

## Analyse des demandes prospects\*

\* Demandes de documentation touristique avant le départ en vacances

### Demandes de documentation

Quantité totale de demandes	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept	TOTAL
2011	175	220	285	230	224	255	253	112	50	1804
2012	143	202	279	180	243	212	184	125	50	1615

Le nombre de demandes d'envoi de documentation est en repli. Comme l'an passé, on observe un comportement très différent des prospects comparativement à 2010 ou la majorité des demandes nous parvenaient entre janvier et mars. Les demandes s'étalent maintenant sur 6 mois (de février à juillet) et leur nombre est presque stationnaire.

### Demandes en hébergement

	Aire de camping car	Camping	Chambre d'hôtes	Hôtel	Locatif	Location mobil home/chalet	Village de vacances
Quantité totale de demandes	0,75%	17,16%	10,45%	10,95%	<b>33,33%</b>	11,19%	11,94%

Les demandes relatives à l'hébergement correspondent à 42% des demandes totales.

Les demandes d'hébergement en Village Vacances et locatif sont en hausse de 3% par rapport à 2011. Les demandes de locatif en camping baissent de 1,5 points alors que celles pour des emplacements augmentent de 2%.

### Demandes d'activités et loisirs

	Activités nautiques	Animations	Gastro	Info pratiques	Pêche	Pistes cyclables / vélo	Rando pédestre	Sites naturels	Visites	Autres loisirs / activités
Quantité totale de demandes	0,3%	<b>20,22%</b>	0,3%	<b>33,11%</b>	0,61%	0,8%	0,5%	18,5%	<b>24,5%</b>	1,93%
Total										

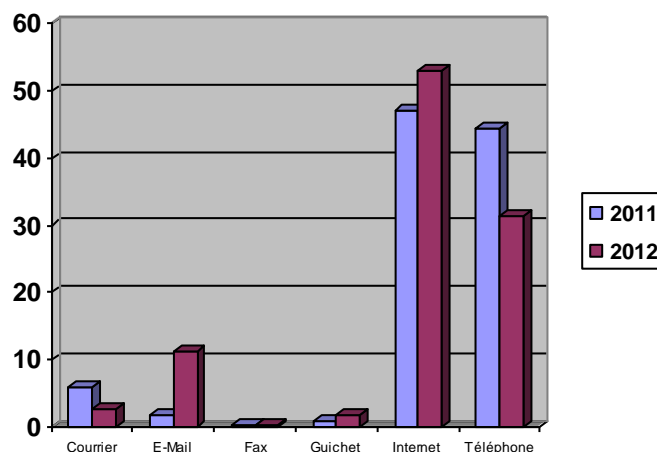
Un tiers des demandes se porte d'abord sur les informations pratiques, viennent ensuite les visites touristiques et les animations. Les activités nautiques, la pêche, le vélo et la rando représentent chacun moins de 1% des demandes. Les prospects utilisent principalement Internet pour s'informer.

### Modes de Contacts

%	Courrier	Fax	Guichet	Internet	Tél
2011	2,79	0,23	1,71	64,08	31,19
2012	1,92	0,25	1,42	<b>72,88</b>	23,53

Le nombre de demandes par courrier et par téléphone est en constante diminution au profit des demandes par internet. On notera que presque les trois quarts des demandes sont faites en ligne.

Le nombre de connexion à [www.soustons.fr](http://www.soustons.fr) est en hausse de 18,5 % par rapport à 2011. Bien que les informations nécessaires à la préparation d'un séjour soient sur notre site, les clients réclament toujours des brochures papier avant leur départ.



