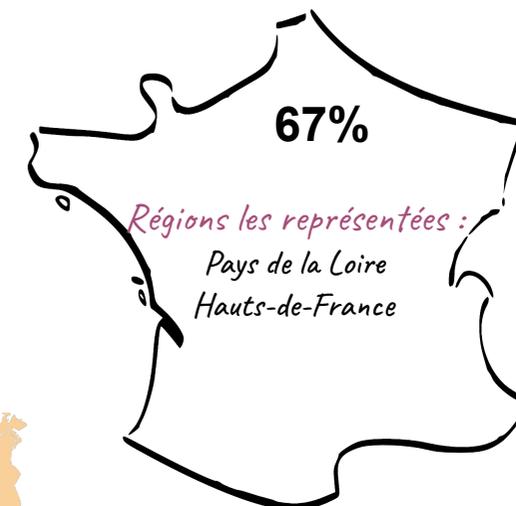
Clientèle de proximité

25%



Clientèle française plus éloignée

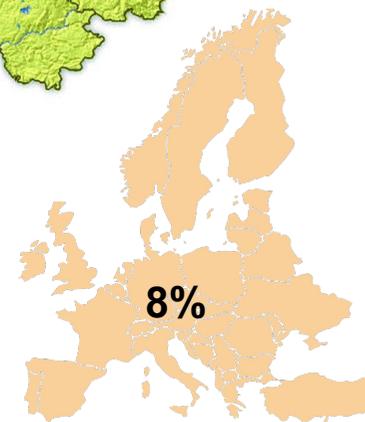
67%



Régions les représentées :
Pays de la Loire
Hauts-de-France

Clientèle étrangère

8%



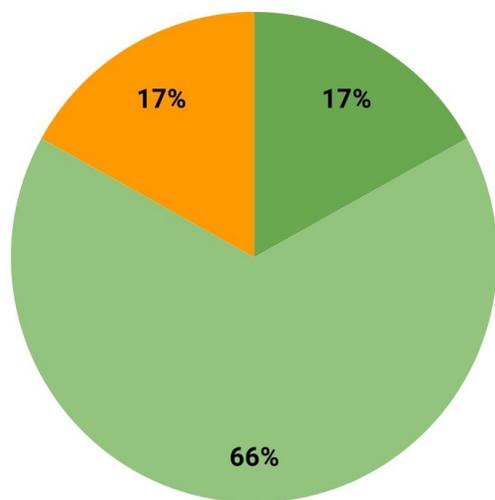
Pays les plus représentés :
Belgique
Pays-Bas
Grande-Bretagne

Les Chambres d'hôtes

67% de répondants

Répondants : La Normandie - Atelier Gourmand des Voyageurs - A la Clairière - Auberge de Mourjou - La Maison de Justine - Le Pontdorg'Hôte
 Non répondants : Chez Paul & Henriette - Yourtes du Cantal - La Truite qui chante

Vous considérez que votre saison a été :



- Très bonne
- Bonne
- Mauvaise



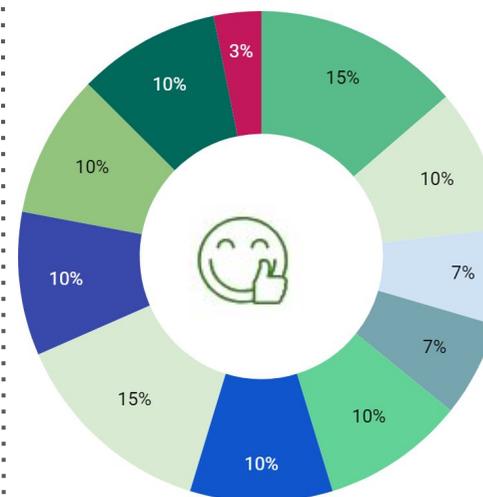
Note pour la saison : 6,7/10

- 2021 = 6,0
- 2020 = 5,1
- 2019 = 6,5

Par rapport à l'année dernière, pour votre activité globale, vous considérez que la fréquentation a été :

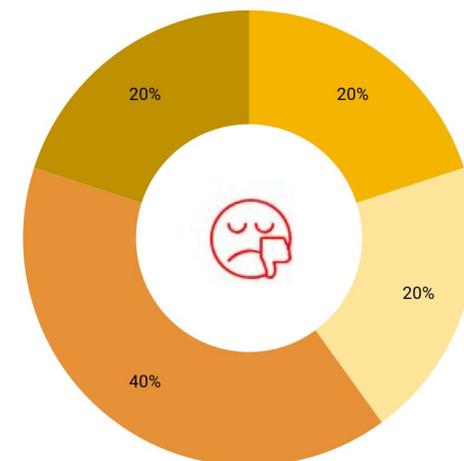


Poids respectifs des facteurs de votre satisfaction et de votre insatisfaction :



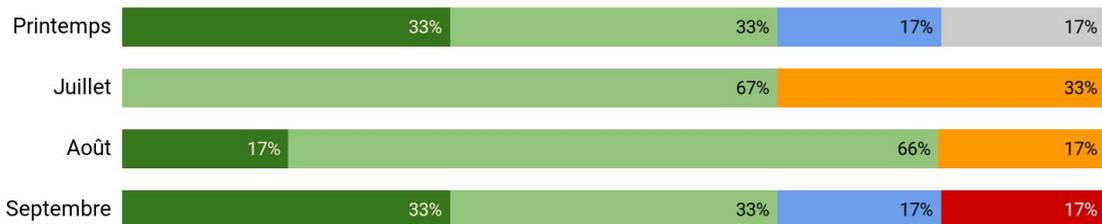
- Maintien fréquentation clientèle française
- Part croissante clientèle régionale
- Retour clientèle étrangère
- Fidélité clientèle
- Bouche à oreille
- Attractivité région
- Attractivité PCC
- Image sécurisante de la région
- Météo
- Evènementiel
- Résa dernière minute

- Pouvoir d'achat
- Annulation de séjours
- Vacances des Français à l'étranger
- Hausse du prix des carburants



☞ Sur l'ensemble de votre activité, vous considérez que votre **chiffre d'affaires** par rapport à l'année dernière a été :

■ Forte Hausse ■ Hausse ■ Stable ■ Baisse ■ Forte Baisse ■ NSPP



☞ Cette année, avez-vous eu des difficultés à **recruter** du personnel saisonnier ?

non 50% - non-concerné 50%



Aucune conséquence pour les prestataires

☞ Comment estimez-vous la fréquentation globale de cette saison par rapport à **2019** (avant Covid) ?



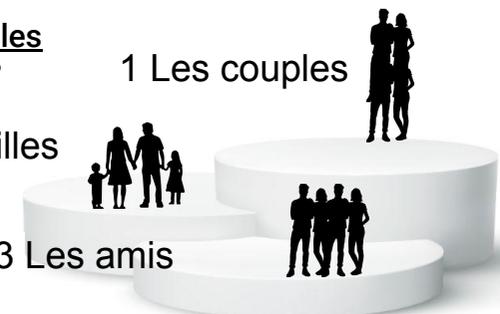
Typologie de la clientèle

☞ Quelles sont les **clientèles** les plus représentées ?

1 Les couples

2 Les familles

3 Les amis



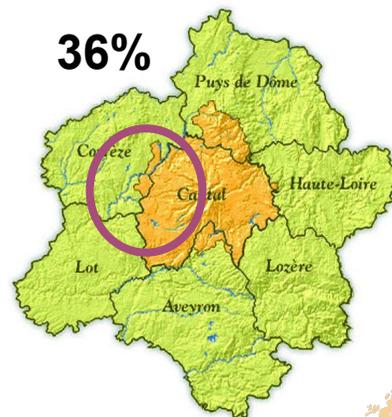
☞ Evolution de la **durée moyenne de séjour** :



☞ Quelle est la **provenance** de votre clientèle en % ?

Clientèle de proximité

36%



Clientèle française plus éloignée

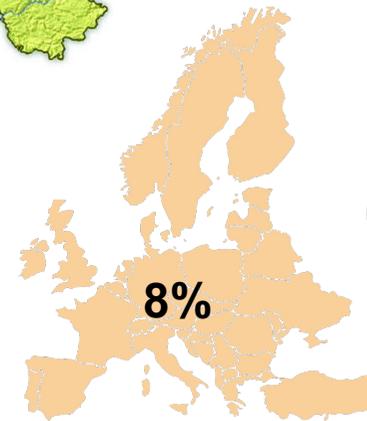
56%

Régions les plus représentées :

- PACA
- Occitanie
- Hauts de France
- Île-de-France

Clientèle étrangère

8%



Pays les plus représentés :

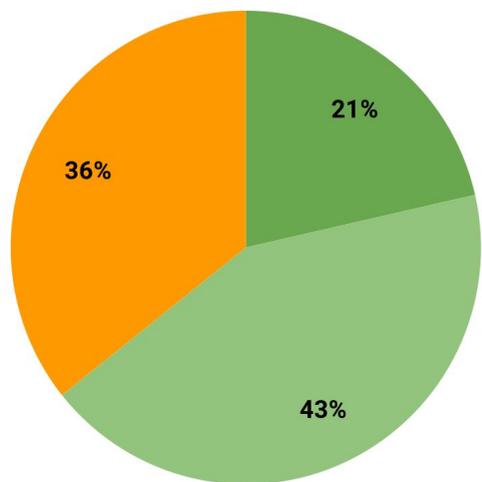
- Belgique
- Pays-Bas

Les Campings

88% de répondants

Répondants : Les Érables - Camping du Viaduc - L'Étang des Hirondelles - Le Moulin de Chaules - Le Moulègre -
Le Pré des Bains - Le Vert - Ferme de Viescamp - Les Rives du Lac - Les Parrines - Les Tipis de Cantalès -
Le Garoustel - La Gineste - Camping du Fel
Non répondants : Camping de Coursavy - La Grangeotte

Vous considérez que votre saison a été :



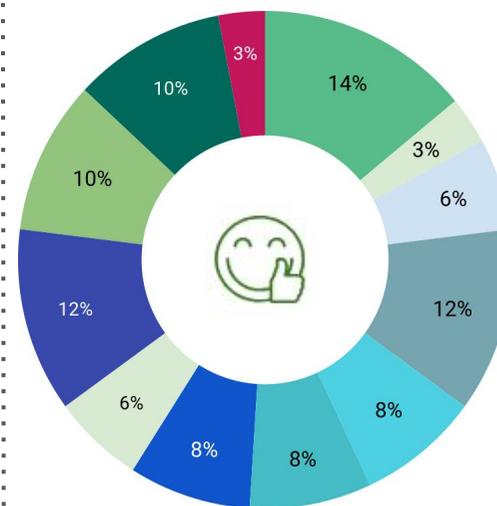
- Très bonne
- Bonne
- Mauvaise



Note pour la saison : 6,9/10

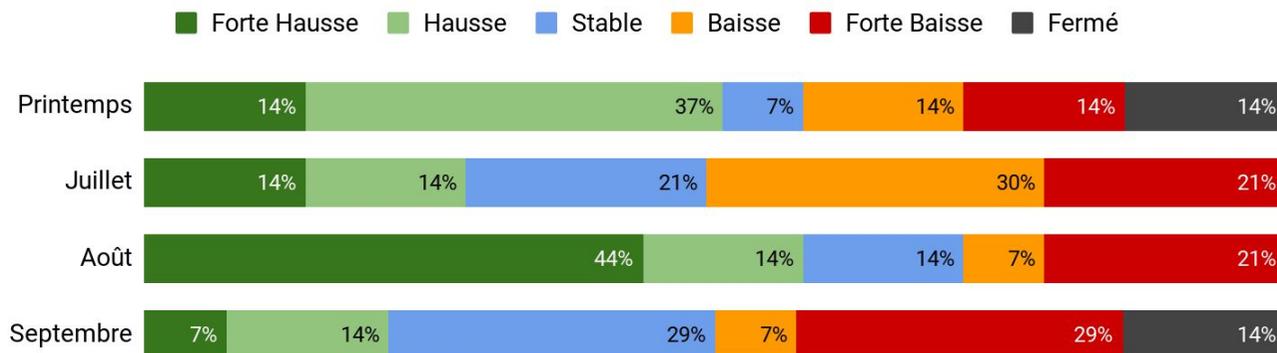
- 2021 = 6,9
- 2020 = 5,7
- 2019 = 6,4

Poids respectifs des facteurs de votre satisfaction et de votre insatisfaction :

