



**Bisca
Grands
Lacs**

Concentré des Landes

RENCONTRES DU TOURISME

Mardi 9 Novembre 2021

LANDE  Terre des possibles



Bisca
Grands
Lacs

Concentré des Landes

BILAN DE SAISON 2021

Mardi 9 Novembre 2021

LANDE  Terre des possibles

Présentation du territoire Bisca Grands Lacs



53 000 lits marchands
24 000 lits non marchands
(résidences secondaires)



175 activités de loisirs +
70 équipements de loisirs



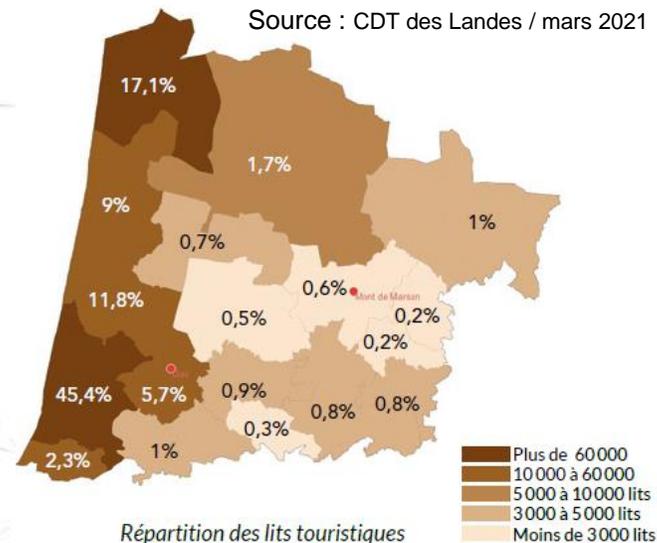
160 restaurants & bars



+ de 1 000 commerces & services

Département des Landes Capacité d'accueil par territoire

Source : CDT des Landes / mars 2021



**Bisca Grands Lacs
en chiffres**

17.1 %

de la capacité d'accueil du
département des Landes

78 %

de la capacité d'accueil en
Hôtellerie de Plein Air

Été 2021 - Bilan Général France et Landes

France

Enquête réalisée auprès de 4 000 Français représentatifs de la population française du 17 au 24 août 2021 – ADN Tourisme et 13 CRT Métropolitains



59%

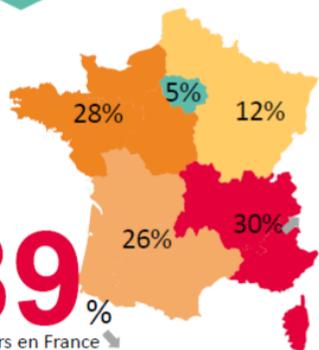
des Français sont partis en vacances et / ou week-end au cours de l'été 2021



9 Jours en moyenne

Séjour au cours de l'été **1,8**

89% séjours en France



4/10 séjours à la mer

30% 12% 19%

43% séjours en famille



35% séjours en couple

10%

11%



14%

séjours réalisés par train, 74 % en voiture

Landes

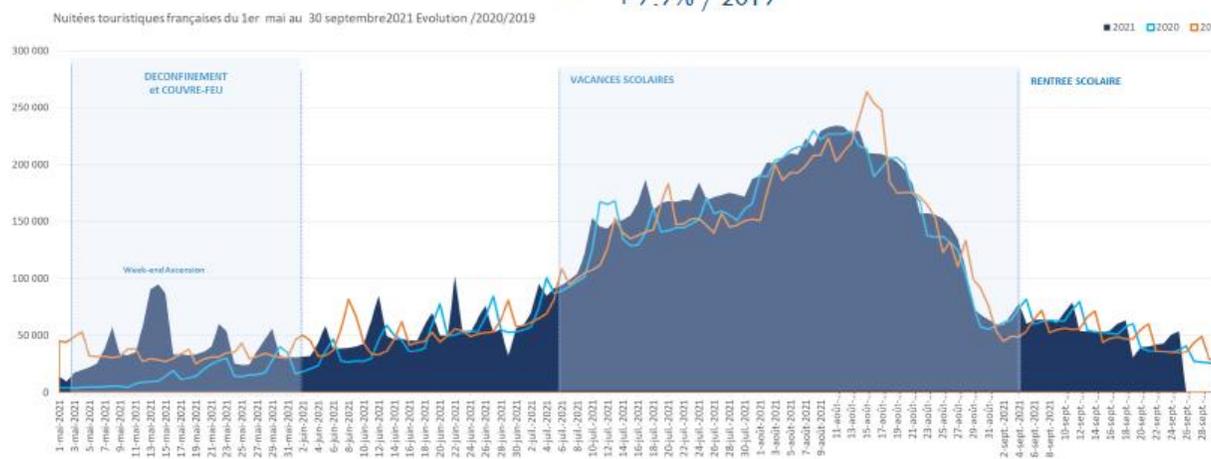
Source : Comité Départemental du Tourisme des Landes

Fréquentation

Source: CDT Landes—VFT

Fréquentation clientèle française

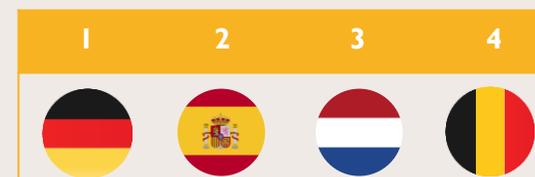
↑ **+12.5% / 2020**
+7.9% / 2019



	Evol 19/21	Evol 20/21
Mai	+16.7%	+179.4%
Juin	+3.6%	+17.2%
Juillet	+14%	+10.1%
Août	+2.5%	+2.7%
Septembre	+10.1%	+1.1%

La clientèle étrangère

+22 % par rapport à 2020
-18 % par rapport à 2019



Satisfaction : Une saison générale très positive

Bilan Bisca Grands Lacs

La tendance générale pour cette saison est positive majoritairement ressentie comme équivalente ou supérieure à 2019 et 2020 pour **90 %** des professionnels du tourisme du territoire.

L'activité est restée très importante sur la haute saison.

