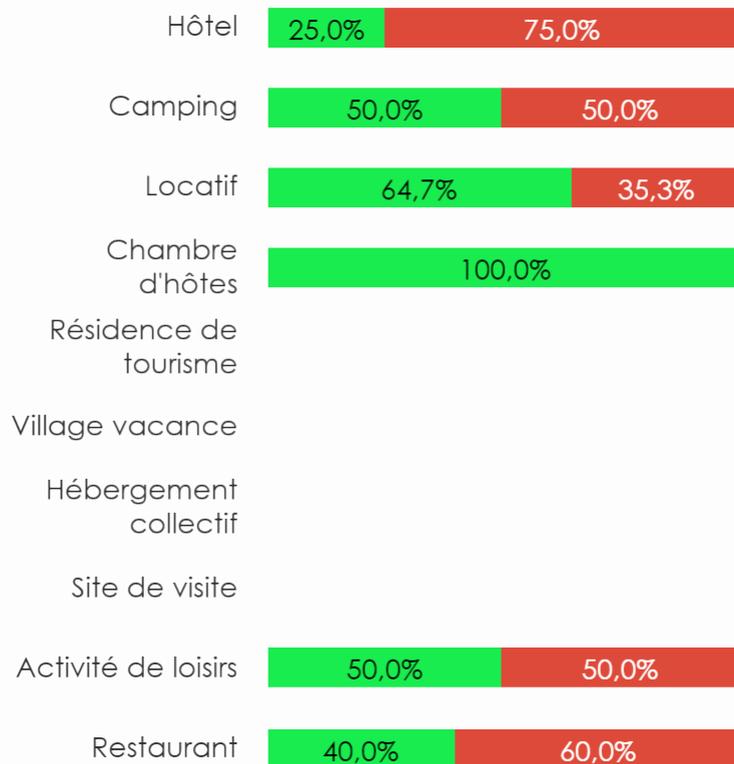


SATISFACTION GLOBALE pour septembre



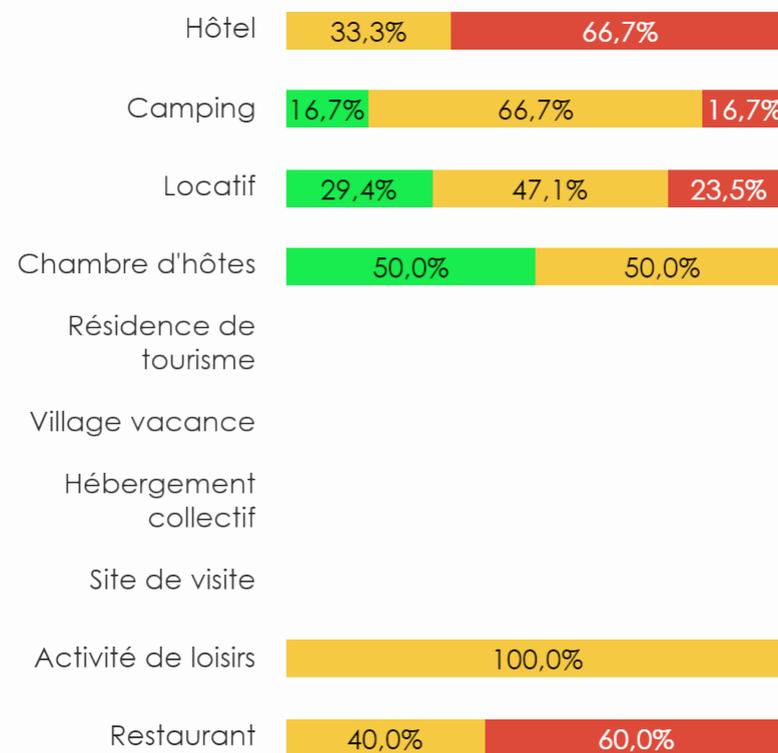
Satisfaction par filière



Fréquentation par rapport à 2022



Evolution de la fréquentation par filière



BILAN SEPTEMBRE: par type de clientèle

Clientèle Française



55,9%



44,1%

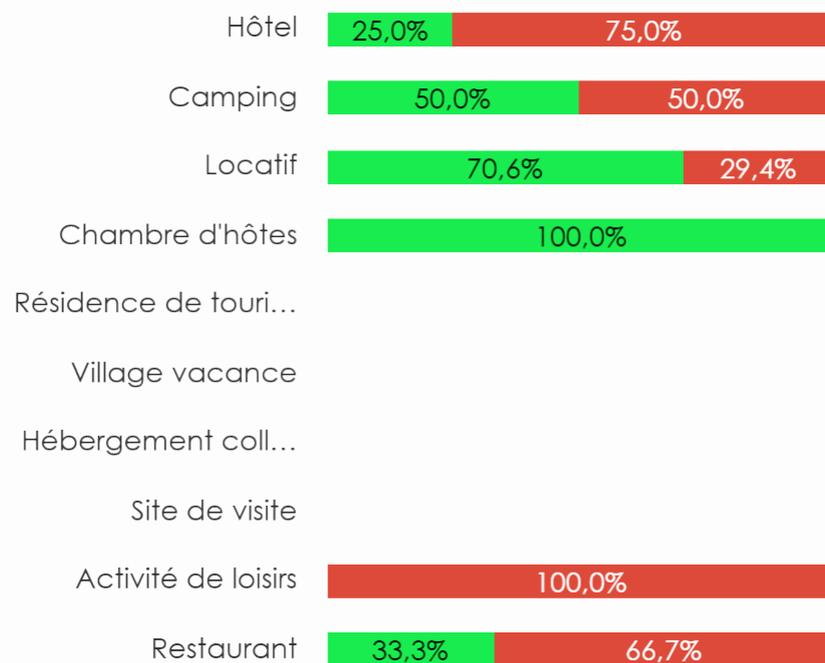
Fréquentation par rapport à 2022

↑ 26,5%

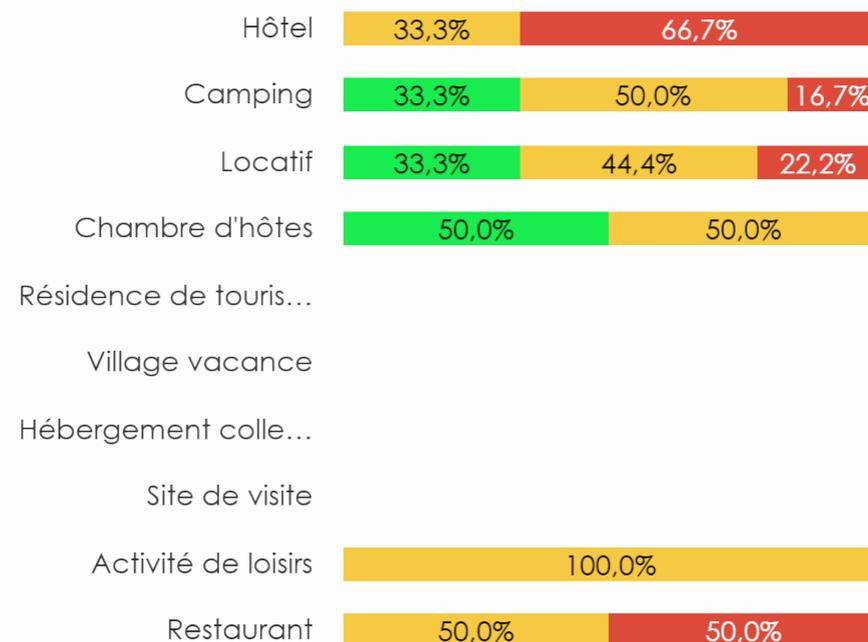
→ 47,1%

↓ 26,5%

Satisfaction par filière



Evolution de la fréquentation par filière



BILAN SEPTEMBRE: par type de clientèle