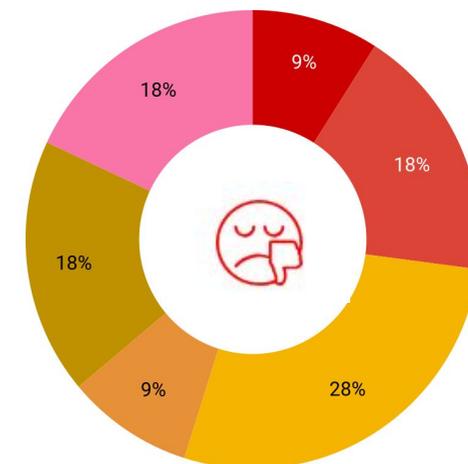


- Maintien fréquentation clientèle française
- Part croissante clientèle régionale
- Retour clientèle étrangère
- Fidélité clientèle
- Bouche à oreille
- Retour des groupes
- Attractivité région
- Attractivité PCC
- Image sécurisante de la
- Météo
- Evènementiel
- Résa dernière minute

Par rapport à l'année dernière, pour votre activité globale, vous considérez que la fréquentation a été :

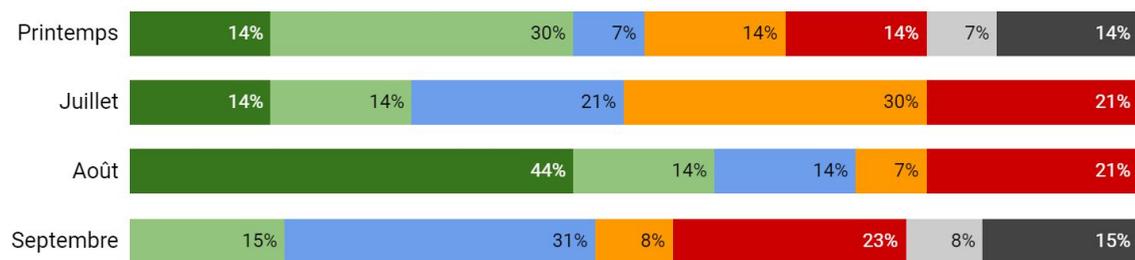


- Météo
- Manque de clientèle étrangère
- Pouvoir d'achat
- Vacances des Français à l'étranger
- Hausse du prix des carburants
- Autres



☞ Sur l'ensemble de votre activité, vous considérez que votre **chiffre d'affaires** par rapport à l'année dernière a été :

■ Forte Hausse ■ Hausse ■ Stable ■ Baisse ■ Forte Baisse ■ NSPP ■ Fermé



☞ Cette année, avez-vous eu des difficultés à **recruter** du personnel saisonnier ?

oui 39% - non 15% - non-concerné 46%



Avec quelles conséquences pour les 5 prestataires concernés ?

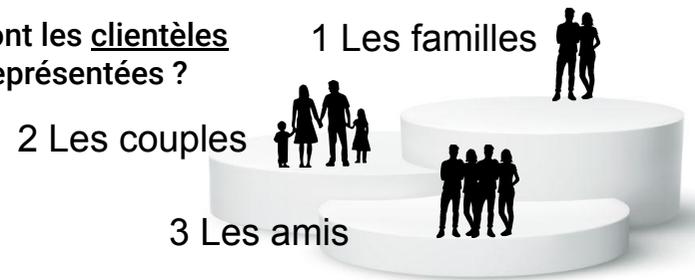
- Réduction des services/de l'activité 40 %
- Réduction des jours d'ouverture 20 %
- Réduction de l'amplitude horaire 20 %
- Autres 20 % (refus de clients, augmentation des tarifs)

☞ Comment estimez-vous la **fréquentation globale** de cette saison par rapport à **2019** (avant Covid) ?

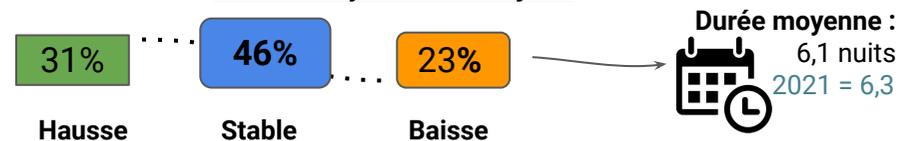


Typologie de la clientèle

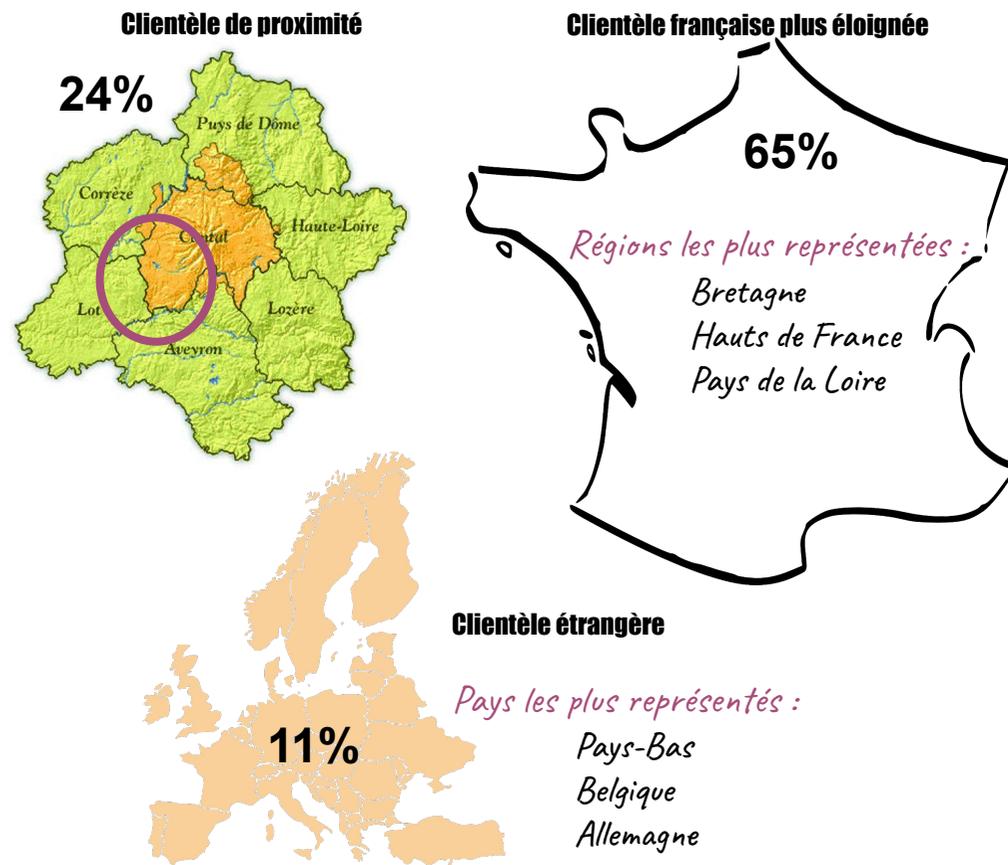
☞ Quelles sont les **clientèles** les plus représentées ?



☞ Evolution de la **durée moyenne de séjour** :



☞ Quelle est la **provenance** de votre clientèle en % ?



Campings - Détail des résultats selon le statut

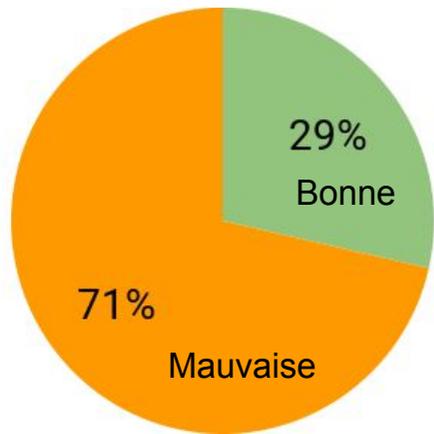
Les campings publics

Les Érables - L'Étang des Hirondelles - Le Pré des Bains -
Le Moulègre - Le Vert - Les Parrines - Camping du Fel
(non répondant : La Grangeotte)

Les campings privés

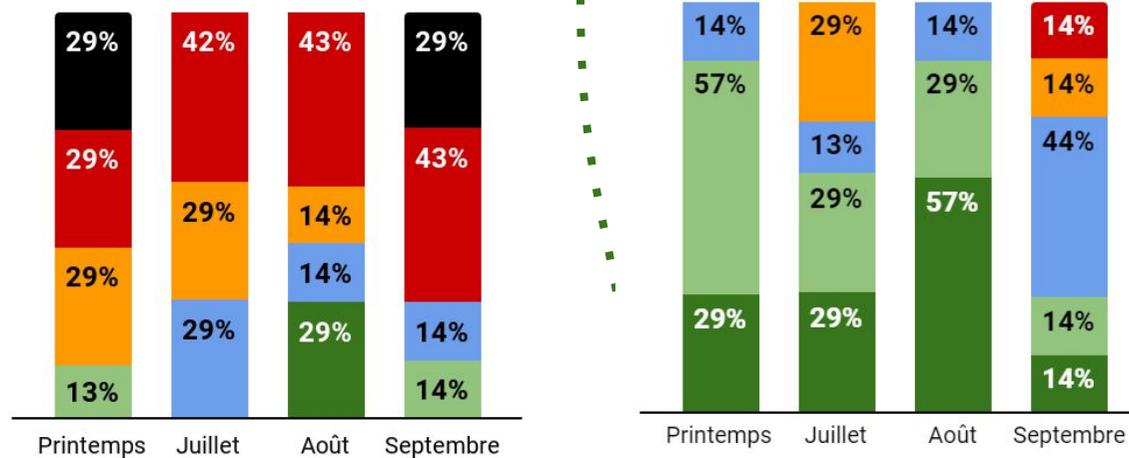
Camping du Viaduc - Ferme de Viescamp - Le Garoustel - Les Tipis de Cantalès -
Les Rives du Lac - Les Yourtes du Cantal - La Gineste - Le Moulin de Chaules
(non répondant : Camping de Coursavy)

Vous considérez que votre saison a été :



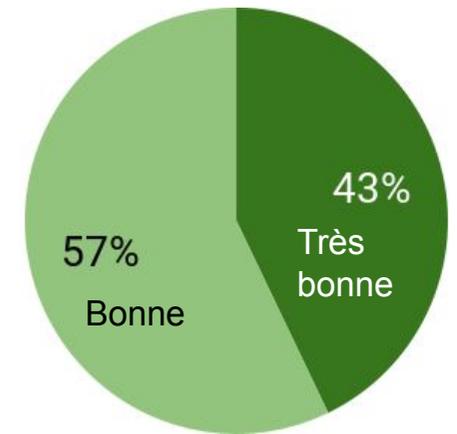
Note pour la saison : 5,9/10

Fréquentation par rapport à 2021



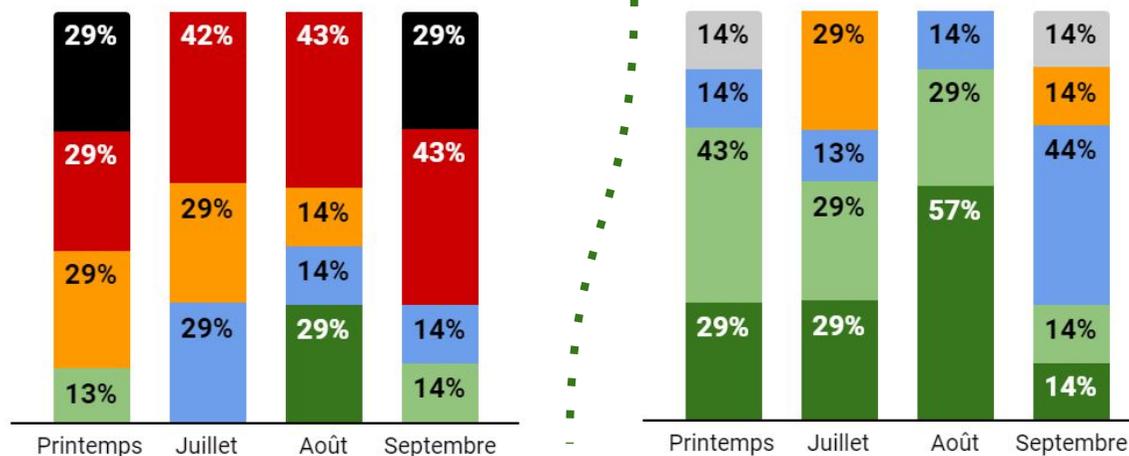
■ Forte Hausse ■ Hausse ■ Stable ■ Baisse ■ Forte Baisse ■ NSPP ■ Fermé

Vous considérez que votre saison a été :



Note pour la saison : 8,0/10

Chiffre d'affaires par rapport à 2021



■ Forte Hausse ■ Hausse ■ Stable ■ Baisse ■ Forte Baisse ■ NSPP ■ Fermé

Evolution de la durée moyenne de séjour :

14% en hausse

43% stable

43% en baisse

Durée moyenne : 4,4 nuits
2021 = 4,5



Evolution de la durée moyenne de séjour :

50% en hausse

50% stable

Durée moyenne : 8,0 nuits
2021 = 7,9



Hébergements : les tendances générales



Campings

Note 2022 :

6,9/10

2021 = 6,9
2020 = 5,7
2019 = 6,4

- ✓ -Maintien clientèle française
- ✓ -Fidélité clientèle
- ✓ -Image rassurante de la région

✗ Pouvoir d'achat

Les campings affichent un niveau de satisfaction moyen **semblable** à 2021. Tous les campings ne parlent cependant pas d'une même voix, les établissements privés jugeant leur saison bien meilleure que les structures publiques.

