OBSERVATOIRE SAISON

2026



VENDAYS MONTALIVET
OFFICE DE TOURISME

METHODOLOGIE ET ECHANTILLON

La saison 2026 a été une saison particulière pour l'ensemble des professionels du tourisme.
Le bilan global de l'été 2026 est favorable sur les volumes de fréquentation et le chiffre d'affaires, mais révèle une accentuation des arbitrages budgétaires des ménages et des fractures structurelles au sein de l'écosystème local.
Vous trouverez dans cette observatoire une analyse de la situation ainsi que des remontées directes de terrain permettant d'ouvrir des perspectives d'amélioration et d'évolution sur notre territoire

L'observatoire touristique de la saison 2026 s'appuie sur la consultation de 33 établissements socioprofessionnels de la station de Vendays-Montalivet. Cet échantillon offre une représentativité fidèle des activités économiques de la commune :

- **Commerces de détail et artisanat** : 36,4 % (12 répondants)
- **Restauration et salon de thé** : 33,3 % (11 répondants)
- **Hébergements touristiques** : 27,3 % (9 répondants)
- **Loisirs et activités** : 3,0 % (1 répondant)

DYNAMIQUE DE FRÉQUENTATION

FLUX SAISONNIER

La saison 2026 marque une consolidation globale des flux touristiques pour Vendays-Montalivet, bien que le rythme de la saison ait été très fragmenté. **63,6 % des répondants (21 sur 33) observent une fréquentation supérieure à celle de 2025.**
Le panel de 33 établissements (Commerces, Restauration, Hébergement, Loisirs) affiche une satisfaction globale très correcte de 3,73 / 5.
La saison se caractérise par une montée en puissance progressive, affichant un net décalage entre le démarrage prudent du début d'été et l'accélération d'août.

- **Juin (Avant-saison) :** Phase d'observation marquée par la stabilité pour 45,5 % des répondants. Un tiers (33,3 %) enregistre une hausse, tandis que 21,2 % subissent un démarrage timide.

- **Juillet (Cœur de saison)** : Mois à deux vitesses. 36,4 % des établissements signalent une progression de leur fréquentation, mais 27,3 % subissent un repli, causé par les pics de chaleur ponctuels et l'attentisme dans les réservations.

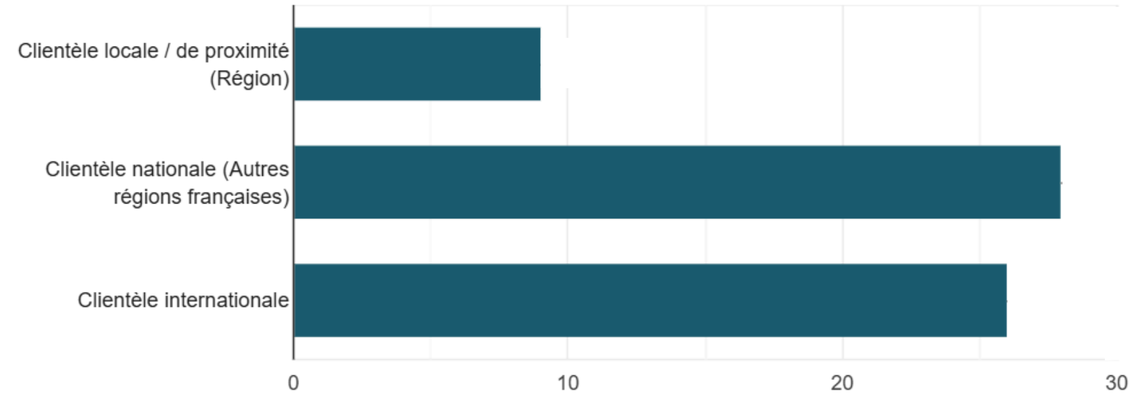
- **Août (Pic estival)** : Moteur économique incontestable de l'été. 45,5 % des répondants constatent une hausse de fréquentation et 39,4 % une stabilité. Seuls 15,2 % restent en retrait.

