

ENQUETE DE CONJONCTURE

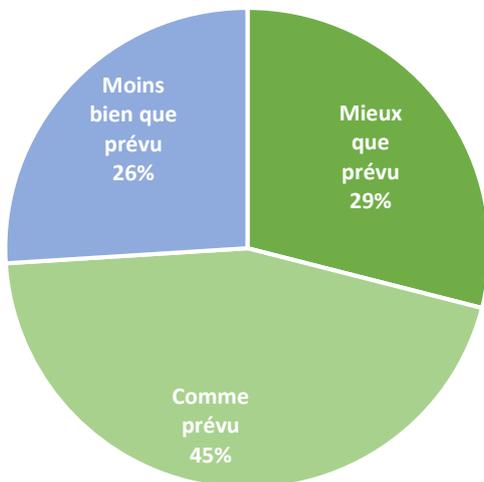
Baromètre de conjoncture réalisé par l'Observatoire Régional du Tourisme-eStART, pour le compte de Solutions&co, en collaboration avec l'Agence Départementale du Tourisme - Mayenne Tourisme.

Analyse de 80 réponses de professionnels du tourisme mayennais, enquête réalisée entre le 25 avril et le 3 mai 2022 :

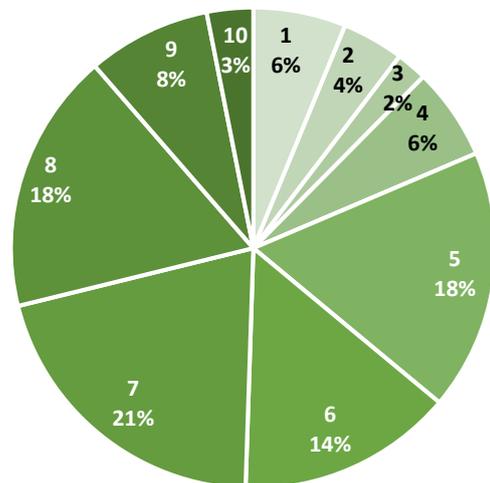
| | |
|----------------------|-----|
| ○ Camping | 8% |
| ○ Chambre d'hôtes | 20% |
| ○ Hôtel | 6% |
| ○ Village Vacances | 1% |
| ○ Lieu de visite | 15% |
| ○ Meublé de tourisme | 30% |
| ○ Office de Tourisme | 5% |
| ○ Restaurant | 8% |
| ○ FNTV | 3% |
| ○ Autres | 5% |

Point sur l'activité à fin avril 2022

1. Comment s'est passé votre activité au mois d'avril ?



2. Sur une note allant jusqu'à 10, à combien notez-vous l'activité que vous avez réalisée au mois d'avril 2022 ? 0 étant la moins bonne note et 10 étant la meilleure note.



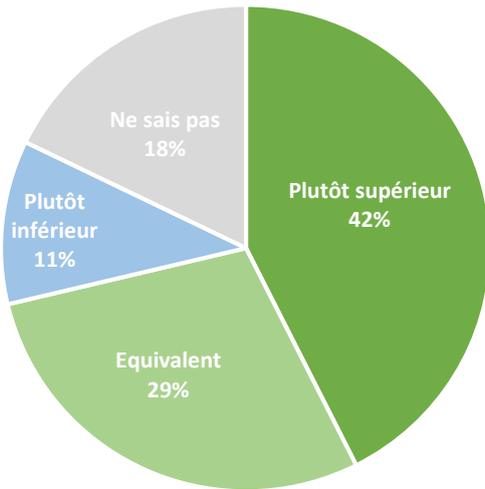
En avril 2022, les professionnels du tourisme sont globalement satisfaits de leur activité : parmi eux, 29% estiment avoir fait mieux que prévu et la moitié attribue à leur exercice une note supérieure à 7/10.

Point sur la fréquentation à fin avril 2022

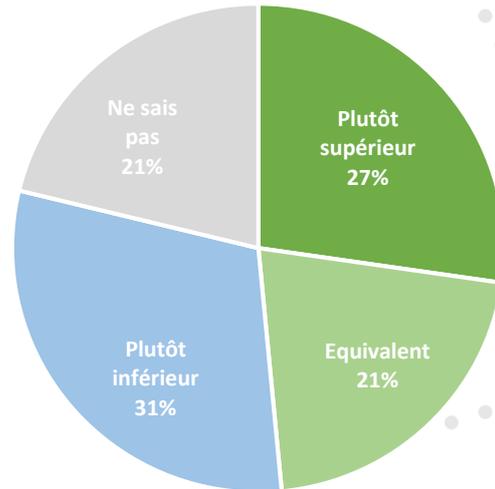
3. Par rapport à avril 2021 et 2019 (avant crise sanitaire), quel a été le niveau de fréquentation de votre clientèle française et étrangère au mois d'avril 2022 ?