## Répartition par régions françaises

	Aquitaine	Bretagne	Centre	Poitou Charentes	Île de France	Midi-Pyrénées	Nord-Pas de Calais	Pays de la Loire	Provence-Alpes-Côte d'Azur	Rhône-Alpes
Quantité totale de demandes	13,27%	4,33%	4,96%	5,52%	<b>14,32%</b>	9,22%	4,19%	7,26%	7,26%	10,96%
<b>Total</b>										

3 régions concentrent l'essentiel de notre clientèle : l'Aquitaine, l'Île de France, Rhône Alpes. Ce sont nos bassins émetteurs de clientèle traditionnels mais il faut noter que **pour la seconde année, l'Île de France est en tête des demandes de documentation, devant l'Aquitaine.**

## Répartition par pays

Nombres de prospects par pays				
	Allemagne	Belgique	Espagne	France
Quantité totale de demandes en %	0,53	1,21	0,34	<b>97,24</b>

Evidemment, notre clientèle est essentiellement constituée de français. Nos demandes étrangères arrivent principalement de Belgique et d'Allemagne.

## Fréquentation de l'Office de Tourisme

	Juin		Juillet		Août		Septembre	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Nbre visiteurs								
<b>Total</b>	<b>2130</b>	<b>1991</b>	<b>7214</b>	<b>7069</b>	<b>7616</b>	<b>8442</b>	<b>2148</b>	<b>2003</b>

L'Office de Tourisme a accueilli un peu moins de visiteurs en juin et juillet (- 4%). C'est une baisse contenue au regard de la mauvaise fréquentation enregistrée par les hébergeurs. Nous enregistrons par contre au mois d'août une hausse de 10% de fréquentation. Une longue période de canicule couplée à une baignade dangereuse ont sûrement incité les estivants à nous rendre visite.  
**A retenir : L'OT enregistre une hausse de 3% de sa fréquentation sur les 3 mois.**

## Fréquentation chez les hébergeurs

### Meublés de tourisme

Taux de remplissage	Juillet		Août	
	2011	2012	2011	2012
%	63	55,64	81,3	80,45

Le remplissage est en forte baisse en juillet. Août enregistre un très léger fléchissement.

### Camping L'Arial

Taux de remplissage	Juillet	Aout	Septembre
	2012	2012	2012
Locatif %	80	95	65
Emplacements %	65	85	45

Le camping l'Arial a subi une baisse d'activité sur l'ensemble de la saison. On notera qu'il n'a jamais été complet en locatif. Les emplacements ont été complets pendant 10 jours cette année contre 3 semaines l'année dernière. La clientèle a raccourci ses séjours. Le mois de Septembre est en baisse sensible, il y a eu très peu de passage. Ce mois finit tout de même avec l'accueil de 400 participants du tournoi de football Total 2012.

## Framissima Nature

Taux de remplissage	Juillet		Août		Septembre	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012
%	100	90	100	100	70	70

Face à la volonté affichée par 67% des Français de partir en vacances dans l'hexagone, l'enseigne a mis en avant cette année ces villages en France. Les réservations ont néanmoins pourtant été tardives et Framissima enregistre une baisse de ses résultats en juillet malgré des promotions. La clientèle est en grande majorité composée de familles avec 2, 3 parfois 4 jeunes enfants. Le club enfant a été cette année encore très fréquenté. Les excursions proposées par le village sont en progression.

## Chambres chez l'habitant

Taux de remplissage	Juillet		Août	
	2011	2012	2011	2012
%	71	75	91	<b>96</b>

Les chambres enregistrent une nouvelle hausse (+4,5%) confirmant la tendance enregistrée l'année passée (+7%). La durée moyenne des séjours est de 3 nuitées. Cette formule remporte un vrai succès au mois de juillet malgré la conjoncture défavorable.

## Villages de Vacances

Taux de remplissage %	Juillet		Août	
	2011	2012	2011	2012
ODALYS	90	80	100	100
BELAMBRA PINSOLLE	95	75	98	100
TOURISTRA	90	90	100	100
BELAMBRA PIGNADA	75		85	
PIERRE ET VACANCES	85	85	95	100
<b>Moyenne</b>	<b>87</b>	<b>82,5</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

Les Villages de Vacances obtiennent un bon taux de remplissage mais grâce à des réductions proposées au mois de juillet. Le budget moyen de la clientèle est en baisse de 20% dans certains Villages. Le mois d'août est satisfaisant ainsi que la première quinzaine de septembre boostée par une météo très favorable (100% de remplissage pour certains Villages). Les Villages Vacances et Résidence sortent leur épingle du jeu, même si le chiffre d'affaire est à la baisse, la fréquentation est bonne cette année.