ORIGINE ET PROFIL DES FLUX TOURISTIQUES

Origine de la clientelle :

La station confirme son attractivité transfrontalière et une internationalisation marquée : Plus de 75 % des professionnels accueillent une part significative de clients internationaux

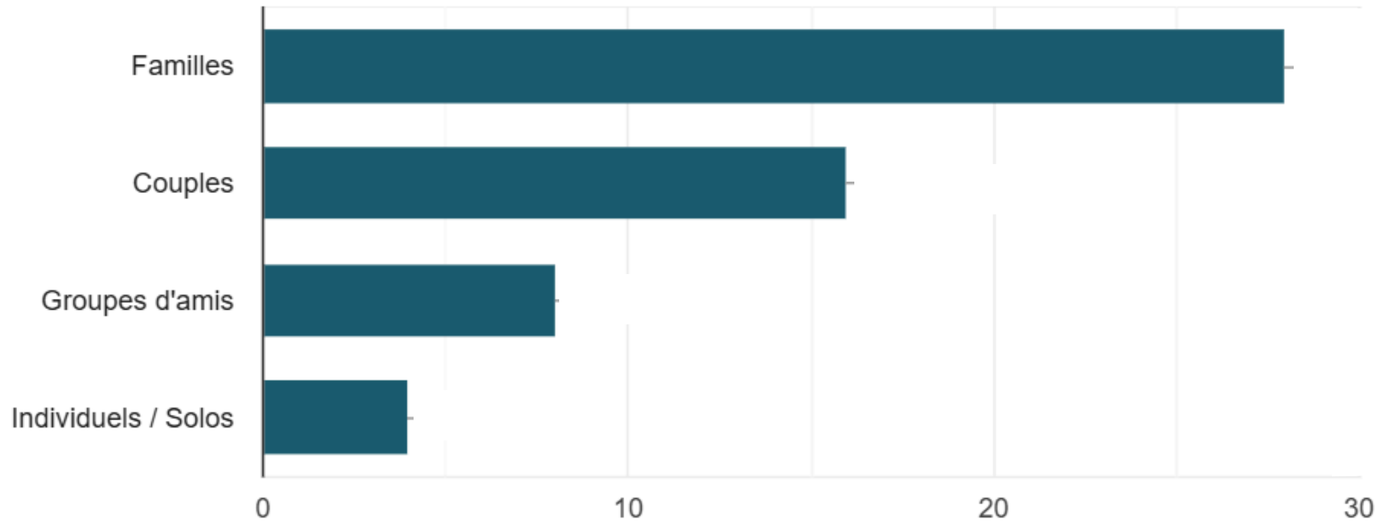
L'Allemagne occupe la tête des marchés émetteurs étrangers (citée dans plus de 85 % des réponses internationales), suivie de très près par la clientèle Néerlandaise. Les clientèles Belge, Britannique et Suisse complètent ce mix, **ce qui souligne l'importance d'une communication (signalétique, menus, accueil) trilingue (FR/EN/DE).**





profil de la clientelle :

La typologie de la clientèle de Vendays-Montalivet reste fidèle à son ADN : une station balnéaire éminemment familiale, attirant principalement des familles et des couples.





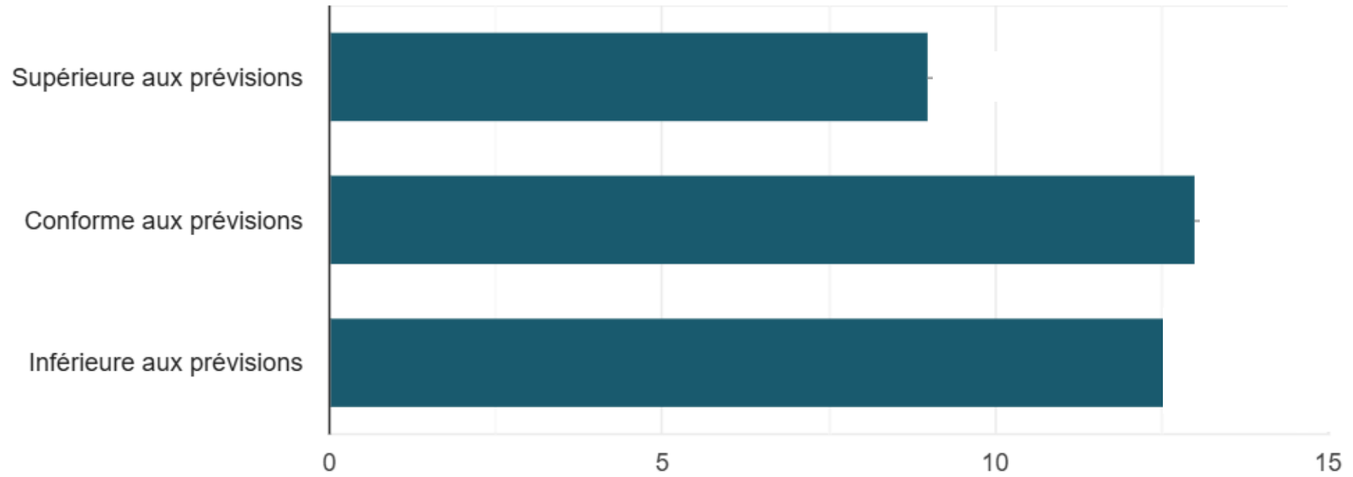
ECONONOMIE ET COMPORTEMENTS D'ACHAT

BILAN ECONOMIQUE

Tenue du Chiffre d'Affaires :

36,4 % des professionnels affichent un CA conforme aux prévisions et 27,3 % un CA supérieur. En revanche, 33,3 % enregistrent un chiffre d'affaires inférieur aux attentes, principalement dans le commerce et les loisirs.

