

ACTIVITE TOURISTIQUE AOUT / HAUTE-SAISON

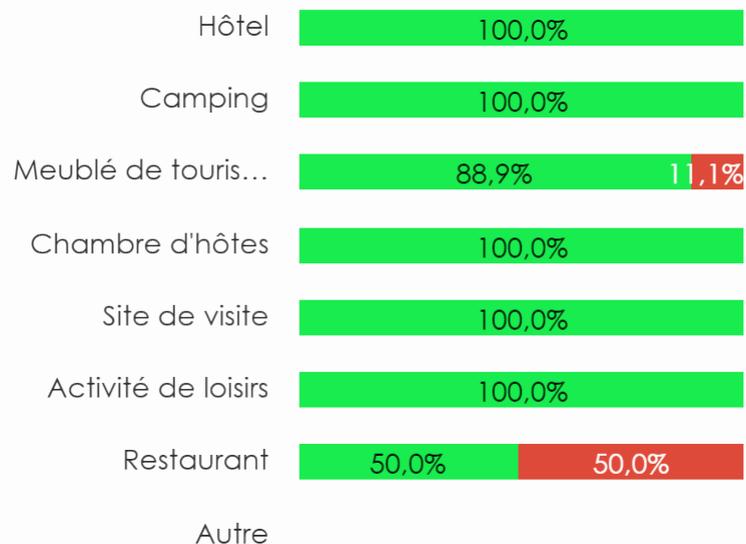
et tendances septembre/octobre hors activité thermale

Sondage réalisé auprès d'un panel de professionnels du tourisme du 30 août au 1er septembre 2023

