

# Convention de partenariat

pour

## l'Observation économique de l'activité touristique

10 septembre 2013



# Une convention cadre de partenariat pour une période de 3 ans

- Nos objectifs**
- ➔ améliorer la coordination des stratégies et les travaux des équipes techniques,
  - ➔ organiser la collaboration et la coordination entre la CCI Nîmes, Alès et l'ADRT du Gard.

## Les domaines d'études

- l'offre d'hébergement (hôtels, gîtes, campings...),
- les comportements et attentes des touristes,
- Les études conjoncturelles et sectorielles (études et/ou tableaux de bord par secteur).



**Un secteur clé du développement économique  
et du dynamisme de notre territoire**

**→ Travaillons ensemble pour plus d'efficacité**

**L'économie touristique : 1<sup>ère</sup> richesse de l'économie gardoise**

**20 millions** de nuitées par an

- 1 400 000 nuitées dans l'hôtellerie
- 3 200 000 nuitées dans l'hôtellerie de plein air
- 1 000 000 nuitées dans les hébergements collectifs

**52 822** touristes en moyenne par jour présents tout au long de l'année dans le Gard. (Près de 200 000 touristes par jour au mois d'août).

**4 millions** de visiteurs dans les sites et monuments

**1 million** de touristes dans les offices de tourisme

**48,50 €** de dépense journalière moyenne

**970 millions d'€** de chiffre d'affaires estimé

- 1. Résultats départementaux**
2. Résultats territoriaux
3. Conclusion



## → Méthodologie

L'enquête de conjoncture touristique a été mise en place conjointement par les 5 CDT/ADT et la région Languedoc Roussillon.

- Dates d'enquête : **de mai à septembre inclus**
- Echantillon : **450 prestataires touristiques gardois**
- Mode d'enquête : **email et relances téléphoniques**
- Bilan : **chaque fin de mois et un bilan en fin de saison**

## → Résultats départementaux

Pour l'ensemble des prestataires interrogés, la saison 2013 a été pour 56 % d'entre eux estimée soit en hausse, soit identique :

- **29 %** l'ont jugée **en hausse**
- **27 %** l'ont jugée **identique**
- **44 %** l'ont jugée **en baisse**



**Mai**



**Juin**



**Juillet**



**Août**

La fréquentation a été bonne durant le mois d'août.

La clientèle touristique effectue des séjours plus courts et a réduit son budget consacré aux vacances.

## → Résultats par secteurs

### Secteur hébergement

- **21 %** l'ont jugée **en hausse**
- **27 %** l'ont jugée **identique**
- **52 %** l'ont jugée **en baisse**

### Recul de l'hébergement marchand au profit de l'hébergement non marchand



Meublés labellisés et  
hébergements collectifs :  
Hausse ou égalité : **64 %**



Campings :  
En baisse pour **59 %**



Hôtels :  
En baisse pour **52 %**

### Secteur commerces

- **32 %** l'ont jugée **en hausse**
- **32 %** l'ont jugée **identique**
- **38 %** l'ont jugée **en baisse**

### Le bilan est meilleur pour ce secteur



Plages privées :  
Identique pour **48 %**



Caveaux de dégustation :  
En hausse pour **42 %**



Restaurants :  
En baisse pour **41 %**



Commerces :  
En baisse pour **41 %**

## → Résultats par secteurs

### Secteur activités

- **36 %** l'ont jugée **en hausse**
- **22 %** l'ont jugée **identique**
- **42 %** l'ont jugée **en baisse**

**Le tourisme culturel tire son épingle du jeu.**



Tourisme culturel  
En hausse : **44 %**



Tourisme sportif  
En baisse : **41 %**



Tourisme de loisirs  
En baisse : **41 %**



Tourisme fluvial  
En baisse : **71 %**

## → Les clientèles

### La clientèle française

- **24 %** l'ont jugée **en hausse**
- **36 %** l'ont jugée **identique**
- **40 %** l'ont jugée **en baisse**

60 % des professionnels interrogés ont jugé la fréquentation soit en hausse, soit identique.

Les bons chiffres du mois d'août relèvent cette moyenne. En effet, la clientèle française en début de saison était plus jugée en baisse par rapport à l'année précédente.