Données issues de 4 enquêtes menées en partenariat avec le Comité Départemental du Tourisme des Landes auprès d'un panel de professionnels du tourisme du territoire des Grands Lacs au cours de l'année 2021

Taux de satisfaction global

ressenti par les acteurs du tourisme de Bisca Grands Lacs

Mai/Juin



87 %



13 %

Juillet / Août



94 %



6 %

Septembre



93 %



7 %

90 %

des acteurs satisfaits de cette année touristique

Bilan Landes

Tendance positive également pour **93 %** des professionnels du département des Landes (Source : CDT 40)

Taux de remplissage

Bilan Bisca Grands Lacs

Données issues de 4 enquêtes menées en partenariat avec le Comité Départemental du Tourisme des Landes auprès d'un panel de professionnels du tourisme du territoire des Grands Lacs au cours de l'année 2021

	Hôtels	Campings	Meublé de Tourisme	Chambre d'hôte	Résidence de tourisme	MOYENNE
Mai/Juin	69 %	40 %	57 %	38 %	Donnée non exploitable	50 %
Juillet / Août	87 %	83 %	89 %	89 %	90 %	85 % vs 74% en 2020 vs 78 % en 2019
Septembre	79 %	25 %	60 %	60 %	80 %	59 %

Bilan Landes (Source : CDT 40)
Le Taux de remplissage pour le département des Landes est également **très positif** pour l'ensemble de la saison, **supérieur à l'année 2020** (Source : CDT 40)

Mai/Juin	43 %
Juillet / Août	83 %
Septembre	38 %

Le Chiffre d'Affaires : hébergements, activités et restaurants

CA par rapport à 2020

Données issues de 4 enquêtes menées en partenariat avec le Comité Départemental du Tourisme des Landes auprès d'un panel de professionnels du tourisme du territoire des Grands Lacs au cours de l'année 2021

Mai/Juin

En Hausse pour
65 %
des acteurs du
tourisme

 Focus sites de
visites, activités
et restaurants

45 %

ont constaté une hausse
de CA

Augmentation moyenne
du CA de
+ 30 %

Juillet / Août

En Hausse pour
47 %
des acteurs du
tourisme

 Focus sites de
visites, activités
et restaurants

48 %

ont constaté une hausse
de CA

Juillet très moyen

Augmentation moyenne
du CA de
+ 18 %

Septembre

En Hausse pour
41 %
des acteurs du
tourisme

 Focus sites de
visites, activités
et restaurants

50 %

ont constaté une hausse
de CA

Augmentation moyenne
du CA de
+ 40 %

MOYENNE

Saison en  pour **51 %** des
acteurs

Augmentation moyenne
du CA de
+ 29 %

Données Flux Vision Tourisme : Les nuitées touristiques sur les Grands Lacs

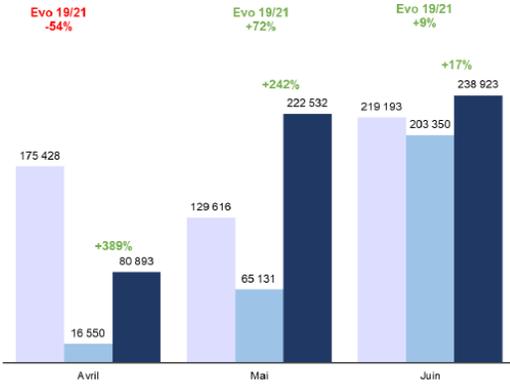


Source : CDT des Landes

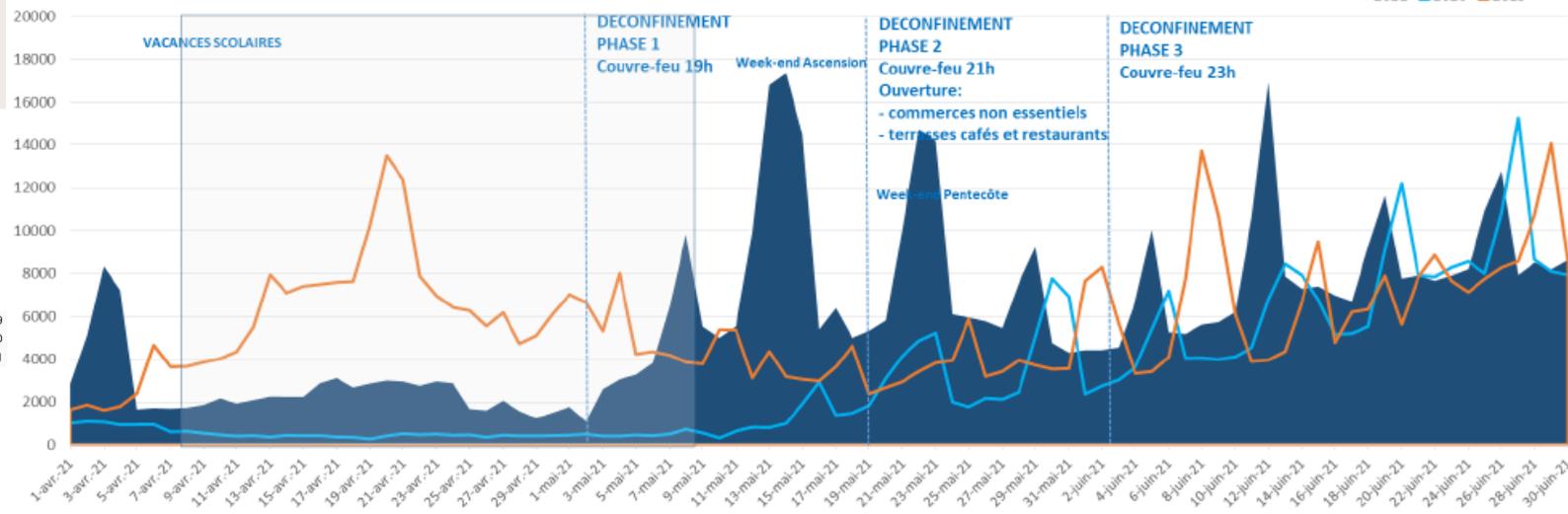
Avril Mai Juin

LA CLIENTELE française : **542 000 nuitées**

Grands Lacs : nuitées FR Avril Juin 2019 à 2021



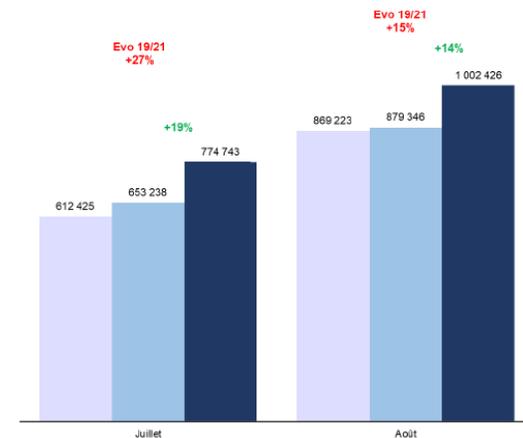
Nuitées touristiques françaises du 1er avril au 30 juin 2021- Evo 2020/2019