Aux yeux de la plupart des campings publics, chaque période a même été négative, plus particulièrement encore le mois de **juillet**. Il en va tout autrement pour les campings privés pour lesquels, hormis un mois de **septembre** mitigé, le reste de la saison a été satisfaisant voire très satisfaisant en **août**.

D'ailleurs, parmi ces derniers, la saison 2022 est jugée meilleure que 2019 par chacun, alors qu'elle a au mieux retrouvé le niveau de cette année-là pour les terrains municipaux.



Hôtels

Note 2022 :

6,8/10

2021 = 7,6
2020 = 7,1
2019 = 6,8

- ✓ -Fidélité clientèle
- ✓ -Attractivité de la région
- ✓ -Bouche à oreille
- ✓ -Météo

✗ Pouvoir d'achat

La dynamique enclenchée au **printemps** s'est enrayée au cours de l'été.

La **durée de séjour** considérablement réduite, passant de 3,6 à 1,8 nuit en une seule année, vient ternir l'image d'une saison qui, bien qu'elle reste globalement positive, est marquée par une propension des clients à écourter leurs vacances, probablement motivée par des facteurs économiques. En **août**, d'ailleurs, aucun hôtelier répondant n'a observé une augmentation de sa fréquentation.

L'hôtellerie, gourmande en main-d'œuvre saisonnière, déplore également une difficulté presque générale à **recruter**.



Villages vacances et villages de chalets

Note 2022 :

8,0/10

2021 = 5,0
2020 = 4,0
2019 = 6,6

- ✓ -Maintien clientèle française
- ✓ -Fidélité clientèle
- ✓ -Image rassurante de la région

✗ Aucun

La mauvaise saison **2020** semble loin pour les villages vacances et de chalets, qui voient cette année leur fréquentation **rebondir** sensiblement.

Après un **printemps** placé sous les meilleurs auspices, la progression s'est cependant ralentie en **juillet**. **Août**, probablement impacté par l'été caniculaire, reste globalement stable. **Septembre** est majoritairement bon.

Il n'est pas étonnant de voir ces types d'hébergement retrouver le sourire car la crise sanitaire semble les avoir touchés plus durement encore que les autres types de structure.



Chambres d'hôtes

Note 2022 :

6,7/10

2021 = 6,0
2020 = 5,1
2019 = 6,5

- ✓ -Maintien clientèle française
- ✓ -Part croissante clientèle régionale
- ✓ -Image rassurante de la région
- ✓ -Météo

✗ - Pouvoir d'achat
- Vacances des Français à l'étranger

Une année plutôt satisfaisante pour les chambres d'hôtes, globalement meilleure qu'en 2021.

Comme pour la plupart des hébergements, le **printemps** a laissé augurer d'une belle saison, et les **mois suivants** ont répondu aux attentes de la majorité des propriétaires.

La **météo** n'est pas considérée comme un facteur négatif, au contraire, plusieurs répondants la citent comme ayant favorisé leur bilan.

Malgré tout, les chambres d'hôtes peinent semble-t-il à retrouver le niveau de fréquentation qui prévalait avant l'apparition de la Covid-19.



Gîtes de France

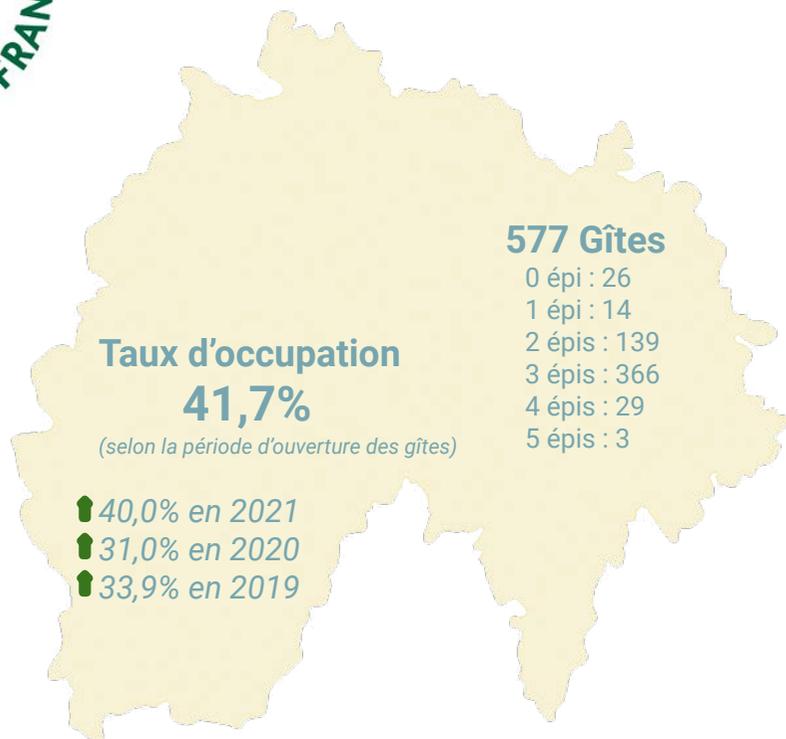
-

CANTAL

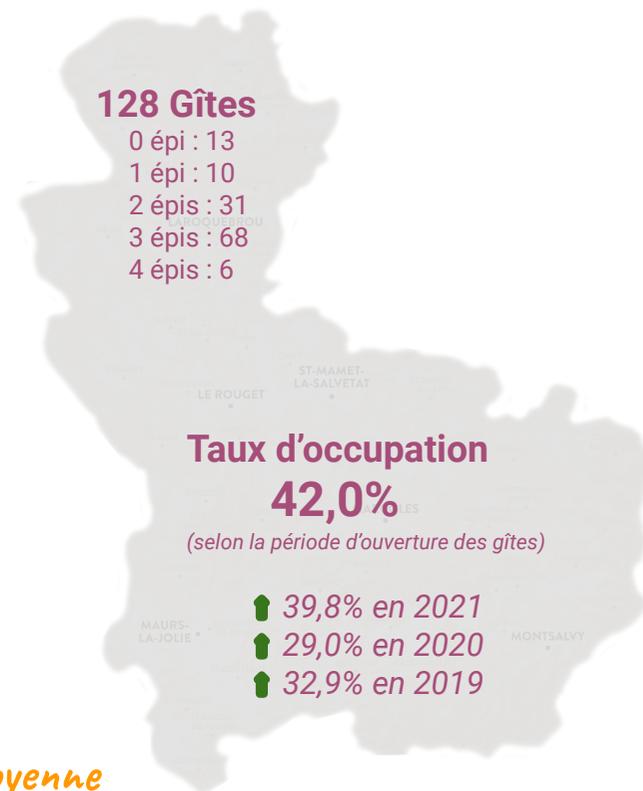
*Statistiques fournies par la Centrale de Réservation -
Saison 2022 (du 06/11/21 au 04/11/22,
soit 52 semaines)*



Dans le Cantal

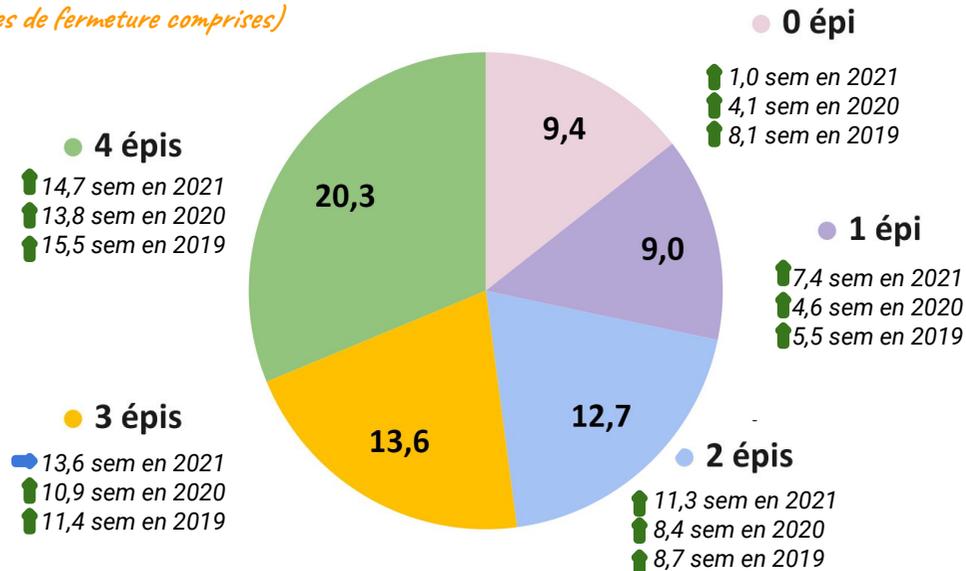


Zoom sur la Châtaigneraie



Nombre de semaines louées en moyenne sur une année complète (périodes de fermeture comprises)

Pour 2022 :





Partie 2 . Les Prestataires d'activités



Les Activités & Loisirs..... p.18

Les Musées..... p.20

Les Sites de Visite..... p.22

Les Producteurs & Artisans..... p.24

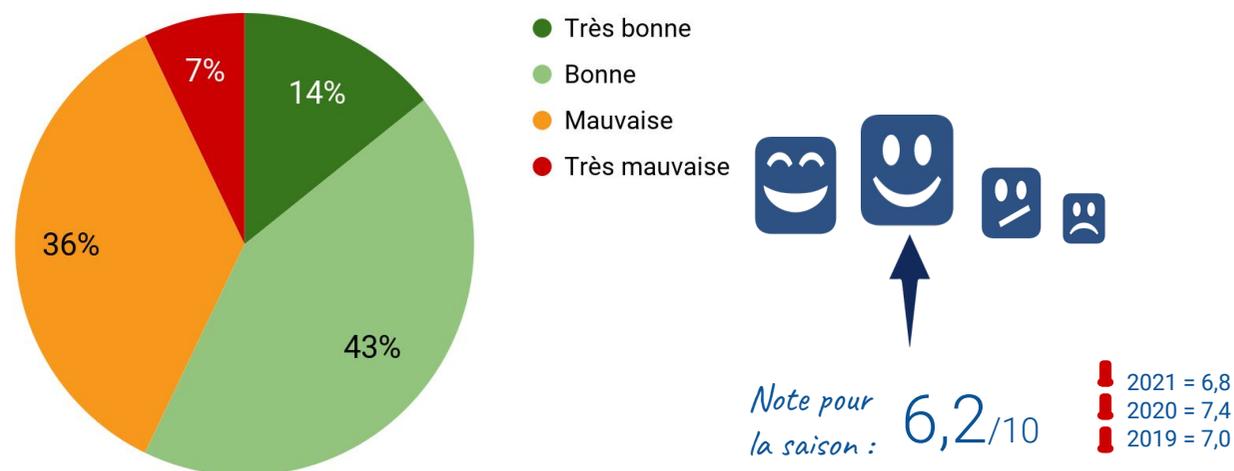
Les Activités & Loisirs

78% de répondants

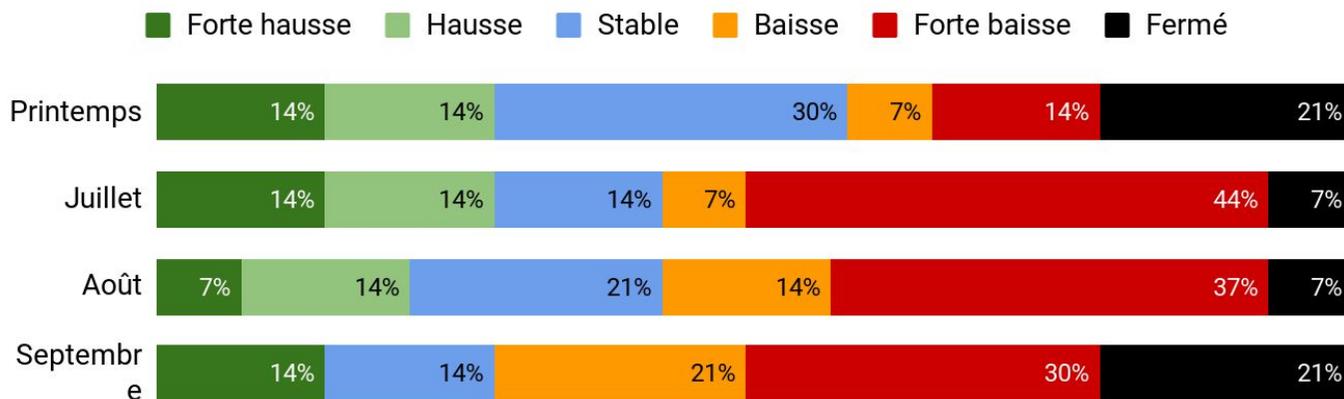
Répondants : Ferme Équestre de Cantalès - Location de vélos La Grangeotte - Centre Équestre du Pays de Maurs & Trotinettes Électriques - Cantal E-Bike Loc - Karting de Pers - Rénacland Location & Aquaparc - Rénac Aventure - Asvolt - La Vallée des Daims - La Ferme des Autruches - Aux Bergers d'Espradel - Pédalorail - Bateau L'Olt - Ateliers pêche

