

LANDE  
Attractivité

# BILAN LA SAISON TOURISTIQUE 2023



# SOURCES

*Débrief Equipe OIT*

*Enquêtes Agence Landes Attractivité*

*Flux vision / Orange*

Flux vision permet de convertir des millions de données techniques de l'opérateur Orange en données statistiques permettant une analyse de la fréquentation

# APPROCHE COTÉ PRESTATAIRES

# Ont répondu

15 prestataires d'activités et visites *(sur 61)*

5 restaurants *(sur 29)*

62 propriétaires de meublés *(sur 134)*

2 chambres d'hôtes *(sur 3)*

7 résidences de tourisme et VV *(sur 9)*

4 hôtels *(sur 11)*

8 campings *(sur 12)*

1 agence immobilière *(sur 5)*

**110 partenaires  
(42%)**

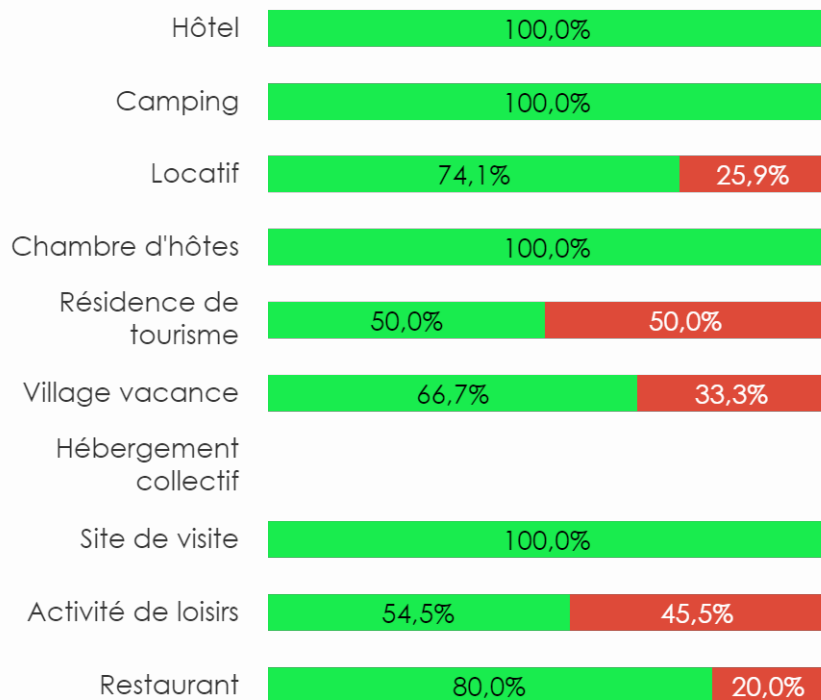
# BILAN DE LA SAISON : AVRIL A SEPTEMBRE

