



## **CONJONCTURE TOURISTIQUE 2009 pour le Cantal**

### **BILAN DU DEBUT DE L'ETE - PERSPECTIVES AOÛT ET SEPTEMBRE**

Les résultats indiqués dans cette note sont issus d'une enquête réalisée par e-mailing auprès des professionnels auvergnats. Pour le Cantal, sur environ 700 personnes contactées, **20% des professionnels touristiques ont donné, par mail, leur opinion sur cette saison printemps-été 2009.**

(Nous tenons à remercier ces témoins qui ont bien voulu prendre un peu de leur temps pour répondre à cette enquête et nous encourageons vivement l'ensemble des acteurs touristiques à nous témoigner leur ressenti au travers des sollicitations qu'ils peuvent recevoir par mail de la part de SPOT Auvergne. Ainsi nous pourrions affiner nos enquêtes de conjoncture afin d'obtenir, le plus fidèlement possible, l'opinion de l'ensemble des professionnels touristiques).

-----

Dans un contexte touristique national plutôt morose et après un début d'année très correct (+1.6% pour le Cantal – le meilleur résultat de l'Auvergne), le Cantal semble, encore une fois, pour le mois de juillet, avoir eu une activité positive. En effet les professionnels cantaliens sont majoritairement satisfaits.

Globalement 55 % des répondants ont constaté une fréquentation stable, voire en progression pour le mois de juillet (contre 42% en 2008) avec toutefois des avis nuancés suivant le secteur d'activité.

### **L'hébergement marchand**

56% des hébergements marchands indiquent pour le mois de juillet, une stabilité, voire une progression de leur fréquentation globale, notamment les hôtels (53% des témoins), les chambres d'hôtes (64% des témoins).

54% déclarent une diminution de la clientèle étrangère, celle-ci est plus ou moins marquée suivant le type d'hébergement. 58% des professionnels estiment que leur chiffre d'affaires sera comparable voire en hausse par rapport à 2007.

### **Les loisirs**

Comme en Auvergne, les loisirs sportifs tirent leur épingle du jeu (67% des acteurs annoncent une progression de fréquentation et 40% une hausse de la clientèle étrangère). Par contre 63 à 75% les témoignages concernant les visites déclarent une diminution des clientèles françaises et étrangères.

### **La restauration**

Lestémoignages des professionnels de la restauration concernant la fréquentation sont à nuancer. En effet, 56% d'entre eux seraient satisfait de leur mois de juillet, mais 1/3 déclare une baisse, 1/3 une stabilité et 1/3 une progression de leur clientèle.

#### **Les clientèles du mois de juillet**

59%des acteurs (toutes activités confondues) ont constaté une stabilité voire une progression de la clientèle française et 51% d'entre eux ont déclaré une baisse des étrangers, notamment de la clientèle anglaise.

Comme pour l'ensemble des départements auvergnats, cet été cantalien 2009 est marqué par un grand nombre de témoignage qui observe les effets d'une dégradation du pouvoir d'achat et une baisse des dépenses quotidiennes. Certains acteurs nous ont révélé un comportement nouveau de la clientèle, arrivant sans réservation et négociant les tarifs. L'image de la destination et les conditions climatiques sont, cette année, des facteurs positifs.

Comme pour le printemps et le mois de juin, les clientèles de juillet ont privilégié les activités de randonnée et de pleine nature et les circuits touristiques. Ils ont également demandé des animations locales et pour les enfants, par contre ils ont boudé la restauration, les visites guidées et culturelles.

### **Perspectives pour août et septembre 2009**

Début août, au regard de l'activité de juillet et des perspectives pour août, 60% des témoins devraient être satisfaits, voire très satisfaits de leur saison d'été (contre 58% sur l'ensemble de l'Auvergne). En effet, 65% des acteurs signalent une stabilité voire une progression de leur réservation en août avec : 2/3 des hôtels, la moitié des chambres d'hôtes, les 3/4 des propriétaires de meublés.

D'après nos enquêtes « terrain » un grand nombre de campings seraient satisfaits de leur mois de juillet et, si les conditions météorologiques ne viennent pas perturber la saison, le mois d'août s'annoncent positif.

En raison des réservations de dernières minutes, les perspectives du mois de septembre s'annoncent, à l'heure actuelle, pour 51% des témoins, à la baisse.

-----

Cantal Tourisme a, pour sa part, mis en place de nombreuses actions et des dispositifs visant à réagir par rapport à la situation de crise et au nouveau comportement de la clientèle.

Sur les marchés étrangers, nous avons repositionné nos actions depuis plus d'un an, notamment sur le marché Belge et Hollandais afin de limiter l'impact de la baisse de fréquentation du marché anglais qui est, aujourd'hui, en pleine crise aujourd'hui. Celles-ci ont permis d'atténuer la baisse de la fréquentation des étrangers.

Par rapport à la baisse de la consommation dans la restauration, Cantal tourisme avait lancé, jusqu'au 15 juillet, une opération visant à proposer des formules à des prix bloqués : 10 et 15 € sur 55 établissements cantaliens. Cette opération sera sûrement développer sur l'année prochaine.

De nombreuses formules de séjours à thème à des prix très compétitifs ont été proposé au travers de nombreuses opérations : Bon Plan, etc...

Devant un phénomène qui s'accroît avec la crise : réservation de toute dernière minute voire aucune réservation, Cantal Tourisme a mis en place un dispositif unique de réservation téléphonique et sur Internet, avec des plages d'ouverture importante pour le Call-center (de 8h à 20h30) permettant de répondre aux demandes des clients en instantané. Il convient de préciser que nous sommes le seul département français touristique a proposé des services de ce type avec une telle amplitude d'horaires.

Enfin, nous avons communiqué, au niveau médiatique, sur des opérations d'envergure pour mettre en avant les richesses touristiques du Cantal. Les très nombreux articles de journaux, tant au niveau national qu'international, ainsi que les reportages télévisés (TF1, France2, etc...), ont largement mis en avant notre département engendrant, ainsi, de très bonnes retombées.

Tous ces facteurs font que le Cantal, dans ce contexte, a su se mobiliser pour faire partie des départements français les moins touchés par la crise et qui s'en sortent le mieux.

#### CONTACTS PRESSE

Sylvie FAVAT [sfavat@cantaldeveloppement.fr](mailto:sfavat@cantaldeveloppement.fr) 04 71 63 85 11  
Christine VIDALINC [cvidaline@cantaldeveloppement.fr](mailto:cvidaline@cantaldeveloppement.fr) 04 71 63 85 12  
36 rue de Sistrières – 15000 AURILLAC  
[www.cantaltourisme.fr](http://www.cantaltourisme.fr)