Non répondants : Fun Games Paintball 15 - Batifol'ânes - Côté Jardin - Rénac Nautic Club

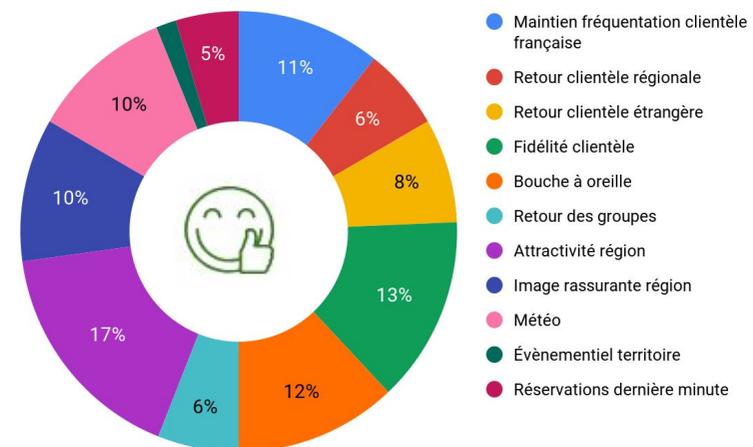
Vous considérez que votre saison a été :



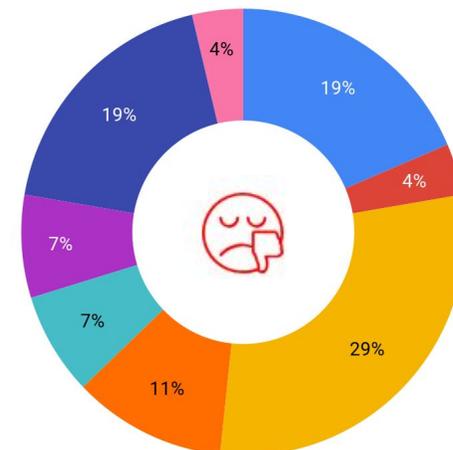
Par rapport à l'année dernière, pour votre activité globale, vous considérez que la fréquentation a été :



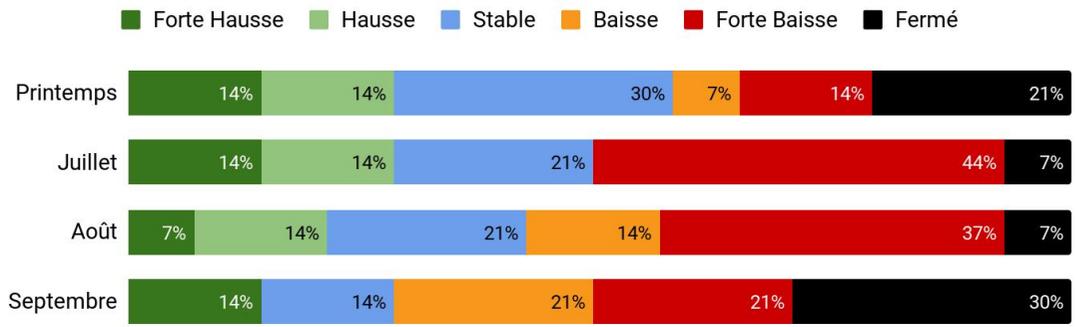
Poids respectifs des facteurs de votre satisfaction et de votre insatisfaction :



- Météo / Fortes chaleurs
- Manque de clientèle étrangère
- Pouvoir d'achat
- Vacances Français à l'étranger
- Hausse prix carburants
- Manque de groupes
- Difficultés de recrutement
- Autres



☞ Sur l'ensemble de votre activité, vous considérez que votre **chiffre d'affaires** par rapport à l'année dernière a été :

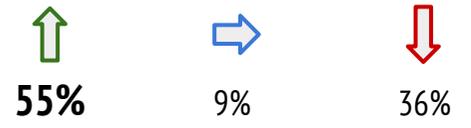


Cette année, avez-vous eu des difficultés à **recruter** du personnel saisonnier ?
oui 38% - non 38% - non-concerné 24%



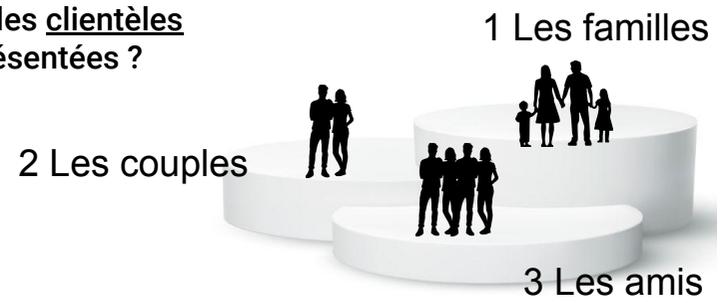
Avec quelles conséquences pour les 5 prestataires concernés ?
Surplus de travail 100%

☞ Comment estimez-vous la **fréquentation globale** de cette saison par rapport à **2019** (avant Covid) ?



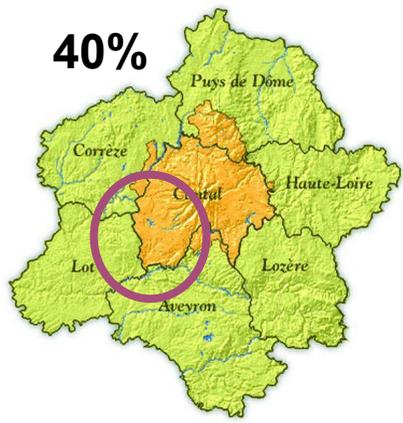
Typologie de la clientèle

☞ Quelles sont les **clientèles** les plus représentées ?

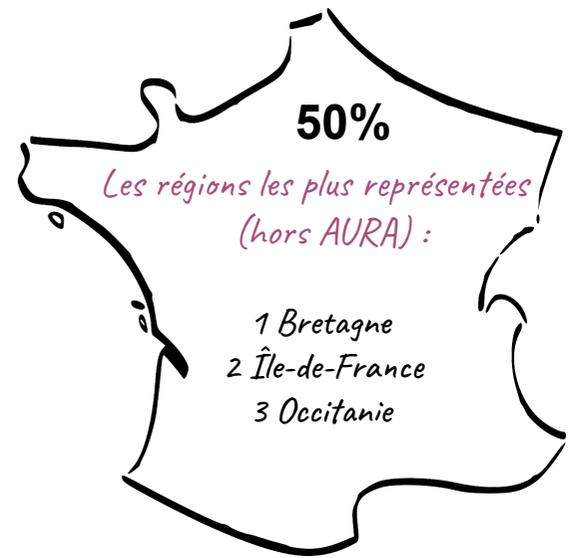


☞ Quelle est la **provenance** de votre clientèle en % ?

Clientèle de proximité



Clientèle française plus éloignée



Clientèle étrangère



Pays les plus représentés :

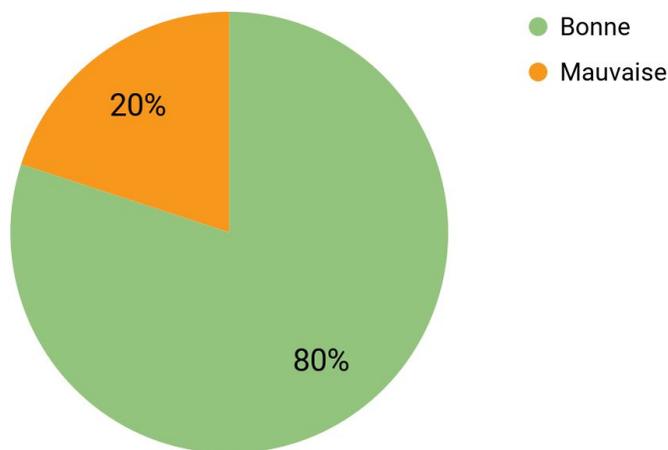
- 1 Belgique
- 2 Pays-Bas

Les Musées

83% de répondants

Répondants : Musée du Veinazès - Espace muséographique de Saint-Santin -
La Maison de la Châtaigne - Musée de l'Accordéon - Maison des Mineurs
Non répondant : Terra Olt

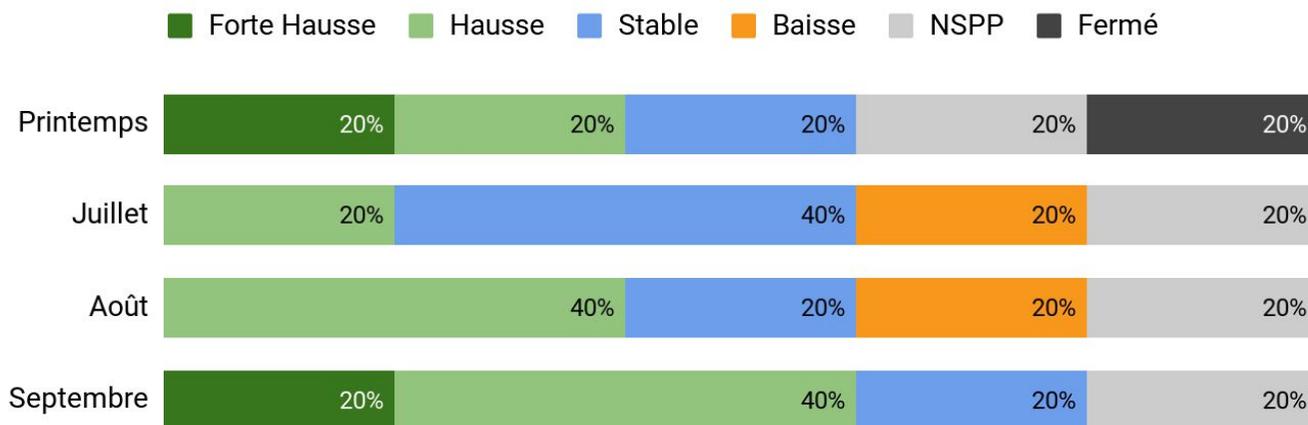
Vous considérez que votre saison a été :



