

FREQUENTATION DANS LES CAMPINGS DE VAUCLUSE SAISON 2015



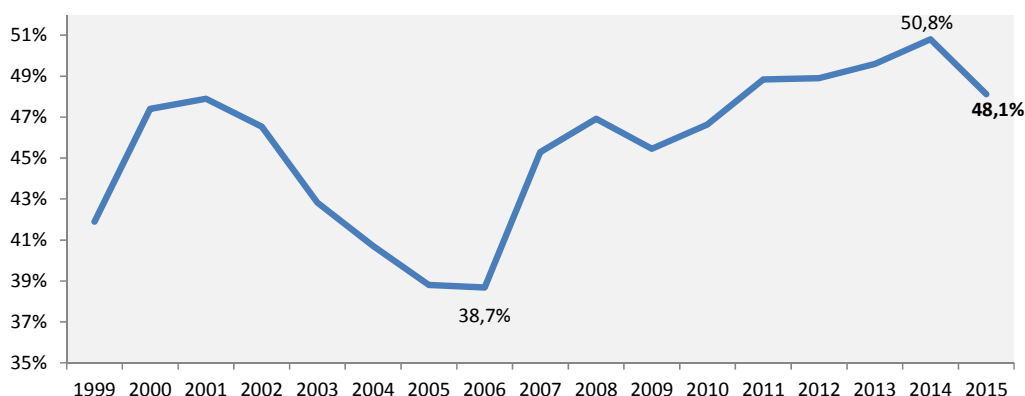
• UN CŒUR DE SAISON ESTIVALE 2015 EN REPLI

	Nombre de Clients	Nuitées Françaises	Nuitées étrangères	Total Nuitées	Taux d'occupation	Durée de séjour
Mai	↗+9%	↗+4%	↗+17%	↗+11%	↗+4 points	↗+0,1 jour
Juin	↘-15%	↘-4%	↘-18%	↘-14%	↘-5 points	Stable
Juillet	↘-14%	↗+6%	↘-18%	↘-7%	↘-7 points	↗+0,5 jour
Août	↘-14%	↗+13%	↘-29%	↘-8%	↘-5 points	↗+0,5 jour
Septembre	=0%	↘-23%	↗+25%	↗+7%	Stable	↗+0,3 jour
Cumul	↘-9%	↗+5%	↘-13%	↘-5%	↘-3,7 points	↗+0,2 jour

• FAIBLE NIVEAU D'ACTIVITE, EN REPLI ANNUEL

Malgré les mois de Mai et Septembre en progression, le taux d'occupation moyen de cette saison 2015 affiche un repli annuel de -3,7 points et affiche le niveau le plus faible depuis 2010. Concurrences locales de nouveaux modes d'hébergements (chez l'habitant) et sud-méditerranéennes, canicule estivale, effets de la crise économique, baisse générale des clientèles traditionnelles néerlandaises, belges, allemandes... Autant de facteurs qui ont impacté sur la saison 2015 des campings vauclusiens.

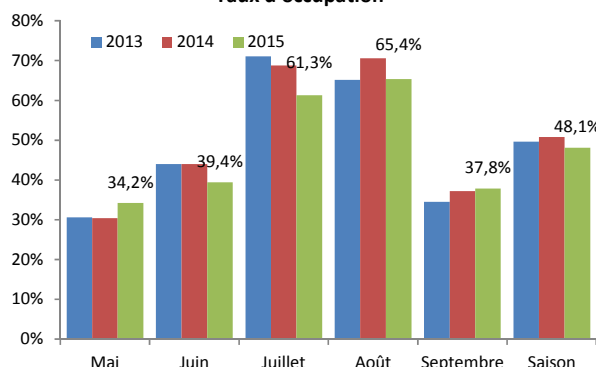
Evolutions annuelles des taux d'occupation Camping



C'est au mois de Juin 2015 que la baisse annuelle reste la plus sensible avec une perte de 14% des nuitées, notamment dû au fort repli des clientèles internationales.

A noter aussi les replis sur les deux mois majeurs du cœur de saison, Juillet et Août. Si les clientèles familiales françaises ont renforcé leurs présence, beaucoup moins présente cette année, une forte baisse est constatée chez les clientèles internationales.