SATISFACTION GLOBALE pour août



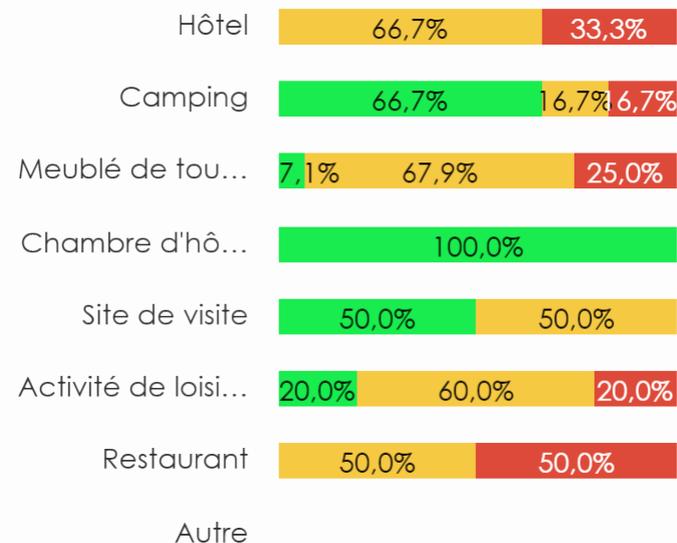
Satisfaction par filière



Fréquentation par rapport à 2022



Evolution de la fréquentation par filière



1ère quinzaine d'août



2ème quinzaine d'août



BILAN AOUT: par type de clientèle

Clientèle Française



91,7%



8,3%

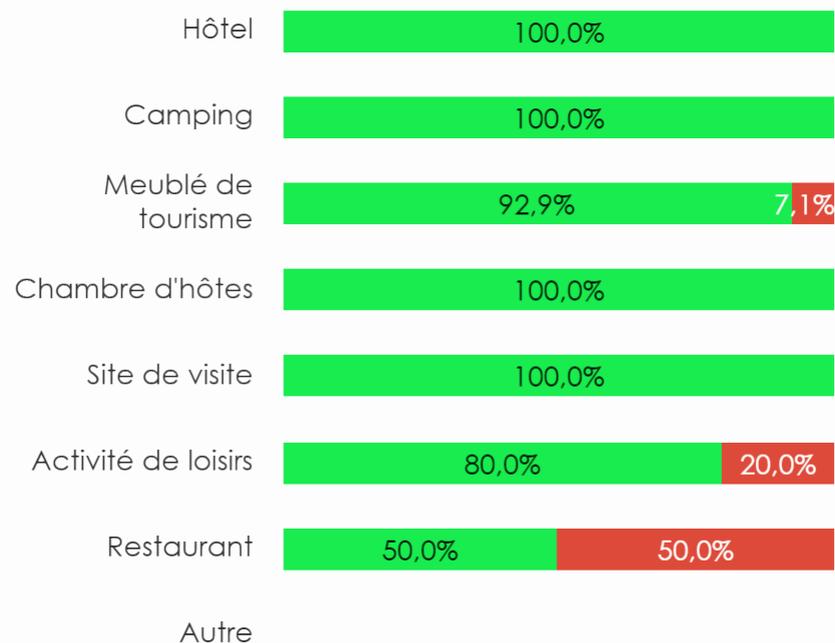
Fréquentation par rapport à 2022