Fréquentation française

par rapport à 2021

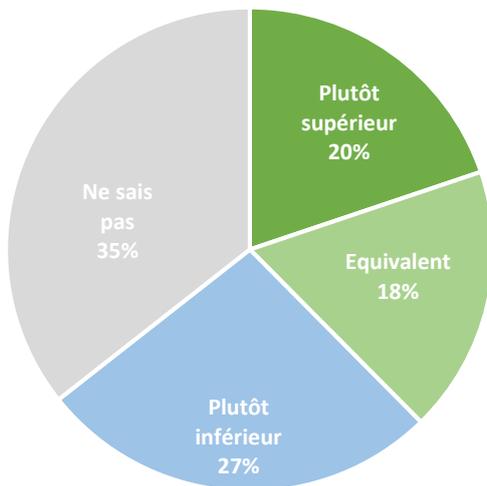


par rapport à 2019

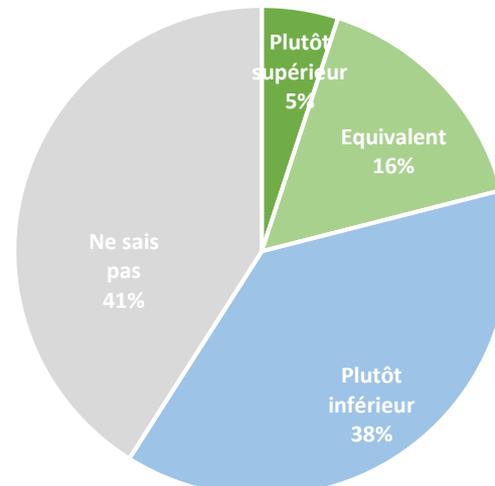


Fréquentation internationale

Par rapport à 2021



Par rapport à 2019



Si l'on regarde de plus près les publics accueillis lors de ce mois d'avril, on constate que **le public français est au rendez-vous** de ce début de saison : pour au moins 70% des répondants, le public français est autant présent qu'en 2021, voir même plus nombreux pour 42% d'entre eux. La tendance semble reprendre **un niveau d'avant-crise pour près de la moitié des professionnels**, dont plus d'un quart à des niveaux supérieurs. Néanmoins, encore 31% des professionnels s'estiment encore en deçà des niveaux de 2019.

Côté international, la reprise semble devoir encore attendre bien qu'on identifie une notable évolution vis-à-vis de 2021 pour 20% des sondés.

4. Quelle a été la part de votre clientèle française et étrangère ce mois d'avril 2022 ?

Sur l'ensemble des professionnels interrogés la proportion de public français reçu sur ce mois d'avril est autour de 90%, et de 10% pour le public international.

5. Quelles clientèles avez-vous accueillies au mois d'avril 2022 ?

Origine des principaux publics français :

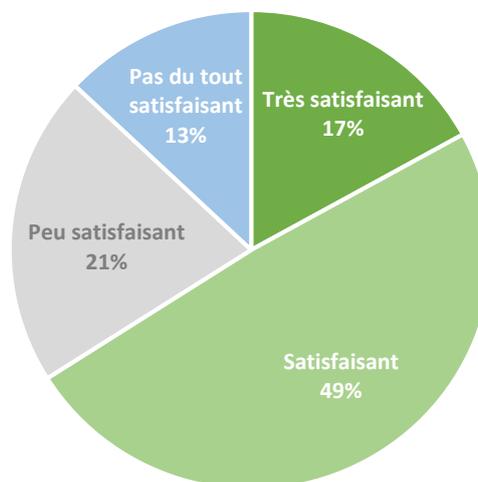
1. Grand Ouest (Pays de la Loire, Bretagne, Normandie)
2. Ile-de-France
3. Hauts-de-France
Centre-Val de Loire

Origine des principaux publics internationaux :

1. Royaume-Uni
2. Belgique
3. Pays-Bas
Allemagne

Point sur votre chiffre d'affaires sur le mois d'avril 2022

6. Votre chiffre d'affaires, ce mois d'avril, a été :



Globalement, les impressions relevées dans les retours de fréquentation et laissées sur ce premier mois de la saison 2022 se traduisent dans les chiffres d'affaire générés par les professionnels du secteur : **2/3 se disent satisfait, voire très satisfait, des résultats obtenus en avril.**

Il faut nuancer néanmoins cette impression générale selon les activités, pour un tiers des répondants les chiffres ne sont pas encore bon, c'est notamment le cas pour la restauration sur l'ensemble du département et les hébergements de taille intermédiaire en milieu rural, l'hôtellerie notamment.

Prévisions d'activité

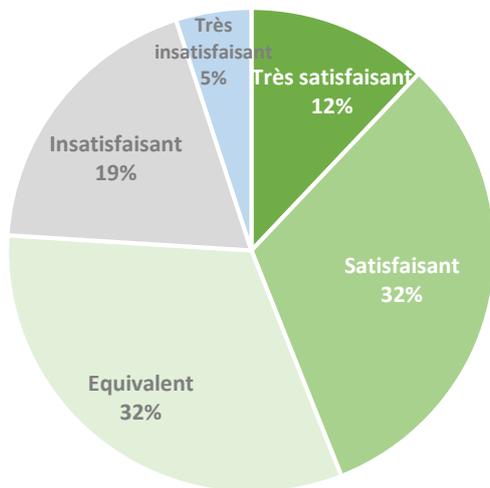
7. A ce jour, quel est votre taux de réservation/d'activité pour les mois de mai et juin 2022 ?