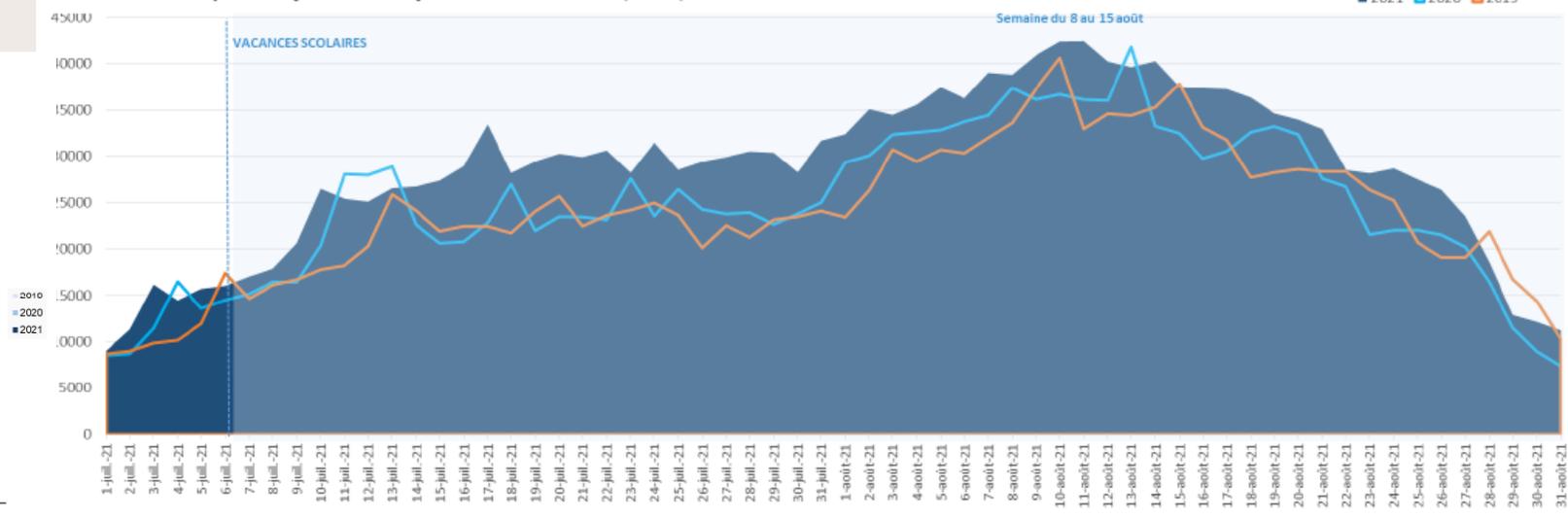
Juillet Août

LA CLIENTELE française : **1.8 million de nuitées**

Grands Lacs : nuitées FR Juillet Août 2019 à 2021



Nuitées touristiques françaises du 1er juillet au 31 août 2021/2020/2019



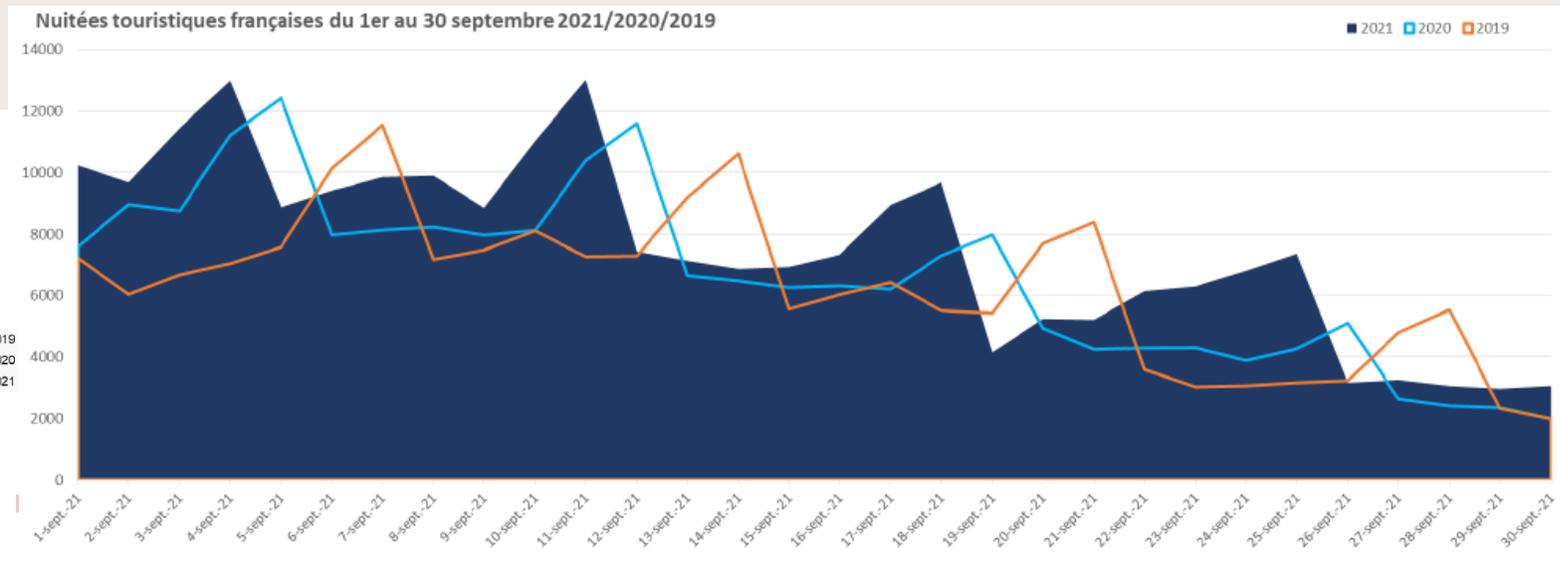
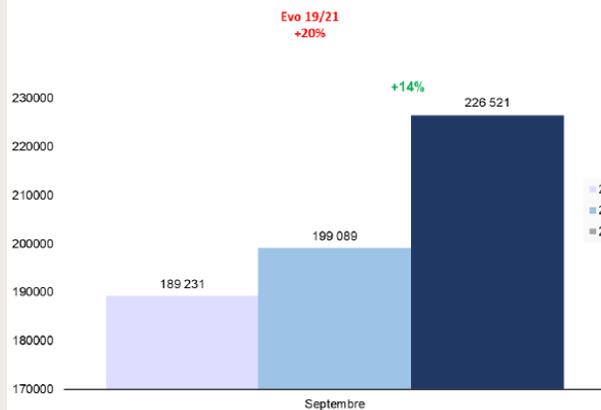
Données Flux Vision Tourisme : Les nuitées touristiques sur les Grands Lacs

