"On veut se faire plaisir mais avec un budget limité"

LES SAINTES-MARIES-DE-LA-MER Confrontés à l'inflation, les vacanciers serrent leur budget. Les commerçants de la station balnéaire observent une baisse de fréquentation et de consommation, misant désormais sur un mois d'août plus rentable.

Mardi, Les Saintes-Maries-de-la-Mer. Fabrice et Magalie marchent sur la plage, à peine arrivés. Ils viennent de Lyon, pour quatre jours au bord de la mer. "*On bouge en voiture*", expliquent-ils. En juillet, ils ont passé une semaine au Grau-du-Roi. Puis, ces quelques jours, décidés à la dernière minute. "*On a vu par rapport au budget qu'on pouvait repartir*." Car cette année, pas question de dépenser sans compter : ils disent ne partir que sur de courts séjours, pas loin de chez eux. Et pour cet été, dans des hébergements bon marché. "*On dort en camping, dans une tente. Un mobile home, c'est 1 500 euros la semaine, c'est beaucoup trop*." Pour les repas ? Même stratégie. "*Deux à trois restos maximum dans la semaine. Le reste, c'est pique-nique, sandwichs, ou produits du marché*." Le carburant pèse aussi dans le budget. "*Le gazole est à 1,69 euro, ici, aux Saintes. Ça compte aussi*." Ils en sont sûrs : cette année, les vacances leur reviennent plus cher que l'an dernier. "*C'est un tout. Et on le sent passer*." Alors que l'inflation a augmenté de 2% en 2024, et que les prix à la consommation ont encore grimpé de 1% sur un an en juin, selon l'Insee, le pouvoir d'achat des Français diminue.

Les commerçants constatent une baisse de la fréquentation touristique en juillet par rapport aux années précédentes. / PHOTO C.B.

> *C'est la première année où c'est aussi catastrophique pour tout le monde. Tous les commerçants se plaignent.*
> SONIA, VENDEUSE

Juillet : une baisse de 10% du chiffre d'affaires

Et l'économie touristique, elle aussi, commence à en ressentir les effets. David Brun, à la tête du restaurant La Fabrique des sens et de l'hôtel Le Dauphin bleu depuis 46 ans, en fait le constat : "*En juin, on a très bien travaillé, mais juillet a été compliqué*." À l'hôtel, le taux d'occupation moyen est tombé à 82% en juillet, contre environ 90% l'an passé. Côté restaurant, même tendance : "*Nous avons perdu 10% de chiffre d'affaires par rapport à juillet 2024. Ce n'est pas dramatique, mais ce n'est pas rien*." En clair, 200 couverts de moins en un mois. "*On a eu la sensation qu'il n'y avait personne. C'était très calme sur les plages… Et même dans les parkings*." De fait, il suffit de traverser l'avenue Gilbert Leroy pour tomber sur l'un de ces parkings, juste en face de La Fabrique des sens.

Environ une centaine de places, gérées par La Semis, qui exploite quatre parkings aux Saintes. Tarif unique : 6 euros les 24 heures. Soraya, saisonnière, est chargée des arrivées et départs sur ce parking. "*Entre le 14 juillet et le 15 août, d'habitude, c'est le gros rush… Mais là, en juillet, il n'y avait juste personne*." Selon elle, la cause est simple : "*Les gens n'ont plus assez d'argent pour venir en vacances. Et cette année, ça se ressent plus que jamais*."

Une TVA élevée pour une boule de glace

Même constat quelques rues plus loin, au glacier Alma. Sonia, vendeuse, observe de nouveaux comportements : "*Les clients dépensent différemment. Au lieu de prendre deux boules, ils n'en prennent qu'une par exemple*". Elle poursuit : "*C'est la première année où c'est aussi catastrophique pour tout le monde. Tous les commerçants se plaignent*".

Pour elle, les charges en hausse expliquent aussi ce climat de retenue. "*Tout augmente. C'est normal qu'on se restreigne. Par exemple, quand j'ai pris mon appartement il y a dix ans, je payais 90 € d'électricité. Aujourd'hui, j'en paie 200. Pour une boule de glace, on paie une TVA élevée.* "

Commerçants, restaurateurs, saisonniers… tous misent désormais sur le mois d'août pour tenter de redresser la saison.

Carla BASTONI
cbastoni@laprovence.com

ALPILLES

À Saint-Rémy-de-Provence, "le panier moyen a bien baissé"

À une trentaine de kilomètres de là, au cœur des Alpilles, la tendance semble similaire : les commerçants constatent une baisse de la consommation.

Interrogée sur la fréquentation touristique en juillet, une vendeuse -qui préfère rester anonyme- montre la rue du regard : "*Regardez, il y a des passants… Mais personne n'a de sacs*." Elle parle d'un mois de juillet calme : moins de touristes, plus de familles, des visiteurs qui regardent les prix et n'achètent presque rien. "*Ce n'est pas encore inquiétant, mais c'est étrange. Les chiffres sont quand même là, même si on remarque que le panier moyen a bien baissé*."

Même ressenti pour Aurore Monicard, responsable de la boutique Babydoll, spécialisée dans les bijoux, la maroquinerie et les accessoires. "*La clientèle habituelle, celle qui faisait de gros paniers, n'est pas venue cette année. Il y a moins de vacanciers donc moins d'achats*." Le panier moyen aurait chuté d'environ 20% par rapport à juillet 2024. Et si août semble légèrement mieux démarrer, la tendance s'était déjà installée l'année précédente.

À Saint-Rémy, les commerçants affirment que les touristes savent que les prix sont plus élevés. / PHOTO C.B.

Des hausses de charges en cascade

"*Après le Covid, les gens voulaient se faire plaisir, les chiffres d'affaires avaient explosé. Mais aujourd'hui, avec la hausse de l'énergie et la baisse du pouvoir d'achat, on est dans une autre situation*."

La commerçante évoque aussi les hausses en cascade : fournisseurs, frais de port, marchandises brutes, importations. Et au-delà de l'inflation, c'est une évolution plus profonde des habitudes de consommation qu'elle pointe du doigt : "*Aujourd'hui, les gens achètent moins, ou autrement. Beaucoup préfèrent acheter sur des sites chinois ou d'occasion*."

Pour autant, selon elle, "*ici, les gens savent que c'est un peu plus cher. Quand on vient à Saint-Rémy, on vient pour se faire plaisir*."

C.B.

ARLES

Miser sur la diversité pour rester attractif

La cité antique voit défiler une variété de touristes aux profils bien différents.

Les Rencontres de la photo, Les Suds, Arelate… Selon Sébastien Abonneau, adjoint au maire en charge du tourisme et président de l'office de tourisme, la diversité de l'offre touristique arlésienne permettrait d'atténuer les effets de la baisse de consommation. "*On a ici plusieurs types de tourisme : patrimoine, photographie, Camargue, nature, art contemporain avec la tour Luma, Van Gogh… C'est un panel très large*."

"Ceux qui souffrent de la baisse du pouvoir d'achat : les restaurateurs"

Une variété qui, selon l'élu, réduit la dépendance à un seul profil de vacancier. "*On est moins fragiles face aux changements de comportements*." La spécificité de la ville ? Un ratio de 40% de touristes étrangers pour 60% de visiteurs français. "*Les festivals sont presque complets, les entrées dans les monuments sont en légère hausse*", souligne Sébastien Abonneau. Mais tous les secteurs ne profitent pas également de cette dynamique. "*Ceux qui souffrent clairement de la baisse du pouvoir d'achat, ce sont les restaurateurs.* "

/ ARCHIVE LP

C.B.