↑ 23,4%

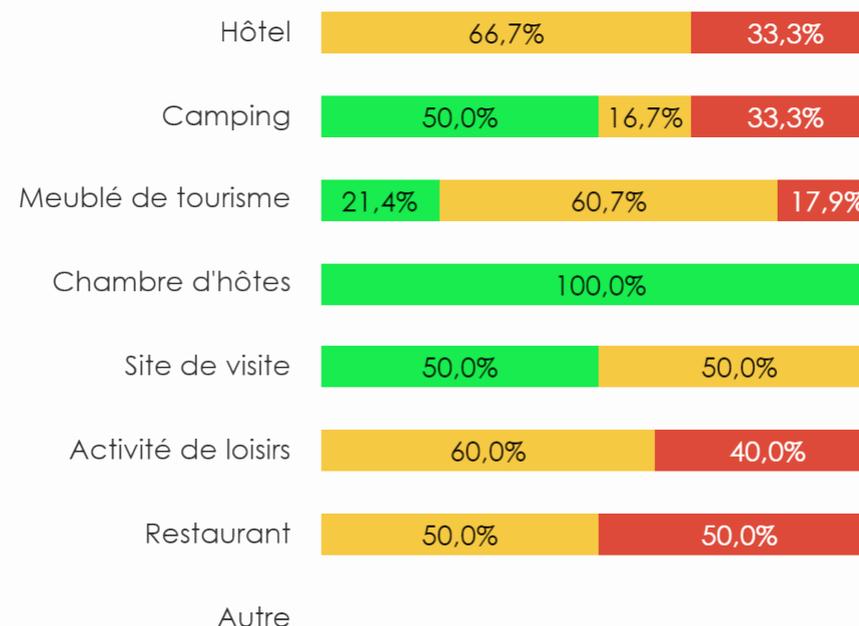
→ 53,2%

↓ 23,4%

Satisfaction par filière



Evolution de la fréquentation par filière



BILAN AOUT: par type de clientèle

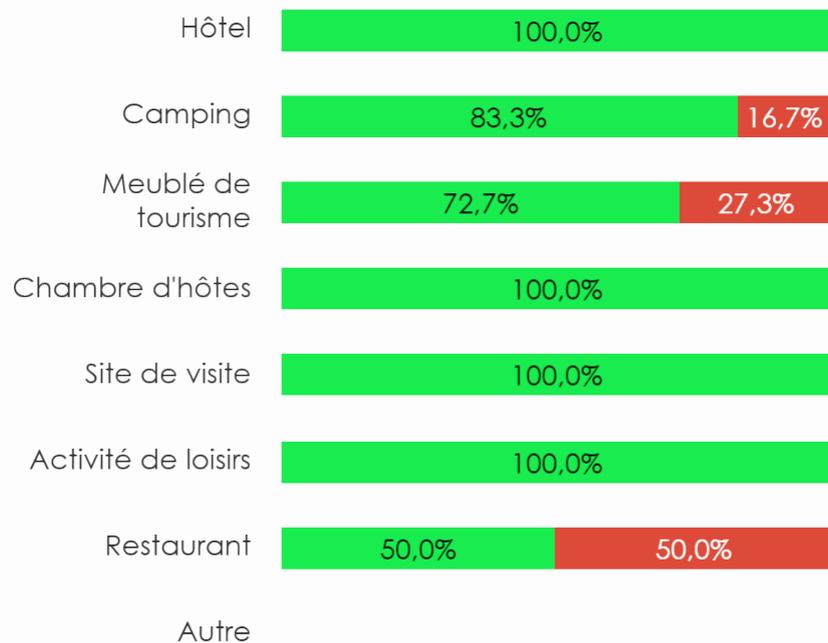
Clientèle Etrangère



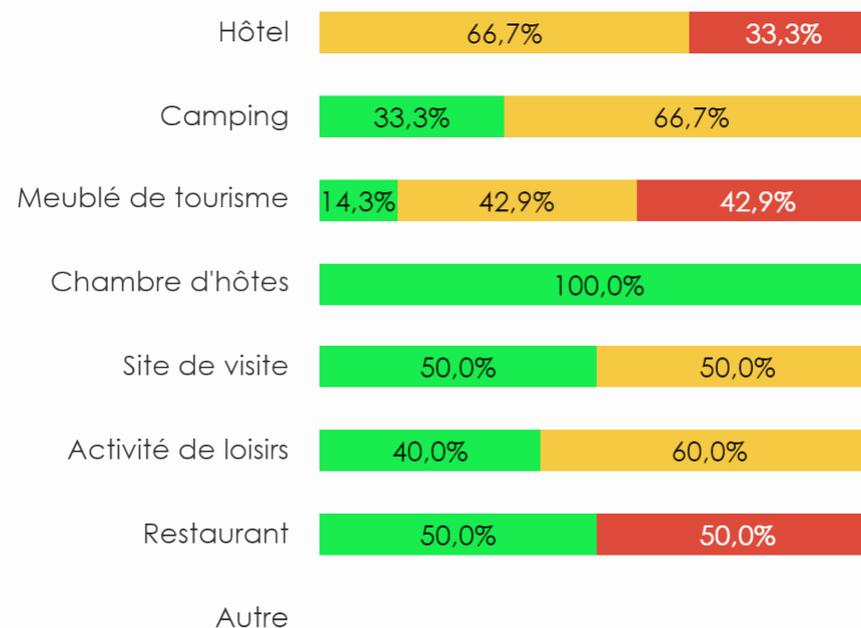
Fréquentation par rapport à 2022



Satisfaction par filière



Evolution de la fréquentation par filière