### La clientèle étrangère

- **26 %** l'ont jugée **en hausse**
- **36 %** l'ont jugée **identique**
- **38 %** l'ont jugée **en baisse**

On gagne 2 points de professionnels satisfaits de la fréquentation étrangère. La même analyse s'opère pour les touristes étrangers bien plus présents au mois d'août qu'en début de saison.

## → Pour le mois de septembre

**64%** des professionnels interrogés totalisent un **bon taux de réservations** pour le mois de septembre.

Ceci est corroboré par nos deux centrales départementales Gard Réservation et Gîtes de France .

Le mois de septembre s'annonce donc tout à fait correct , sachant par ailleurs, que le mois de septembre chaque année totalise plus de nuitées que le mois de juin.



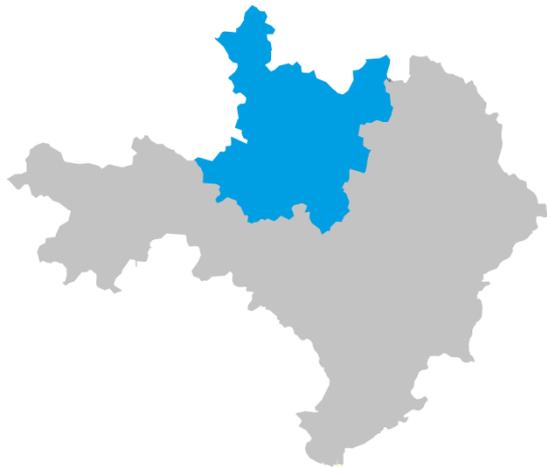
1. Résultats départementaux

**2. Résultats territoriaux (juin à août)**

3. Conclusion



## → Le bassin alésien



### Chiffre d'affaires

↓ 51% → 20% ↑ 29%

### Fréquentation française

↓ 41% → 31% ↑ 28%

### Fréquentation étrangère

↓ 43% → 35% ↑ 22%

## Une saison en retrait sur la zone Alès Cévennes

La moitié des professionnels a subi une baisse d'activité.

Les trois secteurs géographiques touchés (Alès, Nord et Sud) mais avec une dégradation plus marquée sur le Nord où la fréquentation dans les campings a fortement diminué.

Les activités (sites, lieux de visite...) ont mieux résisté et ont réussi à se stabiliser.

La fréquentation de la clientèle française et étrangère a été en recul, hormis pour les Belges. L'amélioration du mois d'août n'a pas permis de rattraper la perte de chiffre d'affaires accumulée depuis le début de saison, notamment pour les hébergeurs et les commerces restaurants.

## → Aigues-Mortes, Graudou-Roi, Petite Camargue



### Chiffre d'affaires

↓ 45% → 28% ↑ 27%

### Fréquentation française

↓ 35% → 46% ↑ 19%

### Fréquentation étrangère

↓ 33% → 41% ↑ 26%

## Le littoral très en recul

Une baisse d'activité très nette est fortement ressentie par les offices de tourisme et les professionnels de l'hébergement, surtout au début de la saison qui a été très mauvaise.

La fréquentation française est en chute. La fréquentation étrangère baisse (les Espagnols surtout), et s'écroule pour l'ensemble des nationalités dans le secteur de Vauvert.

Etonnamment, l'activité des commerces a plutôt mieux résisté.

## → Nîmes et son agglomération, Uzège, Terre d'Argence



### Chiffre d'affaires

↓47% → 22% ↑ 31%

### Fréquentation française

↓49% → 30% ↑ 21%

### Fréquentation étrangère

↓44% → 32% ↑ 24%

## L'Uzège tire son épingle du jeu

Le centre ville de Nîmes a connu une saison médiocre et son agglomération subit une baisse remarquable (56% des professionnels voient leur activité baisser). La fréquentation française comme étrangère s'écroule.

La saison a également été difficile à Beaucaire, se répercutant surtout sur les commerces.

Malgré une fréquentation en baisse, l'Uzège tire son épingle du jeu et les chiffres d'affaires sont globalement en hausse.