Nous pouvons donc concidérer que la saison est globalement réussie pour une majorité de professionnel même si l'analyse sectorielle que nous verons après montre une disparité selon le secteur d'activité



COMPORTEMENTS D’ACHAT ET PANIER MOYEN

Pression Économique et Arbitrages Budgétaires

Si les touristes sont présents en nombre (63,6 % des établissements ont une fréquentation en hausse), la mutation des comportements d'achat est le fait marquant de 2026.

- **Le "pouvoir d'achat" comme frein n°1** : C'est le facteur d'impact négatif principal cité par 42,4 % du panel (14 citations réparties équitablement entre commerçants, restaurateurs et hébergeurs).
- **Contraction des extras** : Pour 39,4 % des professionnels, **le panier moyen est en baisse explicite. Les vacanciers sécurisent leur hébergement et leurs repas principaux, mais coupent drastiquement dans les achats d'impulsion, les loisirs payants et l'artisanat.**
- **Tension sur les marges** : En Restauration, bien que le Chiffre d'Affaires soit conforme ou supérieur pour 81,8 % des acteurs, **l'augmentation des charges d'exploitation et les difficultés de recrutement (RH) pèsent sur la rentabilité finale.**



PANIER MOYEN SUR LA STATION:
ENTRE 15 € ET 75 €
SELON LES SECTEURS

ANALYSE SECTORIELLE

RESTAURATION ET ALIMENTATION Leader de la saison!

• **Indicateurs** : Note de satisfaction globale de 4,09 / 5. **81,8 % des restaurateurs enregistrent une fréquentation en hausse par rapport à 2025, et 81,8 % affichent un CA conforme ou supérieur aux prévisions.**

• **Spécificités** : Le panier moyen reste stable pour 54,5 % des acteurs. Le secteur profite à plein du maintien des sorties repas, mais se trouve contraint par la gestion RH et le logement des saisonniers.

HEBERGEMENT Taux de remplissage élevés mais fortes tensions

- **Indicateurs** : Note de satisfaction de 3,78 / 5. Taux d'occupation moyen sur le cœur de saison compris entre 70 et 75 % en juillet, et atteignant 95 à 100 % en août.

- **Spécificités** : 55,6 % des hébergeurs notent une hausse de fréquentation. Cependant, 44,4 % déclarent un CA inférieur aux prévisions, pénalisés par la hausse des coûts de fonctionnement et le coût d'acquisition client. L'historique des incendies génère un attentisme persistant dans les réservations anticipées.

COMMERCES ET ARTISANAT Sous la pression des arbitrages

- **Indicateurs** : Note de satisfaction de 3,58 / 5. 58,3 % des commerçants notent une fréquentation en hausse, mais 41,7 % font état d'un CA inférieur aux prévisions.

- **Spécificités** : 50,0 % des commerçants constatent une baisse explicite du panier moyen. **Le secteur est le plus directement impacté par la baisse des achats d'impulsion et par la captation des flux piétons par les infrastructures de plein air.**

ACTIVITE DE LOISIR Le point de fragilité

- **Indicateurs :** Satisfaction de 1,00 / 5, fréquentation et CA en nette baisse.

- **Spécificités :** Secteur de dépense arbitrable par excellence en période de contrainte budgétaire, fortement exposé aux aléas climatiques (canicules rendant les activités physiques peu attractives en journée).



TEMOIGNAGES DES PROFESSIONNELS

DYNAMIQUES TERRITORIALES ET FRACTURES DE LA STATION

La cannibalisation par les complexes de plein air : une menace pour le cœur de station

C'est l'alerte qualitative majeure soulevée par les commerçants de cette enquête. L'évolution du modèle économique des grands campings (montée en gamme, intégration de commerces, de restaurants, de services de soins et d'animations massives) bouleverse l'écosystème historique de la station.

