

## Prolongation de l'activité touristique durant les vacances de la Toussaint

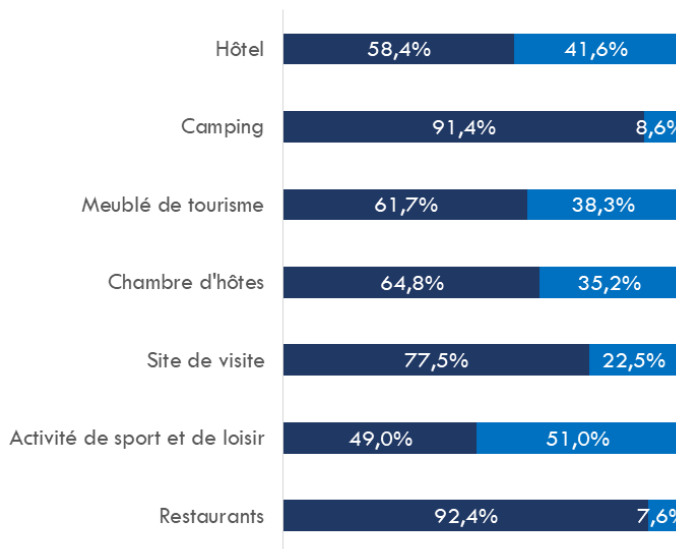


### Les avis sont globalement satisfaisants sur la période

- ♦ La météo a été favorable pour prolonger la saison
- ♦ Une activité touristique plus centrée sur l'intérieur: 57% des structures étaient encore ouvertes durant la période vs 41% sur le littoral.
- ♦ Le contexte économique n'a vraisemblablement pas eu d'impact sur la fréquentation: la pénurie de carburant (épisode intervenant à cette période) n'a pas entaché la fréquentation et le chiffre d'affaires pour respectivement 64% et 69% des professionnels. Même constat quant à la hausse des prix.

### Satisfaction par filière

■ Satisfait ■ Pas satisfait



### Fréquentation en hausse par rapport aux vacances de la Toussaint en 2021 avec des disparités:

- ♦ tendance à la baisse dans les hôtels (constatée sur l'intérieur; les structures du littoral mettent en avant une hausse) alors que la fréquentation est plutôt stable dans les autres filières hébergement. A noter: baisse avancée par les campings du littoral.
- ♦ L'activité a été équivalente dans les sites de visite ainsi que dans les sites d'activité de sport et de loisir
- ♦ 1 restaurateur sur 2 estime que la fréquentation a été meilleure qu'en 2021, surtout sur le littoral

## Un taux de remplissage en hausse par rapport à 2021

**TAUX DE REMPLISSAGE MOYEN 47%**

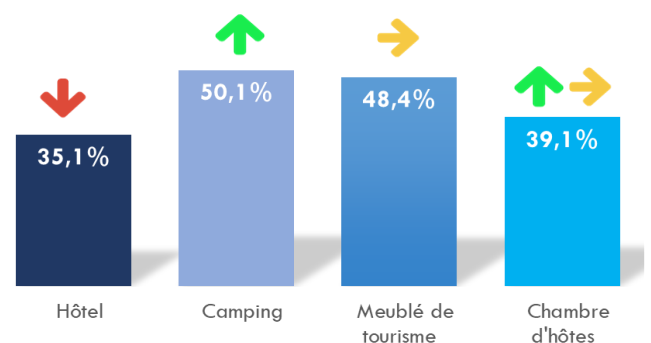
Taux plus élevé sur l'intérieur 58% // 41 % sur le littoral

pour 47% des hébergeurs

A noter:

- ♦ l'indice de satisfaction sur la hausse du taux de remplissage est plus élevé sur l'intérieur
- ♦ si 45% des hôteliers enregistrent un taux de remplissage inférieur à 2021, 44% notent une évolution positive notamment sur l'intérieur.

**TAUX de remplissage moyen**  
Tendance/2021





## Bonne représentation de la clientèle Française



78%

des professionnels sont satisfaits



Pour **38%** /2021



Pour **33%** /2021

Un taux de satisfaction plus élevé sur le littoral 80% 75% sur l'intérieur

Le bilan sur la clientèle française est favorable dans toutes les filières:

- ♦ des indices de satisfaction positifs dans les hébergements avec un comparatif à 2021 présentant des variations: si les touristes français ont été vus plus nombreux dans les campings, la fréquentation est plutôt inférieure dans les hôtels sauf sur le littoral où les professionnels ont noté une hausse
- ♦ leur présence est majoritairement équivalente à 2021 dans les autres modes d'hébergement ainsi que dans les activités de sport et de loisir et les sites de visite, même si dans cette dernière catégorie, 4 sites sur 10 ont noté une baisse
- ♦ la clientèle française semble avoir bien profité des restaurants: 1 restaurateur sur 2 a enregistré une fréquentation supérieure à 2021



## Bilan mitigé sur la présence de la clientèle étrangère



51%

des professionnels ont un avis positif



Pour **36%** /2021



Pour **34%** /2021

Un bilan mitigé qui se traduit par des avis divergents selon la zone:




- 56% des professionnels du littoral sont satisfaits (hôtels, campings, chambres d'hôtes), avec une hausse par rapport à 2021
- 62% des répondants de l'intérieur ne sont pas satisfaits ; un avis que l'on retrouve dans toutes les filières avec une fréquentation stable voire à la baisse par rapport à l'an passé

Les clientèles étrangères ont surtout été remarquées dans les campings alors que dans les autres domaines d'activité, la tendance est plutôt défavorable sur la période.




Toutes les filières en dehors des campings et de certains restaurants, constatent une fréquentation en baisse par rapport à 2021.

## Zoom sur :

### IMPACT de la hausse des prix

	Impact négatif	Pas d'impact	Impact positif
			
Sur la fréquentation française	34.8%	<b>62.8%</b>	2.5%
Sur la fréquentation étrangère	34.2%	<b>62.7%</b>	3.2%
Sur les réservations futures	28%	<b>63.3%</b>	3.7%
Sur la durée de séjour	31.3%	<b>65.1%</b>	3.6%
Sur le chiffre d'affaires	23.7%	<b>68.9%</b>	7.4%

### IMPACT de la pénurie de carburant

	Impact négatif	Pas d'impact	Impact positif
			
Sur la fréquentation	31.5%	<b>63.8%</b>	4.7%
Sur les salaires	9.2%	<b>90.8%</b>	0%
Sur le chiffre d'affaires	23.7%	<b>68.9%</b>	7.4%

Si la majorité des réponses montre que la hausse de prix et la pénurie de carburant n'ont pas eu d'impact, nous relevons que pour les professionnels situés sur le littoral, l'impact sur les différents items potentiellement touchés a été plus important.

METHODOLOGIE : les résultats présentés sont issus d'une enquête menée par Landes Attractivité du 4 au 9 novembre 2022, en concertation avec le CRTNA. Pour cette enquête, les professionnels ont été interrogés à partir d'un questionnaire commun visant à faire un bilan de la fréquentation touristique sur les vacances de la Toussaint.

235 professionnels landais ont répondu à l'enquête.

Note méthodologique : les pourcentages indiqués concernent l'avis des professionnels interrogés et non pas leur niveau d'activité. Ces résultats ne peuvent se substituer aux analyses quantitatives et qualitatives.