LANDES

## SATISFACTION GLOBALE pour saison



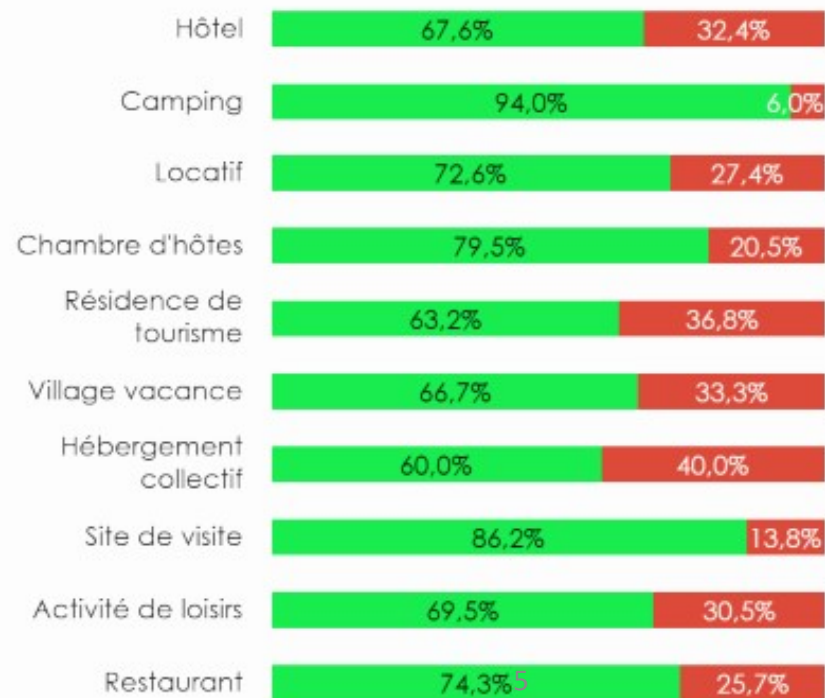
### Satisfaction par filière



## SATISFACTION GLOBALE pour saison



### Satisfaction par filière



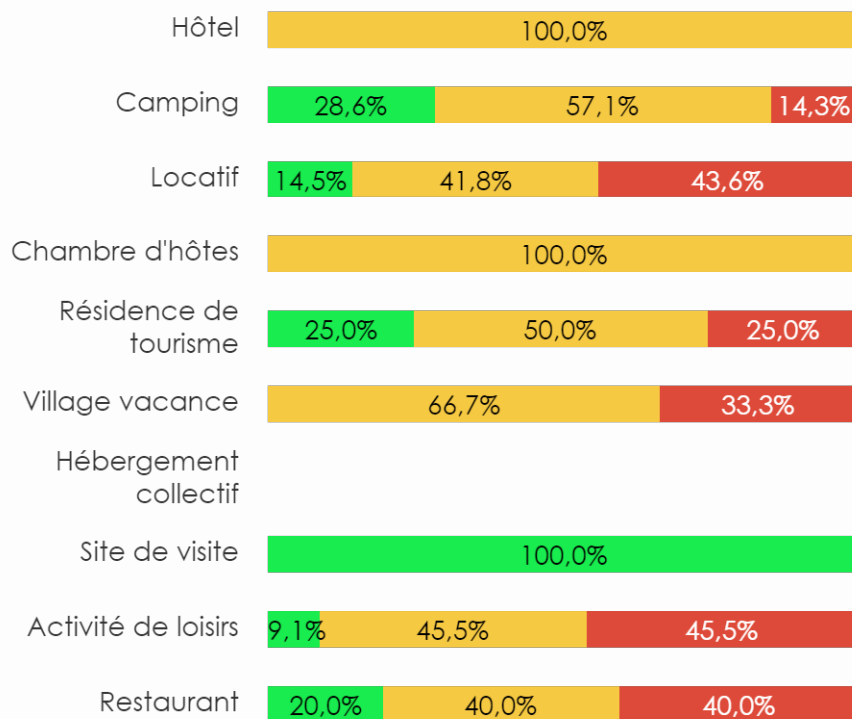
# BILAN DE LA SAISON : AVRIL A SEPTEMBRE

**LANDES**

## Fréquentation par rapport à 2022

↑ 18%    → 46%    ↓ 36%

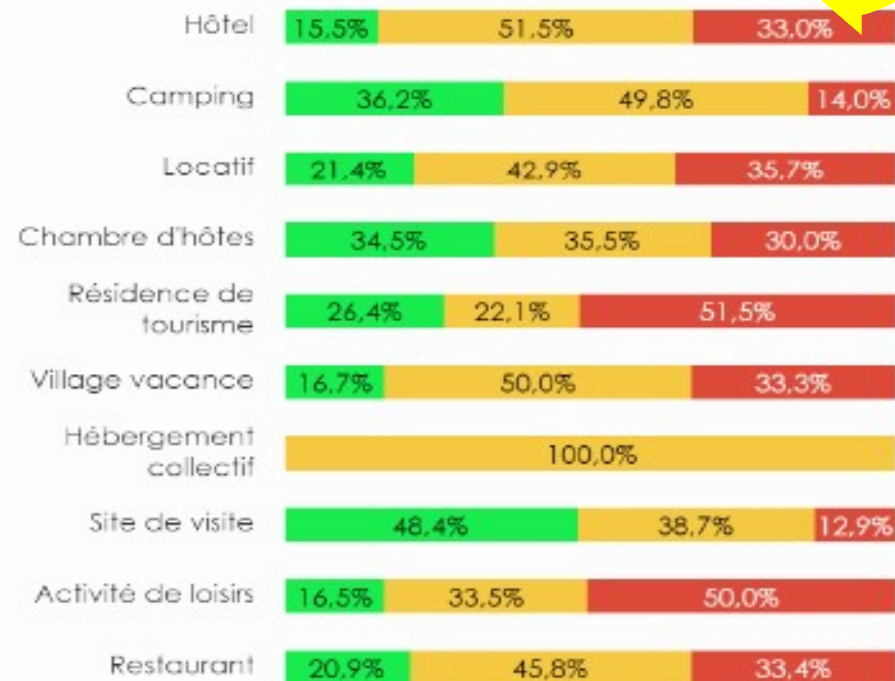
### Evolution de la fréquentation par filière