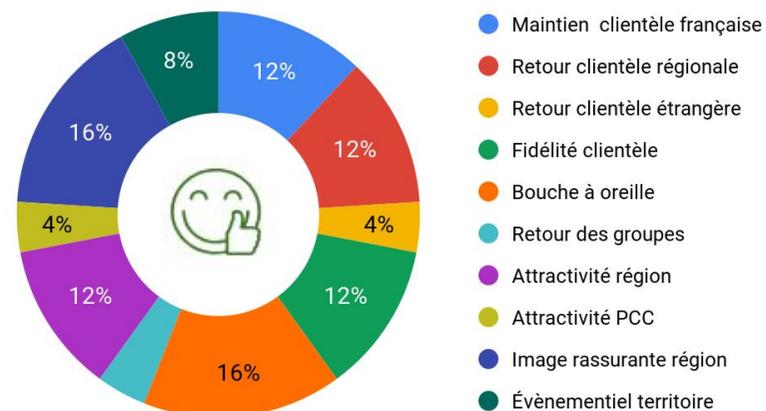
Note pour la saison : 5,8/10

- 2021 = 4,4
- 2020 = 3,8
- 2019 = 6,4

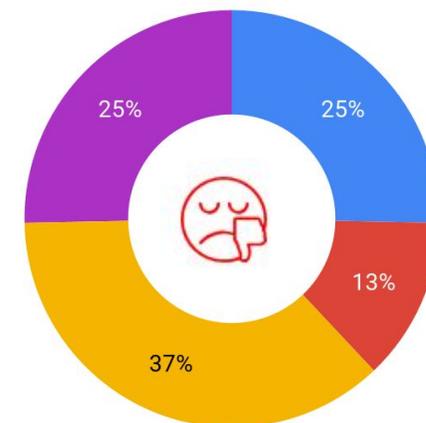
Par rapport à l'année dernière, pour votre activité globale, vous considérez que la fréquentation a été :



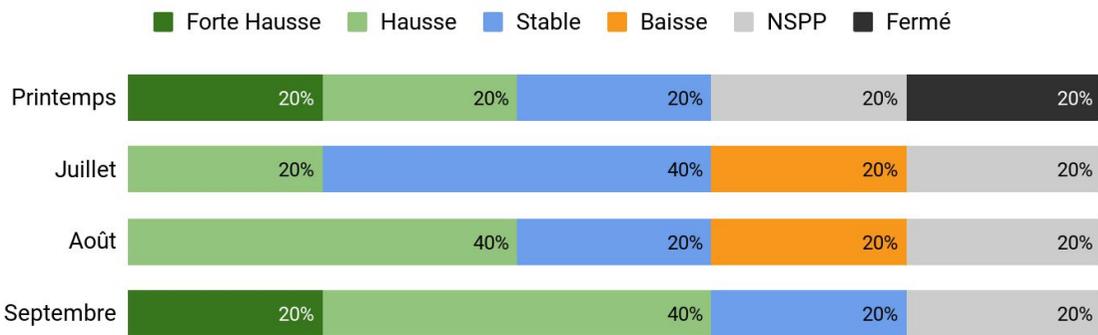
Poids respectifs des facteurs de votre satisfaction et de votre insatisfaction :



- Météo / Fortes chaleurs
- Manque de clientèle étrangère
- Pouvoir d'achat
- Manque de groupes



☞ Sur l'ensemble de votre activité, vous considérez que votre **chiffre d'affaires** par rapport à l'année dernière a été :



Cette année, avez-vous eu des difficultés à **recruter** du personnel saisonnier ?

non 60% - non-concerné 40 %



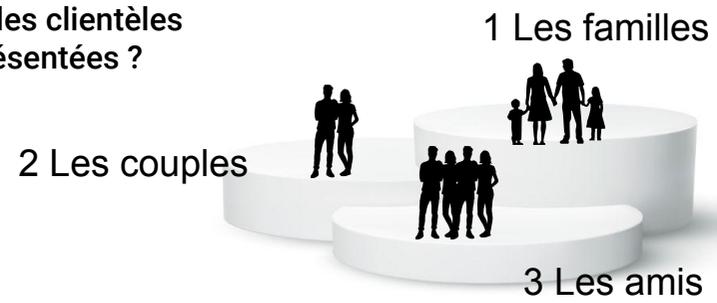
Aucune conséquence pour les prestataires

☞ Comment estimez-vous la fréquentation globale de cette saison par rapport à 2019 (avant Covid) ?



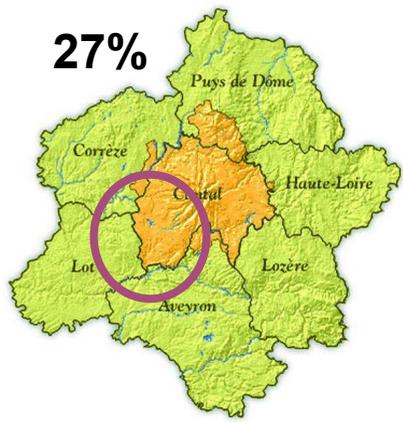
Typologie de la clientèle

☞ Quelles sont les clientèles les plus représentées ?

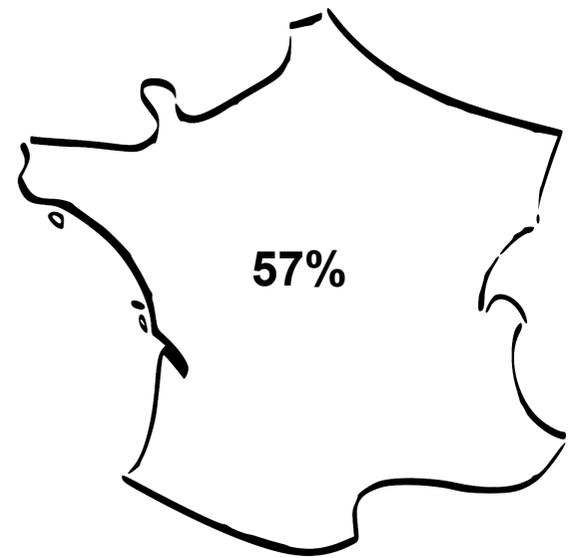


☞ Quelle est la provenance de votre clientèle en % ?

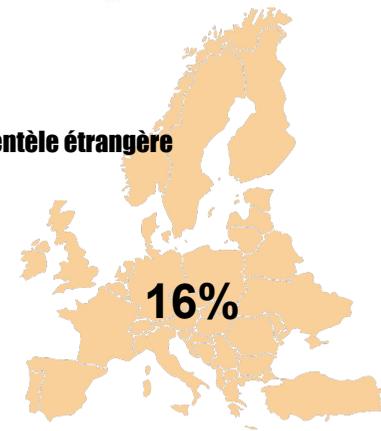
Clientèle de proximité



Clientèle française plus éloignée



Clientèle étrangère

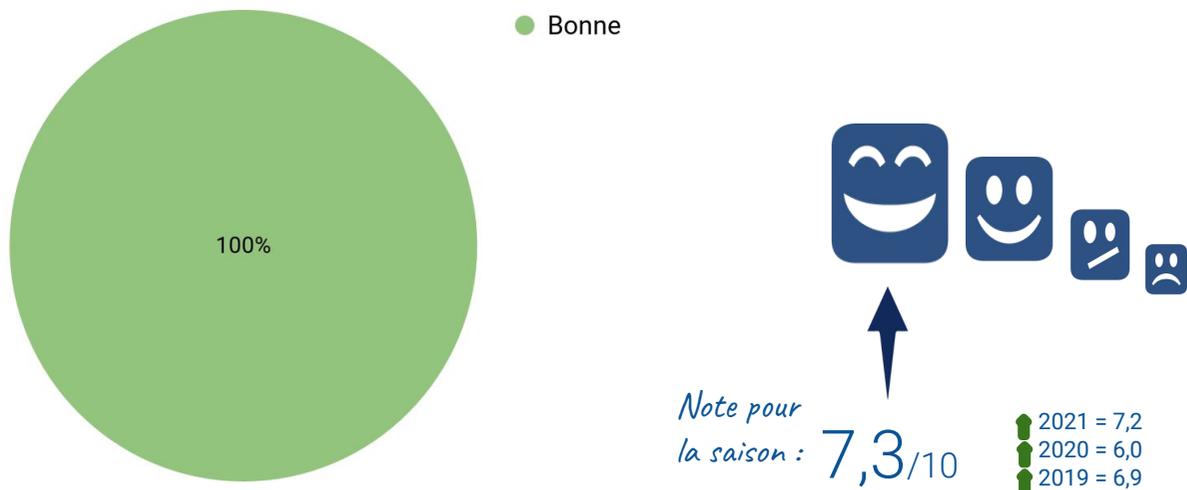


Les Sites de Visite

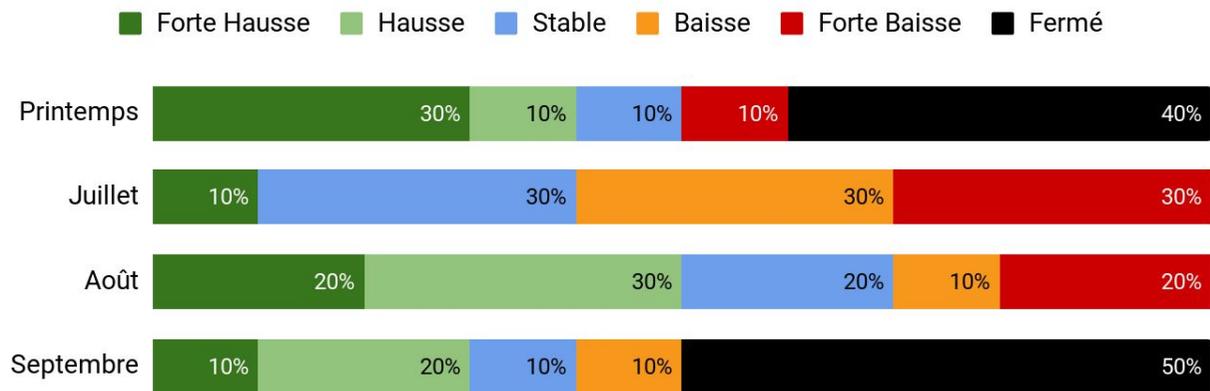
83% de répondants

Répondants : Château de Vieillevie - Château d'Enraygues - Château de Laroquebrou - Chapelle du Pont - Visite de Marcolès, saboterie & forge - Visite de Laroquebrou - Barrage de Saint-Étienne-Cantalès - Il était une fois un jardin conté - Les Tours de Merle - Les Fermes du Moyen-Âge
 Non répondants : Visite de Montsalvy - Les Jardins Sothys

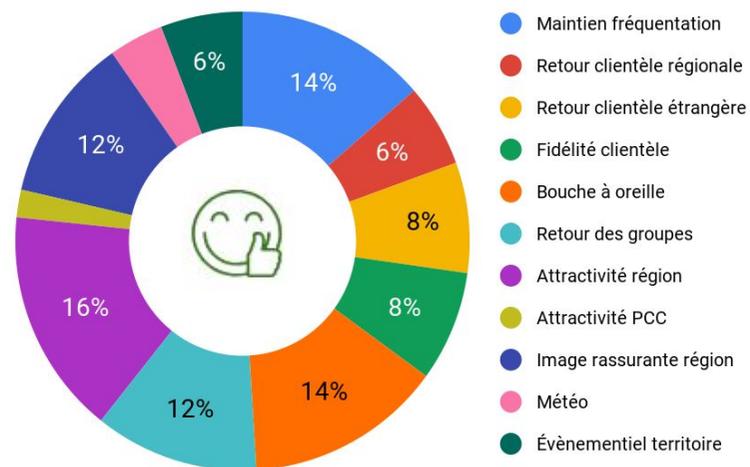
Vous considérez que votre saison a été :



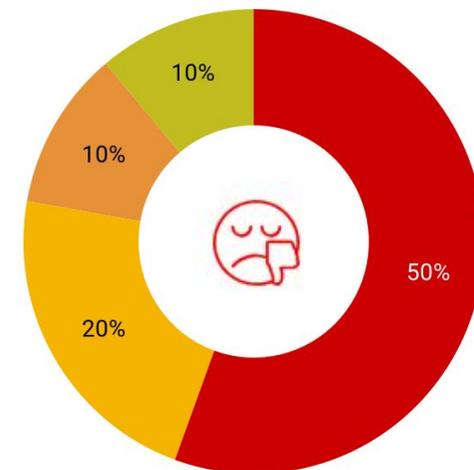
Par rapport à l'année dernière, pour votre activité globale, vous considérez que la fréquentation a été :



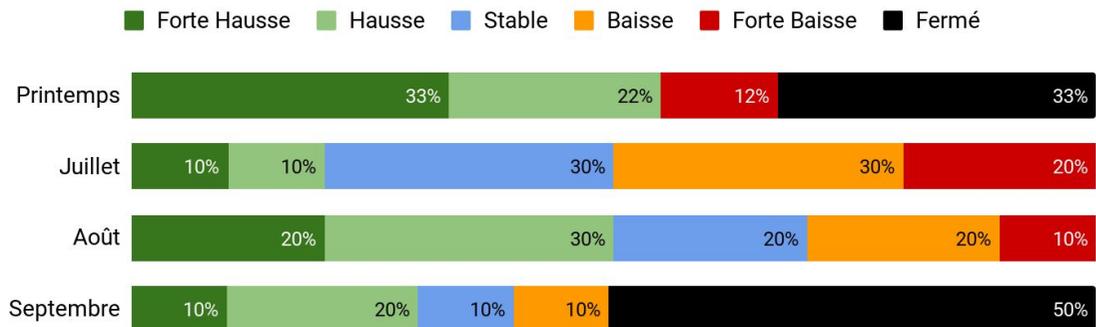
Poids respectifs des facteurs de votre satisfaction et de votre insatisfaction :



- Météo / Fortes chaleurs
- Pouvoir d'achat
- Vacances Français à l'étranger
- Crainte vague Covid



☞ Sur l'ensemble de votre activité, vous considérez que votre **chiffre d'affaires** par rapport à l'année dernière a été :



Cette année, avez-vous eu des difficultés à **recruter** du personnel saisonnier ?

oui 11% - **non 56%** - non-concerné 33%



Avec quelles conséquences pour le prestataire concerné ?