Source : CDT des Landes

Septembre

LA CLIENTELE française : 226 000 nuitées

Grands Lacs : nuitées FR Sept 2021 Evo/2020/2019



Total nuitées touristiques clientèle française
Avril à Septembre 2021

Territoire des Grands Lacs

2 560 000 de nuitées
+26% / 2020 et +16% / 2019

Rappel : Département des Landes

Fréquentation

Source: CDT Landes—FVT

Fréquentation clientèle française

Nuitées touristiques françaises du 1er mai au 30 septembre 2021 Evolution /2020/2019



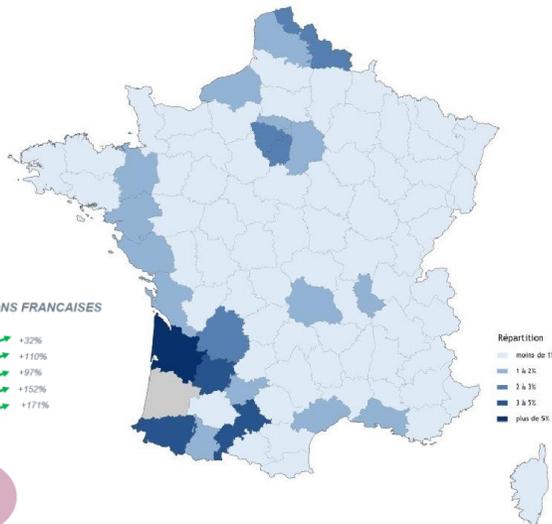
+12.5% /2020
+ 7.9% / 2019

Données Flux Vision Tourisme : Provenance touristique sur les Grands Lacs

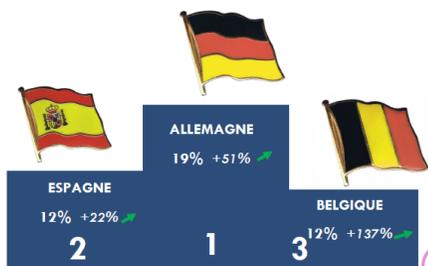
Source : CDT des Landes

Avril Mai Juin

Les Grands Lacs: origine de la clientèle venue en avril-juin 2021

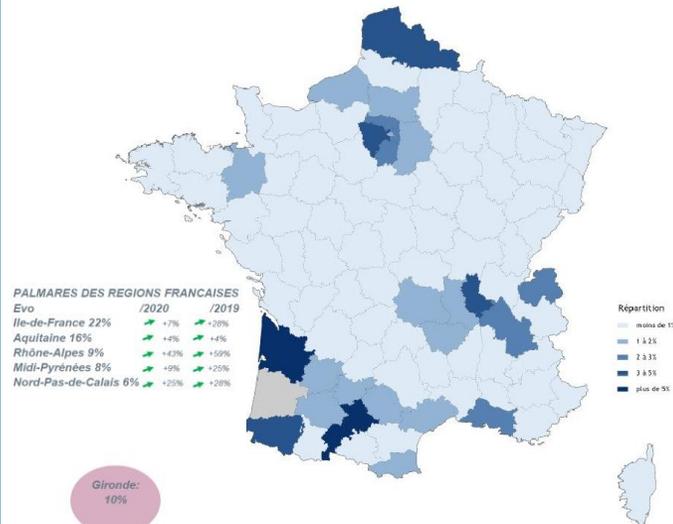


PALMARES DES PAYS ETRANGERS Evo/2020

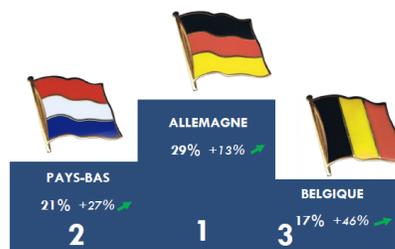


Juillet / Août

Les Grands Lacs: origine de la clientèle venue en juillet-août 2021



PALMARES DES PAYS ETRANGERS Evo/2020



Septembre

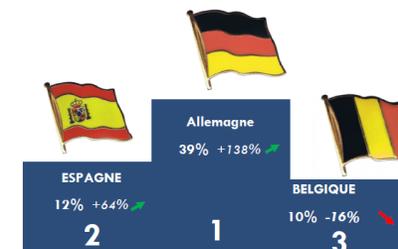
TOP 5 des départements représentés:

Département	Pourcentage	Evo /2020	Evo /2019
Gironde	11.8%	-6%	+2.2%
Haute-Garonne	4.9%	+23%	+44%
Lot et Garonne	3%	-8%	-3%
Pyrénées-Atlantiques	2.8%	+30%	+17%
Nord	2.5%	+1.8%	+62%

Gironde
11,8%

Forte progression
de la clientèle de **Haute**
Garonne et des **Pyrénées-**
Atlantiques
sur le mois de septembre

PALMARES DES PAYS ETRANGERS Evo/2020



La Clientèle étrangère

Le niveau n'atteint pas celui de 2019 mais retour progressif tout au long de la saison et en hausse par rapport à 2020