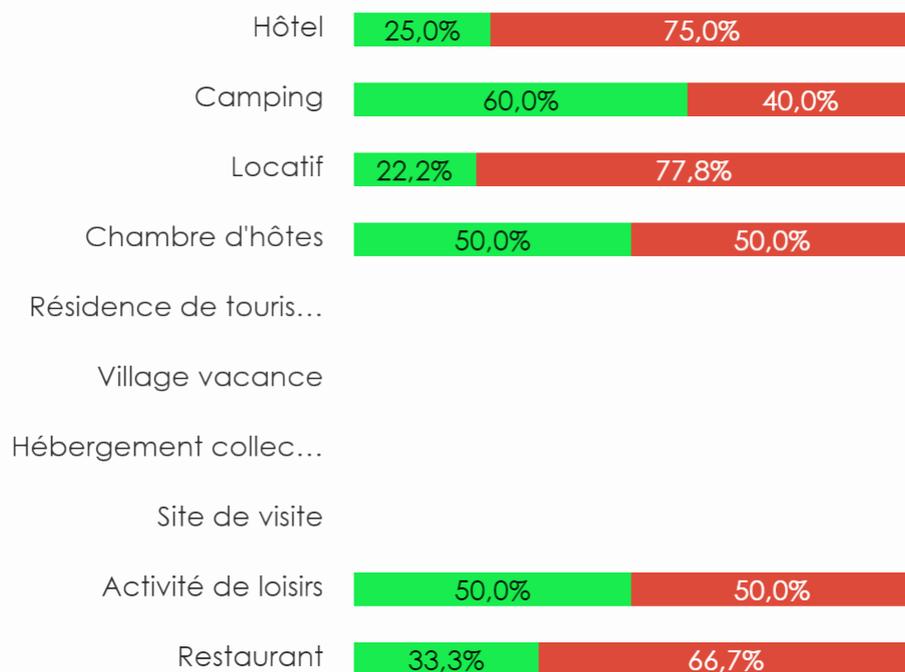
Clientèle Etrangère



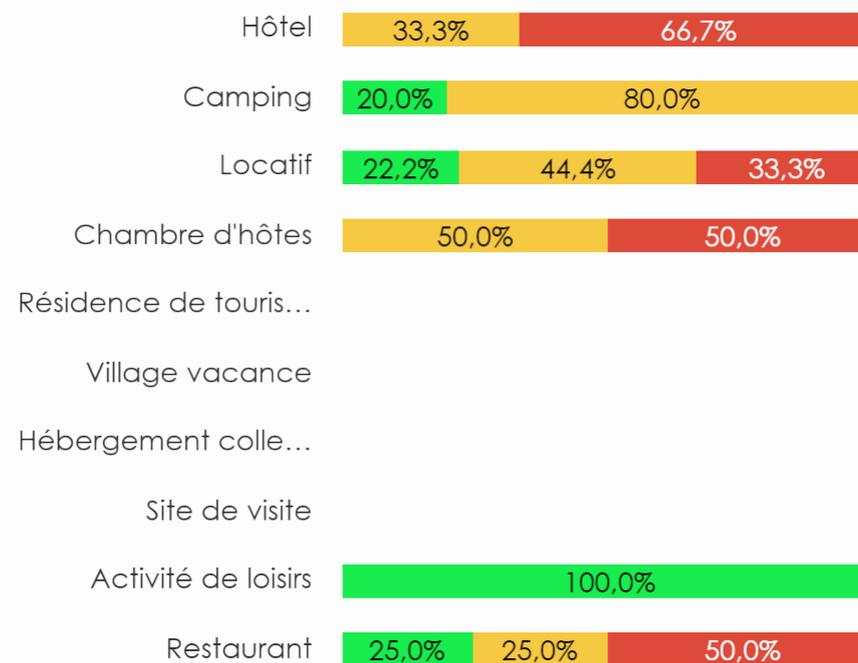
Fréquentation par rapport à 2022



Satisfaction par filière



Evolution de la fréquentation par filière



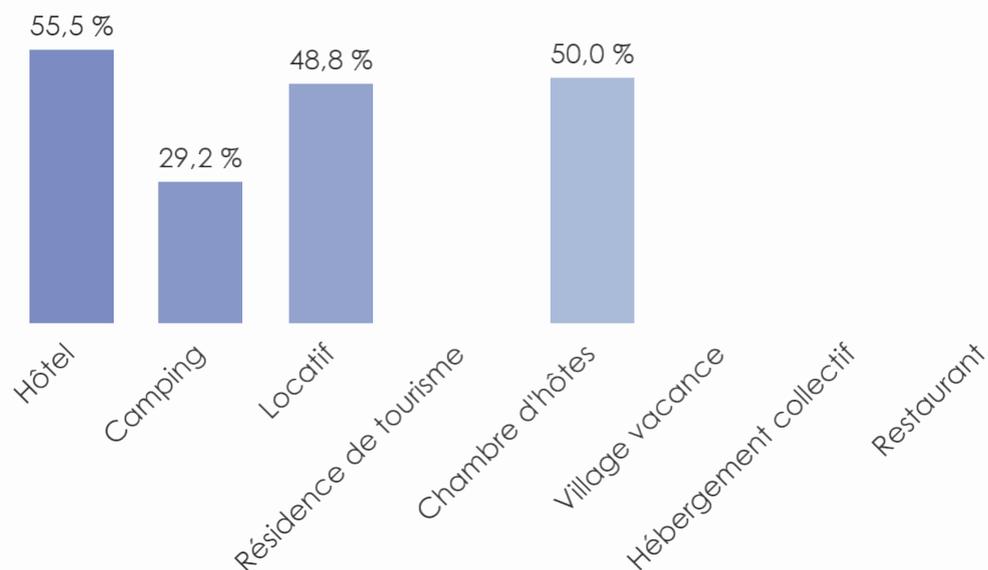
BILAN SEPTEMBRE: taux de remplissage

Taux de remplissage moyen
45,6%

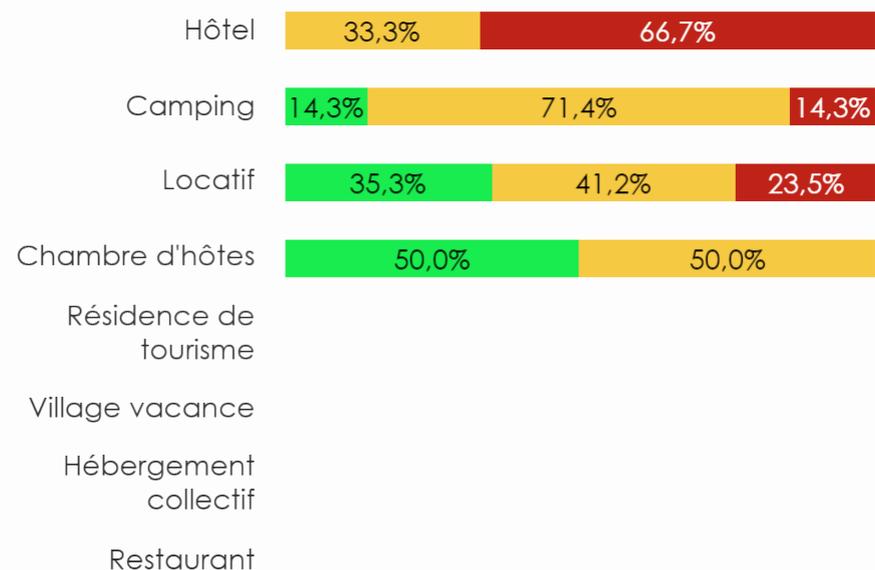
Taux de remplissage par rapport à 2022

↑ 27,6% → 48,3% ↓ 24,1%

Taux de remplissage par filière



Evolution du taux de remplissage par filière

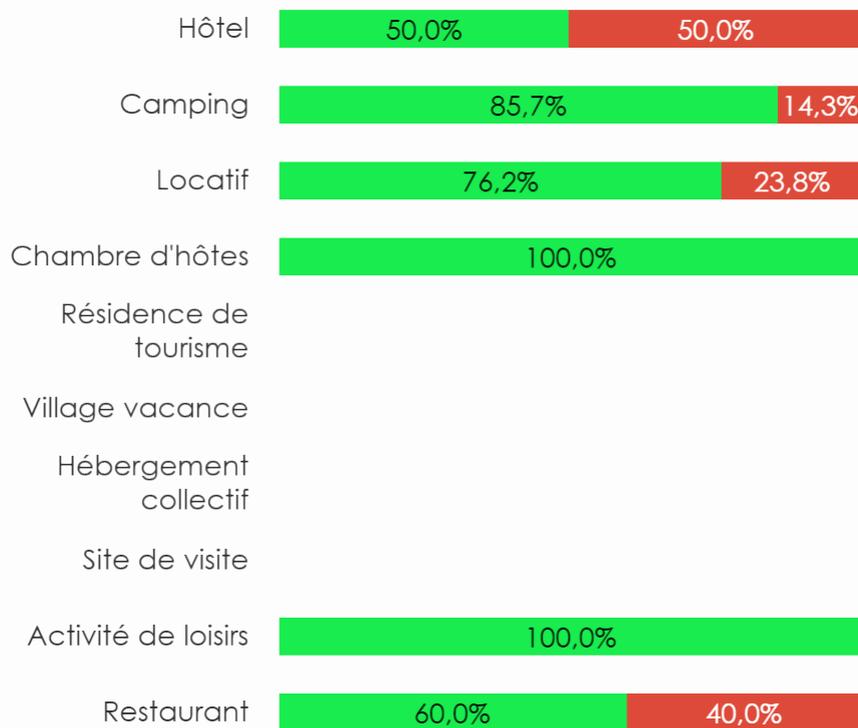


BILAN SAISON (avril à septembre)