## Fréquentation par rapport à 2022

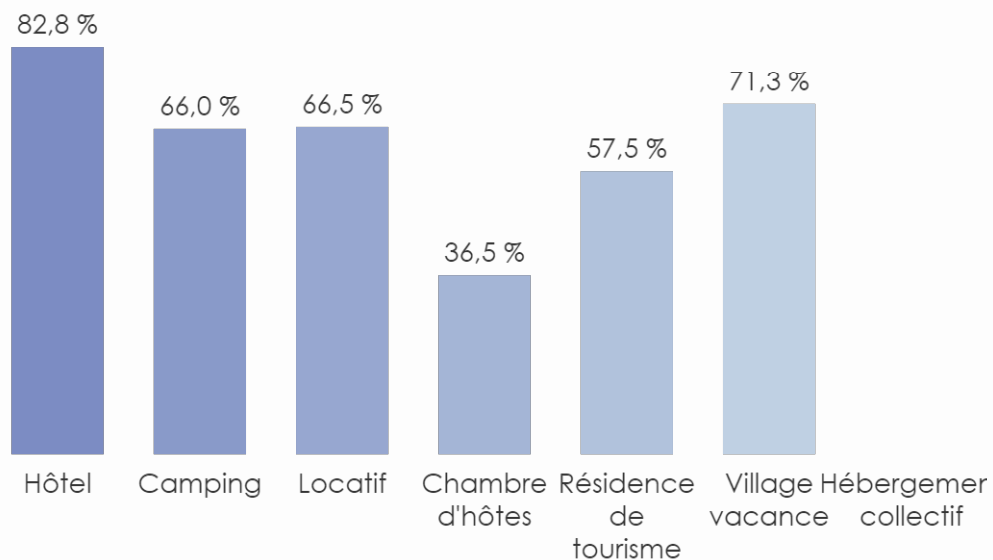
↑ 26,2%    → 44,6%    ↓ 29,2%

### Evolution de la fréquentation par filière



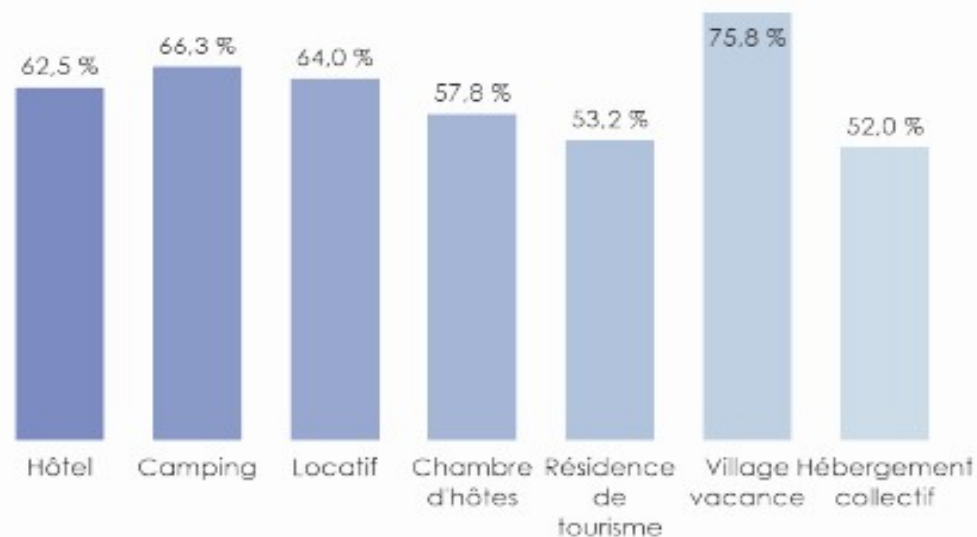
Taux de remplissage moyen  
**66,3%**

Taux de remplissage par filière



Taux de remplissage moyen  
**64,6%**

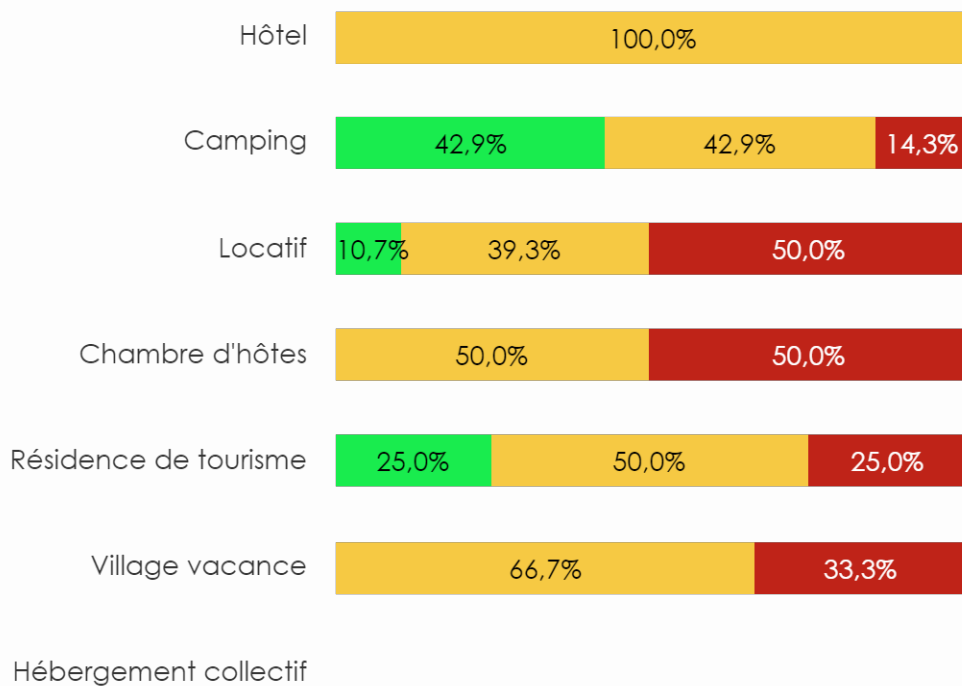
Taux de remplissage par filière



### Taux de remplissage par rapport à 2022

↑ 13,2% → 44,7% ↓ 42,1%

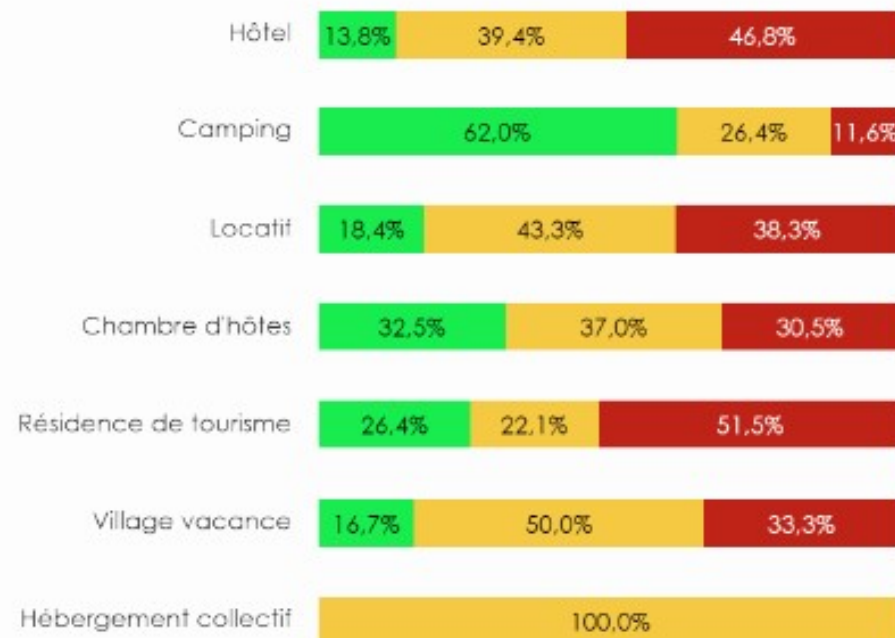
Evolution du taux de remplissage par filière