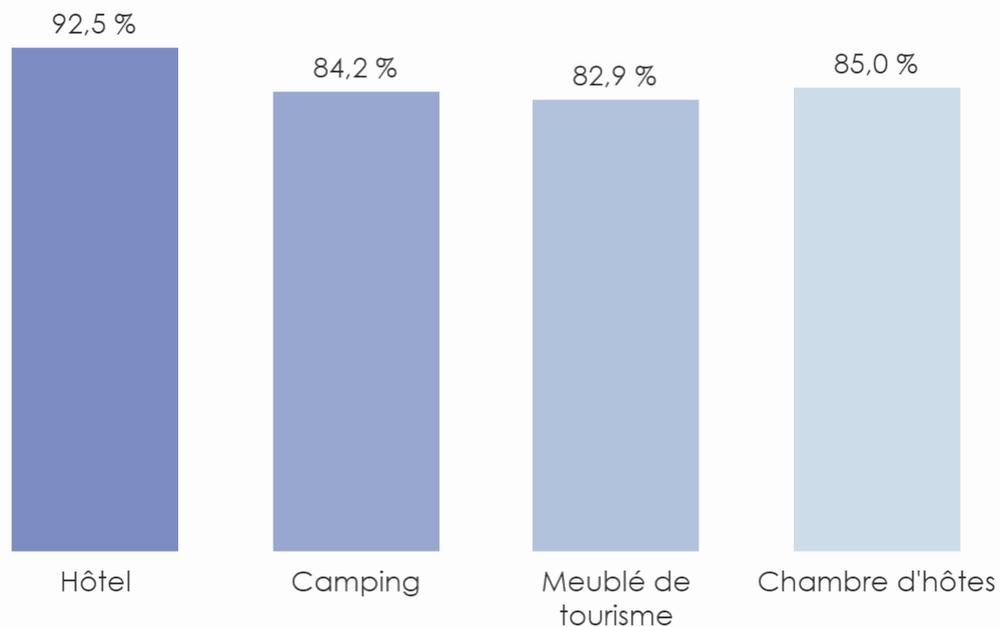
BILAN AOUT: taux de remplissage

Taux de remplissage moyen
84,1%

Taux de remplissage par rapport à 2022

↑ 18,4% → 52,6% ↓ 28,9%

Taux de remplissage par filière



Evolution du taux de remplissage par filière

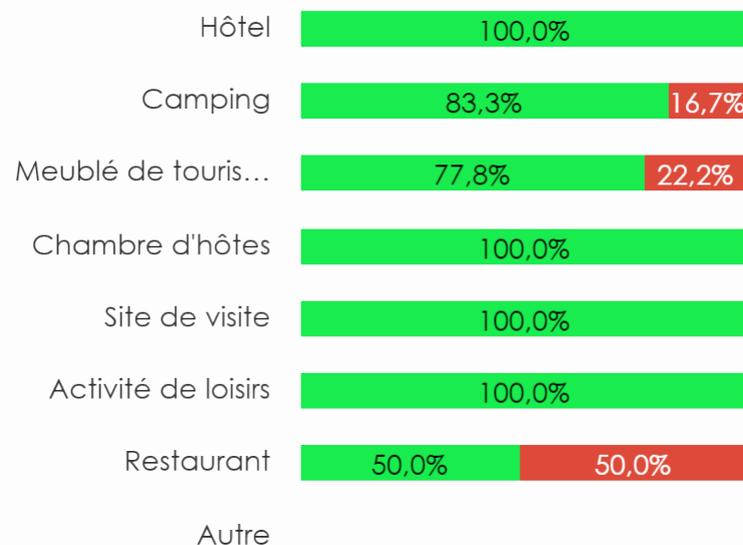


BILAN HAUTE-SAISON

SATISFACTION GLOBALE pour la haute-saison