SATISFACTION GLOBALE pour saison



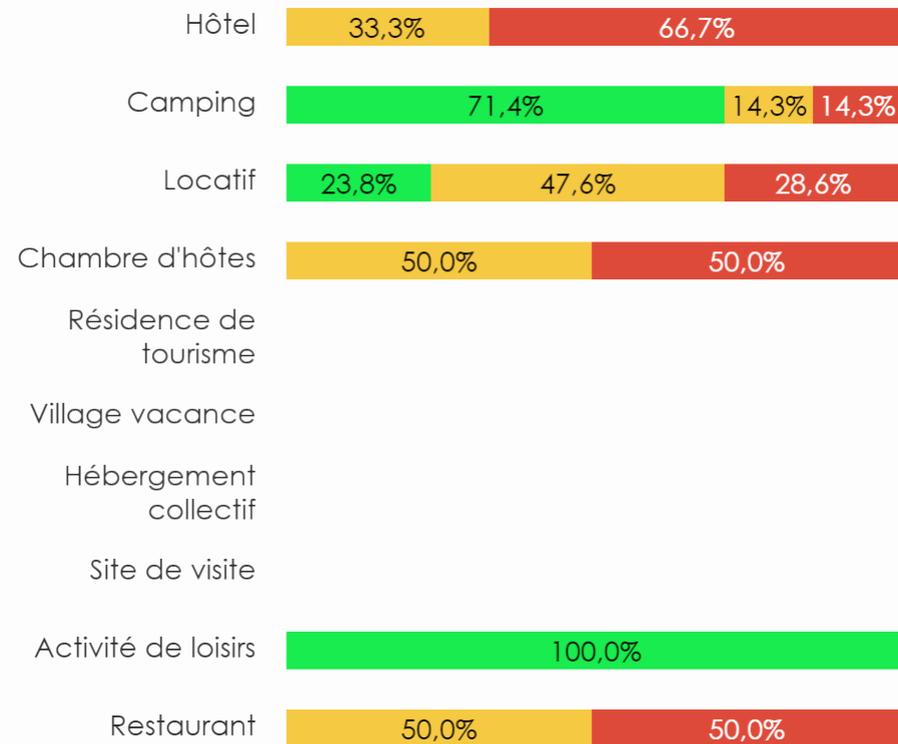
Satisfaction par filière



Fréquentation par rapport à 2022



Evolution de la fréquentation par filière



BILAN SAISON: par type de clientèle

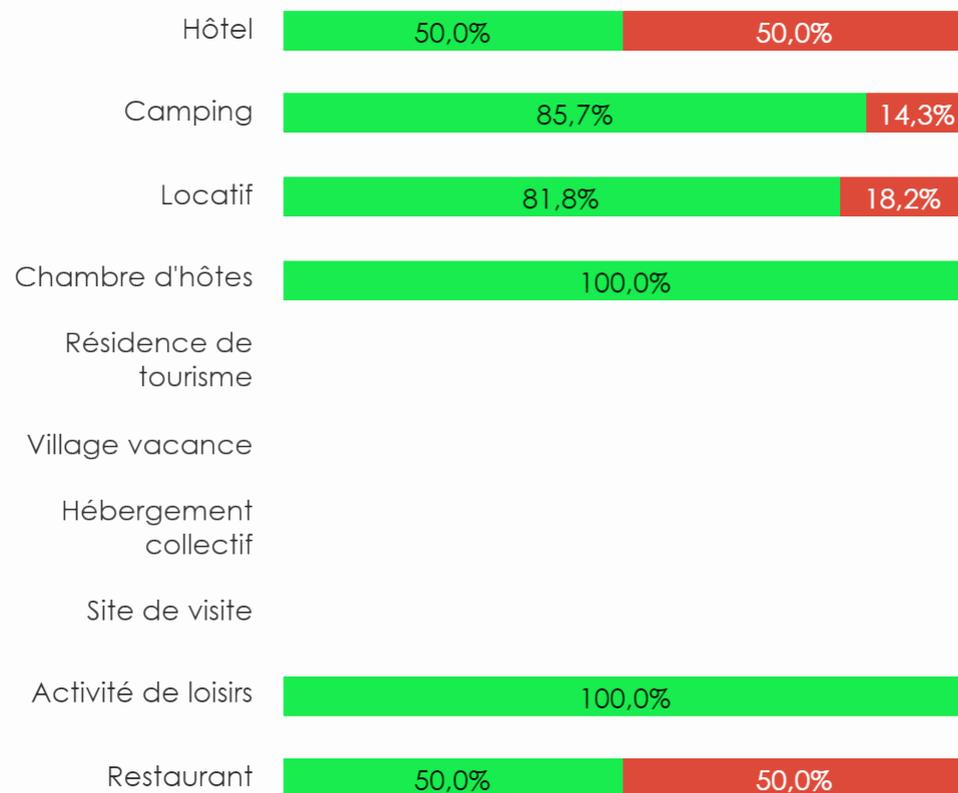
Clientèle Française



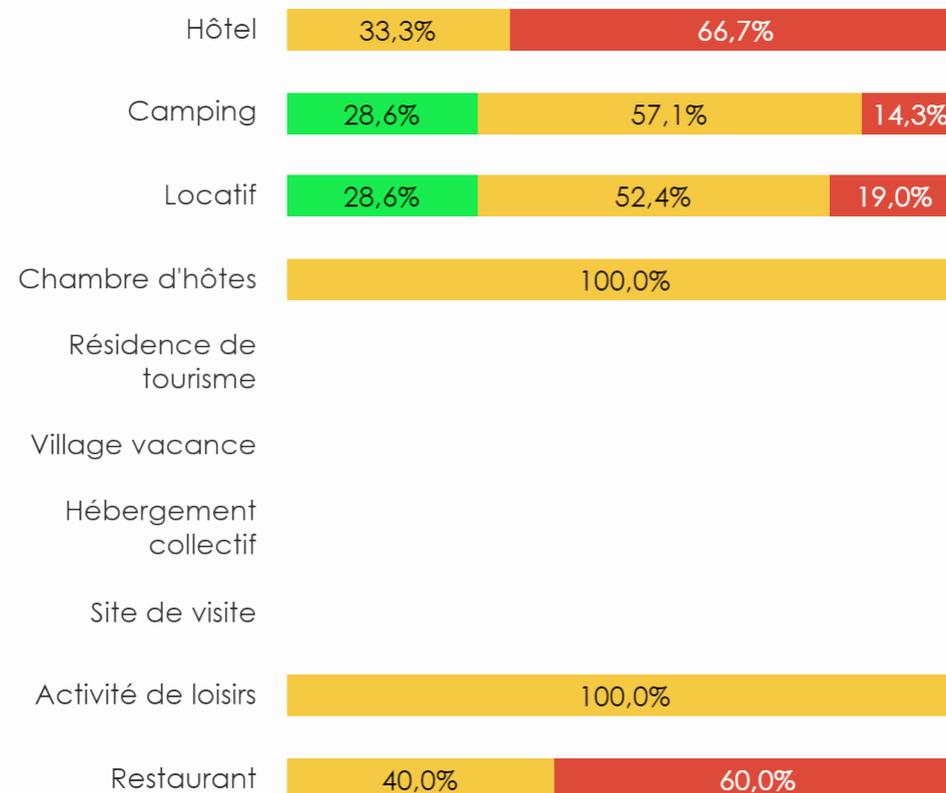
Fréquentation par rapport à 2022