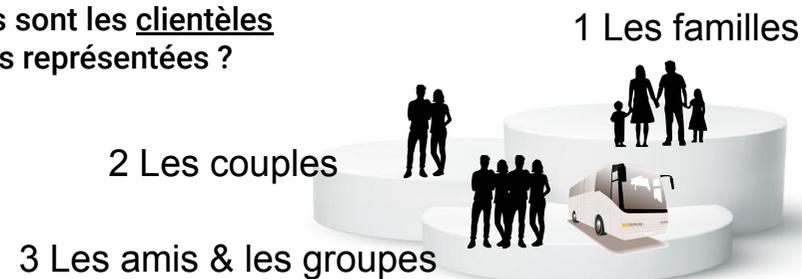
Réduction des jours d'ouverture
Réduction de l'amplitude horaire

☞ Comment estimez-vous la **fréquentation globale** de cette saison par rapport à **2019** (avant Covid) ?



Typologie de la clientèle

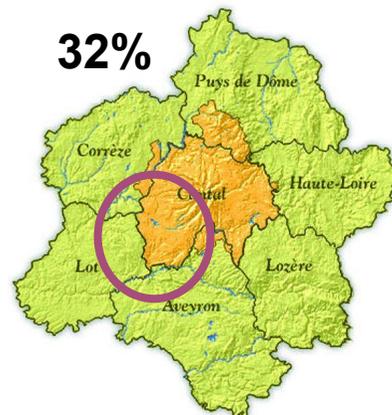
☞ Quelles sont les **clientèles** les plus représentées ?



☞ Quelle est la **provenance** de votre clientèle en % ?

Clientèle de proximité

32%



Clientèle française plus éloignée

61%

Régions les plus représentées (hors AURA) :

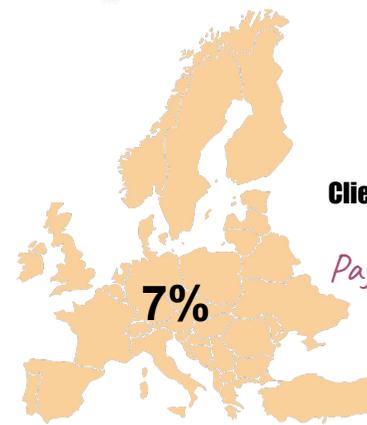
- 1 Bretagne
- 2 Île-de-France
- 3 Pays de la Loire

Clientèle étrangère

7%

Pays les plus représentés :

- 1 Belgique
- 2 Pays-Bas

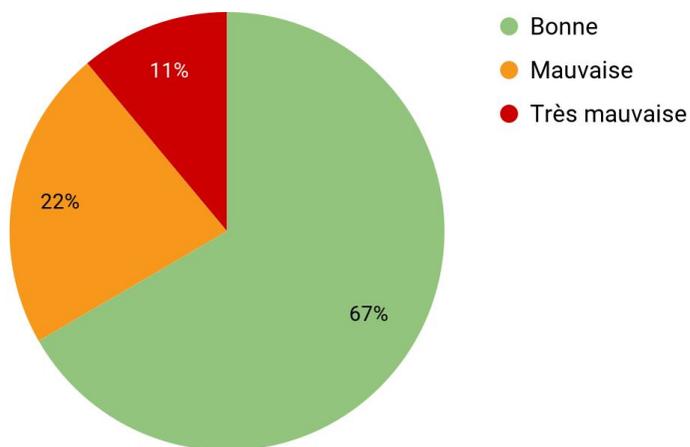


Les Producteurs & Artisans

82% de répondants

Répondants : Poterie du Tilleul - Atelier des Deux Terres - Poterie du Don - Galoche du Cantal - Ferme de la Châtaigneraie - GAEC Cambon - Les Fromageries Occitanes - Hydromel Apis Terrae - Délices des P'tites Abeilles
 Non répondants : Ferme des Fourches - GAEC Boudet

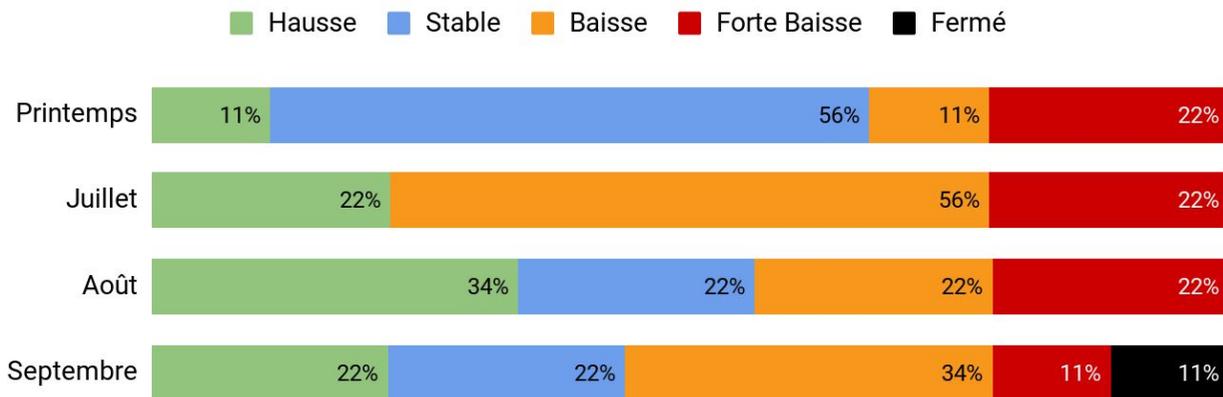
Vous considérez que votre saison a été :



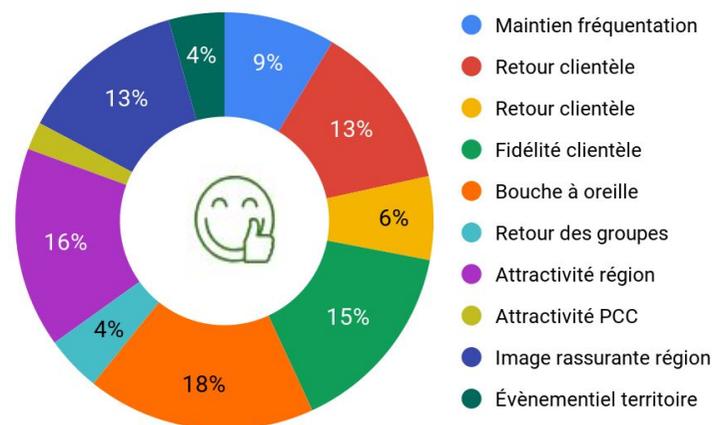
Note pour la saison : 5,9/10

- 2021 = 7,1
- 2020 = 7,6
- 2019 = 6,9

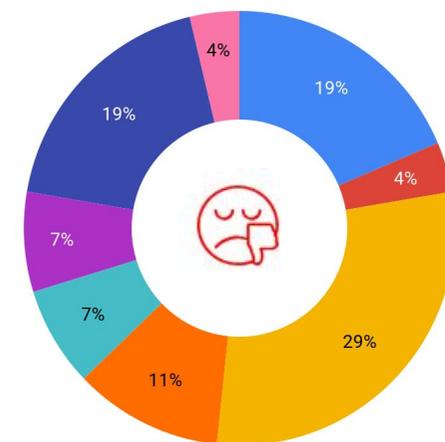
Par rapport à l'année dernière, pour votre activité globale, vous considérez que la fréquentation a été :



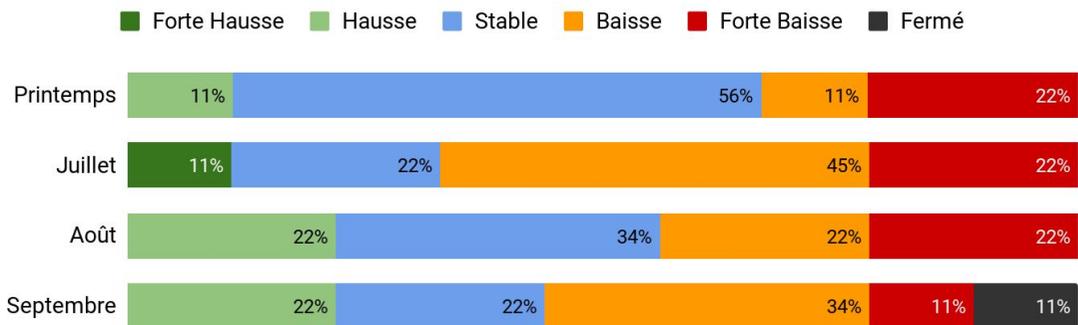
Poids respectifs des facteurs de votre satisfaction et de votre insatisfaction :



- Météo / Fortes chaleurs
- Manque de clientèle étrangère
- Pouvoir d'achat
- Vacances Français à l'étranger
- Hausse prix carburants
- Manque de groupes
- Difficultés de recrutement
- Autres



☞ Sur l'ensemble de votre activité, vous considérez que votre **chiffre d'affaires** par rapport à l'année dernière a été :



Cette année, avez-vous eu des difficultés à **recruter** du personnel saisonnier ?

oui 38% - non-concerné 62 %



Avec quelles conséquences pour le prestataire concerné ?

Surplus de travail

☞ Comment estimez-vous la fréquentation globale de cette saison par rapport à 2019 (avant Covid) ?



29%



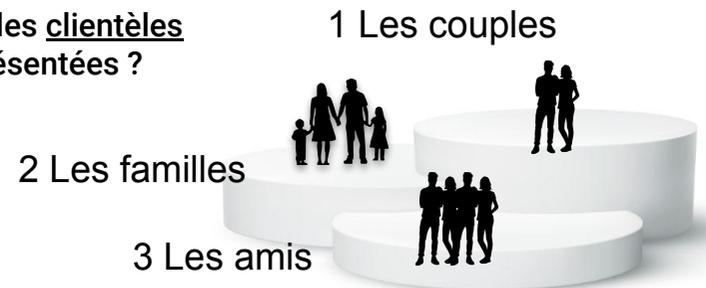
29%



42%

Typologie clientèle

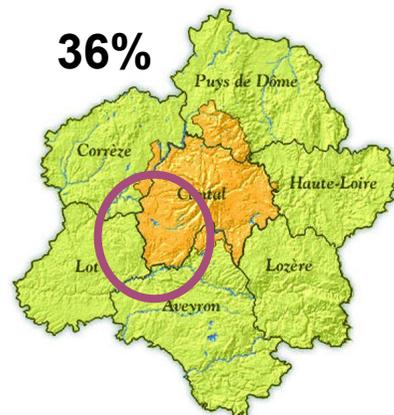
☞ Quelles sont les **clientèles** les plus représentées ?



☞ Quelle est la **provenance** de votre clientèle en % ?

Clientèle de proximité

36%



Clientèle française plus éloignée

54%

Régions les plus représentées (hors AURA) :

- 1 Bretagne
- 2 Occitanie
- 3 Normandie

Clientèle étrangère

10%

Pays les plus représentés :

- 1 Belgique
- 2 Pays-Bas



Prestataires d'activités : les tendances générales



Activités & Loisirs

Leur sentiment de satisfaction s'est érodé depuis 2020, mais les prestataires d'activités restent globalement **plutôt satisfaits** de leur saison 2022.

