

OBSERVATOIRE DU TOURISME



VACANCES D'AVRIL ET PONTS DE MAI 2025

DONNÉES DES HÉBERGEMENTS SAISONNIERS PAR COMMUNE EN AVRIL ET MAI 2025

Ces données sont issues de la plateforme **LightHouse**, mise à notre disposition par Gironde Tourisme. Cet outil permet l'analyse des données d'offres et de fréquentations des hébergements.

	Avensan	Brach	Castelnau-de-Médoc	Le Porge
Nuitées disponibles	758	650	1803	9630
Taux d'occupation	43%	14%	33%	23%
Durée moyenne des séjours	4,2	4,6	3	4,6

	Listrac-Médoc	Moulis-en-Médoc	Sainte-Hélène	Salaunes	Saumos
Nuitées disponibles	1768	592	1764	587	201
Taux d'occupation	31%	13%	28%	38%	50%
Durée moyenne des séjours	3,5	5,7	3	3	4,3



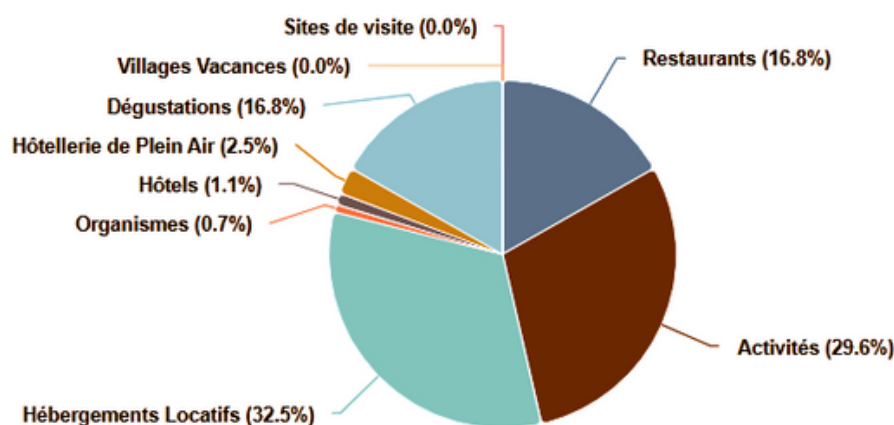
SUR L'ENSEMBLE DE LA COMMUNAUTÉ DE COMMUNES MÉDULLIENNE, LE TAUX D'OCCUPATION MOYEN ÉTAIT DE 26%, SOIT +1% PAR RAPPORT À 2024 SUR LA MÊME PÉRIODE.
LES TOURISTES ONT SÉJOURNÉ EN MOYENNE 3,9 JOURS SUR LE TERRITOIRE EN AVRIL ET MAI 2025, SOIT UNE DURÉE DE SÉJOUR IDENTIQUE À LA MÊME PÉRIODE EN 2024.



AVIS LAISSÉS PAR LES VISITEURS EN AVRIL ET MAI 2025

Ces données sont issues de la plateforme **FairGuest**, mise à notre disposition par Gironde Tourisme. Cet outils permet de collecter sur différents sites les avis laissés par les visiteurs dans les établissements après leur passage. Pour 278 établissements trackés, 320 avis ont été laissés sur la période.