Satisfaction par filière



Evolution de la fréquentation par filière



BILAN SAISON: par type de clientèle

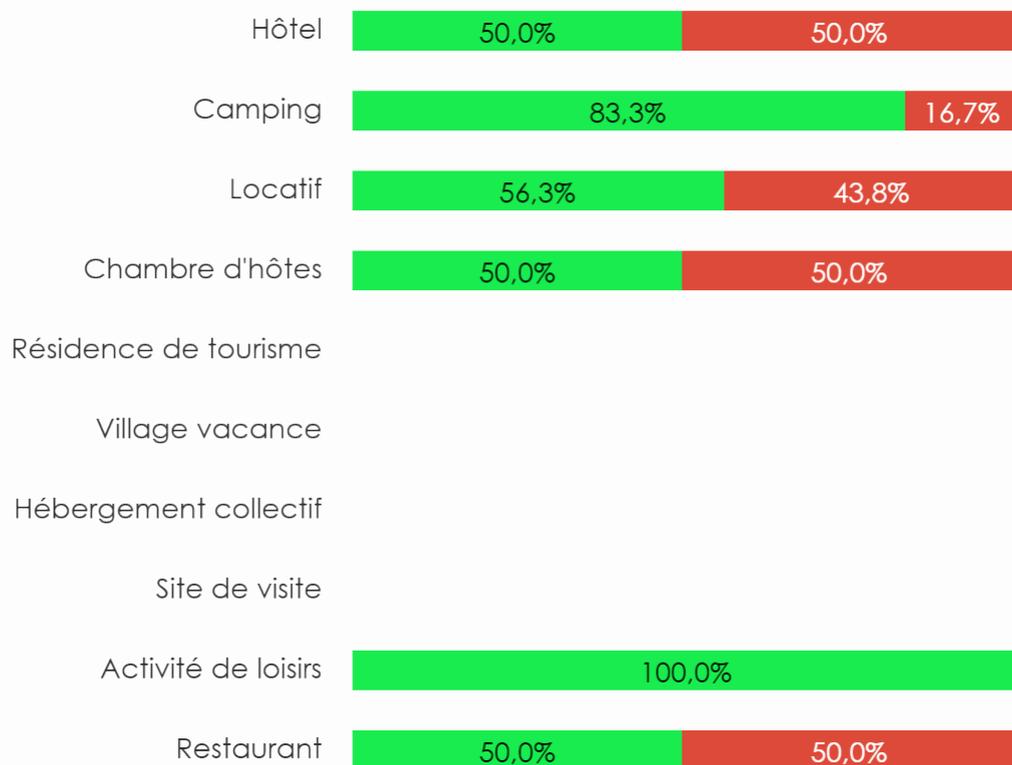
Clientèle Etrangère



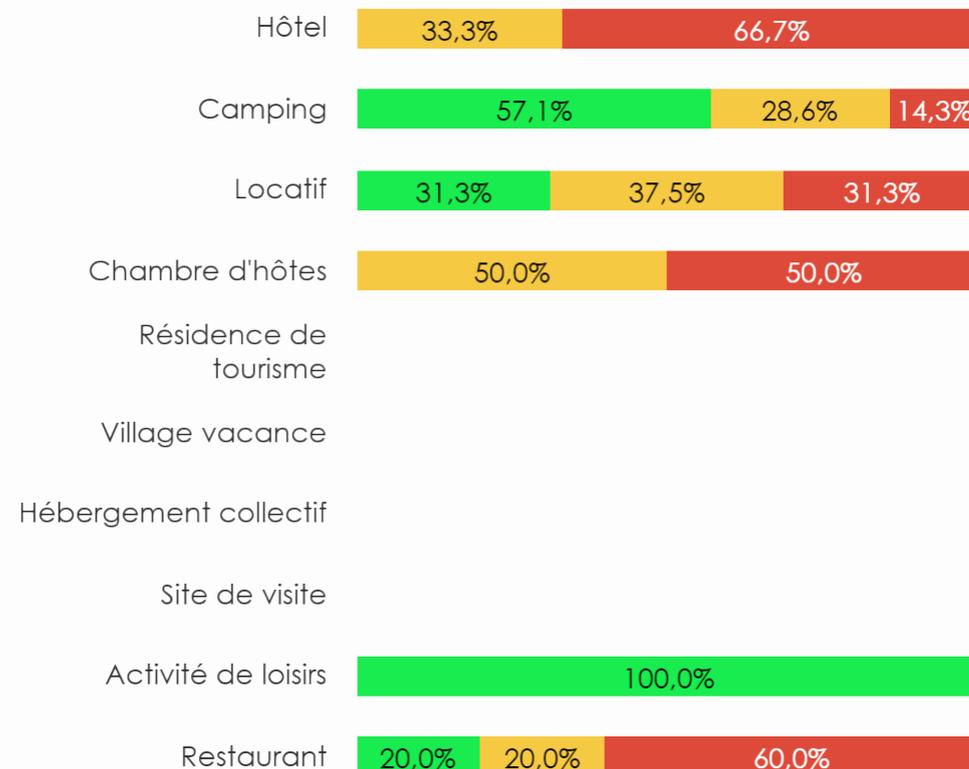
Fréquentation par rapport à 2022



Satisfaction par filière



Evolution de la fréquentation par filière