## Hôtels

Taux de remplissage %	Juillet 2011	Juillet 2012	Août 2011	Août 2012
HOTEL DEHIOU	84	80	89	92
HOTEL DU CENTRE	80	77	91	90
LES GOURMANDINES	86	74	92	95
HOTEL DU LAC	72	80	81	98
L'AUBERGE DU SOLEIL	80	68	89	92
L'AUBERGE DES PINS	85	60	91	94
<b>Moyenne</b>	<b>81</b>	<b>73</b>	<b>89</b>	<b>93,5</b>

L'hôtellerie réalise une saison en demi-teinte avec des taux de remplissage en baisse en juillet et en augmentation en août. La durée des séjours est signalée en baisse.

## CE QU'IL FAUT RETENIR

### En France

La baisse des nuitées constatée à mi-août affecte surtout les meubles (-10%), suivis de l'hôtellerie de plein air (-7%). Seuls les villages de vacances enregistrent une hausse de 2%. Depuis début juillet, 35% des ventes des opérateurs se sont faites grâce à des promotions (contre 30% environ à la même époque en 2011). Avec la crise, les Français continuent de se serrer la ceinture, réduisant leurs dépenses annexes (restaurants, achats, sorties, etc.).

Avec un recul des nuitées estimé à 5 % par rapport à la saison 2011, la saison estivale 2012 aura été en demi-teinte, pénalisée à la fois par une météo maussade en juillet, partiellement compensée en août et une conjoncture économique incertaine. La clientèle française est en recul : si les Français ont essayé de préserver leur départ, ils ont raccourci leurs séjours et donc leurs nuitées (- 2,8 % par rapport à la saison 2011). La fréquentation des clientèles internationales est, à l'inverse, en hausse de 2,2 % par rapport à la saison 2011.

L'ensemble des professionnels du tourisme semble avoir souffert d'un budget vacances souvent en berne et, indirectement, du contexte économique incertain. Par ailleurs, depuis juillet les touristes ont dû faire face à la hausse des prix des carburants.

### En Aquitaine

2012 en demi-teinte.

Une haute saison toutefois satisfaisante. Si les deux tiers des professionnels constatent une avant saison moins bonne qu'en 2011, 57% d'entre eux restent satisfaits de la haute saison, autrement dit, la période allant du 15 juillet à fin août. Selon eux, les ventes de dernières minutes leur ont permis de sauver la période estivale. Un procédé utilisé par de plus en plus de vacanciers qui partent à la recherche des bons plans en raison de leur budget limité. Les habitants de la région ont privilégié les vacances dans la famille plutôt que des départs à l'étranger ou des locations dans la région.

Les britanniques sont les premiers clients étrangers pour cette saison 2012, suivi par les Allemands, plus nombreux sur le littoral. Alors que la saison 2011 avait été exceptionnelle, cette année le tourisme en Aquitaine se traduit par une baisse de l'activité; les professionnels comptent sur l'arrière-saison pour améliorer leurs résultats.

### A Soustons

A retenir en 2012, les résultats en baisse des hébergements toutes catégories confondues, correspondant pour certains à la tendance relevée sur l'Aquitaine. Seules les chambres chez l'habitant réalisent une excellente saison estivale avec une augmentation de leur fréquentation en juillet et août. Les réservations de dernière minute sont très pratiquées.

#### Budgets resserrés

Comme évoqué plus haut, une fois l'hébergement payé, les touristes « se serrent la ceinture » et le niveau des dépenses reste faible. On notera que la durée des séjours est en baisse chez la plupart des hébergeurs.

Les restaurants, loisirs et bars observent une réduction sensible de la consommation comme l'an passé.

Il faut noter cette année la présence de nombreux étrangers, en particulier anglais et espagnols. Ces derniers, dont les séjours s'établissaient surtout en avril, semblent venir à toutes périodes, même l'été.