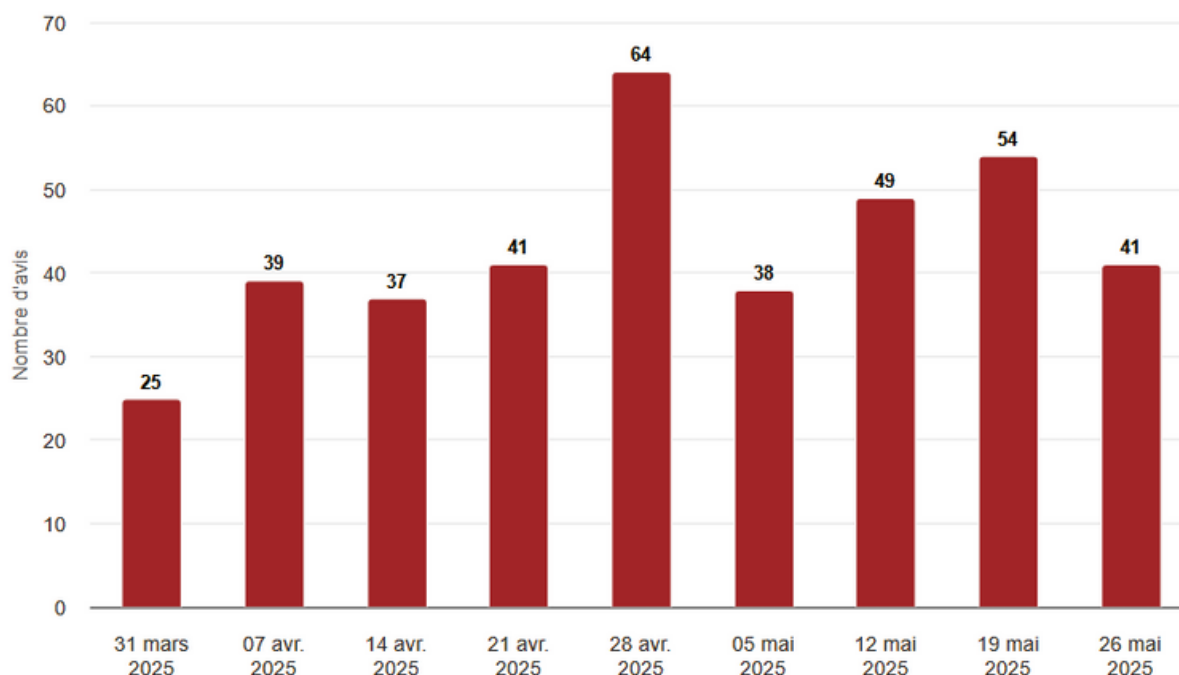
RÉPARTITION DU NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS PAR TYPOLOGIE