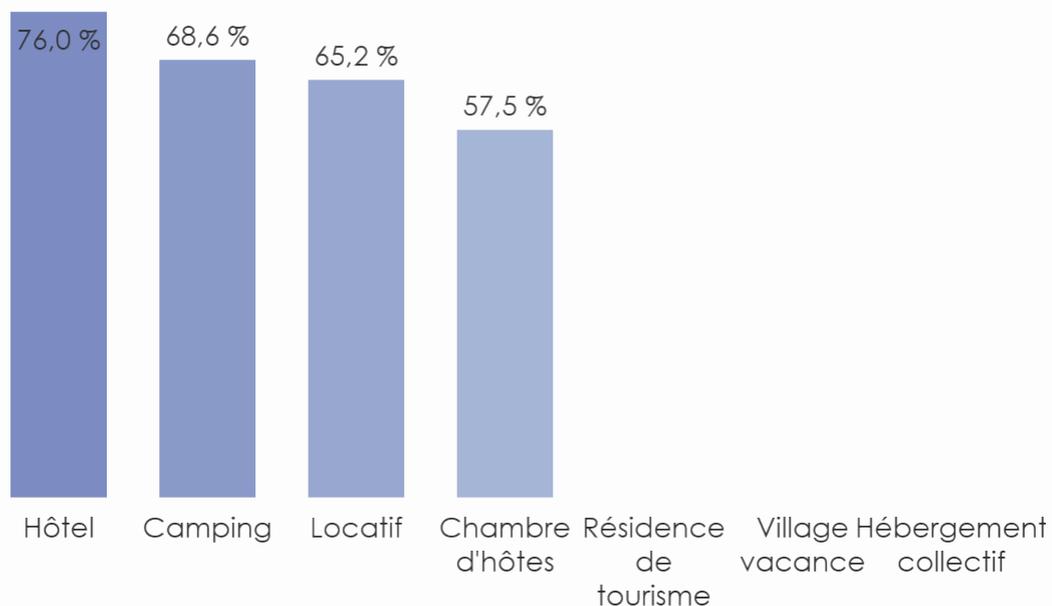


BILAN SAISON: taux de remplissage

Taux de remplissage moyen

66,7%

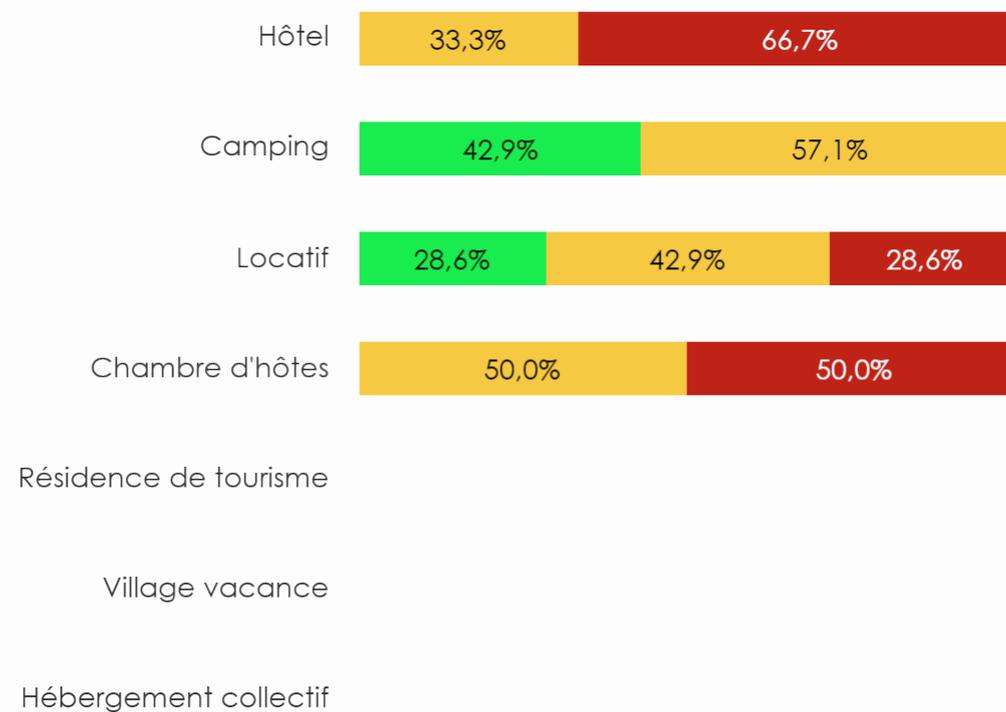
Taux de remplissage par filière



Taux de remplissage par rapport à 2022

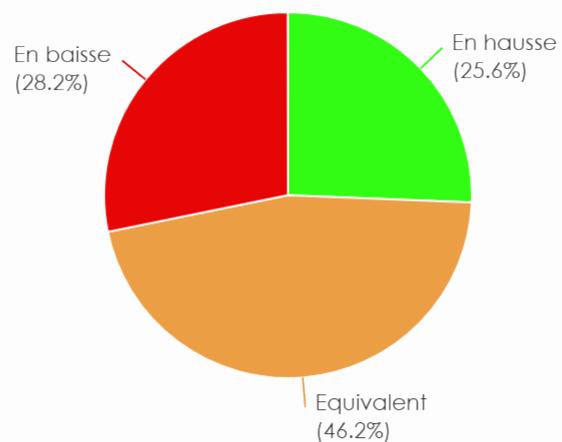
↑ 27,3% → 45,5% ↓ 27,3%

Evolution du taux de remplissage par filière



