



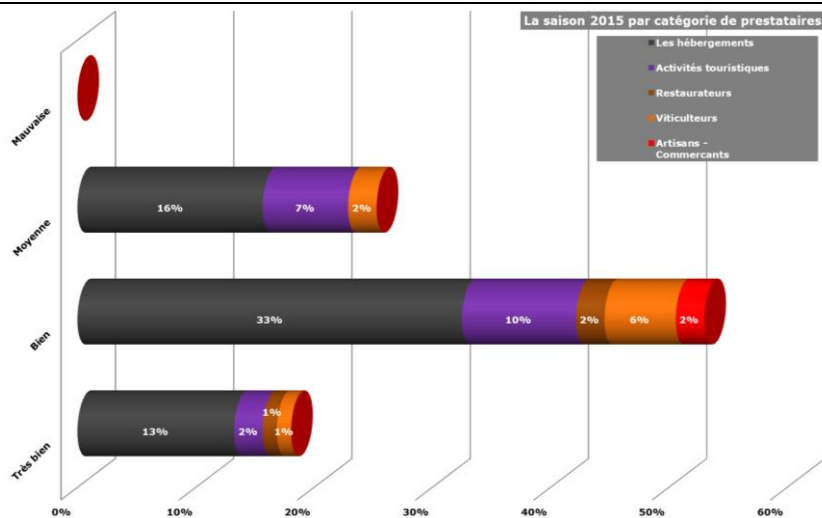
RETOUR DES QUESTIONNAIRES : BILAN DE SAISON

Questionnaires administrés après la saison estivale, sur septembre jusqu'à début octobre.
83 retours, couvrant :

Catégories de prestataires	En nombre	Représentativité
Patrimoine, Musée, Sites de loisirs :	10	12.05%
Activités d'eau, navigation, d'air :	6	7.23%
Restauration :	3	3.61%
Viticulteurs :	9	10.84%
Artisans, commerçants :	3	3.61%
Chambres d'hôtes :	17	20.48%
Locations saisonnières :	16	19.28%
Hôtels, hôtels-restaurants :	4	4.82%
Hébergements de groupes :	1	1.21%
Campings :	6	7.23%
Multi Activités :	8	9.64%

Un questionnaire destiné aux hébergeurs,
un questionnaire à l'attention des autres activités (patrimoine et loisirs, activités du terroir, commerçants,...)

LA SAISON 2015

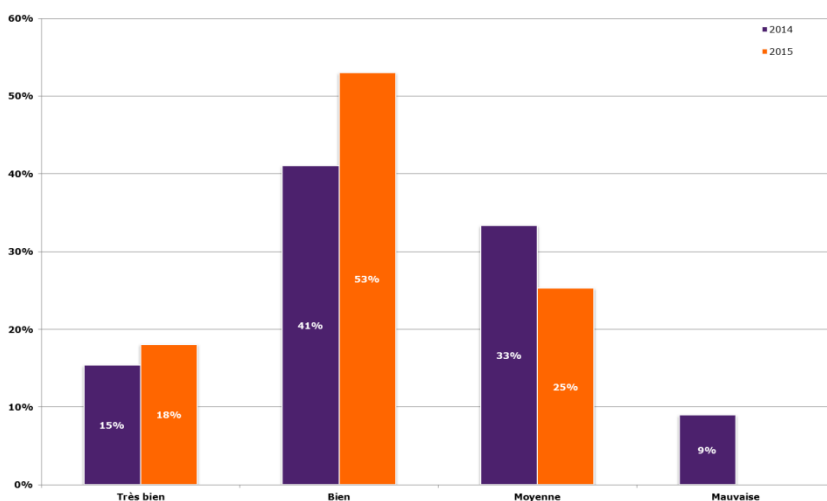


La saison 2015

71% des prestataires :
« très bien » / « bien »