Les touristes, ayant alloué un budget très important à leur hébergement, tendent à le "rentabiliser" en consommant exclusivement au sein de ces enceintes privées.

Plusieurs commerçants historiques de l'Avenue de l'Océan constatent ainsi une baisse alarmante des flux piétons et des déambulations nocturnes, créant un phénomène de "privatisation de la clientèle" qui asphyxie l'artère commerçante traditionnelle.

Le sentiment d'isolement des zones périphériques

Une fracture géographique est perceptible au sein de la station.
Les professionnels situés en dehors de la rue principale (notamment en front de mer ou dans les rues adjacentes) expriment un fort sentiment d'oubli. Ils soulignent l'absence totale d'événements, de groupes de musique ou d'animations décentralisées dans leurs secteurs, malgré leur participation aux efforts de sponsoring locaux, ce qui pénalise directement leur attractivité.

L'impact persistant des aléas climatiques

Le climat n'est plus seulement un sujet météorologique, mais un paramètre économique direct :

- **Les vagues de chaleur** : Les épisodes de canicule en juin et juillet ont provoqué une désertion des rues piétonnes et des commerces aux heures les plus chaudes de la journée.
- **La mémoire du risque** : La situation liée aux incendies a continué de modifier le comportement de réservation en hébergement, favorisant un attentisme marqué, des réservations de toute dernière minute, voire de nombreuses annulations en cas d'alerte.



PERSPECTIVES

AXES DE DÉVELOPPEMENT STRATÉGIQUE

Sauver l'arrière-saison (Le paradoxe de septembre-octobre)

Les perspectives pour l'arrière-saison suscitent une réelle inquiétude : les réservations sont jugées "moyennes, timides ou inquiétantes" . Le problème identifié n'est pas une absence de demande, mais une **défaillance de l'offre.** Les professionnels de l'hébergement affirment recevoir des demandes de séjour pour la fin septembre et le mois d'octobre. Toutefois, **face à la fermeture massive et anticipée des commerces et des restaurants, ces touristes préfèrent se diriger vers d'autres destinations pour ne pas se retrouver dans ce que certains qualifient de "ville morte". Un effort collectif de maintien des ouvertures jusqu'à la mi-octobre voire plus tard apparaît indispensable.**

L'urgence du logement saisonnier

Le secteur de la restauration alerte particulièrement sur l'impossibilité de loger ses travailleurs**. La création ou la mise à disposition d'infrastructures dédiées aux employés saisonniers devient une condition sine qua non pour garantir la qualité de service et la survie des établissements en haute saison.**

Amélioration des infrastructures publiques et des animations

Pour retenir les familles dans le centre-ville et contrer l'attrait exclusif des campings, les professionnels suggèrent d'investir dans l'espace public :

- Création d'une aire de jeux pour enfants en bas âge au centre de la station.
- Retour d'animations gratuites et rassembleuses (cinéma en plein air).
- Amélioration de la communication globale sur l'agenda des activités proposées par la ville.

Une maturité face aux enjeux de changement climatique

Face aux bouleversements récents, les acteurs économiques font preuve d'une forte prise de conscience.
51.5% se déclare prête à s'engager avec l'Office de Tourisme dans une réflexion commune sur l'évolution du secteur face aux nouvelles contraintes climatiques (adaptation de la durée des saisons, aménagements contre la chaleur dans les espaces de vente, Décalage des flux de déambulation lors des épisodes de forte chaleur, remplacement évolutif des feux d'artifice par des alternatives (spectacles de drones) face à la réurrence des risques d'incendie et de sécheresse.)
Ce consensus offre un levier politique et stratégique majeur pour entamer la transition du modèle touristique de Vendays-Montalivet.