BILAN SAISON: chiffre d'affaires

Evolution du chiffre d'affaires

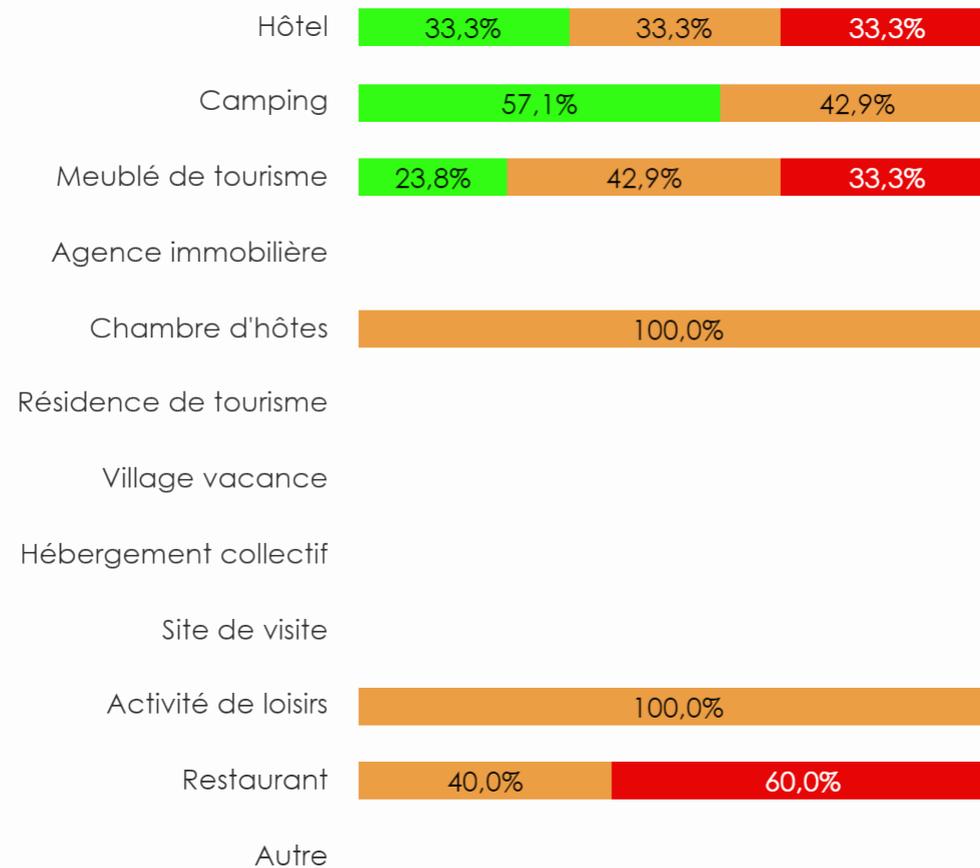


Moyenne CA en hausse 10,3%

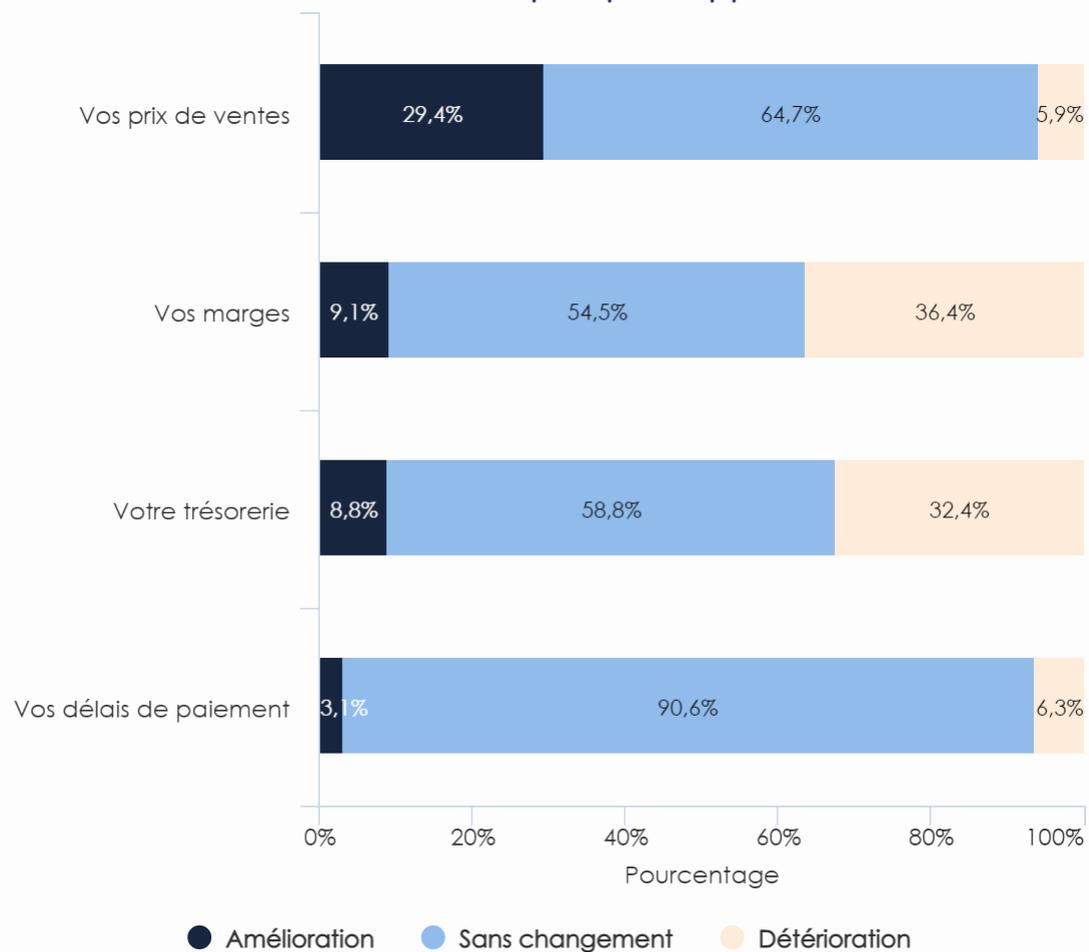
Moyenne CA en baisse 15,7%

Par filière

● En hausse ● Equivalent ● En baisse



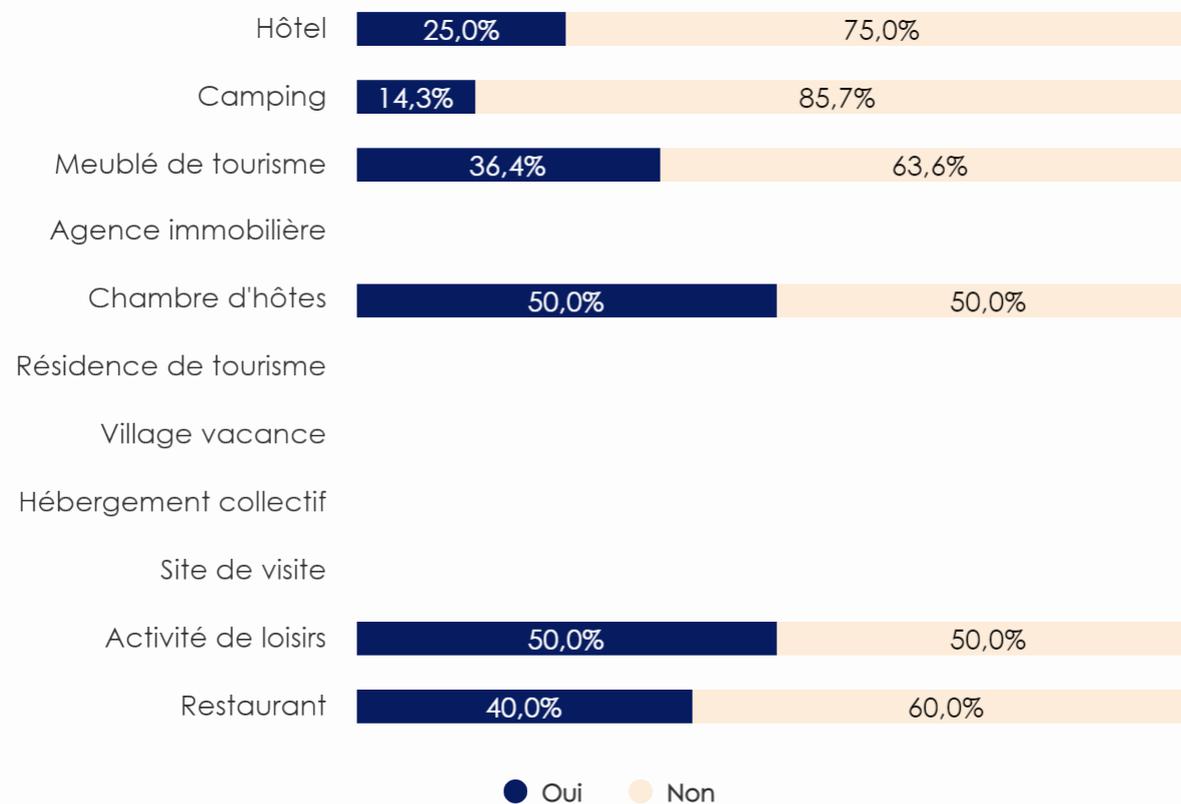
Evolution des indicateurs économiques par rapport à 2022