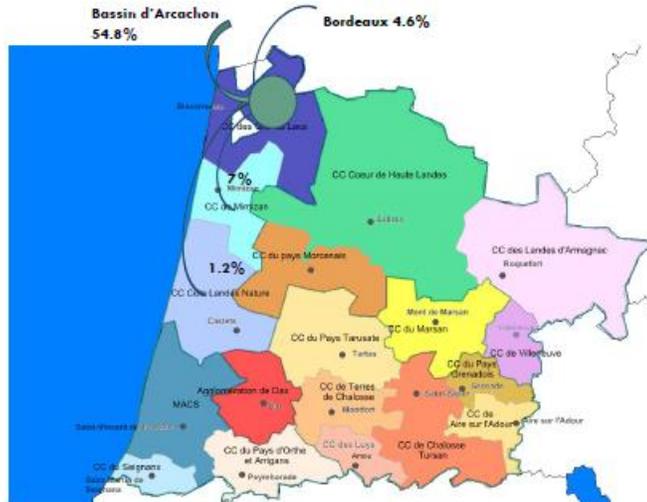
Données Flux Vision Tourisme : Excursions touristiques*



Source : CDT des Landes

Avril Mai Juin

Où séjournent les touristes venus en excursion sur LES GRANDS LACS?



entrées

Juillet / Août

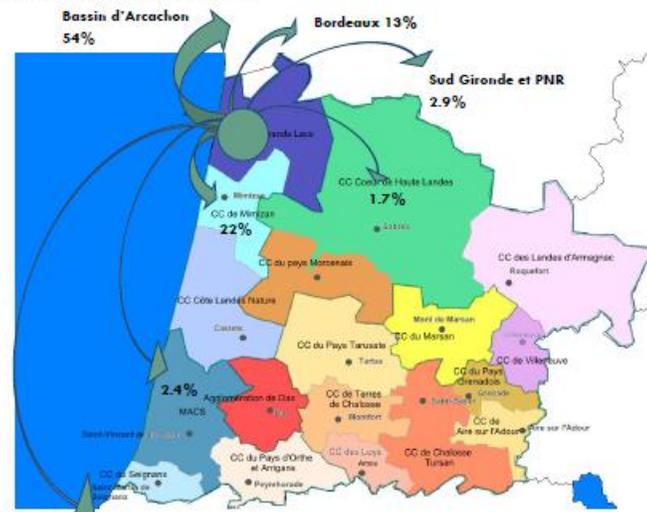
Où séjournent les touristes venus en excursion sur LES GRANDS LACS?



Pays basque littoral 0,5%

Où partent en excursion les touristes séjournant sur LES GRANDS LACS?

Hors excursions sur la zone des Grands Lacs

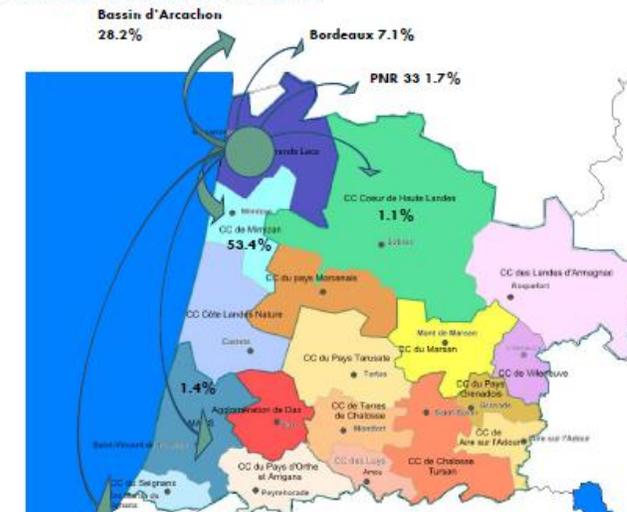


Pays Basque littoral 2.2%

sorties

Où partent en excursion les touristes séjournant sur LES GRANDS LACS?

Hors excursions sur la zone des Grands Lacs



Pays basque littoral 2,1%

* Un excursionniste effectue une excursion (>1h) en journée dans le département, en dehors de sa zone d'hébergement du soir le jour de l'évaluation.



Bisca
Grands
Lacs

Concentré des Landes

REGARDS CROISÉS



LANDES
ATLANTIQUE^{SUD}

LANDE^u Terre des possibles



PORTRAIT OTI

en chiffres

21

Communes

7

Agences

17

salariés
permanents


1200
Partenaires
professionnels


1,3
BUDGET
en million d'€





les missions

INFORMER CONSEILLER

Aider le visiteur - et le local - à accéder à l'offre qui correspond à ses attentes.

Un conseil personnalisé dans les agences, mais aussi le déploiement d'outils pour garantir un accès optimal à l'information.

#conseil #accueil #louspot

PROMOUVOIR ATTIRER

Pousser / diffuser des contenus qui vont inciter le « touriste prospect » à retenir la Côte Sud des Landes et ses stations comme prochain lieu de vacances.