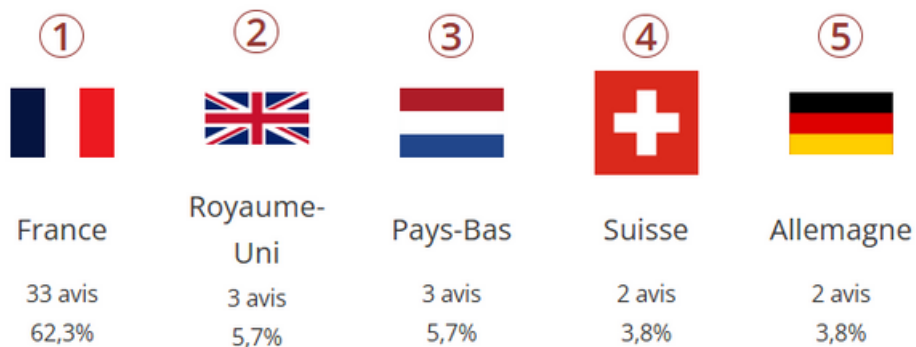
NOTE FAIRGUEST



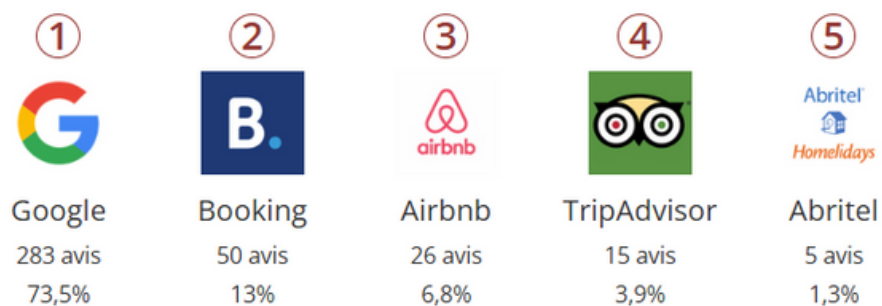
ÉVOLUTION DU NOMBRE D'AVIS DÉPOSÉS



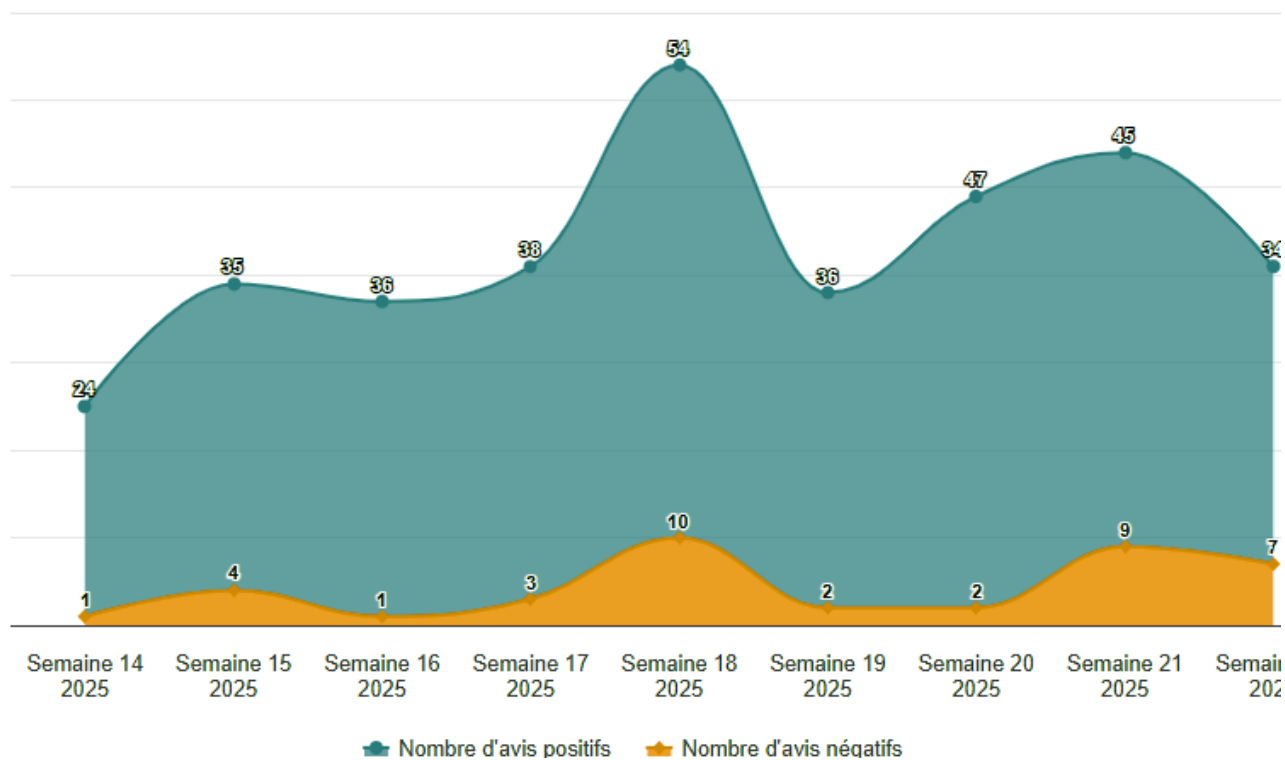
TOP PAYS D'ORIGINE



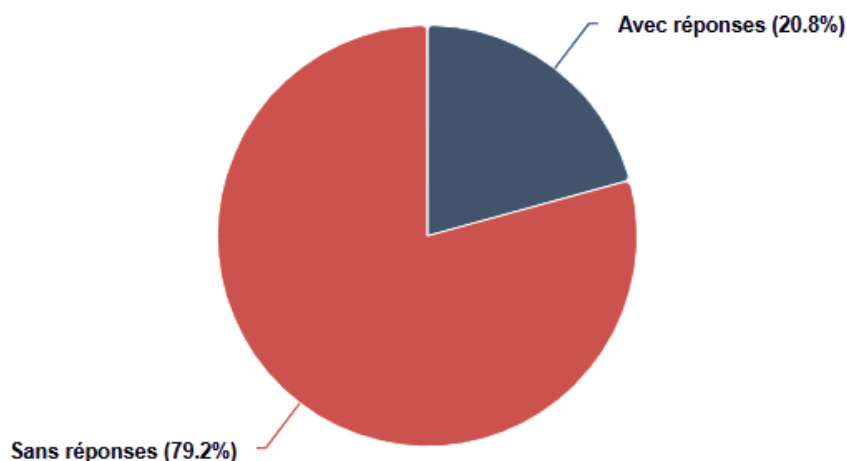
TOP SITE D'AVIS



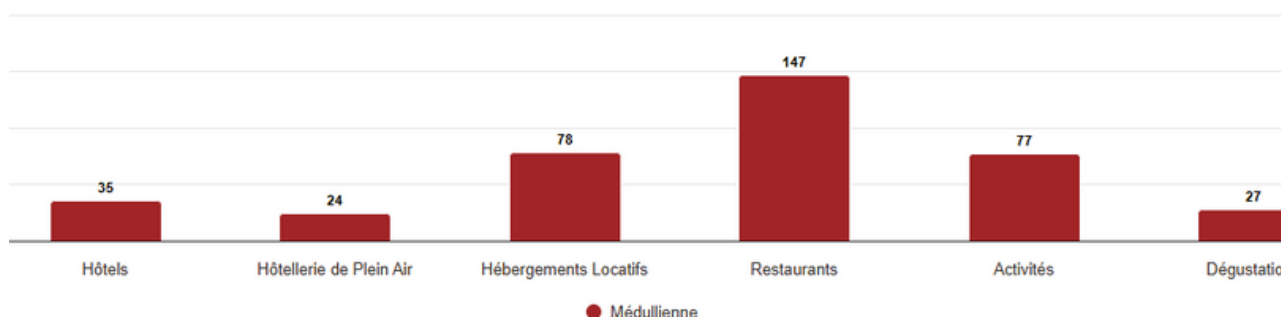
ÉVOLUTION DU NOMBRE D'AVIS POSITIF ET NÉGATIF



TAUX DE RÉPONSE AUX AVIS PAR LES ÉTABLISSEMENTS



RÉPARTITION DU NOMBRE D'AVIS PAR TYPES D'ÉTABLISSEMENTS



TOP 5 DES ÉTABLISSEMENTS LES MIEUX NOTÉS

Votre fiche personnelle d'avis peut vous être envoyée, n'hésitez pas à nous solliciter.

	Ocean Coffee Thés & Cafés Factory Le Porge 1 avis 1 fiche est liée à cet établissement	