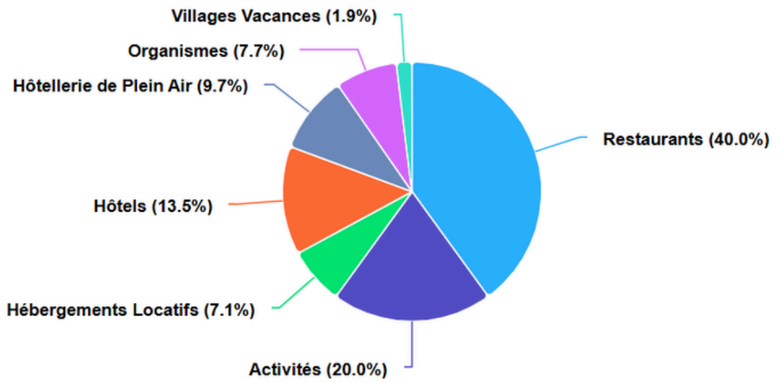




AVIS ET SATISFACTION CLIENT ETABLISSEMENTS

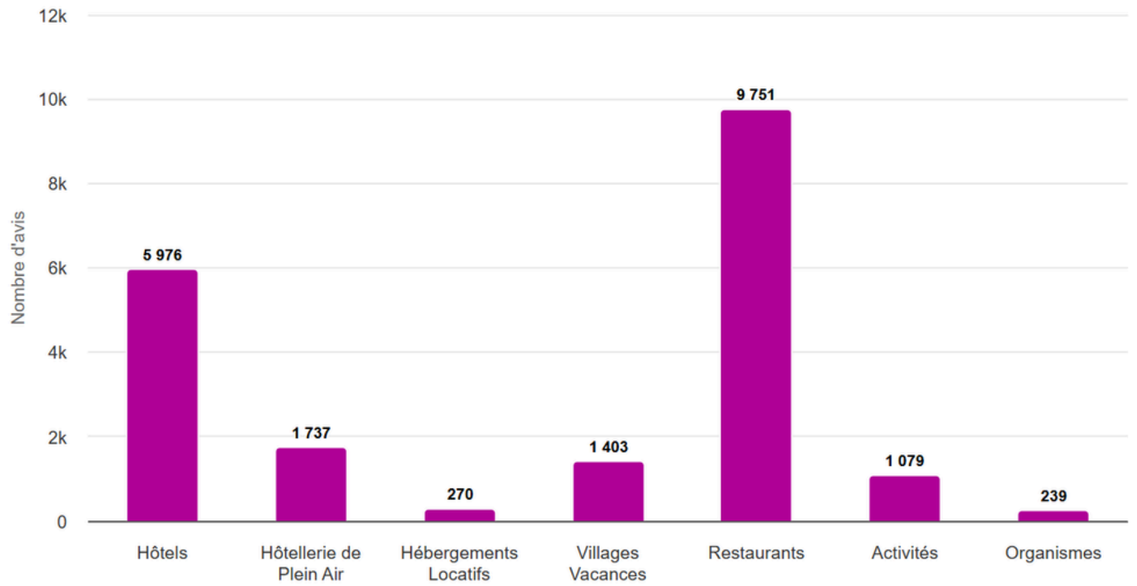
Ces données sont issues de la plateforme **FairGuest**, mise à notre disposition par Gironde Tourisme. Cet outils permet de collecter sur différents sites les avis laissés par les visiteurs dans les établissements après leur passage. Pour 155 établissements trackés, 20455 avis ont été laissés sur la période de janvier à fin septembre 2026.