Très bien : 18%
Bien : 53%
Moyenne : 25%
Mauvaise : 0%

Comparatif 2014/ 2015 du ressenti des prestataires



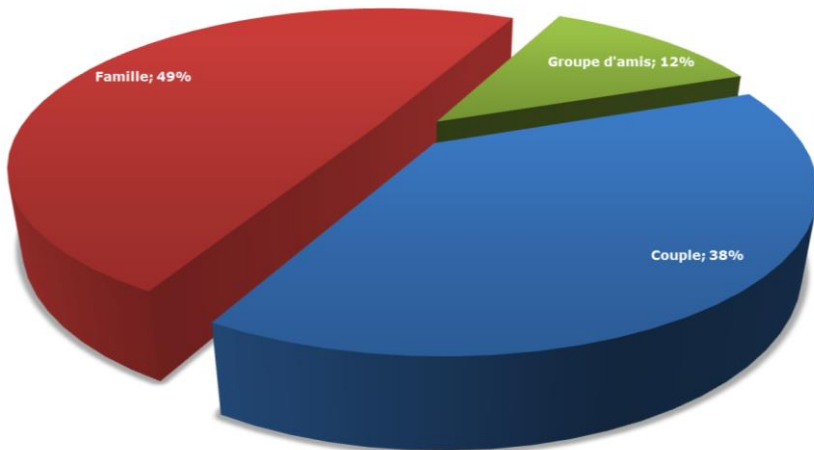
Comparatif des saisons 2014 et 2015

Progression des critères :
« Très bien » et « Bien »

Évolution :
« très bien » : 17%
« bien » : 29%
« moyenne » : -24%
« mauvaise » : -100%



Type de public accueilli



Le type de public accueilli : Familial

Moyenne des réponses transmises par chacun des prestataires, sur la part en % des publics qu'ils accueillent

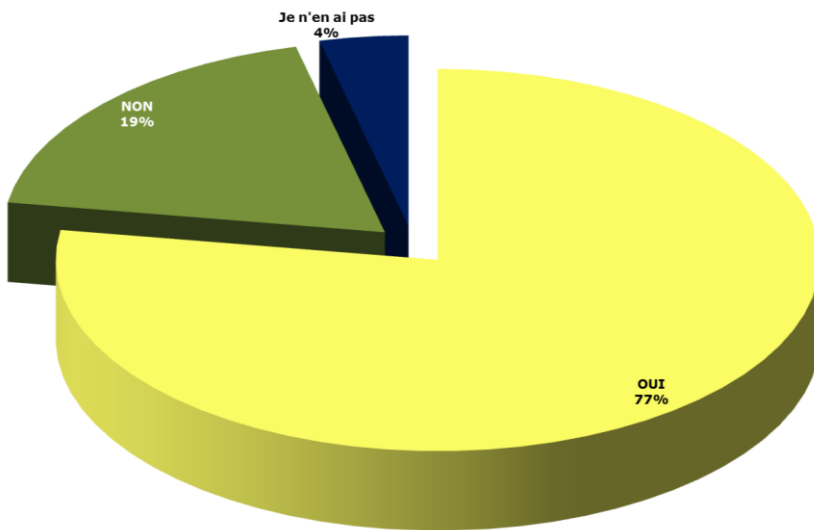
Moyenne établie en fonction de la part donnée par chacun des prestataires sur le public accueilli sur réponses données sur la représentativité des publics des sites et des hébergeurs

Que ce soit pour les hébergeurs ou sites et loisirs, le public accueilli est surtout familial.

Les couples sont néanmoins bien représentés.

Vient tout de suite après les groupes d'amis.