Faire rêver > donner envie > aider à concrétiser

#image #notoriété #promotion

ACCOMPAGNER DEVELOPPER

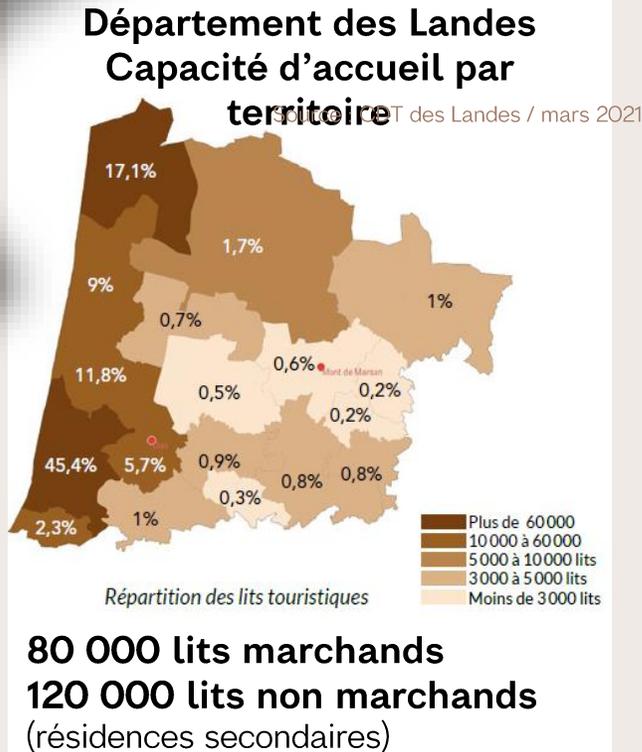
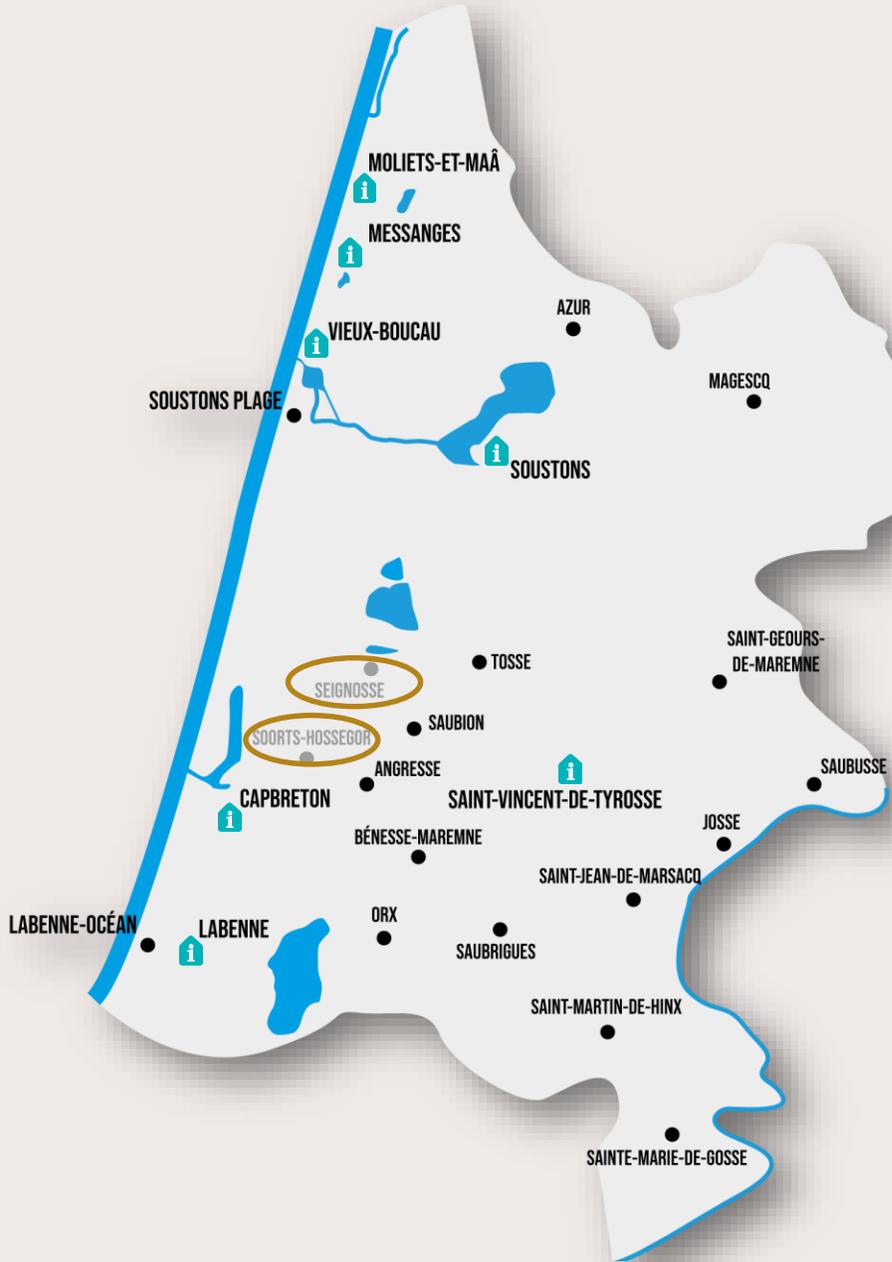
Soutien auprès des partenaires et professionnels de la destination.

Les sensibiliser et les aider à maintenir leur produit en accord avec les standards et attentes de la clientèle.

#veille #coaching #qualification



Présentation LANDES ATLANTIQUE SUD : le territoire d'intervention



LANDES ATLANTIQUE SUD

45 %
de la capacité d'accueil
du département
des Landes

60 %
de la capacité d'accueil en
hébergement non marchand

94 %
de l'offre concentrée sur les
8 STATIONS LITTORALES



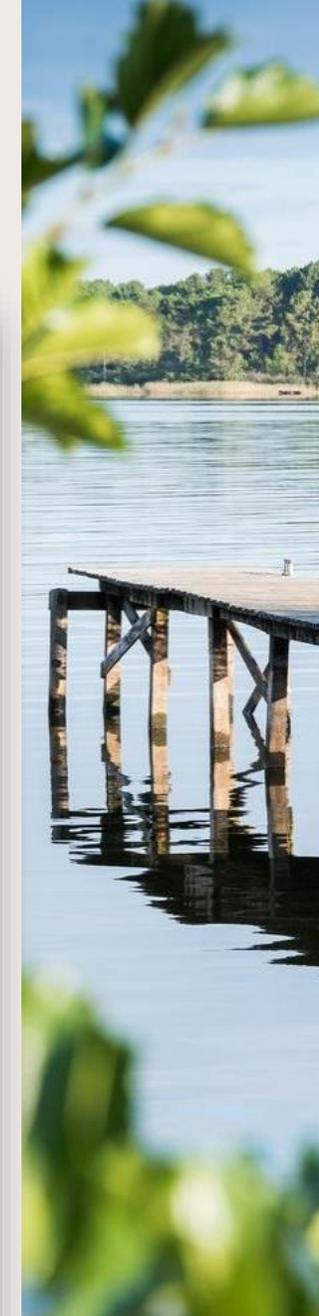
POSITIONNEMENT

UNE DESTINATION **COMPLICE**
OÙ JE ME RECHARGE EN **ÉNERGIES POSITIVES**

L'AMBITION DE FAIRE DE NOTRE DESTINATION
BIEN PLUS QU'UN LIEU DE VACANCES

UNE DESTINATION **REFUGE**
QUI FAIT ME FAIT DU BIEN, QUI ME **RÉGÈNÈRE**,
QUE JE REJOINS **DES QUE J'EN AI BESOIN**,

OÙ JE RÉAPPRENDS À PROFITER DE CHAQUE INSTANT...