### Taux de remplissage par rapport à 2022

↑ 41,2% → 33,8% ↓ 25,1%

Evolution du taux de remplissage par filière

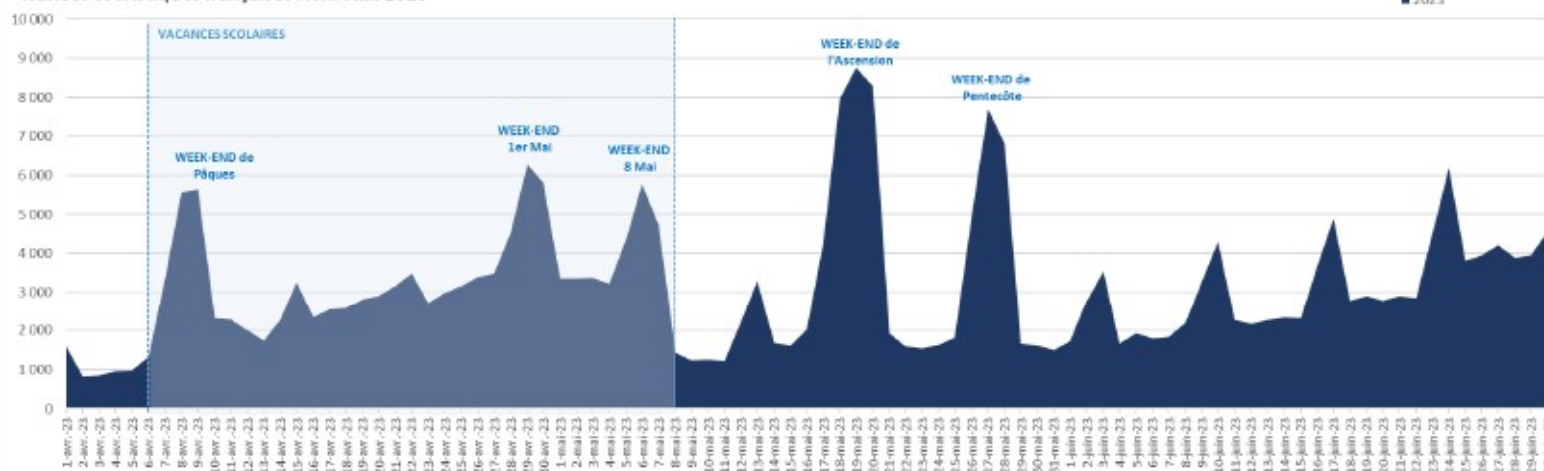




## LES NUITEES

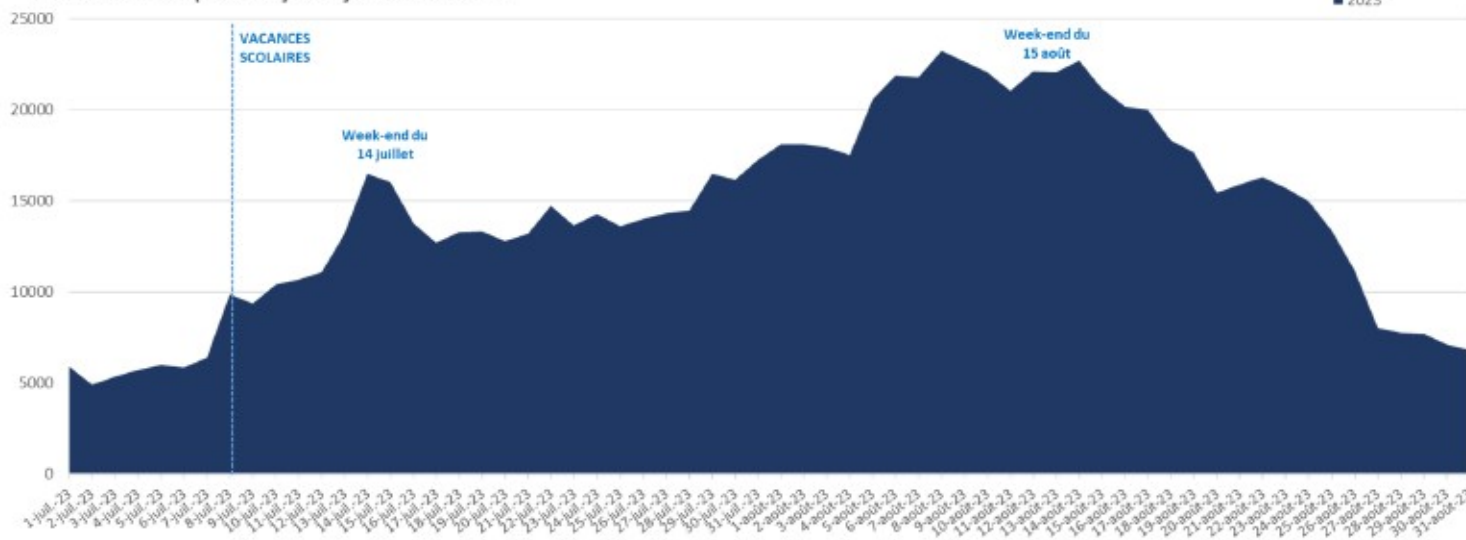
### Courbe des nuitées touristiques

Nuitées touristiques françaises Avril-Juin 2023



**9% des nuitées du littoral**  
**87 150 nuitées en avril**  
**106 120 nuitées en mai**  
**94 140 nuitées en juin**

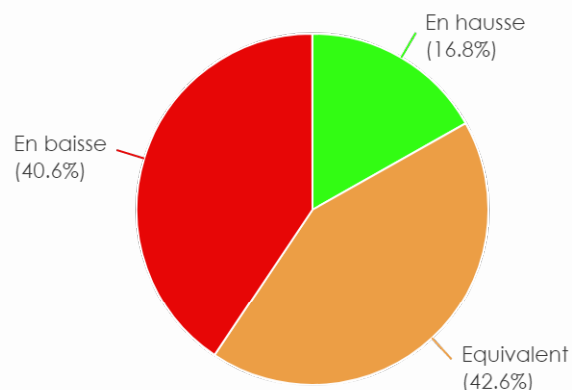
Nuitées touristiques françaises juillet-août 2023