Offre tourisme durable

33,3% des répondants proposent une offre de tourisme durable

Par filière

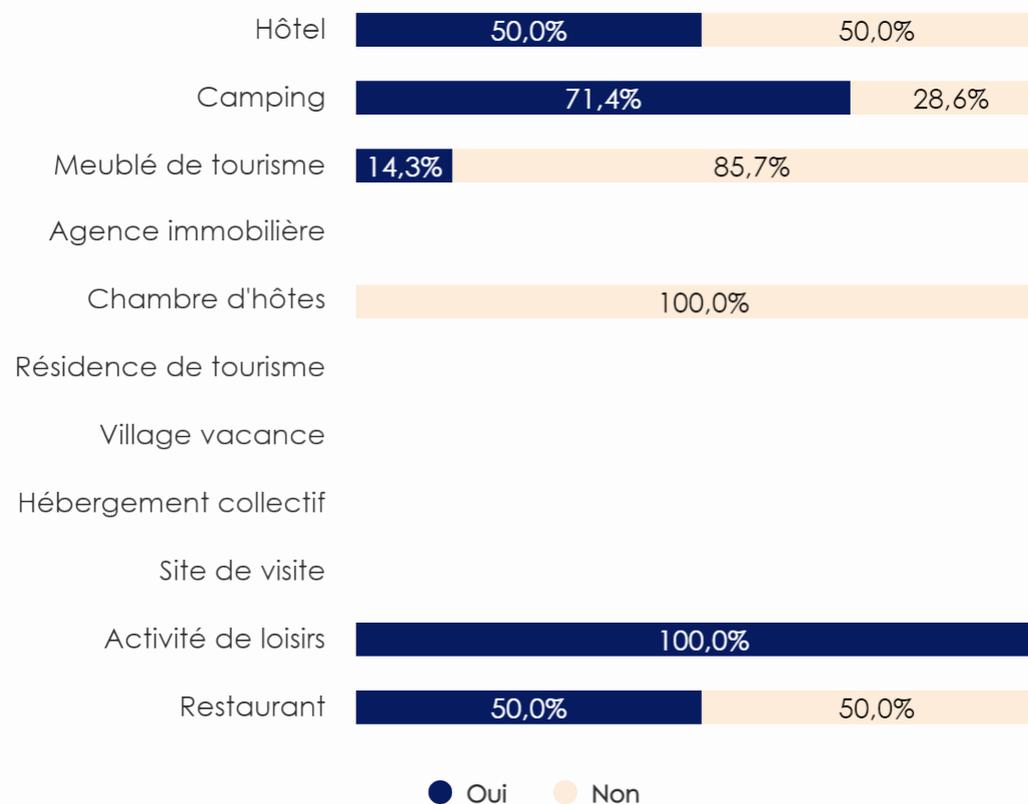


CHANGEMENTS de COMPORTEMENT

	Amélioration	Pas de changement	Diminution
			
Les réservations de dernière minute	39,4% <small>Fourcentage</small>	51,5% <small>Fourcentage</small>	9,1% <small>Fourcentage</small>
Les réservations longtemps en avance	29,7%	56,8%	13,5%
La recherche de promotions	45,8%	54,2%	0%
La dépense des touristes	0%	38,5%	61,5%
Sensibilité au tourisme durable	19,2%	69,2%	11,5%
La durée de séjour	7,9%	60,5%	31,6%

35% des répondants ont des difficultés de recrutement

Par filière

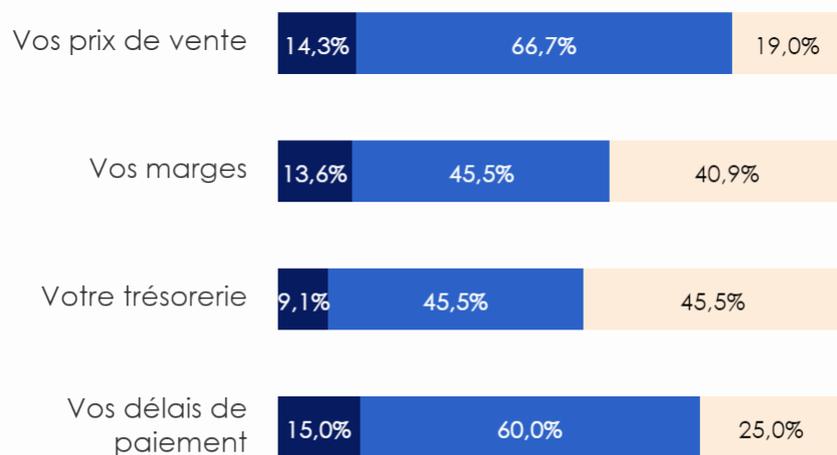
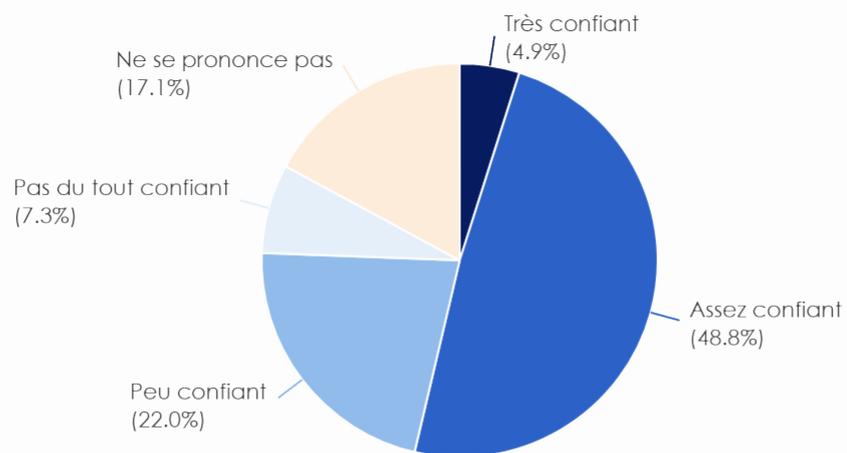