	Asponat Art Sport et Nature Le Porge 2 avis 1 fiche est liée à cet établissement	
	Marvelous B Listrac-Médoc 1 avis 1 fiche est liée à cet établissement	
	Le Spot de Salaunes Salaunes 4 avis 1 fiche est liée à cet établissement	
	Clos La Rose de Grave Studio d'Automne Moulis-en-Médoc 2 fiches sont liées à cet établissement	



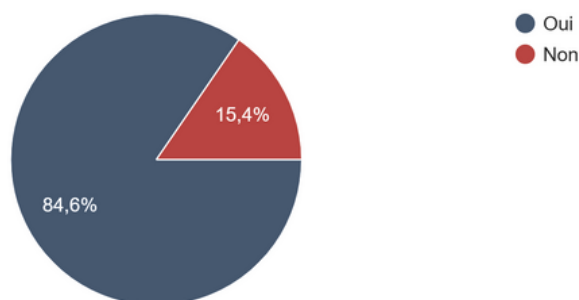
LA NOTE GLOBALE DU TERRITOIRE EST TRÈS BONNE. DANS LE TOP DES PAYS D'ORIGINE, NOUS RETROUVONS LA CLIENTÈLE INTERNATIONALE QUI SE REND MAJORITAIREMENT CHEZ NOUS. GOOGLE EST DE LOIN LA PLATEFORME QUI RÉCOLTE LE PLUS D'AVIS. LE NOMBRE D'AVIS SANS RÉPONSE EST TRÈS ÉLEVÉ. LES RESTAURANTS SONT LES ÉTABLISSEMENTS RECEVANT LE PLUS D'AVIS.

