



Le poids économique du tourisme dans le GERS : Analyse des résultats de l'enquête 2006

L'essor du tourisme rural constitue aujourd'hui un important levier de développement local pour le Gers.

Pour apprécier le poids économique du tourisme dans notre département, la CCI en partenariat avec le CDTL, a réalisé pour la première fois, en 2005 une enquête exhaustive auprès des entreprises inscrites au Registre du Commerce et des Sociétés du Gers, dont l'activité est liée à la consommation des touristes¹.

L'objectif est d'estimer la part de l'activité économique induite par la consommation directe des touristes dans le Gers (intensité touristique²).

Cette enquête, reconduite en Octobre 2006, nous a permis de consolider les résultats ci-dessous sur l'intensité touristique des activités de commerce de détail³.

Elle nous livre également des éléments clés pour mieux comprendre les comportements d'achats des touristes et les leviers d'action qui en découlent pour les commerçants gersois.

→ Supermarché :

La part du chiffre d'affaires réalisée auprès des clientèles touristiques est estimée à **12%**.

La part varie entre 26% (valeur la plus haute atteinte par des supermarchés bénéficiant de la proximité d'un routier principal) et 5% (valeur la plus basse) mais la valeur **médiane**⁴ s'élève également à **12%**, ce qui dénote une bonne répartition sur tout le territoire gersois.

Le mois de l'année enregistrant le plus fort Chiffre d'Affaires est le mois d'Août, suivi du mois de Décembre. Le mois enregistrant le CA le plus faible est le mois de Février.

L'ensemble des supermarchés ayant répondu à l'enquête enregistre une hausse de l'activité liée à la saison touristique en 2006 par rapport à 2005. La recherche du meilleur rapport qualité prix dans les produits est le critère d'achat le plus cité, y compris pour les achats de produits locaux.

¹ 200 entreprises d'hébergement touristique – 2675 entreprises de commerce de détail et services aux particuliers

² Intensité touristique : Part du chiffre d'affaires réalisée auprès de la clientèle touristique -

³ 600 commerces enquêtés – Taux de réponse 8% soit une cinquantaine d'entreprises -

⁴ 50% des supermarchés enregistrent un taux de touristicité supérieur à 12%.

→ Produits du terroir, épicerie fine :

L'échantillon d'entreprises ayant répondu demeure faible, mais confirme le très fort taux de touristicité de ces activités. Le taux moyen s'élève à **40%**.

L'Artisanat alimentaire spécialisé dans la transformation de produits locaux ou la confection de spécialités locales affichait lors de l'enquête 2005, une part de son chiffre d'affaires liée à la fréquentation touristique de l'ordre de **30%**.

Août et Décembre sont les 2 mois enregistrant les plus forts chiffres d'affaires de l'année.

→ Tabac Journaux

La part du chiffre d'affaires réalisée auprès des clientèles touristiques est estimée à **15%**.

Le mois enregistrant le chiffre d'affaires le plus élevé est le mois d'Août.

→ Bricolage

Le taux de touristicité « apparent » des commerces de bricolage s'élève à **20%**. Il résulte essentiellement du parc de résidences secondaires et des achats estivaux de leurs propriétaires ou des achats d'articles de plein air des touristes.

Les achats liés aux travaux d'entretien et rénovation des gîtes et meublés sur l'année ne sont pas comptabilisés ici. Le taux de touristicité réel de ce secteur (hors artisanat du BTP) est donc probablement supérieur à **20%**.

→ Commerce de détail non alimentaire

On observe dans le commerce non alimentaire, une très forte amplitude des taux de touristicité suivant les activités mais également le positionnement de l'offre de produits.

De moins de **1%** pour l'optique, à **70%** pour des commerces spécialisés dans la vente de produits de décoration ou autre, de création « originale » liant design et identité : **le taux de touristicité est fortement lié à la capacité des boutiques et produits à développer « l'imaginaire » des touristes en répondant à leur désir d'évasion.**

Cet aspect est observé pour les commerces d'habillement dont le taux de touristicité est en moyenne inférieur à **5%** mais peut « s'envoler » dans une boutique dont l'univers s'harmonise avec la destination touristique, ou dont le concept à travers « l'expression de soi » ou la rencontre avec les autres, entre en résonance avec l'esprit des vacances.

→ Pharmacie

Enfin, la part du chiffre d'affaires lié à la fréquentation touristique s'élève à **3%** en moyenne dans le secteur des pharmacies. Les variations saisonnières sont très faibles dans ce secteur ; le mois d'août reste néanmoins le mois sur lequel le niveau de chiffre d'affaires est le plus élevé.