**11% des nuitées du littoral**  
**325 300 nuitées en juillet**  
**529 300 nuitées en août**

# BILAN DE LA SAISON : CHIFFRE D'AFFAIRES

## Evolution du chiffre d'affaires

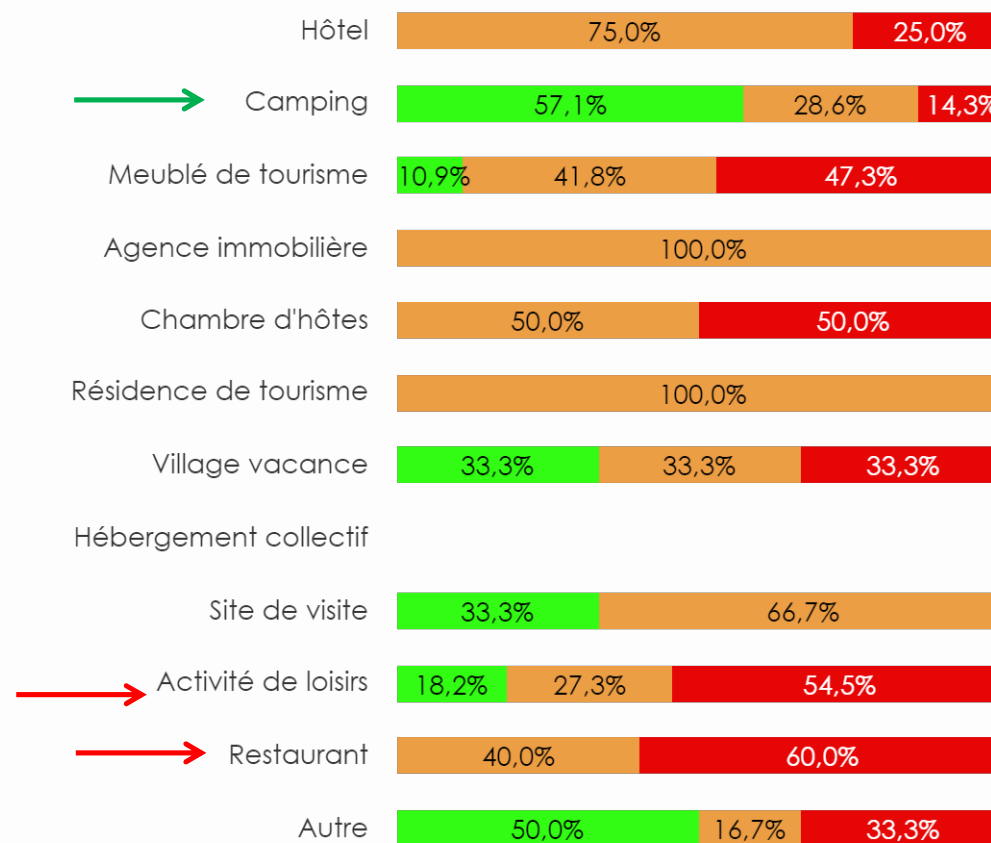


La moyenne des **hausse**s de CA sur notre destination s'établit autour de + 21,8% contre +11% au niveau des Landes

La moyenne des **baisses** de CA sur notre destination s'établit autour de - 23,9% contre - 17,5% au niveau des Landes