REPARTIITION DU NOMBRE D'ETABLISSEMENTS PAR TYPOLOGIE

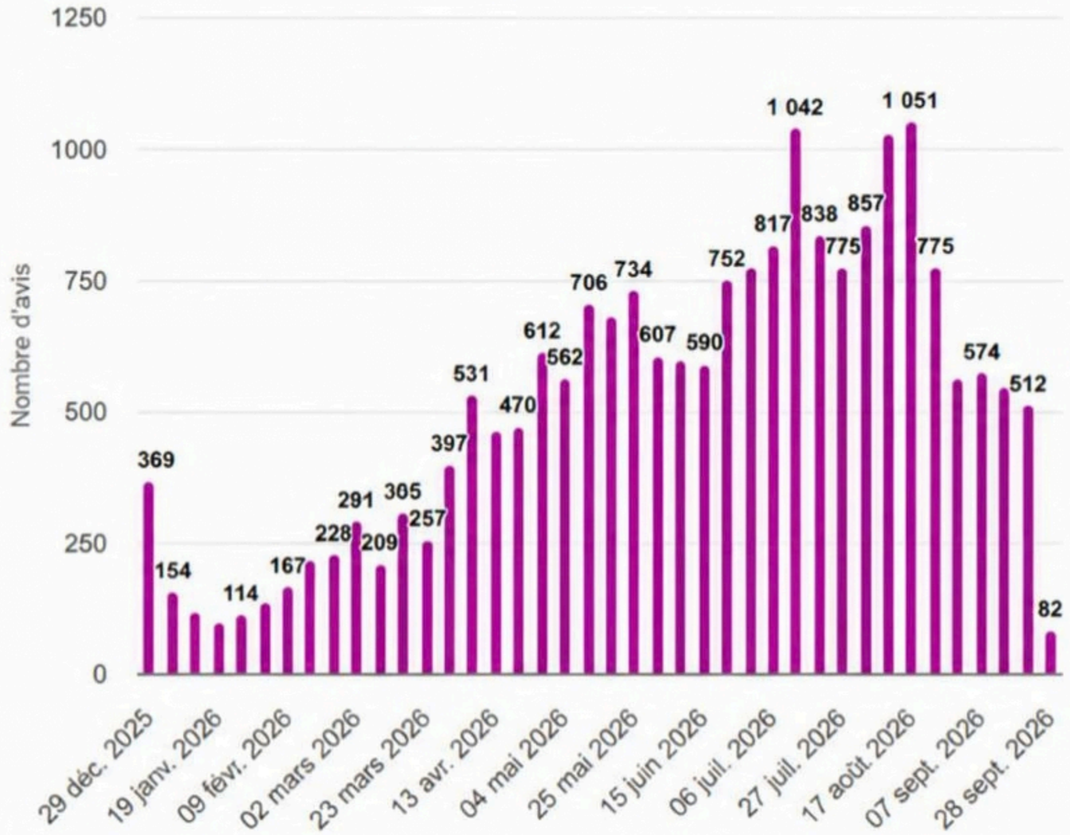


AVIS COLLECTES PAR TYPE D'ETABLISSEMENTS

	Sélection du tableau
Hôtels	5976
Hôtellerie de Plein Air	1737
Hébergements Locatifs	270
Villages Vacances	1403
Restaurants	9751
Activités	1079
Organismes	239



EVOLUTION DU NOMBRE D'AVIS DEPOSES



TOP PAYS D'ORIGINE

①	②	③	④
France	Espagne	Allemagne	Royaume-Uni
4 237 avis	333 avis	292 avis	292 avis
66,7%	5,2%	4,6%	4,6%

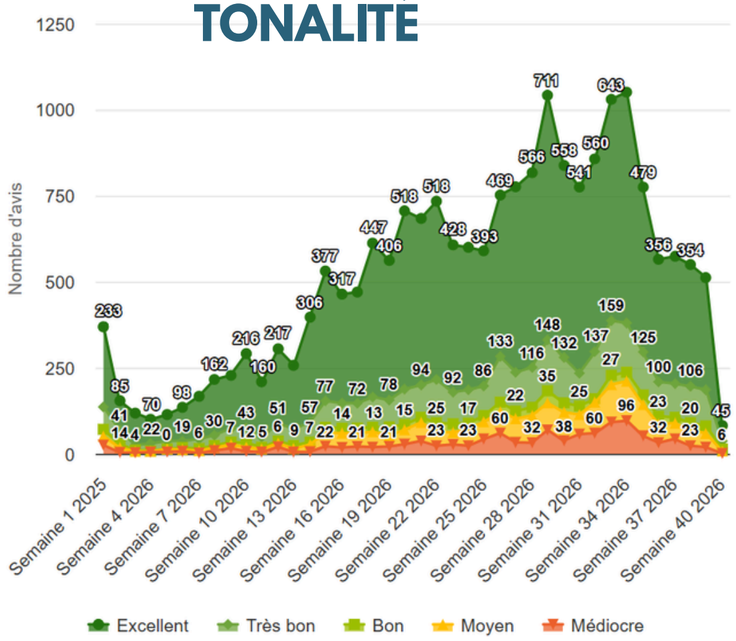
TOP SITES D'AVIS

①	②	③	④
Google	Booking	TripAdvisor	Staycation
12 577 avis	6 350 avis	1 345 avis	117 avis
61,5%	31%	6,6%	0,6%

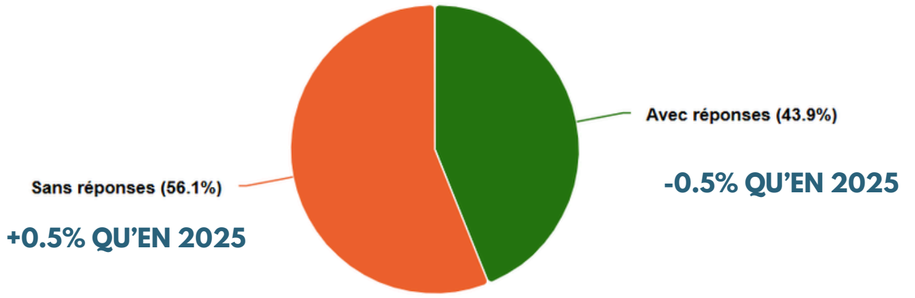
Nous soullignons le nombre conséquent d'avis laissés via google et l'importance stratégique commerciale de gérer avec dynamisme sa fiche google business et les avis en ligne