RÉSULTATS ENQUÊTE DE CONJONCTURE “VACANCES DE PRINTEMPS ET PONTS DE MAI 2025”

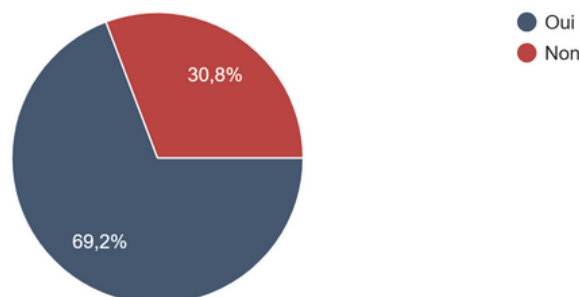
Ces données sont issues d'une **enquête de conjoncture** réalisée par l'office de tourisme Médoc plein Sud. Les professionnels (activités de loisirs, viticulteurs, producteurs, hébergeurs, restaurateurs et food trucks) ont reçu un mail et ont été interrogés du 5 au 15 juillet. Cette analyse présente les réponses des 27 professionnels de la communauté de communes Médullienne qui ont bien voulu participer.

FRÉQUENTATION VACANCES DE PRINTEMPS ET PONTS DE MAI

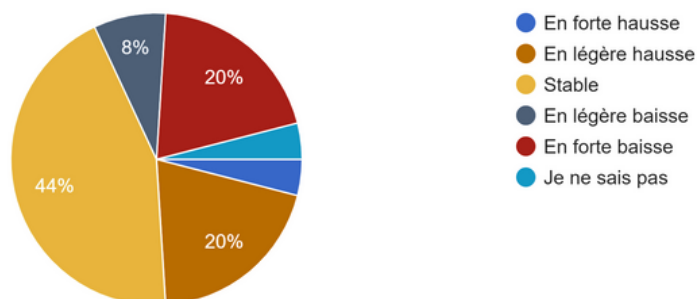
AVEZ-VOUS ACCUEILLI DES CLIENTS PENDANT LES VACANCES DE PRINTEMPS ?



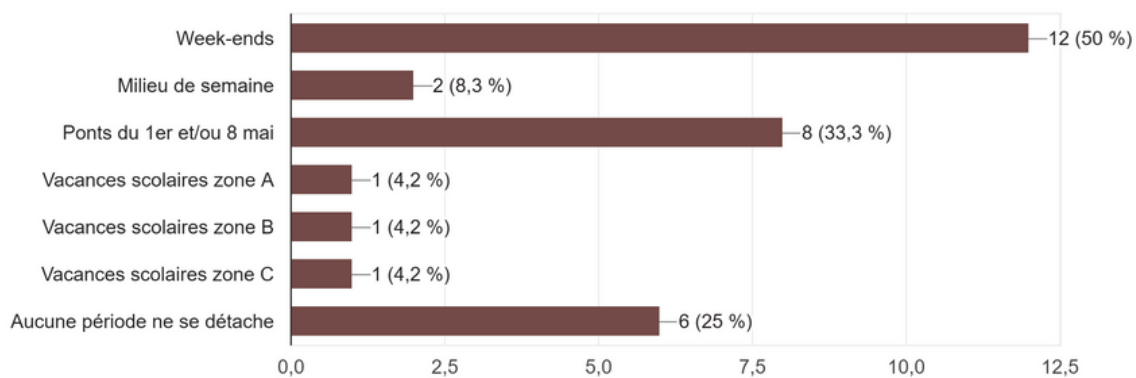
AVEZ-VOUS ACCUEILLI DES CLIENTS PENDANT LES PONTS DE MAI ?



PAR RAPPORT À L'ANNÉE DERNIÈRE, COMMENT JUGEZ-VOUS LA FRÉQUENTATION DE VOTRE STRUCTURE SUR CES PÉRIODES ?