Une activité touristique essentielle d'un point de vue économique mais déséquilibrée !



Territorialement



Temporellement

Des conséquences territoriales à appréhender



Logement



Emploi dont **saisonnier**





Bisca
Grands
Lacs

Concentré des Landes

TENDANCES

LANDE  Terre des possibles

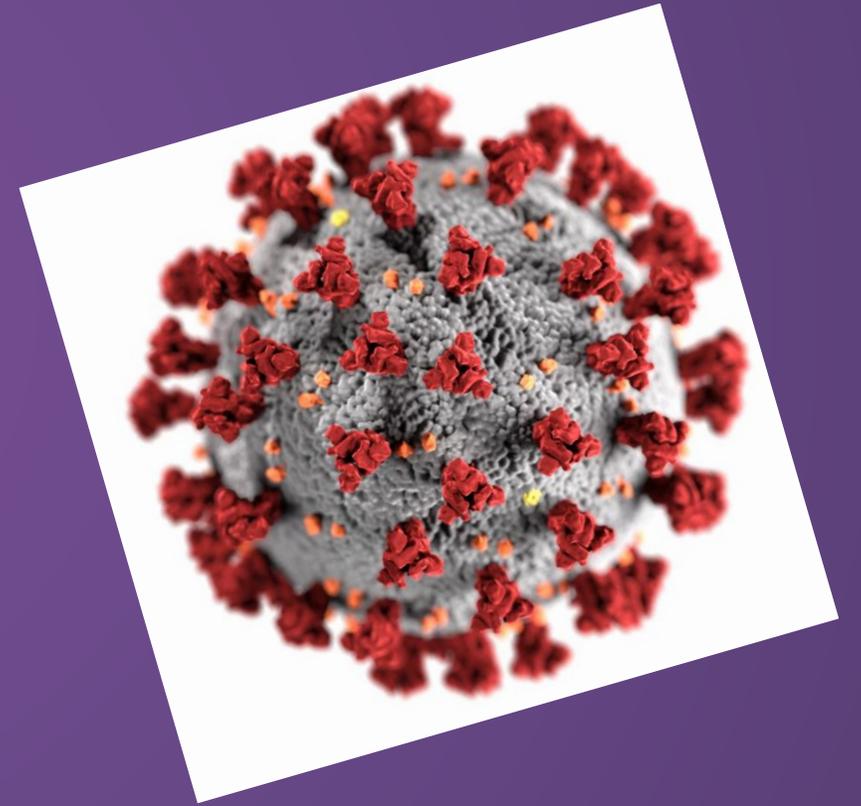
2019 : UNE ANNÉE EXCEPTIONNELLE

L'avenir radieux du
tourisme

Le boum de la taxe de
séjour

Mais beaucoup de bruit
autour du
surtourisme...

Et 2020 est arrivé...



A close-up photograph of a man with short brown hair and a light beard, wearing a red polo shirt. He has a wide-eyed, open-mouthed expression of shock or surprise. The background is a plain, light gray wall.

20 MOIS SIDÉRANTS...

Photo de Andrea Piacquadio provenant de Pexels

**Malgré tout, deux très
bonnes saisons**



Pourquoi ?