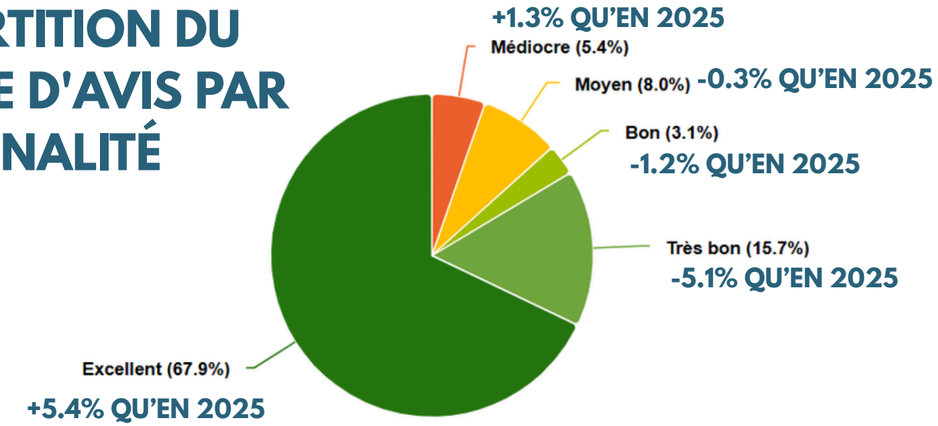
ÉVOLUTION DU NOMBRE D'AVIS PAR TONALITÉ



TAUX DE RÉPONSE DES AVIS



RÉPARTITION DU NOMBRE D'AVIS PAR TONALITÉ



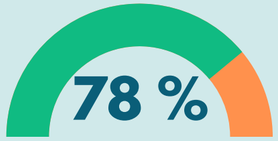
une bonne gestion des avis est primordiale. Un client peu satisfait mais pris en considération dans une démarche d'amélioration de la qualité de service reviendra peut être et sera alors plus favorable



INDICES PRINCIPAUX DE SATISFACTION PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ

HEBERGEMENTS

+



ACCUEIL (-8% QU'EN 2025)

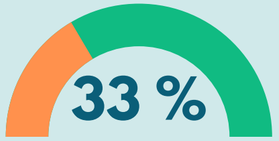


SITUATION GEOGRAPHIQUE (+9% QU'EN 2025)

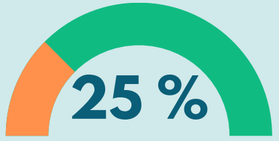


PROPRETÉ (+33% QU'EN 2025)

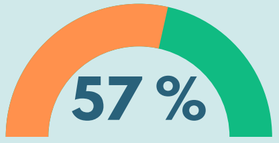
-



PETITS DEJEUNERS



CONFORT



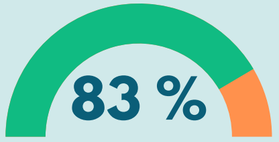
CHAMBRES (+19% QU'EN 2025)

HOTELERIE DE PLEIN AIR

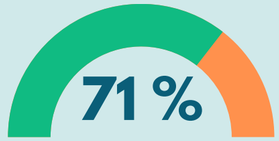
+



SITUATION GÉOGRAPHIQUE (-6% QU'EN 2025)

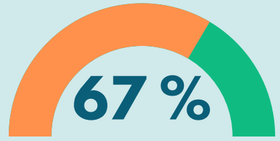


EMPLACEMENTS

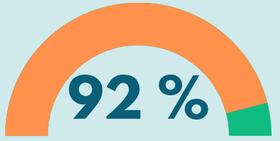


ACCUEIL (-4%QU'EN 2025)

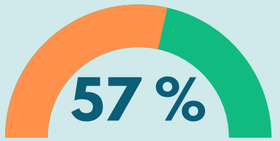
-



PARKING (+5% QU'EN 2025)



PETIT DÉJEUNER (+36% QU'EN 2025)



PROPRETÉ



RESTAURANTS

+

87 %
CADRE (IDEM 2025)

84 %
ACCUEIL (IDEM 2025)

79 %
RAP. QUAL/PRIX(+4% QU'EN 2025)

-

73 %
PROPRETÉ (+11% QU'EN 2025)

41 %
CARTE (+2% QU'EN 2025)

34 %
RESTAURATION (+5% QU'EN 2025)

ACTIVITÉS DE LOISIR

+

100 %
RESTAURATION
(+40% QU'EN 2025)

85 %
EXPERIENCE
(+4% QU'EN 2025)

84 %
ACCUEIL (+4% QU'EN 2025)