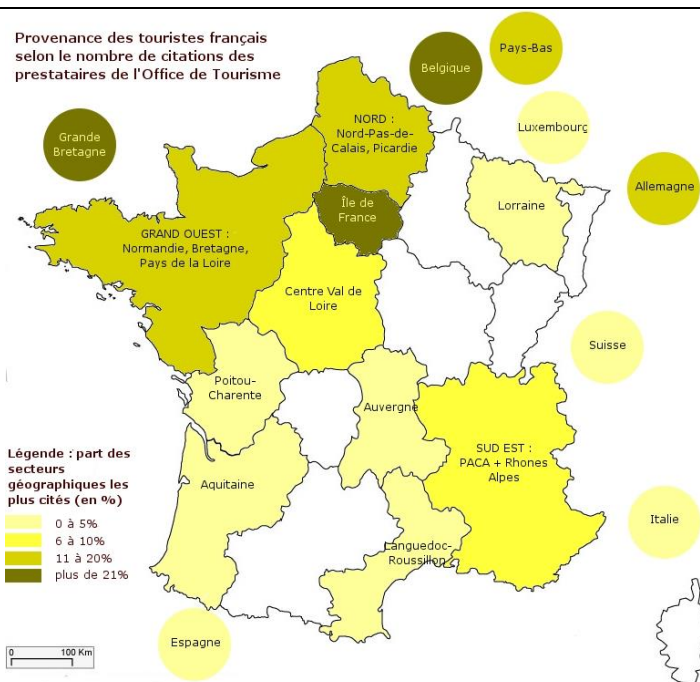
La part des habitués parmi les vacanciers recus par les prestataires



L'Importance des habitués parmi le public accueilli

Un peu plus de $\frac{3}{4}$ des prestataires ayant répondu à cette question, déclarent recevoir des habitués. Nous percevons l'importance de l'accueil, et de l'impact que peut avoir ce public, potentiellement prescripteur.

Provenance des touristes français selon le nombre de citations des prestataires de l'Office de Tourisme



La provenance du public

Ces données ne sont pas à prendre en compte en tant que représentativité, mais uniquement comme point de référence

Secteurs géographiques français les plus nommés :

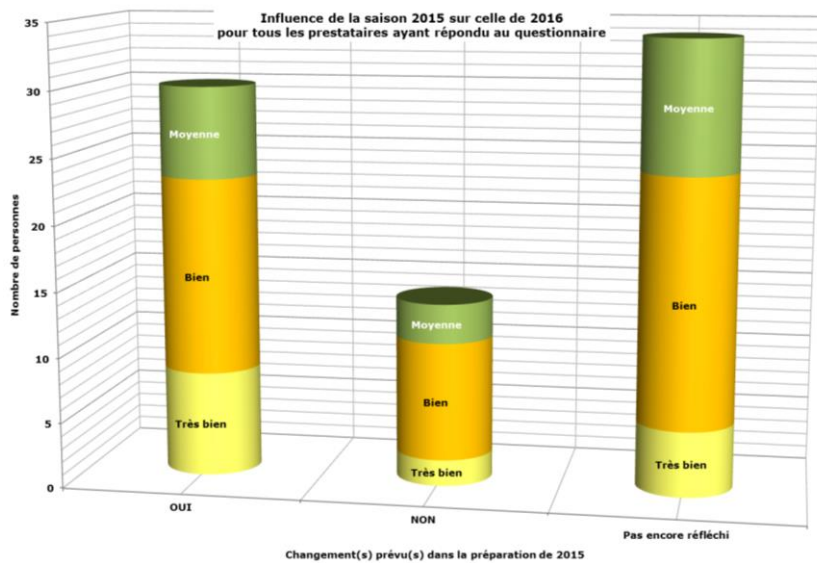
1. Région parisienne : 36%
2. Grand Ouest : 18%
3. Nord de la France : 16.5%

Secteurs européens les plus nommés :

1. La Grande Bretagne : 27%
2. La Belgique : 23%
3. Les Pays Bas : 20%

Secteurs géographiques hors Europe, nommés :

1. États-Unis : 38%
2. Chine : 15%
3. Australie : 9%
4. Canada : 9%



2015, une année d'influence

En grande majorité, saison 2015 très bonne, bonne ou moyenne : 2016 en sera influencée.

Encore très nombreux a n'avoir pas encore réfléchi (44% des répondants)