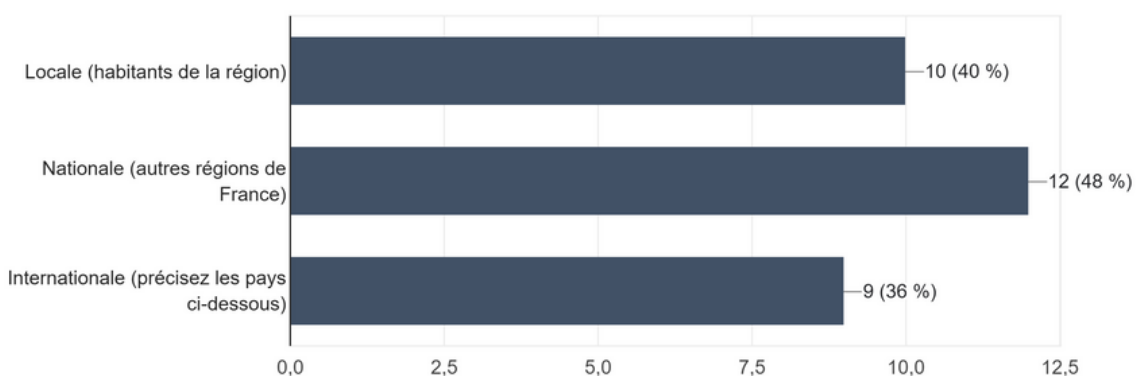


À QUELLES PÉRIODES AVEZ-VOUS OBSERVÉ LE PLUS DE FRÉQUENTATION ?



PROFIL ET COMPORTEMENTS DE LA CLIENTÈLE

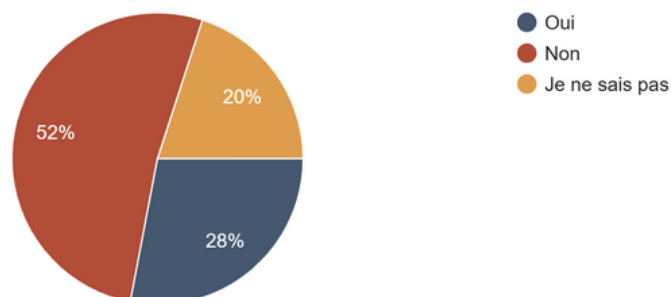
QUEL ÉTAIT LE PROFIL MAJORITAIRE DE VOTRE CLIENTÈLE PENDANT CES PÉRIODES ?



SI CLIENTÈLE INTERNATIONALE, QUELS PAYS ÉTAIENT LES PLUS REPRÉSENTÉS ?

“Allemands” / “Anglais” / “Hollandais” / “Belges” / “Pays scandinaves”

AVEZ-VOUS OBSERVÉ UN CHANGEMENT DANS LE TYPE OU LE COMPORTEMENT DE VOTRE CLIENTÈLE ?



SI OUI, POUVEZ-VOUS PRÉCISER CE CHANGEMENT ?

“Baisse du panier moyen”

“Moins de pouvoir d’achat”

“Les visiteurs font uniquement la visite mais n’achètent pas en boutique”

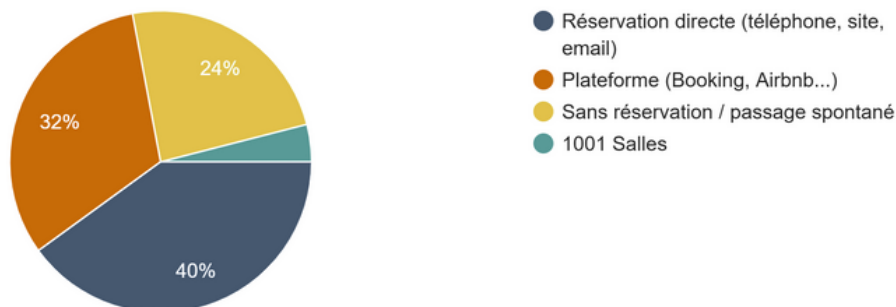
“Clients pressés”

“Les clients font attention et viennent moins souvent”