IMPACT DE LA HAUSSE DES PRIX

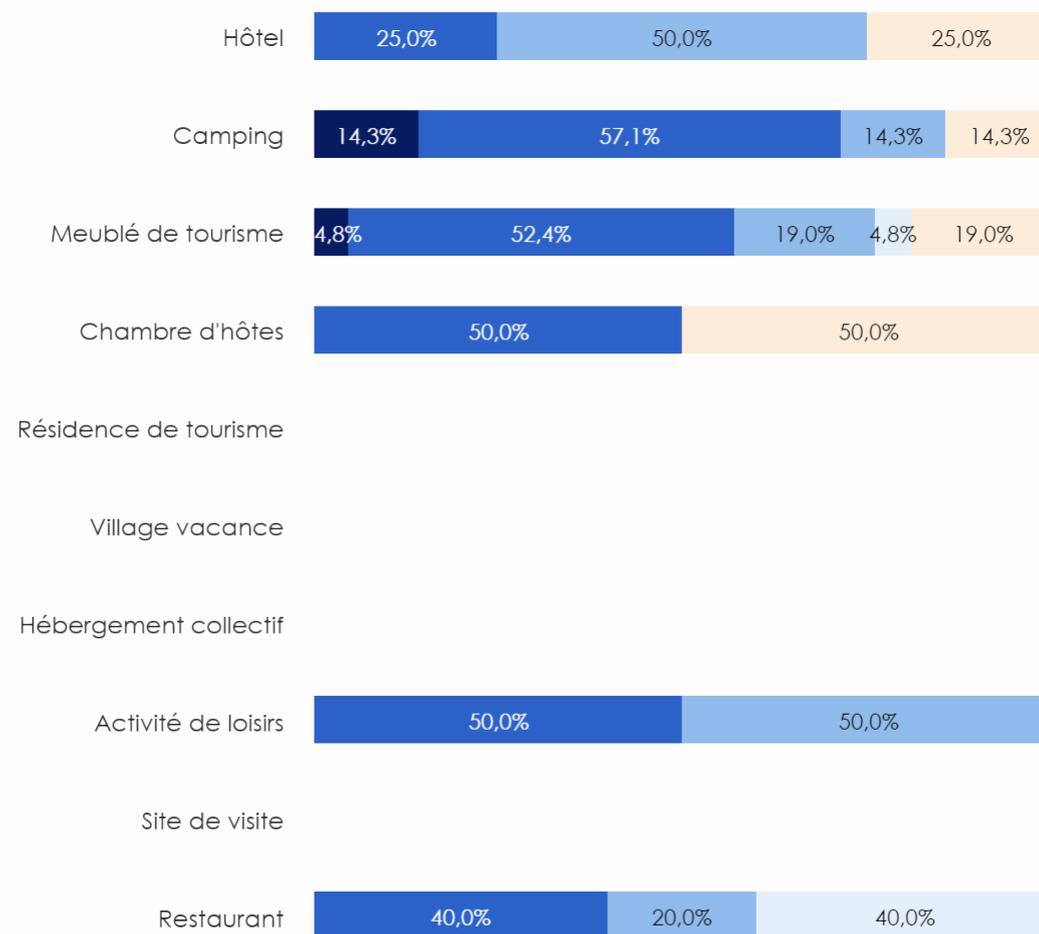
	Impact négatif	Pas d'impact
		
Sur la fréquentation française	45,0% <small>Pourcentage</small>	55,0% <small>Pourcentage</small>
Sur la fréquentation de proximité	35%	65%
Sur la fréquentation étrangère	27,5%	72,5%
Sur les réservations futures	37,5%	62,5%
Sur la durée de séjour	47,5%	52,5%
Sur le CA	43,6%	56,4%

INDICATEURS ECONOMIQUES A VENIR: perception des 6 prochains mois

Perspectives



● Amélioration ● Sans changement ● Détérioration

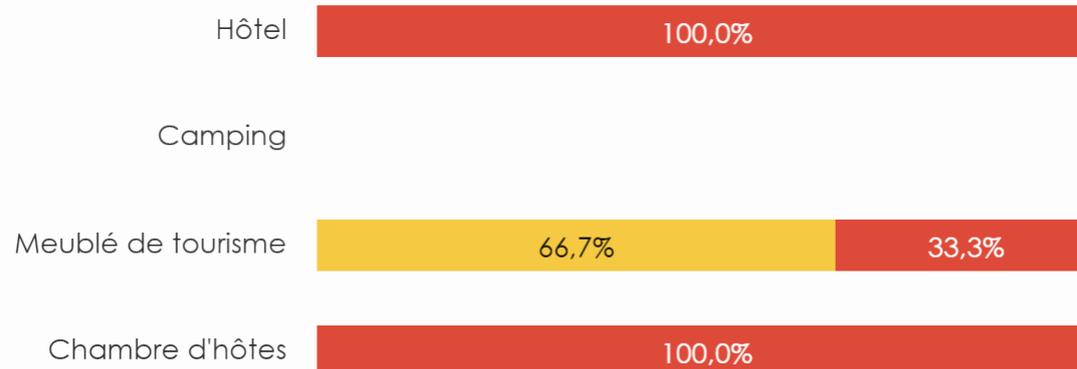


● Très confiant ● Assez confiant ● Peu confiant
 ● Pas du tout confiant ● Ne se prononce pas



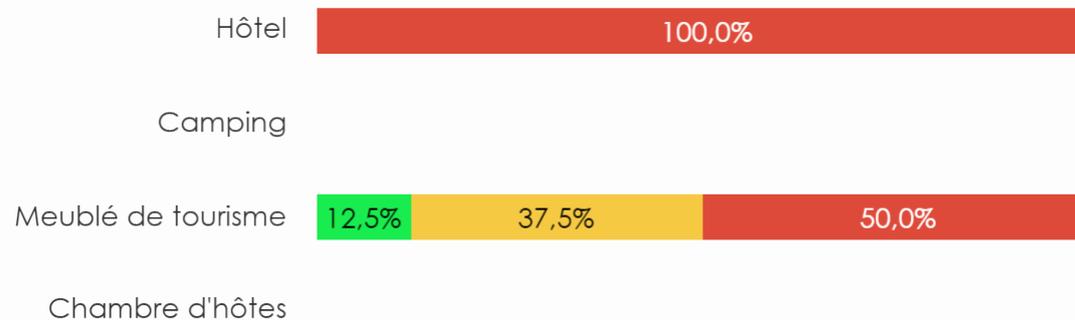
Tendance OCTOBRE par rapport à 2022

↑ 0% → 46,2% ↓ 53,8%



Tendance VACANCES de la TOUSSAINT par rapport à 2022

↑ 9,1% → 27,3% ↓ 63,6%



COMMENTAIRES

Commentaires



“

Création d'activité en avril 2023, et activité saisonnière d'avril à octobre

”

“

Une saison vraiment basse avec des personnes qui louent pour des séjours mais sans moyens pour venir se restaurer en extérieur ensuite. Toujours dans une demande de diminution de tarif. Énormément de vacances caf mais qui n'ont pas non plus les moyens de venir manger même de petites choses à l'extérieur de leur Mobil home. Une saison très compliquée d'un point de vue financier car les prix d'achats ont augmenté, l'électricité et le coût de l'eau également mais les prix de vente ne pouvaient pas augmenter énormément au vu de la crise financière et une diminution significative de vacanciers.

”

“

PAS DE LOCATION DU 1er OCTOBRE 2023 JUSQU'AU 1er MAI 2024

”