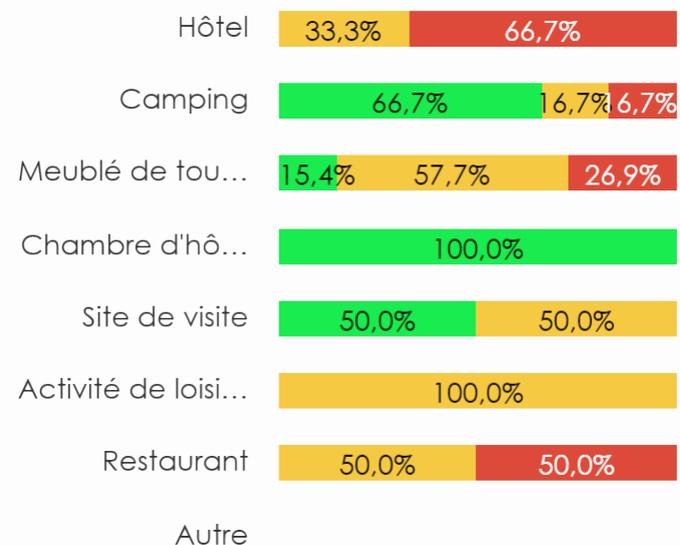
Satisfaction par filière



Fréquentation par rapport à 2022

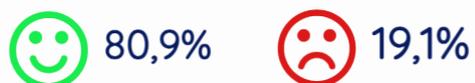


Evolution de la fréquentation par filière



BILAN HAUTE-SAISON: par type de clientèle

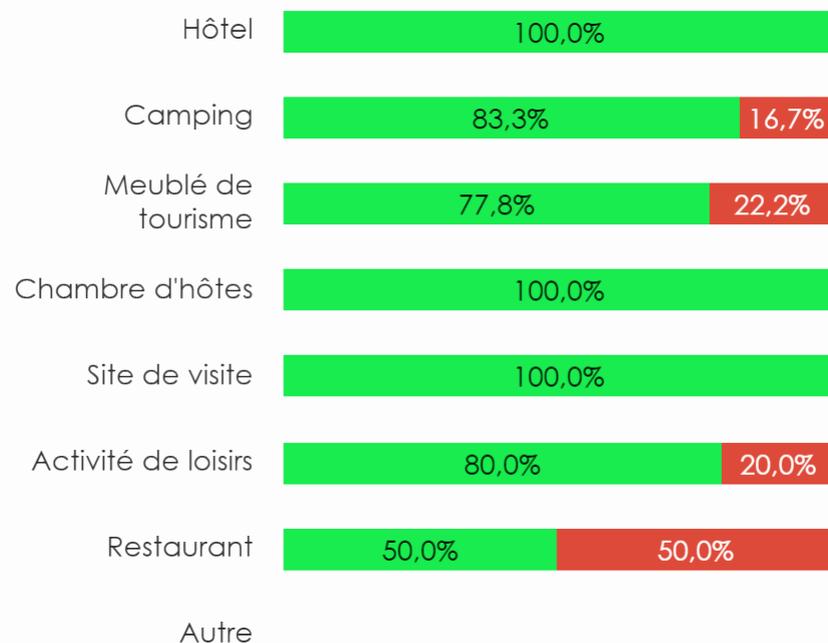
Clientèle Française



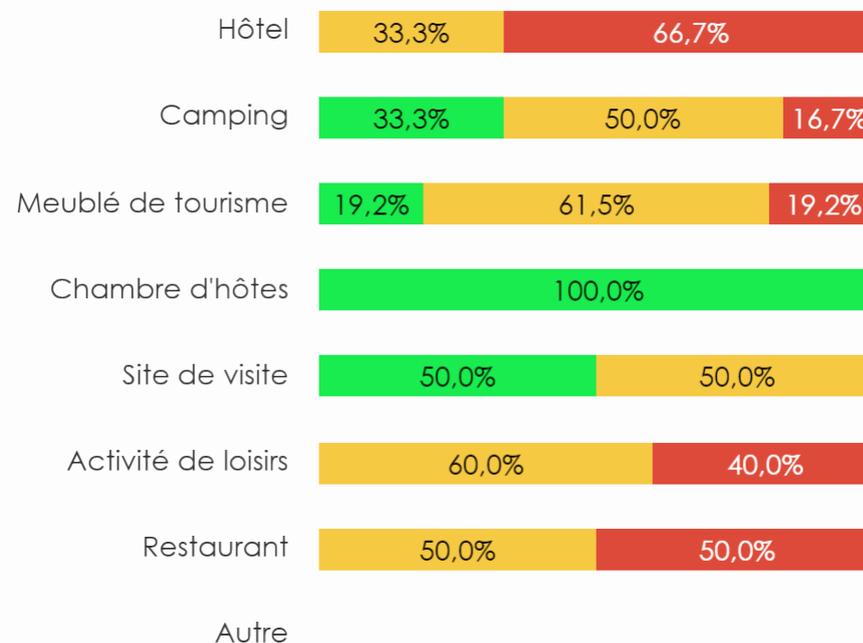
Fréquentation par rapport à 2022