-

33 %
RAPPORT QUAL/PRIX

NOTES FAIR GUEST

NOTE MOYENNE VENDAYS MONTALIVET

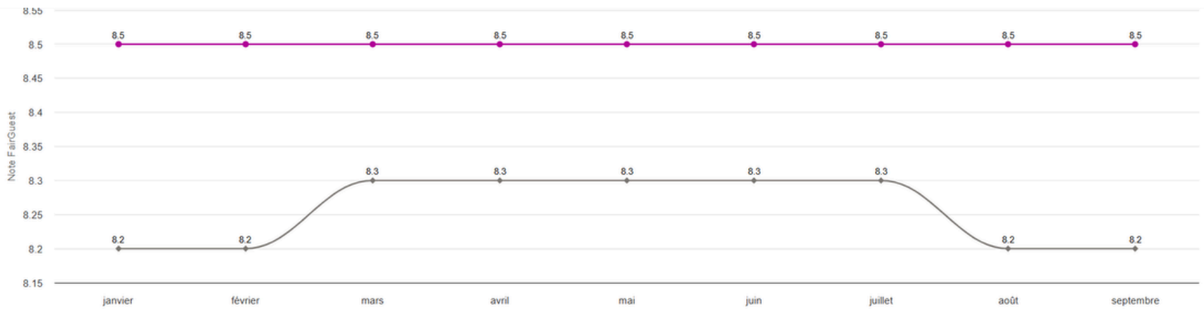


NOTE MOYENNE NATIONALE

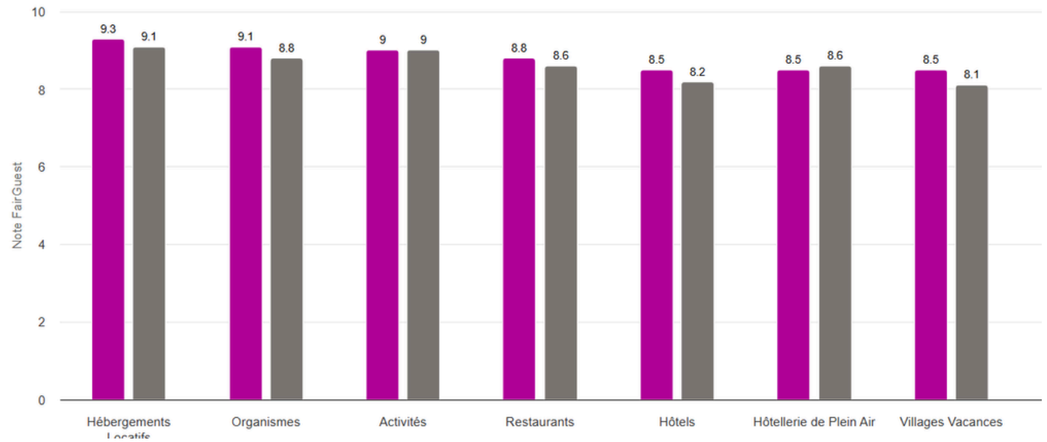


0.3 POINTS AU DESSUS DE LA MOYENNE NATIONALE

EVOLUTION DE LA NOTE MOYENNE



RÉPARTITION DE LA NOTE FAIRGUEST PAR TYPE D'ÉTABLISSEMENT



CONCLUSION

En synthèse, la saison témoigne de la grande attractivité de notre destination, portée par un flux de visiteurs soutenu et un niveau de satisfaction particulièrement remarquable.

Néanmoins, la prudence budgétaire des ménages a fait évoluer les habitudes de consommation, incitant les vacanciers à cibler leurs dépenses au détriment des achats coup de cœur et des activités de loisirs.

L'observatoire met également en évidence des enjeux structurants fondamentaux pour notre territoire : la nécessité d'irriguer l'économie locale au-delà des enceintes de plein air, la recherche de solutions durables pour le logement des équipes saisonnières, la valorisation de l'arrière-saison et l'adaptation indispensable aux événements climatiques.

Face à ces constats, les acteurs économiques partagent une réelle maturité et un désir d'action collective pour faire évoluer nos modèles.
L'Office de Tourisme reste plus que jamais mobilisé pour accompagner et soutenir l'ensemble des professionnels de la station.
Dans un monde où le modèle touristique tel que nous le connaissons est en pleine mutation, Vendays-Montalivet sera une station résolument tournée vers les enjeux de demain et mettra tout en œuvre pour maintenir son attractivité, dans le plus grand respect de son environnement, de ses professionnels, de ses habitants et des touristes.