Le **printemps** n'a laissé se dégager aucune tendance, les résultats se répartissant équitablement entre hausse, stabilité et baisse.

Par contre, l'**été** s'est avéré clairement défavorable pour beaucoup, même en août, qui a pourtant accueilli plus de 70 % des estivants (juillet + août).

En cause, la **chaleur** et plus encore le **pouvoir d'achat** des clients qui, bien que présents, ont semble-t-il sensiblement réduit leurs dépenses d'activité.

Preuve de l'impact de la situation économique, un très agréable mois de **septembre** n'a que modérément permis de le compenser.

Note 2022 :

6,2/10

2021 = 6,8
2020 = 7,4
2019 = 7,0



- Attractivité région
- Fidélité clientèle
- Bouche à oreille



- Pouvoir d'achat
- Météo



Musées

L'interruption de la crise sanitaire a nettement profité aux musées, qui affichent la **meilleure progression** de la satisfaction parmi les quatre groupes de prestataires d'activités. Cependant, ce groupe affiche encore le taux le plus faible.

Cette amélioration, déjà bien visible au **printemps**, doit pourtant peu au retour des groupes, qui n'est pas encore flagrant.

Juillet s'avère mitigé, avec une stabilité prédominante, mais **août**, qui concentre près de 60 % des estivants (juillet + août), a laissé une meilleure impression, encore accentuée par un mois de **septembre** favorable.

La **culture** est donc le secteur qui a le mieux tiré son épingle d'un jeu dans lequel à une crise sanitaire inédite succède un contexte économique clairement peu propice. À noter aussi le fait qu'elle attire moins de locaux, mais plus d'étrangers que les autres secteurs.

Note 2022 :

5,8/10

2021 = 4,4
2020 = 3,8
2019 = 6,4



- Image rassurante de la région
- Bouche à oreille



- Pouvoir d'achat
- Manque de groupes
- Météo



Sites de visite

Les sites de visite affichent le niveau de **satisfaction** global de la saison le plus élevé, mais on observe une grande **disparité** d'un mois à l'autre.

Si le **printemps** est largement positif pour les sites ouverts à cette époque, un brusque revers de tendance s'observe en **juillet**, lors duquel la fréquentation des deux tiers des sites a reculé. S'est ensuivi un franc rebond en **août**, qui de plus a accueilli près de 65 % des estivants (juillet + août). **Septembre**, enfin, s'est révélé comparable à août, avec une majorité de hausses.

Dans un secteur qui attire comparativement **peu d'étrangers**, le maintien de la clientèle française a joué ici un rôle essentiel, bien épaulé par le retour des groupes.

Note 2022 :

7,3/10

2021 = 7,2
2020 = 6,0
2019 = 6,9



- Attractivité région
- Bouche à oreille
- Maintien clientèle française
- Retour des groupes



- Météo
- Manque d'étrangers



Producteurs & Artisans

À l'instar des prestataires d'activités de loisir, les producteurs et artisans voient leur niveau de satisfaction se restreindre depuis le début de la crise de Covid.

Après un **printemps** marqué par une grande stabilité par rapport à 2021, le mois de **juillet** a été défavorable aux trois-quarts des répondants. **Août**, qui a rassemblé plus des deux tiers des clients, a été l'occasion d'un redressement, mais laisse tout de même un sentiment plutôt mitigé. Sentiment que la fin de saison, avec un mois de **septembre** assez similaire à août, a contribué à renforcer.

S'ils continuent d'accorder une note positive à leur saison, les producteurs et artisans s'estiment cette année affectés par la météo et le pouvoir d'achat ainsi que par la reprise des séjours des Français à l'étranger.

Note 2022 :

5,9/10

2021 = 7,1
2020 = 7,6
2019 = 6,9



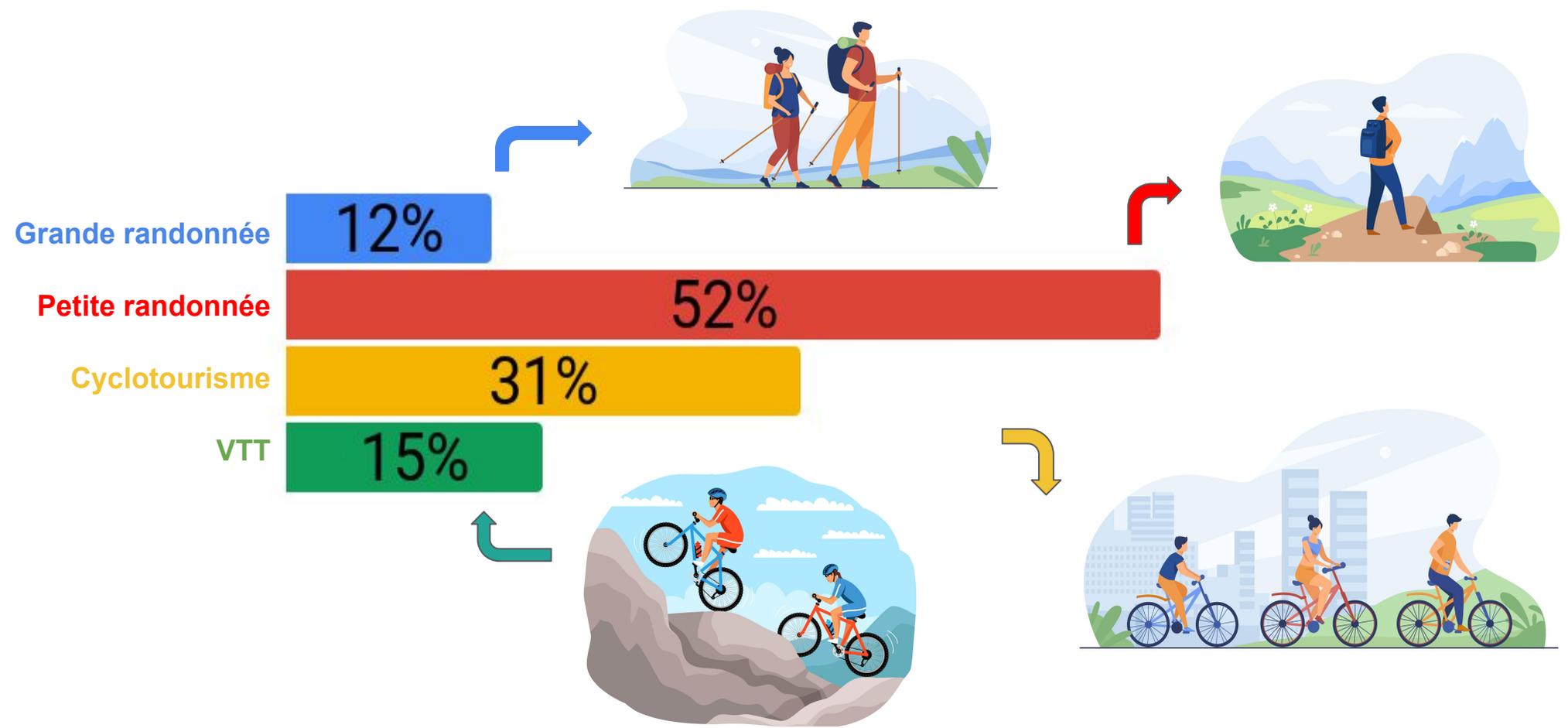
- Bouche à oreille
- Fidélité clientèle
- Attractivité de la région



- Météo
- Pouvoir d'achat
- Vacances à l'étranger

La marche et le vélo : des valeurs d'avenir ?

⌘ Cette saison, à quel degré les prestataires ont-ils constaté une hausse de la pratique de la GRANDE RANDONNÉE, de la PETITE RANDONNÉE, du CYCLOTOURISME et du VTT ?



- La **petite randonnée** se démarque nettement puisque 1 répondant sur 2 (52 %) estime que cette activité se développe à leurs yeux
- Un tiers des enquêtés (31 %) ont également constaté une augmentation de la pratique du **cyclotourisme** en Châtaigneraie
- Les observations mettent moins en évidence l'essor du **VTT** et de la **grande randonnée**, mais la communication autour du VTT est très récente puisque les circuits ne sont matérialisés que depuis 2021, et le manque d'offres d'hébergements de groupes entrave encore le développement de la grande randonnée



Partie 3 . Conclusion

Indice de satisfaction 2022 en Châtaigneraie

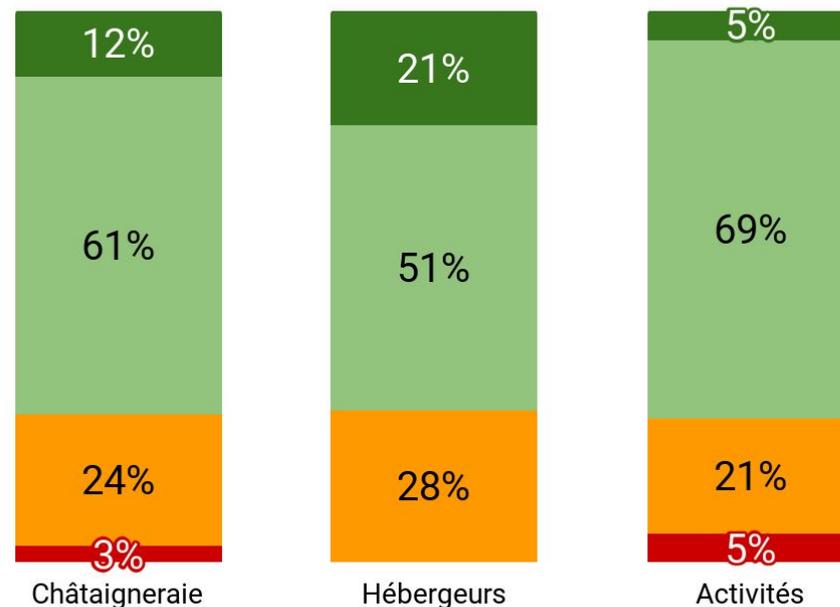


Note pour la saison 2022 : 6,6/10

▼ 2021 = 6,7
▲ 2020 = 6,0
▼ 2019 = 6,8

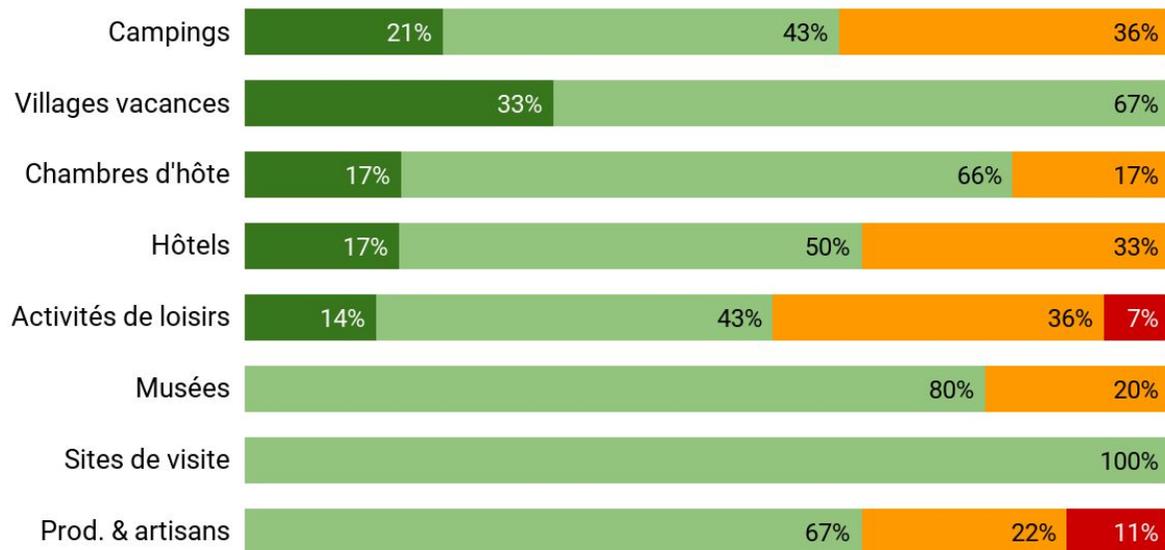
Niveau de satisfaction en Châtaigneraie :

■ Très bonne
 ■ Bonne
 ■ Mauvaise
 ■ Très mauvaise



Niveau de satisfaction par type d'activité :