Satisfaction par filière



Evolution de la fréquentation par filière



BILAN HAUTE-SAISON: par type de clientèle

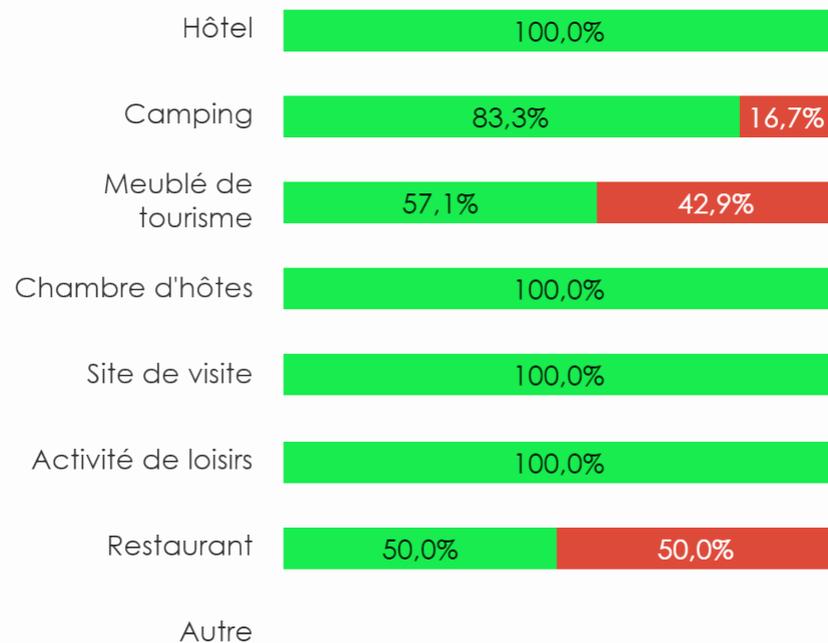
Clientèle Etrangère



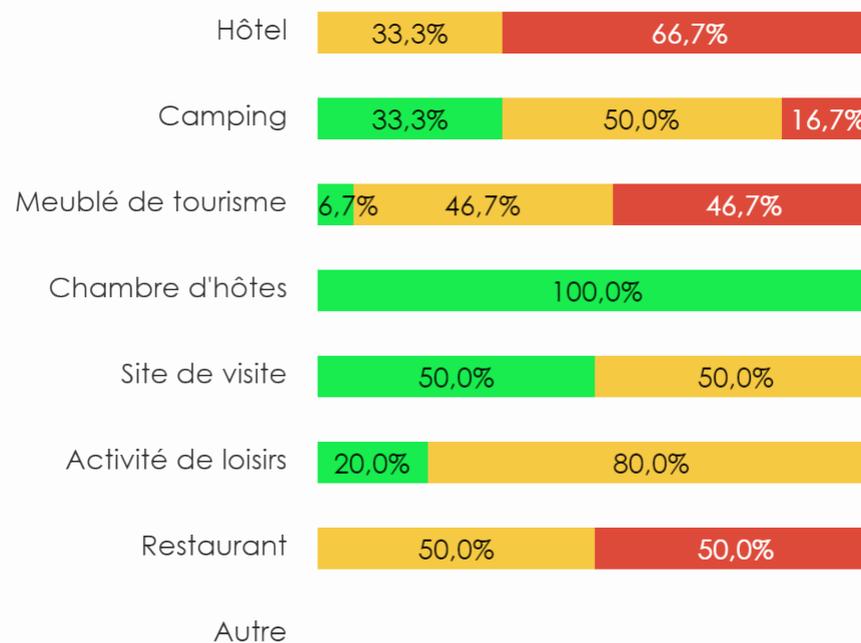
Fréquentation par rapport à 2022



Satisfaction par filière

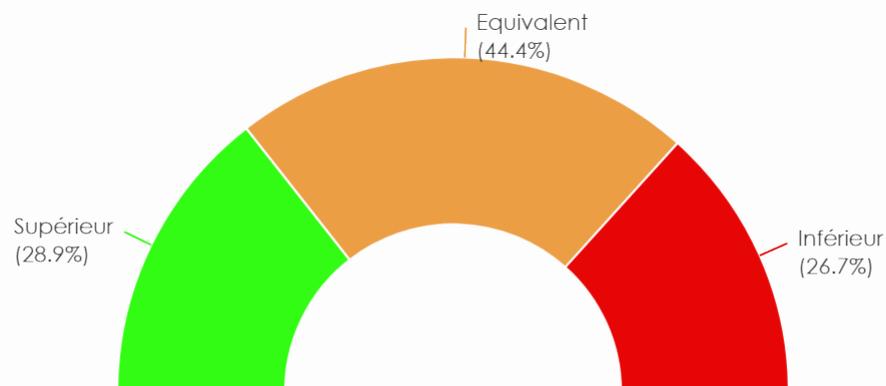
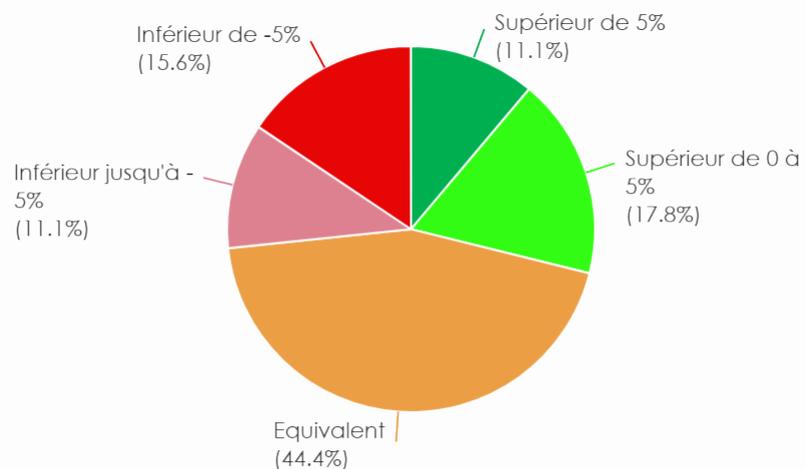