Mai 2022
± 47%
De réservation ou d'activité

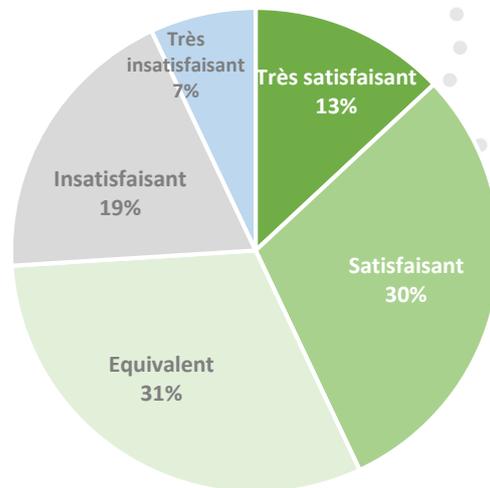
Juin 2022
± 42%
De réservation ou d'activité

8. Comment jugez-vous l'activité prévue pour les mois de mai et juin 2022 ?

Prévision Mai 2022



Prévision Juin 2022

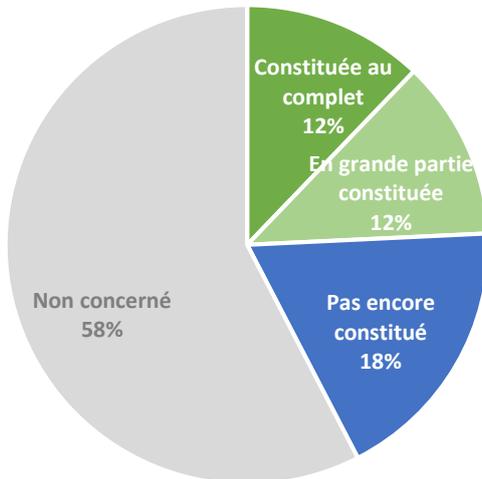


Les taux de réservation exprimés dans cette enquête sont en moyenne respectivement de 47% et de 42% pour les mois de mai et juin 2022. Ces moyennes révèlent en fait **une disparité très importante selon les secteurs d'activité**. Assez logiquement les secteurs de consommation pendant séjour sont beaucoup moins réservés à ce stade de la saison (restauration, visites, loisirs) que les secteurs ciblés en préparation de séjour, tel que les hébergements. Parmi ces derniers, les disparités se font sentir avec **une hôtellerie encore en retrait** quant à l'inverse **l'hôtellerie de plein air semble retrouver des couleurs d'avant-crise** sur ces premiers mois de saison.

Globalement **les prévisions pour le mois de mai et de juin sont bonnes** pour une large majorité des répondants.

Recrutements de saisonniers

9. A ce jour, quel est votre niveau d'avancement dans les recrutements de saisonniers pour la saison 2022 ? Votre équipe pour la saison est :



Une grande partie des répondants, faisant notamment écho à la composition même de la structure touristique de l'offre mayennaise, appuyée sur de petites et très petites structures d'hébergement notamment (meublés et chambres d'hôtes), n'affiche pas de besoin de recrutement en vue de la saison touristique.

Pour les professionnels n'ayant pas encore achevé de constituer leurs équipes, les raisons évoquées divergent selon les activités des répondants :

- pour **les campings**, le **manque de candidatures**, et dans une moindre mesure le profil des candidats, expliquent les recrutements encore en attente ;
- côté **hôtellerie et restauration**, c'est principalement l'**absence de visibilité sur la saison à venir** qui justifie que les équipes ne sont pas encore constituées ;
- enfin, pour les lieux de visite et loisirs, il apparaît que la majorité est parvenue à contenter ses besoins de recrutement pour la saison.

10. Quelles nouvelles tendances de consommation, de pratiques, et de comportements des clientèles avez-vous observées et quels sont vos besoins ?

Parmi l'ensemble des répondants, **une tendance émerge : la recherche de liberté et de sens**. Celle-ci se traduit par plusieurs comportements : l'affirmation comme tendance de fonds de la réservation de **dernière minute**, une demande accrue sur les activités **sans engagement** et en **plein-air** (notamment la randonnée), la demande de **produits locaux** ou le maintien de la demande à **emporter** en restauration.

Dans une moindre mesure, on relève également la difficile reprise du secteur affaire avec une moindre fréquentation des restaurants le midi encore persistante pour certains.

Parmi le reste des commentaires apportés par les répondants, on note pêle-mêle : la difficulté à pourvoir les demandes clients sur l'offre famille et senior, une augmentation du niveau d'exigence de la clientèle, la fidélisation des clientèles rencontrées au cours des deux dernières années, etc.