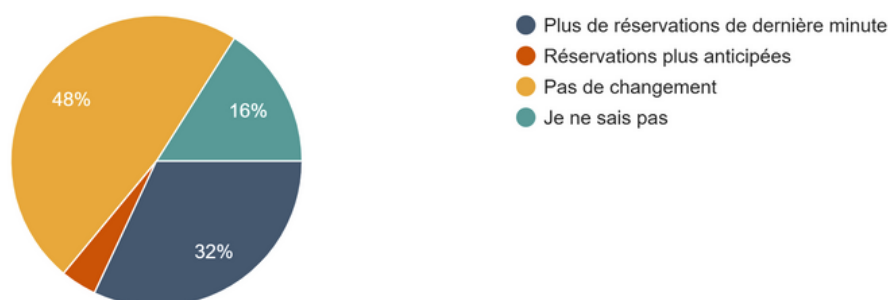
RÉSERVATIONS ET HABITUDES DE CONSOMMATION

QUEL A ÉTÉ LE PRINCIPAL MODE DE RÉSERVATION UTILISÉ PAR VOS CLIENTS ?*

*Toutes activités confondues donc modes de réservation différents

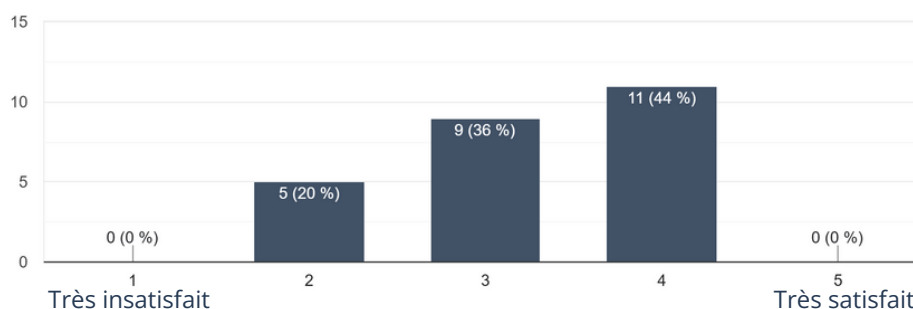


AVEZ-VOUS NOTÉ UNE ÉVOLUTION DU DÉLAI DE RÉSERVATION ?

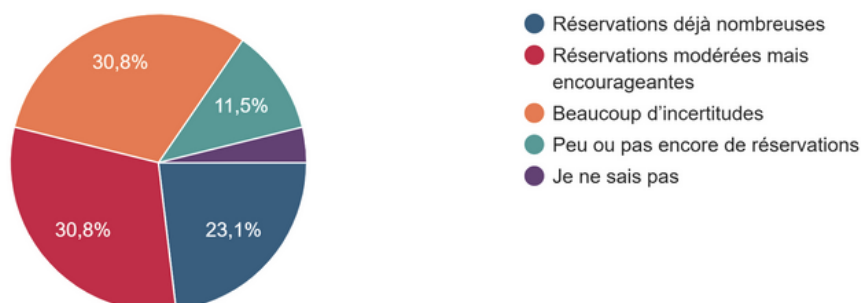


RESSENTI ET PERSPECTIVES

GLOBALEMENT, COMMENT ÉVALUEZ VOUS VOTRE SATISFACTION SUR CES PÉRIODES ?



QUELLES SONT VOS PERSPECTIVES POUR CET ÉTÉ ?



LA FRÉQUENTATION SUR LA PÉRIODE A ÉTÉ STABLE VOIR EN LÉGÈRE HAUSSE. LES WEEK-ENDS ET PONTS ONT FAVORISÉ LE TAUX DE FRÉQUENTATION. LA BAISSSE DU POUVOIR D'ACHAT EST CONSTATÉE PAR L'ENSEMBLE DES FILIÈRES. NOUS CONSTATONS UNE TENDANCE DES RÉSERVATIONS DE DERNIÈRE MINUTE. LA PÉRIODE AVRIL/MAI A ÉTÉ SATISFAISANTE, LES PERSPECTIVES DE RÉSERVATION SONT MITIGÉES.