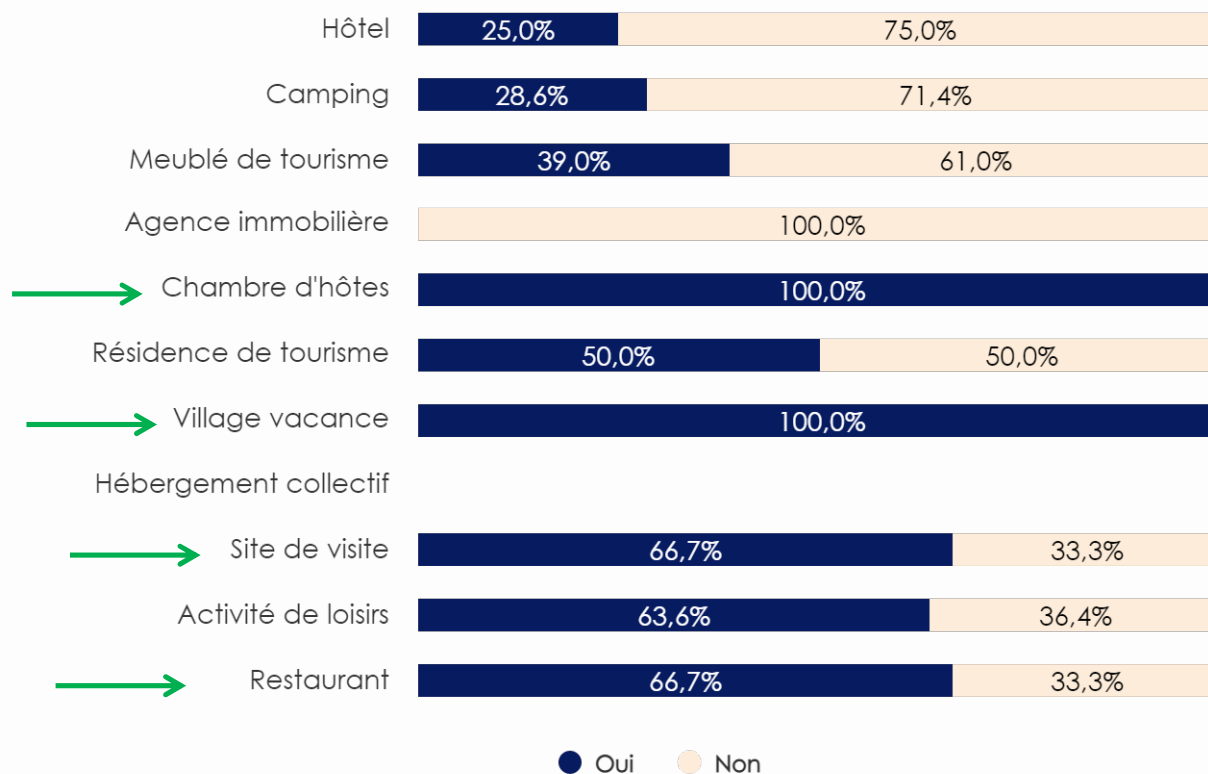
## Par filière

● En hausse ● Equivalent ● En baisse



45,6% des répondants proposent une offre de tourisme durable (contre 43,8% en 2022)

Par filière



37% au niveau des LANDES

**LANDES :**  
1 - Villages Vacances  
2 - Chambre d'hôtes  
3 - Activités de loisirs



## DU COTE DE L'OIT - Accueil / Conseil

**15 000** rens à l'accueil à l'OIT : + 1% / 2022 et 2019

**700** rens en accueil hors les murs : +18% / 2022

**CA Boutique / Billetterie : 28 000 €** : - 13% / 2022



## DU COTE DE L'OIT – Temps forts de la saison

**680 participants aux sorties Nature** : + 52% / 2022

**410 participants aux visites d'entreprise** : - 13% / 2022

**Une fréquentation moindre pour la Nuit des Etoiles** / 2022

**Une fréquentation en hausse pour Automne en Scène** : +10% / 2022

# APPROCHE COTÉ CLIENTELES

## BILAN DE LA SAISON : CLIENTELE

Top 5 des régions émettrices

Nouvelle Aquitaine  
Ile de France  
Auvergne / Rhône  
Alpes  
Occitanie  
Pays de Loire