Evolution de la fréquentation par filière



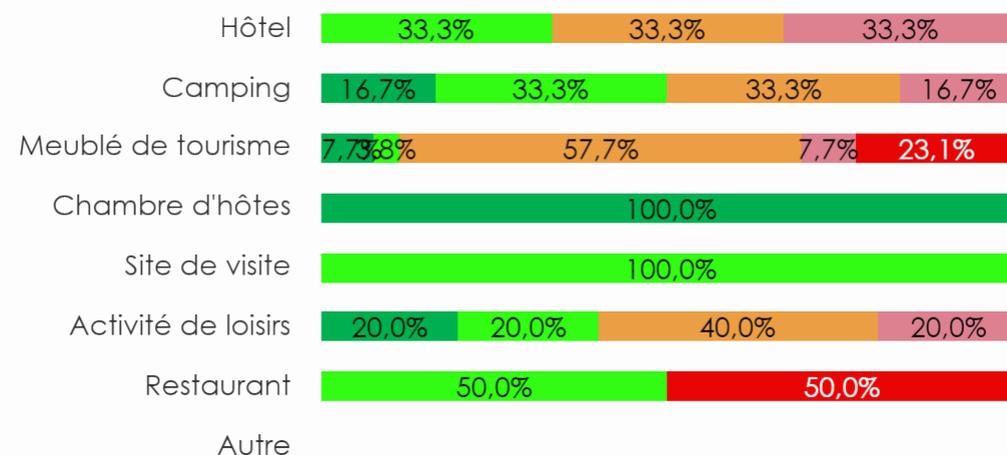
BILAN HAUTE-SAISON: chiffre d'affaires

Evolution du chiffre d'affaires

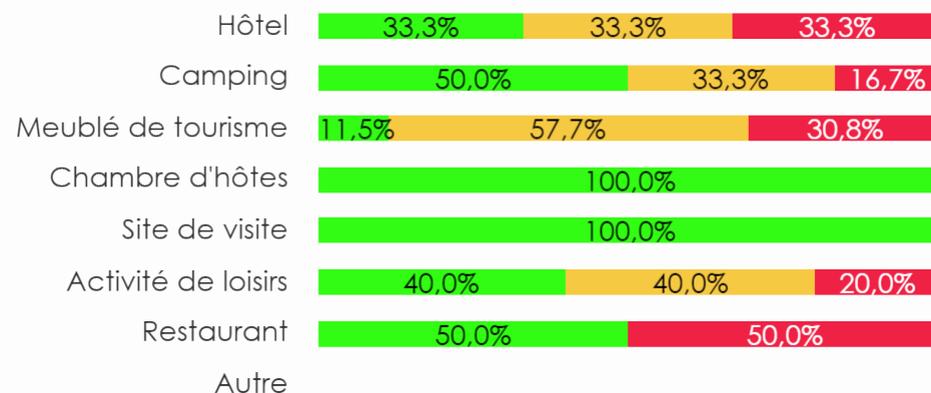


Par filière

● Supérieur de 5% ● Supérieur de 0 à 5% ● Equivalent
 ● Inférieur jusqu'à -5% ● Inférieur de -5%



● Supérieur ● Equivalent ● Inférieur



CHANGEMENTS de COMPORTEMENT

| | Augmentation | Pas de changement | Diminution |
|--------------------------------------|--|---|---|
| |  |  |  |
| Les réservations de dernière minute | 44,2% <small>Pourcentage</small> | 48,8% <small>Pourcentage</small> | 7,0% <small>Pourcentage</small> |
| Les réservations longtemps en avance | 21,4% | 54,8% | 23,8% |
| La dépense des touristes | 2,6% | 48,7% | 47,4% |
| La recherche de promotions | 28,9% | 57,9% | 13,2% |
| Sensibilité au tourisme durable | 18,4% | 73,7% | 7,9% |

IMPACT DE LA HAUSSE DES PRIX

| | Impact négatif | Pas d'impact |
|-----------------------------------|---|---|
| |  |  |
| Sur la fréquentation française | 40,9% <small>Pourcentage</small> | 59,1% <small>Pourcentage</small> |
| Sur la fréquentation de proximité | 37,5% | 62,5% |
| Sur la fréquentation étrangère | 30% | 70% |
| Sur les réservations futures | 32,5% | 67,5% |
| Sur la durée de séjour | 39,0% | 61,0% |
| Sur le CA | 39,5% | 60,5% |