## → Les Cévennes vignaises, le Sommiérois



### Chiffre d'affaires

↓ 32% → 32% ↑ 36%

### Fréquentation française

↓ 25% → 46% ↑ 28%

### Fréquentation étrangère

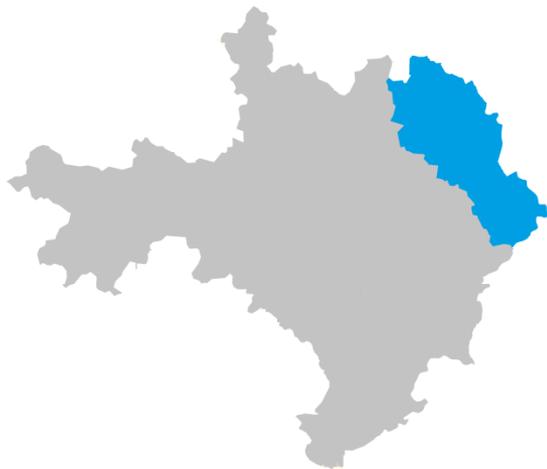
↓ 28% → 35% ↑ 37%

## Le Sud des Cévennes vignaises affiche les plus fortes hausses de fréquentation

Si le bilan est décevant autour du Vigan, le Sud des Cévennes vignaises a fait une saison assez bonne, en particulier le secteur de Quissac/Saint-Hyppolite-du-Fort où les hébergements ont bien été remplis. Sur cette zone, la fréquentation française comme étrangères a enregistré les hausses les plus fortes du territoire.

Autour de Sommières, le chiffre d'affaires des professionnels a connu une légère hausse et la fréquentation a été correcte comparé à la moyenne gardoise.

## → Le Gard rhodanien



### Chiffre d'affaires

↓ 45% → 21% ↑ 34%

### Fréquentation française

↓ 44% → 28% ↑ 28%

### Fréquentation étrangère

↓ 33% → 35% ↑ 32%

## Une saison décevante pour le Gard rhodanien

Aux alentours de Villeneuve, le chiffre d'affaires des professionnels est resté stable cette année : les commerces ne semblent pas avoir trop souffert de la baisse de fréquentation.

Dans le Gard rhodanien, après un mois de juin correct, juillet et août ont accusé un fort recul avec un chiffre d'affaires et une fréquentation française en baisse pour plus de la moitié des professionnels.

1. Résultats départementaux

2. Résultats territoriaux

**3. Conclusion**



# Conclusion

Ces premiers résultats de la saison touristiques 2013 sont la concrétisation de notre partenariat, nous voulons aller encore plus loin. Pour cela une méthode de travail a été mis en place :

- **Un comité stratégique** : définira chaque année, sur la base du bilan d'activités, les axes prioritaires et le calendrier des actions qui seront engagés l'année suivante = la feuille de route.
- **Un comité technique** : assure l'appui méthodologique du comité stratégique / suivi des actions / prépare le bilan de l'année écoulée et le programme d'actions de l'année à venir

**Les projets** : enquêtes sectorielles / étude d'impact / suivi des grands sites / études des besoins des touristes ....

**Bien connaître l'activité  
pour définir des stratégies et prendre les bonnes décisions**

## Merci de votre attention

Coordonnées des techniciens



### **Barbara PLAIDI**

Responsable Service Observatoire  
Départemental d'Economie  
Touristique  
T. 04 66 36 96 42  
[plaidi@tourismegard.com](mailto:plaidi@tourismegard.com)

Agence de Développement et de  
Réservation Touristiques du Gard  
<http://www.tourismegard.com/>

### **Chloé DESCHAMPS-BERGER**

Chargée d'études économiques  
T. 04 66 879 968  
[chloe-deschamps@nimes.cci.fr](mailto:chloe-deschamps@nimes.cci.fr)

CCI Nîmes - 12 rue de la République  
30032 NIMES Cedex  
[www.nimes.cci.fr](http://www.nimes.cci.fr)

### **Stéphanie VILLESSOT**

Responsable du Pôle Commerce  
Tourisme Services aux Particuliers  
Economie Numérique  
T. 04 66 78 49 10  
[stephanie.villesot@ales.cci.fr](mailto:stephanie.villesot@ales.cci.fr)

CCI Alès-Cévennes  
Rue Michelet – BP 90049  
30101 Alès Cedex  
[www.ales.cci.fr](http://www.ales.cci.fr)