■ Très bonne
 ■ Bonne
 ■ Mauvaise
 ■ Très mauvaise

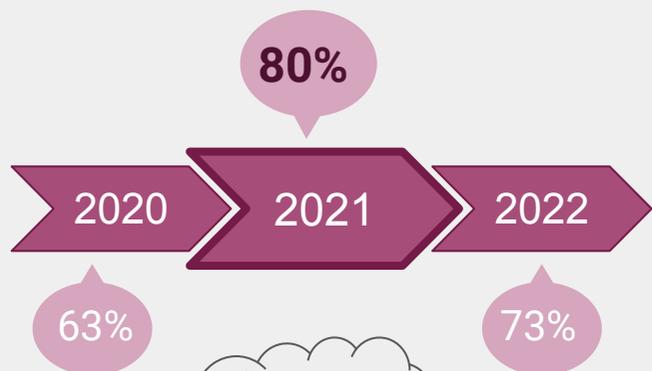


Bilan de l'été 2022 - Comparaison avec les bilans départemental et régional

SATISFACTION

Châtaigneraie

Taille de l'échantillon : 67 répondants
Enquête OT Châtaigneraie par téléphone

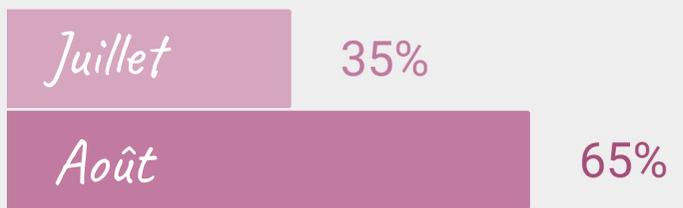


N'inclut pas les gîtes, dont le bilan est très positif

FRÉQUENTATION

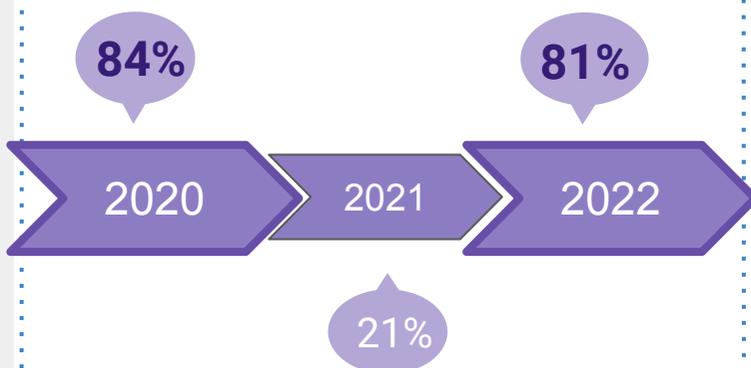
- par rapport à 2021 : ↑ 38% → 20% ↓ 42%
- par rapport à 2019 : ↑ 37% → 25% ↓ 38%

VENTILATION

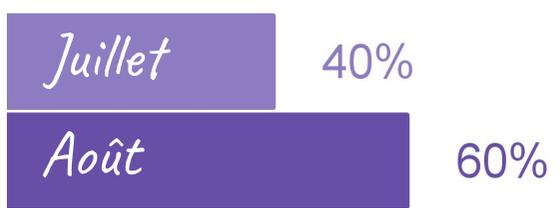


Cantal

Taille de l'échantillon : 289 répondants
Enquête G2A Consulting pour Aura tourisme par mail

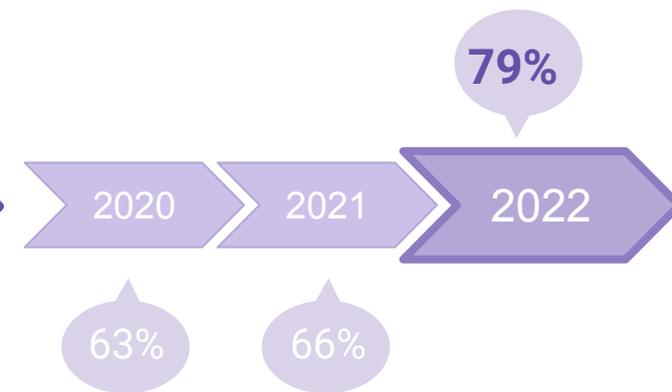


- par rapport à 2021 : ↑ 23% → 54% ↓ 23%
- par rapport à 2019 : ↑ 31% → 40% ↓ 29%

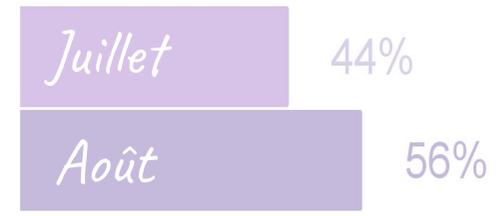


AURA

Taille de l'échantillon : 7 342 répondants
Enquête G2A Consulting pour Aura tourisme par mail



- par rapport à 2021 : ↑ 39% → 32% ↓ 29%
- par rapport à 2019 : ↑ 39% → 34% ↓ 27%



Bilan touristique 2022

Niveau Auvergne-Rhône-Alpes



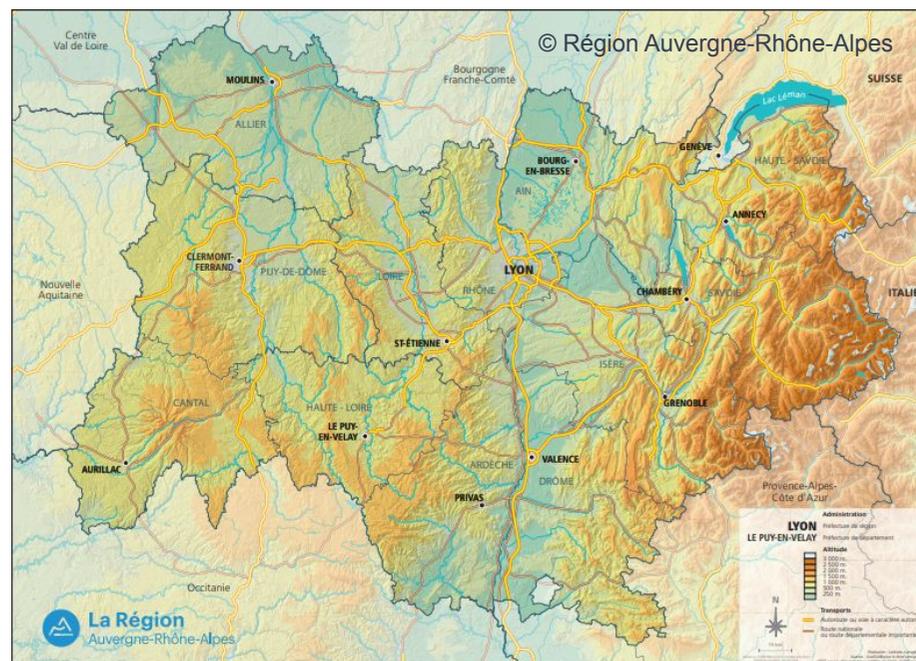
Enquête Novamétrie pour Aura tourisme auprès de 7 342 professionnels du tourisme de la Région par téléphone, selon la méthode des quotas (département, type d'activité).

Lien : bilan-ete-et-perspectives-septembre-et-hiver-22.pdf
(auvergnerhonealpes-tourisme.com)

Un bilan estival en forte hausse, porté par un mois de juillet exceptionnel

La fréquentation touristique en Auvergne-Rhône-Alpes au cours de l'été 2022 est **jugée bonne voire très bonne par 79% des professionnels** (contre 66% en 2021). Cette tendance est principalement portée par 3 phénomènes :

- un mois de **juillet exceptionnellement bon** (+19% de nuitées) : il a accueilli 44% de la fréquentation estivale et le mois d'août 56% alors que l'on note généralement plus de 60% d'aoûtins. Les bonnes conditions météorologiques et la très forte envie de voyager après deux années de restrictions liées à la crise sanitaire ont favorisé l'étalement de l'activité sur l'ensemble de l'été
- une **forte fréquentation française** (80%), notamment des clientèles résidentes : les habitants de la région ont représenté 31% de la fréquentation touristique française cet été, soit 6 points de plus qu'avant le Covid-19
- un **retour en force des clientèles étrangères** (+44%), qui progressent nettement par rapport aux saisons estivales 2020 et 2021 mais restent encore en léger repli par rapport à la situation d'avant crise (20% contre 24% en 2019). Les clientèles belge et néerlandaise, puis allemande et suisse étaient les plus présentes cet été. Il est à noter le retour marqué des Britanniques et des Américains, qui avaient fait défaut l'été dernier.



La plupart des **hébergements** affichent un **haut niveau de satisfaction** : 87% pour les résidences de tourisme, 86% pour les meublés et les chambres d'hôtes, 85% pour les hôtels et les campings. Toutefois le **manque de groupes** semble avoir légèrement impacté les autres hébergements collectifs qui demeurent malgré tout satisfaits de leur saison pour 80% d'entre eux. Ils sont également 45% à afficher une hausse de leur fréquentation par rapport à l'été 2019. Dans les hébergements entre particuliers (Airbnb, Abritel...), la tendance est également à la hausse mais de manière plus modérée avec +2% de nuits vendues par rapport à l'été 2021. Il est à noter que les tarifs ont fortement progressé sur cette catégorie d'hébergement (+10%), ce qui engendre un chiffre d'affaires en hausse de +14% par rapport à l'été dernier. *Source : Liwango (Airbnb, Abritel...).*

Les **activités culturelles** et les **restaurants** affichent un meilleur niveau de satisfaction pour cet été (74%) que les activités extérieures (67%), qui ont pu souffrir des épisodes de fortes chaleurs. Les prestataires d'activités pointent aussi du doigt la **baisse de pouvoir d'achat** de la clientèle. Les effets économiques de l'inflation sont d'ailleurs le premier facteur d'insatisfaction de l'ensemble des professionnels. De surcroît, les restaurateurs (57%) et les hôteliers (64%) ont rencontré des **difficultés de recrutement** cette saison, entraînant une réduction des services et activités ainsi qu'une réduction des jours d'ouverture et des amplitudes horaires.



Partie 4 . Suggestions

Suggestions d'amélioration

formulées par les prestataires ou leurs clients



RANDONNÉE & VÉLO

- Impatience au sujet des **aménagements pédestres et cyclables** autour du lac de Saint-Étienne-Cantalès
- Qualité du **balisage** et de l'**entretien** des sentiers de randonnée appréciée diversement : meilleurs que dans le reste du Cantal, mais des lacunes
- **Carte du réseau cyclable du Cantal** au format peu pratique

SIGNALISATION & TRANSPORT

- **Signalisation** insuffisante, absence d'indications kilométriques. Autour du lac particulièrement, mais un travail global sur le réseau reste à entreprendre
- Des **totems** d'information seraient les bienvenus autour du lac
- **Carte du lac** souhaitable
- **État des routes** discutable, dépôt de gravillons bruts à proscrire
- **Transports en commun** déficients

OFFICE DE TOURISME

- **Documentation** satisfaisante en général
- Besoin de plus d'**accompagnement** au-delà de l'achat d'espaces de pub : création de forfaits séjour pour fédérer les prestataires, mailing (groupes, organismes divers), assistance à la communication
- **www.chataigneraie-cantal.com** : pour certains, l'offre ponctuelle est jugée plus visible que l'offre permanente, les sites fermés au public sont autant mis en avant que les sites ouverts
- Manque de **suggestions d'activités** aux visiteurs
- La **bourse aux documents** occasionne l'échange de trop de papier : mieux vaudrait miser sur le numérique dorénavant

HÉBERGEMENT & RESTAURATION

- Manque de **restaurants** traditionnels, périodes d'ouverture aléatoires, peu souples
- Manque de **coordination** entre les établissements d'hôtellerie et de restauration hors saison, ce qui nuit à l'accueil

ÉVÈNEMENTS & ACTIVITÉS

- Manque d'activités **hors saison**
- Miser tout sur les **activités de plein air** peut s'avérer regrettable lorsque la météo ne se prête pas à leur pratique
- Il n'y a pas suffisamment d'activités pour les **jeunes**

COMMUNICATION & INSTITUTIONS

- Le Cantal axe sa communication exclusivement autour du Massif
- Pass'Cantal : aucun retour depuis l'abandon du format papier
- Besoin d'**appui** de la part des institutions
- Pas d'**incitations fiscales** dans le Cantal à l'ouverture au public des monuments historiques privés





*à tous les partenaires
pour leur participation*

Merci !




*La
Châtaigneraie
Catalienne*