Principales tendances observées par les commerçants en 2006 :

- Une clientèle de touristes étrangers de plus en plus nombreuse, notamment Anglaise.
Ce constat est largement partagé par la majorité des commerçants ayant répondu à l'enquête et la quasi-totalité des directeurs d'hyper et supermarchés.
- Une clientèle de tourisme de randonnée en hausse (notamment sur les Chemins de Saint Jacques de Compostelle).
- La fréquentation touristique est également perceptible dans les commerces, en fin d'année
Tourisme lié aux réunions familiales ou entre amis pour les fêtes de fin d'année.

3 éléments clés pour comprendre les comportements d'achats des touristes dans le Gers

- « La volonté d'acheter ce que l'on ne trouve pas chez soi »
⇒ Oublier le quotidien, être dépaysé, REVER...
- « Faire plaisirs à ses hôtes ou aux parents ou amis qui nous reçoivent »
⇒ Des achats pour se faire plaisir en faisant plaisir... (le prix n'est plus le premier critère de choix)
- Mais toujours « La recherche du meilleur rapport qualité/prix » dans les achats courants y compris de produits locaux.

Rappel des résultats de l'enquête 2005:

Les taux de réponses par activité, enregistrés lors la première enquête avaient permis d'estimer les intensités touristiques de 2 types d'hébergement touristique (activités correspondants aux codes APE 552E « autres hébergements touristiques et 551A « Hôtels touristiques avec restaurant ») .

Hôtels- Restaurants - (code 551A - Catégorie 2 *)

La part du chiffre d'affaires annuel générée par l'activité d'hébergement « pur » est estimée à **37%**.

La part du chiffre d'affaires « restauration » et « ventes de produits annexes »⁵ réalisée auprès de clientèles touristiques est estimée à 69%.

Ainsi, 80% du chiffre d'affaire total est réalisé auprès de clientèles touristiques.

Août enregistre le Chiffre d'affaires mensuel le plus élevé de l'année : il s'élève en moyenne à 1,53 fois celui réalisé en Septembre - Janvier est le mois de l'année présentant le niveau d'activité le plus faible.

La période de Juin à Septembre inclus représente 51% du Chiffre d'affaires annuel -

Autres hébergement touristiques : Chambres et tables d'hôtes (Code APE 552^E et CA HT annuel > 50 000 euros)

La part du chiffre d'affaires générée par l'activité d'hébergement est estimée à **60%**.

Le chiffre d'affaire du mois d'août représente 1,39 fois celui du mois de Septembre -

La période de Juin à Septembre représente 62,5% du chiffre d'affaire annuel

Activité de commerce de détail dont le taux de touristicité, estimé en 2005 n'a pu être consolidé en 2006⁶ :

→ Artisanat et commerce de produits alimentaires frais :

La part du chiffre d'affaires réalisée auprès des clientèles touristiques est estimée à 30%.

→ Loisirs sports (Grandes et moyennes Surfaces Spécialisées):

La part du chiffre d'affaires réalisée auprès des clientèles touristiques est estimée à 15%.

→ Commerce de détail d'habillement:

La part du chiffre d'affaires réalisée auprès des clientèles touristiques est estimée à 5%.

→ Electroménager:

La part du chiffre d'affaires réalisée auprès des clientèles touristiques est estimée à **1%**.

→ Antiquité- décoration:

La part du chiffre d'affaires réalisée auprès des clientèles touristiques est estimée à **10%**.

→ Marchés :

La part du chiffre d'affaires réalisée sur les marchés auprès des clientèles touristiques est estimée à **20%**.

Principales tendances de consommation observées en 2005 :

Les grandes surfaces à dominantes alimentaires (supermarché et hypermarché) observent toutes, une augmentation des ventes de produits « 1^{er} prix » ou « produits à bas prix ».

De manière plus générale, le budget et les dépenses des touristes durant leur séjour sont en baisse.

L'hôtellerie restauration enregistre une baisse de fréquentation de la clientèle française, pour l'activité d'hébergement. Les chefs d'entreprises expliquent en partie cette évolution par la baisse du pouvoir d'achat des touristes français fréquentant le Gers. Ils soulignent la nécessité d'élever le niveau de qualité des prestations offertes pour répondre aux attentes des clientèles étrangères.

Nous remercions encore, toutes les entreprises qui ont bien voulu participer à cette enquête et contribué ainsi à une meilleure connaissance de l'économie touristique gersoise

⁵ Boutiques, Bar etc

⁶ Taux de réponse insuffisant pour une estimation statistique « solide ».