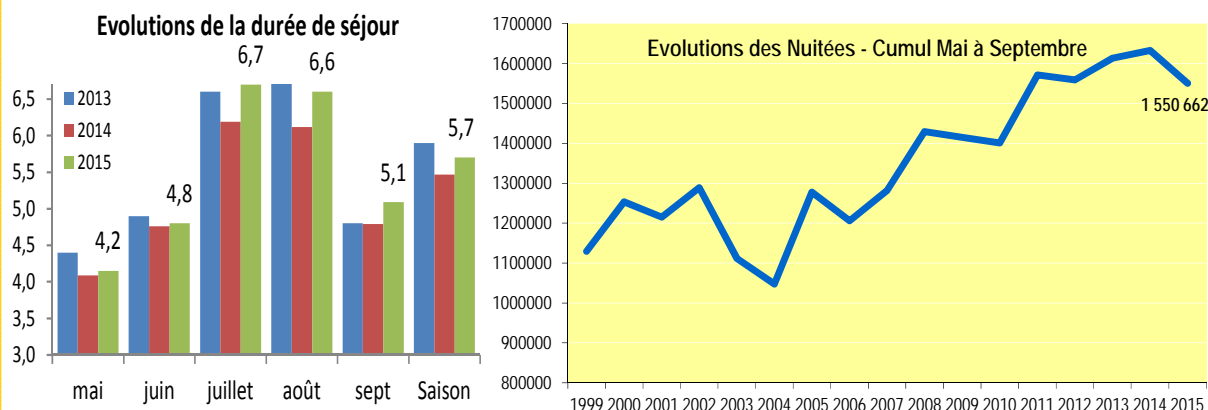
Taux d'occupation





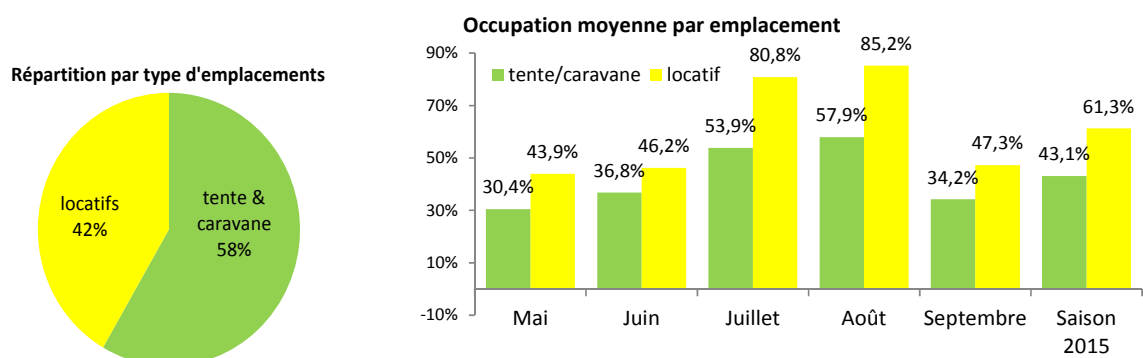
• **NUITEES MOINS IMPACTEES GRACE A DES SEJOURS PLUS LONGS**

Face à la croissance des séjours en locatifs, la durée de séjour s’allonge en 2015, ce qui entraîne une baisse plus modérée dans l’évolution annuelle des nuitées, en repli de 5% vs 2014.



• **PROGRESSION CONSTANTE DANS LE LOCATIF**

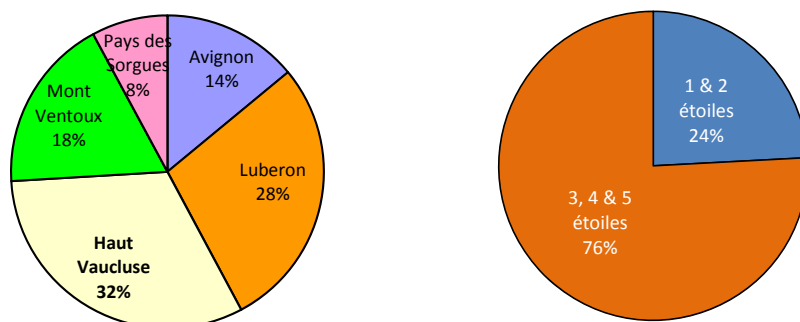
Les emplacements « locatifs » représentent 42% des nuitées-campings, avec une progression annuelle de 2%, contrairement aux traditionnels emplacements tentes/caravanes en repli de 10%. La croissance régulière du locatif permet de minimiser la baisse de fréquentation dans les campings.



Observée depuis 4 ans, la croissance du locatif permet aux campings vauclusiens d’attirer de nouvelles clientèles, d’améliorer le niveau de fréquentation, d’augmenter les durées de séjour. A contrario, les emplacements « nus » sont en perte de vitesse, même s’ils continuent à rester attractifs auprès des campeurs « puristes », des jeunes et des clientèles défaorisées.