15

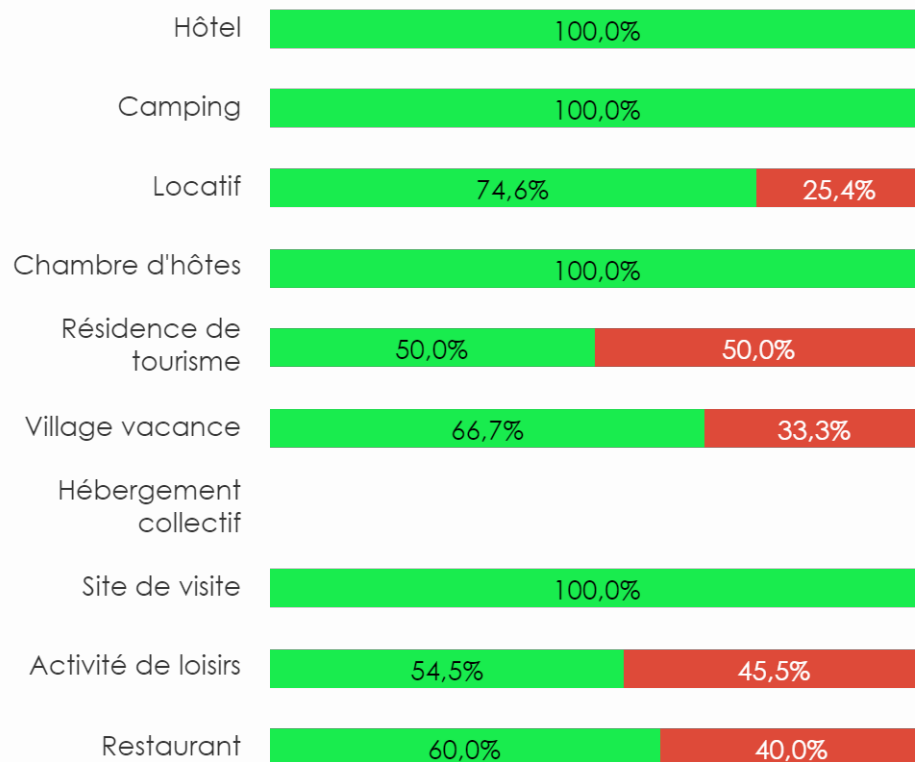
### Clientèle Française



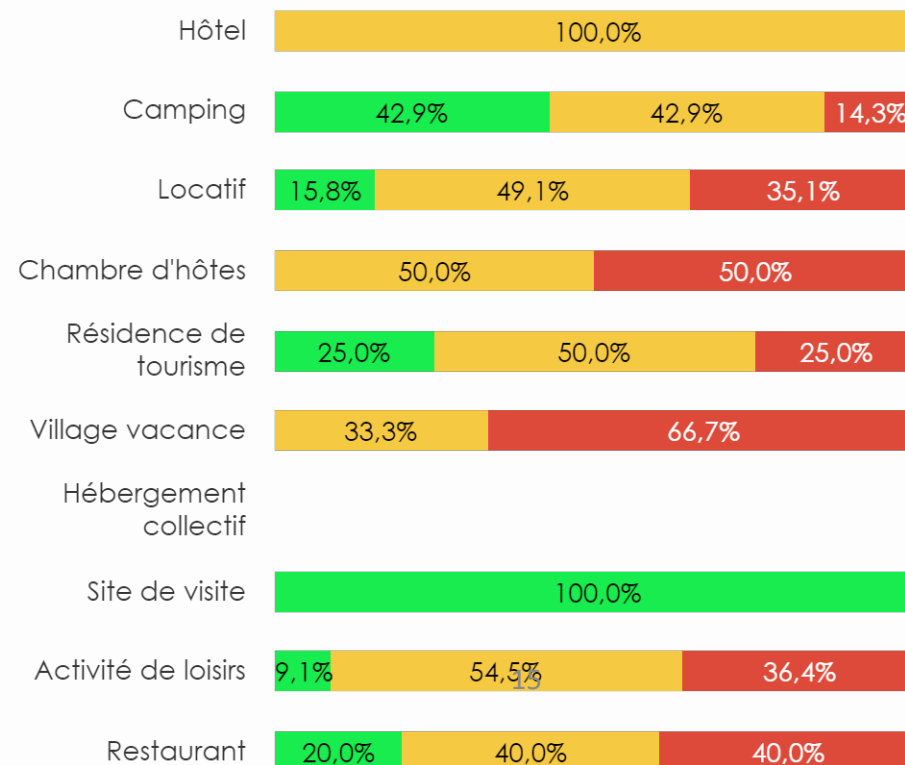
### Fréquentation par rapport à 2022



#### Satisfaction par filière



#### Evolution de la fréquentation par filière



## BILAN DE LA SAISON : CLIENTELE

Etrangers = 10% rens. OIT

Allemagne  
Espagne  
Pays Bas  
Belgique  
Royaume Uni

16

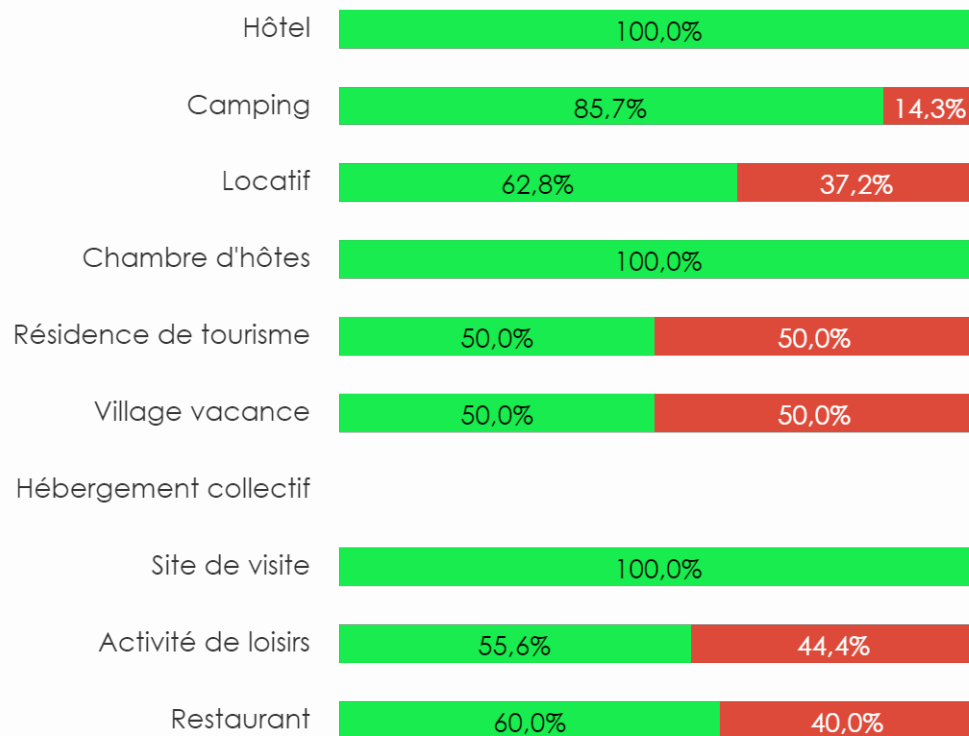
### Clientèle Etrangère



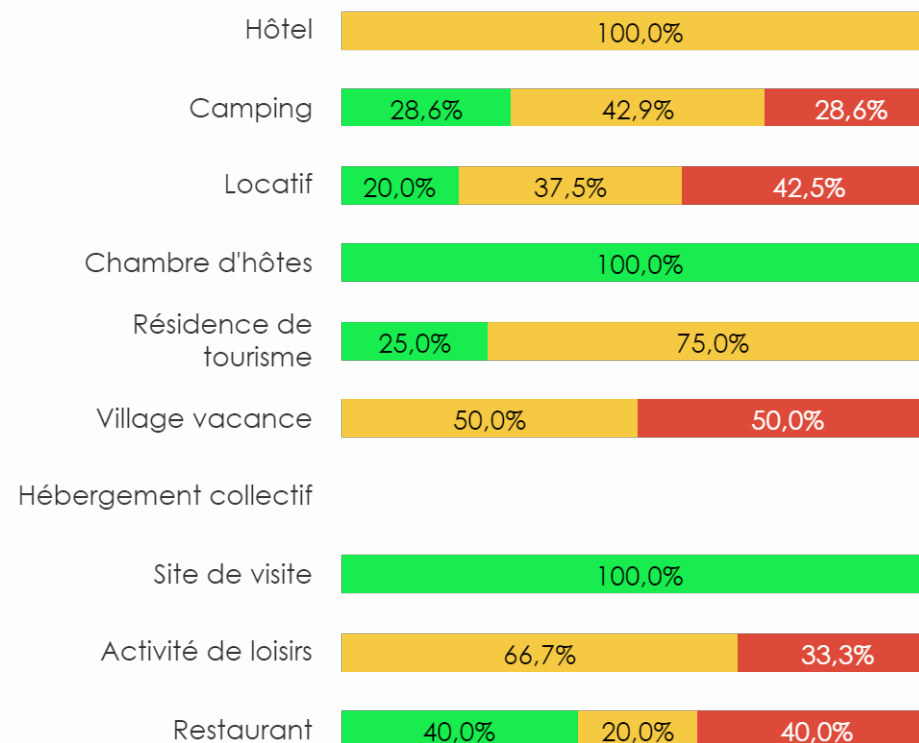
### Fréquentation par rapport à 2022



#### Satisfaction par filière



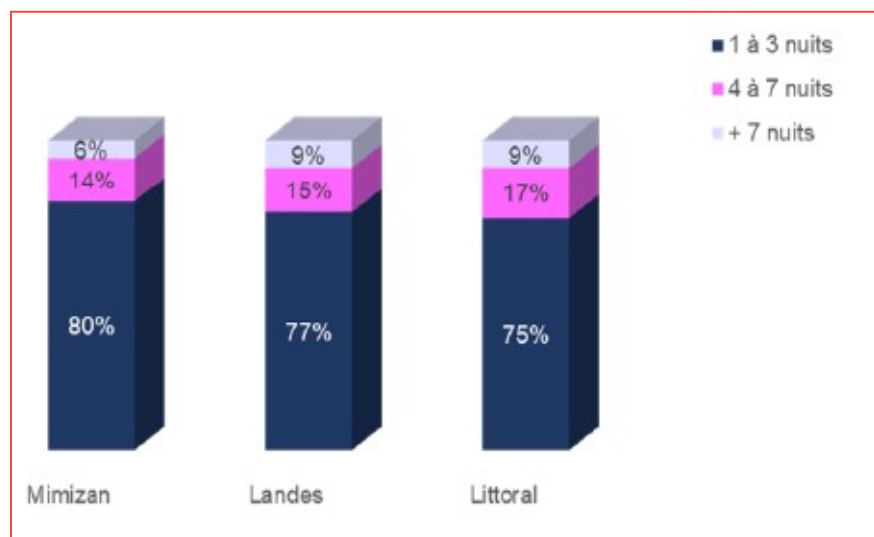
#### Evolution de la fréquentation par filière



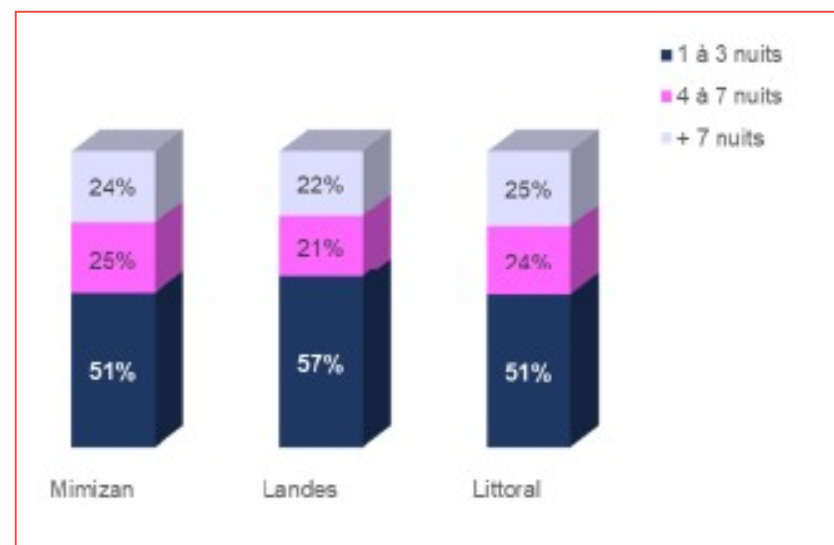


# LA DUREE DU SEJOUR

## Avant saison








## Juillet et Août



**LANDES** : Légère baisse des longs séjours / 2022 au profit des courts et moyens séjours ; baisse sur le littoral > intérieur

## CHANGEMENT DE COMPORTEMENT

	Amélioration	Pas de changement	Diminution
			
Les réservations de dernière minute	43,7% <small>Pourcentage</small>	44,8% <small>Pourcentage</small>	11,5% <small>Pourcentage</small>
Les réservations longtemps en avance	18,3%	58,1%	23,7%
La recherche de promotions	45,2%	46,8%	8,1%
→ La dépense des touristes	7,5%	40,3%	52,2%
Sensibilité au tourisme durable	21,2%	62,1%	16,7%
La durée de séjour	11,6%	60,5%	27,9%
	Amélioration	Pas de changement	Diminution
			
Les réservations de dernière minute	44,5% <small>Pourcentage</small>	47,0% <small>Pourcentage</small>	8,5% <small>Pourcentage</small>
Les réservations longtemps en avance	20,7%	56,5%	22,8%
→ La recherche de promotions	51,6%	45,1%	3,3%
→ La dépense des touristes	5,1%	31,8%	63,1%
Sensibilité au tourisme durable	13,9%	70,7%	15,4%
La durée de séjour	14,4%	46,5%	39,1%

**LANDES**