TENDANCES septembre et octobre: état des réservations

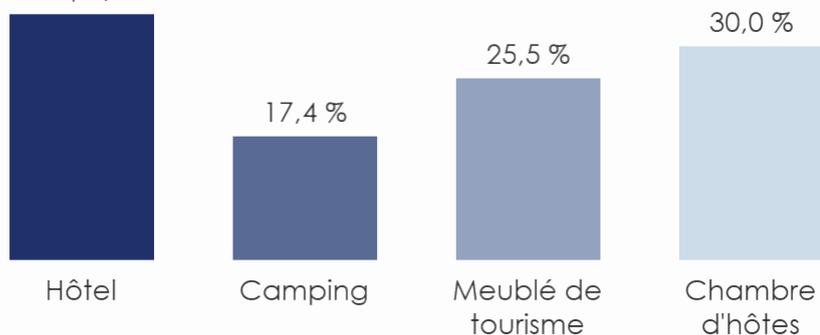


Etat des réservations septembre

Taux de remplissage moyen

25,5%

Taux de remplissage par filière



Satisfaction des professionnels

😊 47,2%

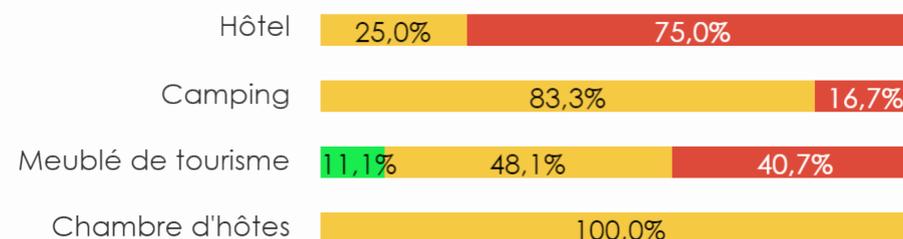
☹️ 52,8%

Tendance par rapport à 2022

↑ 7,9%

→ 52,6%

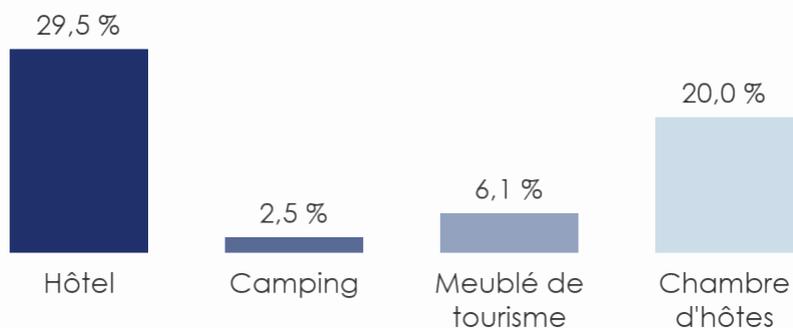
↓ 39,5%



Etat des réservations octobre

Taux de remplissage moyen 7,8%

Taux de remplissage par filière



Satisfaction des professionnels

😊 30,8%

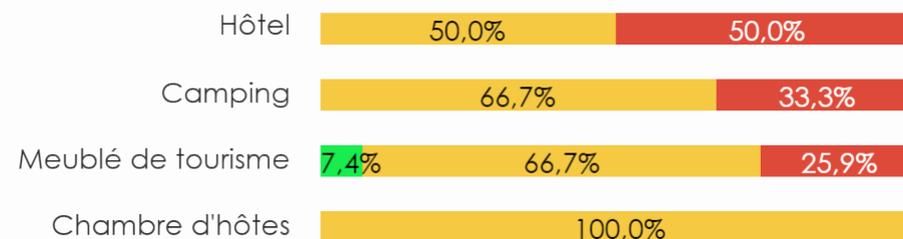
☹️ 69,2%

Tendance par rapport à 2022

↑ 5,3%

→ 65,8%

↓ 28,9%



COMMENTAIRES

Commentaires



machine à laver
location dernier plage
absence juillet
location
minute **août** filtre
annce douche passage
exemple presque
réservation locataire

“

Les réservations se font
presques toutes dernière
minute

”

“

J'ai noté que mes
locataires cuisinent
beaucoup plus (moins de
restaurant). L'absence
des douches sur les
plages se retrouve dans
ma location : exemple : il
faut nettoyer le filtre de
la machine à laver après
chaque passage : sable