• **REPARTITION PAR SECTEURS**

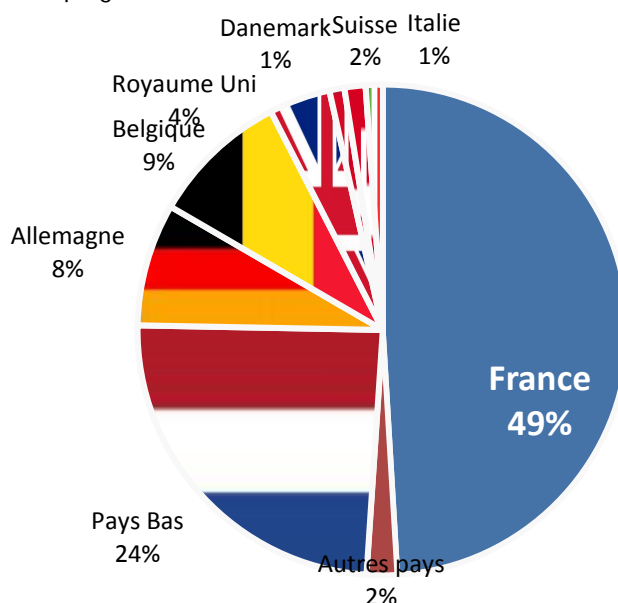
Comme en 2014, le Haut Vaucluse concentre le plus grand nombre de nuitées, grâce à l’implantation sur ce territoire de nombreux terrains de campings à grande capacité. Par catégorie, plus de 4 nuitées sur 5 sont effectuées dans les campings haut-de-gamme 3*, 4* et 5*.





• **NET REPLI DES ETRANGERS NON COMPENSE PAR LA HAUSSE FRANÇAISE**

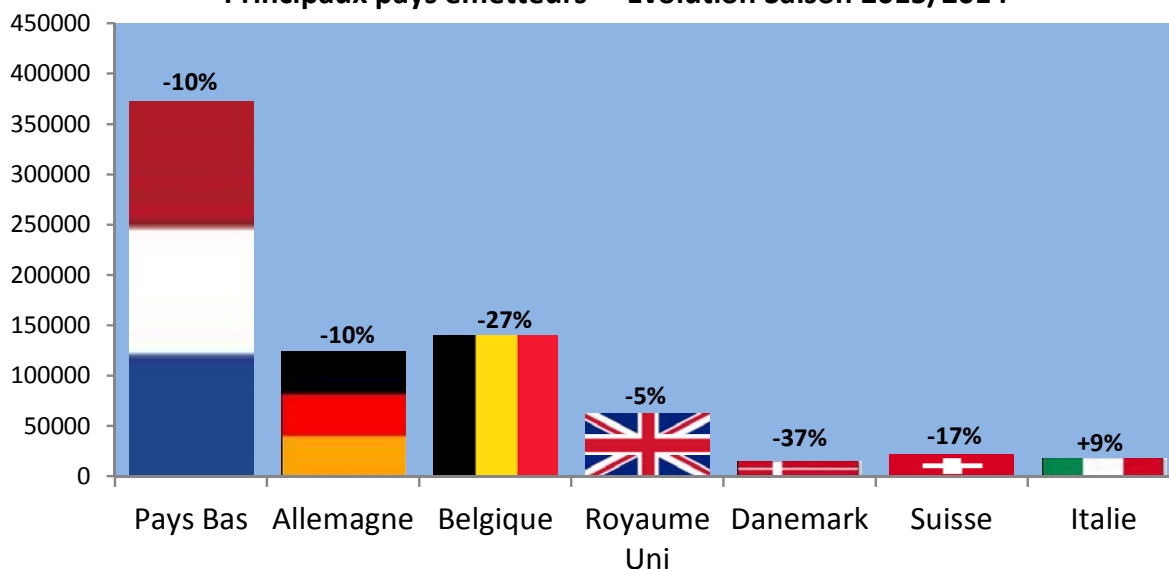
Les clientèles françaises affichent une progression annuelle de +5% en 2015 et gagnent des parts de marchés sur les étrangers, en baisse de -13%. Malgré cette hausse annuelle, les français restent minoritaires dans les campings vauclusiens.



• **LES PRINCIPAUX PAYS EMETTEURS EN REPLI**

La baisse 2015 est ressentie auprès de la quasi-totalité des marchés émetteurs majeurs de clientèles-campings en Vaucluse. Seuls les Italiens affichent une hausse annuelle. Les Pays Bas, leaders, représentent 48% des étrangers et un quart des nuitées totales. Comme l'Allemagne, ils présentent une baisse annuelle de 10%. Comme constaté dans d'autres secteurs, ce sont les Belges qui présentent le plus fort repli (-27%).

Principaux pays émetteurs - Evolution Saison 2015/2014



Contact Observatoire ADT Vaucluse Tourisme:
Alain Gévodant - observatoire@provenceguide.com