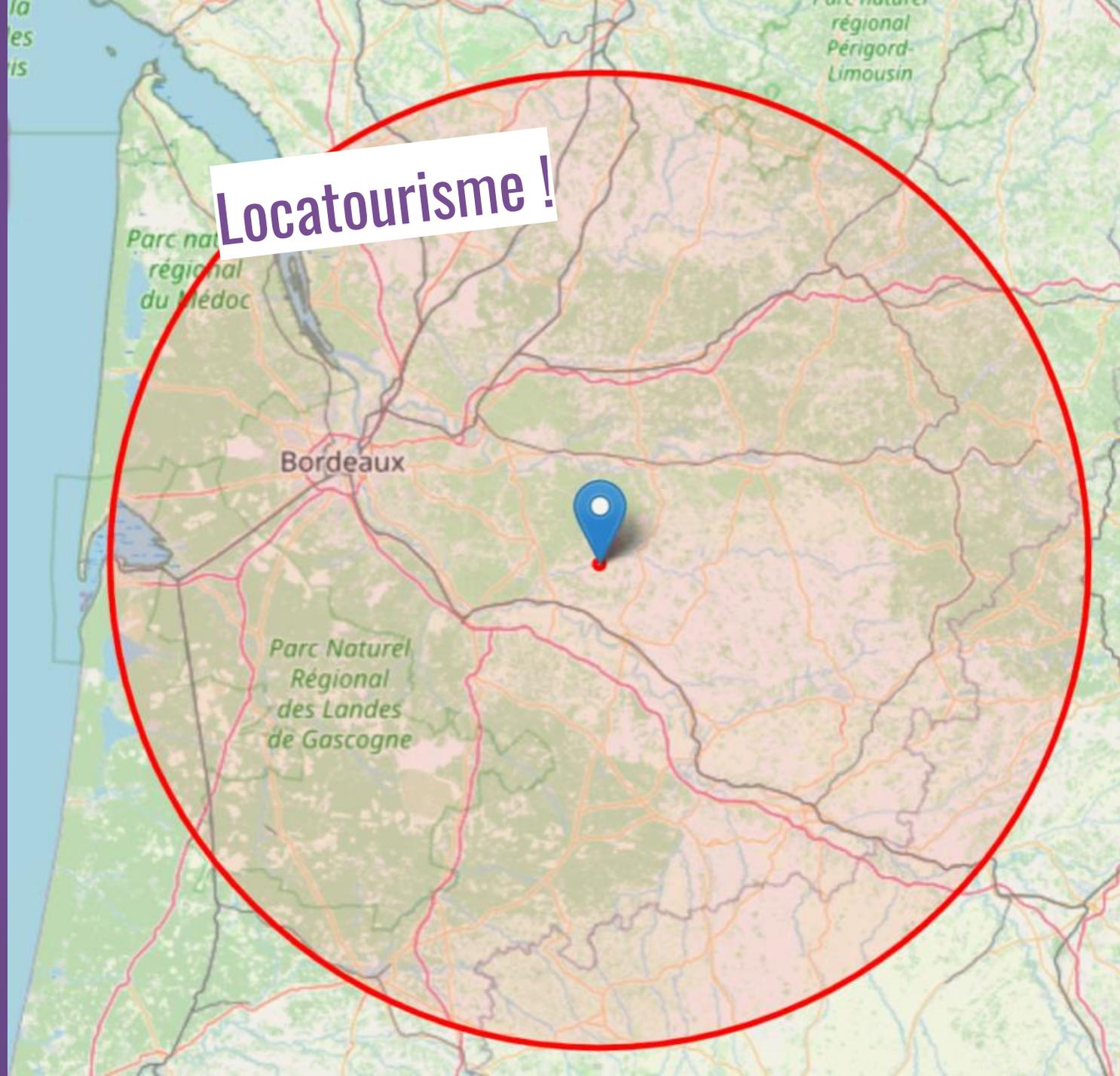


Tendances révélées par la crise sanitaire

**tendance #1 : partir en
vacances**

12 millions de français ne sont pas partis à l'étranger en 2020, 9 millions en 2021.

Que va-t-il se passer dans les années à venir ?



Locatourisme !

**tendance #2 : la
famille, la tribu**

Une offre adaptée sur le littoral
aquitain :

✿ l'océan plébiscité par les
familles

✿ nature et retrouvailles

✿ forte charge symbolique des
"vacances en famille"



**tendance #3 : barrière
sanitaire, même pour
mes vacances**

L'hôtellerie de Plein Air a très bien résisté à la crise, malgré l'absence de clientèle étrangère.

L'envie de sérénité sanitaire et d'entre soi a joué.

Même constat pour la "vanlife" : la vie en van et camping-car a été plébiscitée



**tendance #4 : de la
nature, des grands
espaces...**

La qualité des espaces naturels sur le littoral Atlantique.

Les espaces naturels protégés, les sentiers, les lacs, un ensemble “serein” qui correspond totalement aux aspirations des clientèles en 2021...

Merci la MIACA...



**tendance #5 : prise de
conscience écologique**

✿ Pratique du vélo et des pistes cyclables “vacances sans voiture”.
Boum de l’assistance électrique

✿ Consommation de produits du terroir en circuit court

✿ Hébergements écoresponsables



**tendance #6 : profiter
de l'instant présent,
dès le premier rayon
de soleil**

Une consommation de loisirs et de séjour de proximité en augmentation.

Caractéristiques :

- ✿ fort impact de la météo
- ✿ ultra dernière minute
- ✿ proximité de la métropole...



**La mer, toujours
favorite.**

**L'hébergement, critère
de choix n°1 .**

Étude Anett

Evolution des attentes des Français en matière de tourisme



Bilendi



Les français

Question : Quel type de destination aurait votre préférence pour les vacances ?

	Ensemble du Grand public Avril 2021 (%)
La mer.....	55
La montagne.....	18
La campagne.....	16
La ville.....	6
Une autre destination (<i>préciser</i>)	5
TOTAL	100

Les élus

	Ensemble des Elus Mai 2021 (%)
Les Français privilégieront principalement des destinations touristiques en raison de leur intérêt culturel, de la possibilité d'y pratiquer une activité sportive (ski, baignade, randonnée, etc.).....	77
Peu importe le caractère touristique, Les Français privilégieront avant tout la destination en fonction de l'offre d'hébergement (adaptée à leurs besoins, confortable, etc.).....	23
TOTAL	100

Les français

**Ensemble du Grand public
Avril 2021
(%)**

Peu importe le caractère touristique, vous choisirez avant tout la destination en fonction de l'offre d'hébergement (adaptée à vos besoins, confortable, etc.).....

59

Vous privilégieriez principalement des destinations touristiques en raison de leur intérêt culturel, de la possibilité d'y pratiquer une activité sportive (ski, baignade, randonnée, etc.)

41

TOTAL

100

Oui, mais...

Ces envies exacerbées de calme, de nature, de réalisation personnelle ont des impacts sur la vie touristique.

**Impact #1 : de
nouvelles aspirations
des salariés**

Suite à la crise, 237000 départs
dans l'hôtellerie restauration

Salaire, mais pas que...
La qualité de vie au travail,
l'épanouissement personnel, le
logement...



**Impact #2 : deux
saisons exténuantes, et
courtes...**

Les professionnels à la barre, “sous le feu”, avec des difficultés de recrutement

Conséquence : des fins de saison rapides. Des fermetures au 15 septembre malgré une fréquentation toujours présente

Un modèle économique qui tient sur des saisons courtes



FERMÉ POUR
FERMETURE
NOUS
RÉOUVRIRONS
À
L'OUVERTURE

**Impact #3 : les
habitants ont les
mêmes aspirations**

Envie de profiter de leur cadre de vie, de l'espace

Taux d'acceptabilité du tourisme en baisse

Problème croissant du partage de l'espace entre résidents, résidents secondaires, séjournants et excursionnistes...

Touristes = Vous ferez
vous asseoir sur mes marches
MERCI. de ne pas laisser
de déchets.

Tourisme durable ?

**Un tourisme durable pour
l'environnement, mais également pour
les habitants, les salariés des
entreprises touristiques, et les
visiteurs...**



**La responsabilité de la
collectivité ?**

La promo, c'est fini ?

Désaisonnaliser, gérer les flux

Favoriser de bonnes conditions,
coordonner, accompagner les
professionnels...

Bisca Grands Lacs

Concentré de Nature...

Vivez l'expérience à travers l'affiche...

1 TÉLÉCHARGEZ l'application BiscaPlus sur votre mobile

2 SCANNEZ votre QR code

3 DÉCOUVREZ les contenus enrichis sur l'app

La responsabilité des professionnels

S'il n'y a pas d'offre disponible, il n'y a pas de tourisme...

Pourquoi fait-on ce métier ?

Qu'est-ce que chaque entreprise peut apporter au territoire ?





Bisca
Grands
Lacs

Concentré des Landes

**MERCI DE
VOTRE
ATTENTION**

LANDE  Terre des possibles