

Bilan de l'enquête de conjoncture

– Vacances de printemps 2025



Sommaire

Cette enquête de conjoncture a été menée auprès des professionnels partenaires de l'Office de Tourisme de Honfleur dans le but de **dresser un état des lieux de l'activité touristique durant les vacances de printemps (Pâques) 2025.**

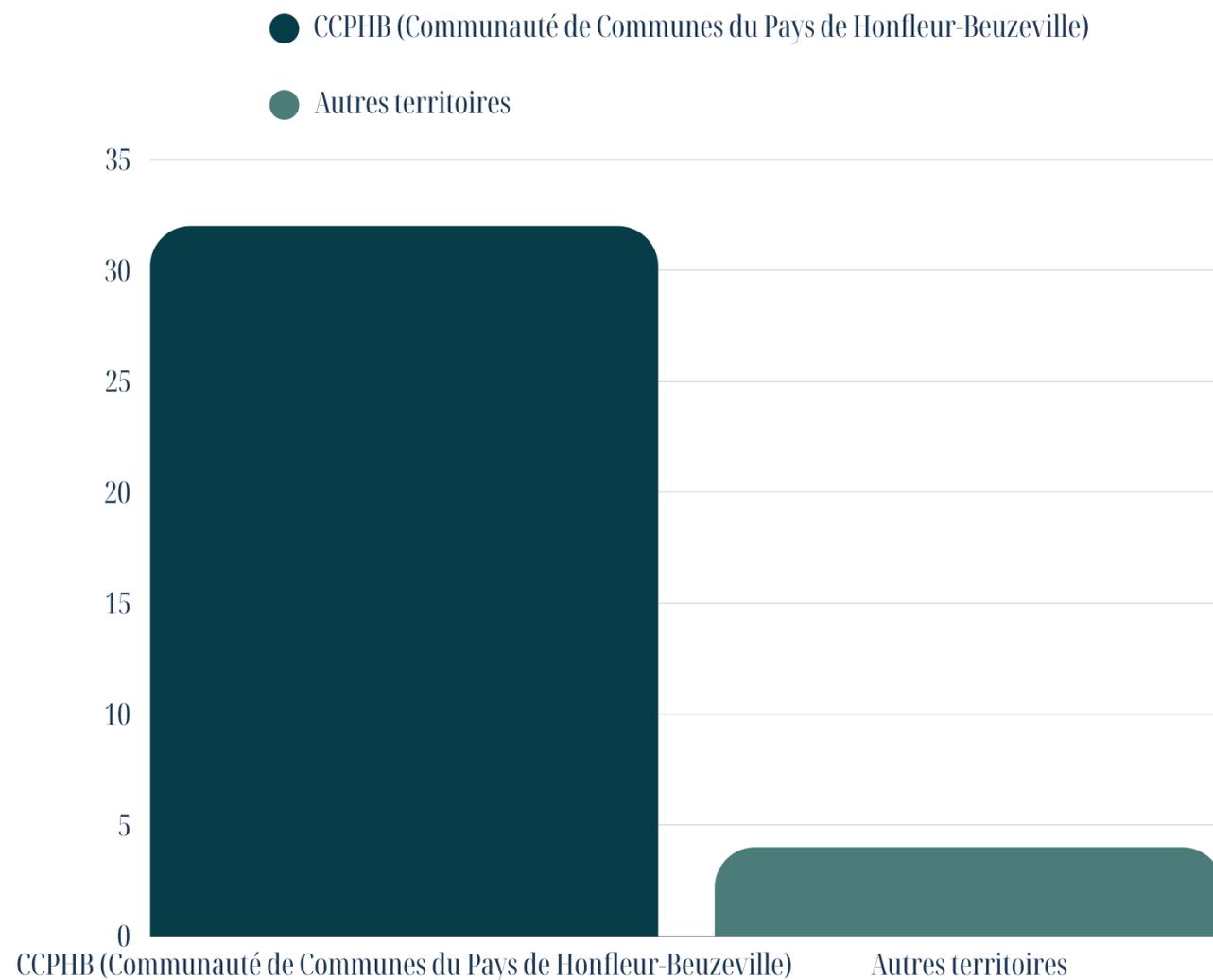
Elle vise à recueillir le **ressenti des acteurs du territoire sur leur niveau d'activité**, à **mesurer les évolutions par rapport à la saison précédente (2024) en termes de fréquentation**, de **chiffre d'affaires** et de **typologie de clientèle**, ainsi qu'à **identifier les tendances ou problématiques spécifiques rencontrées.**

Les données collectées permettront d'**affiner notre connaissance du terrain**, d'**adapter les actions de promotion et d'accompagnement** menées par l'Office de Tourisme, et de mieux **anticiper les besoins des professionnels pour les saisons à venir.**

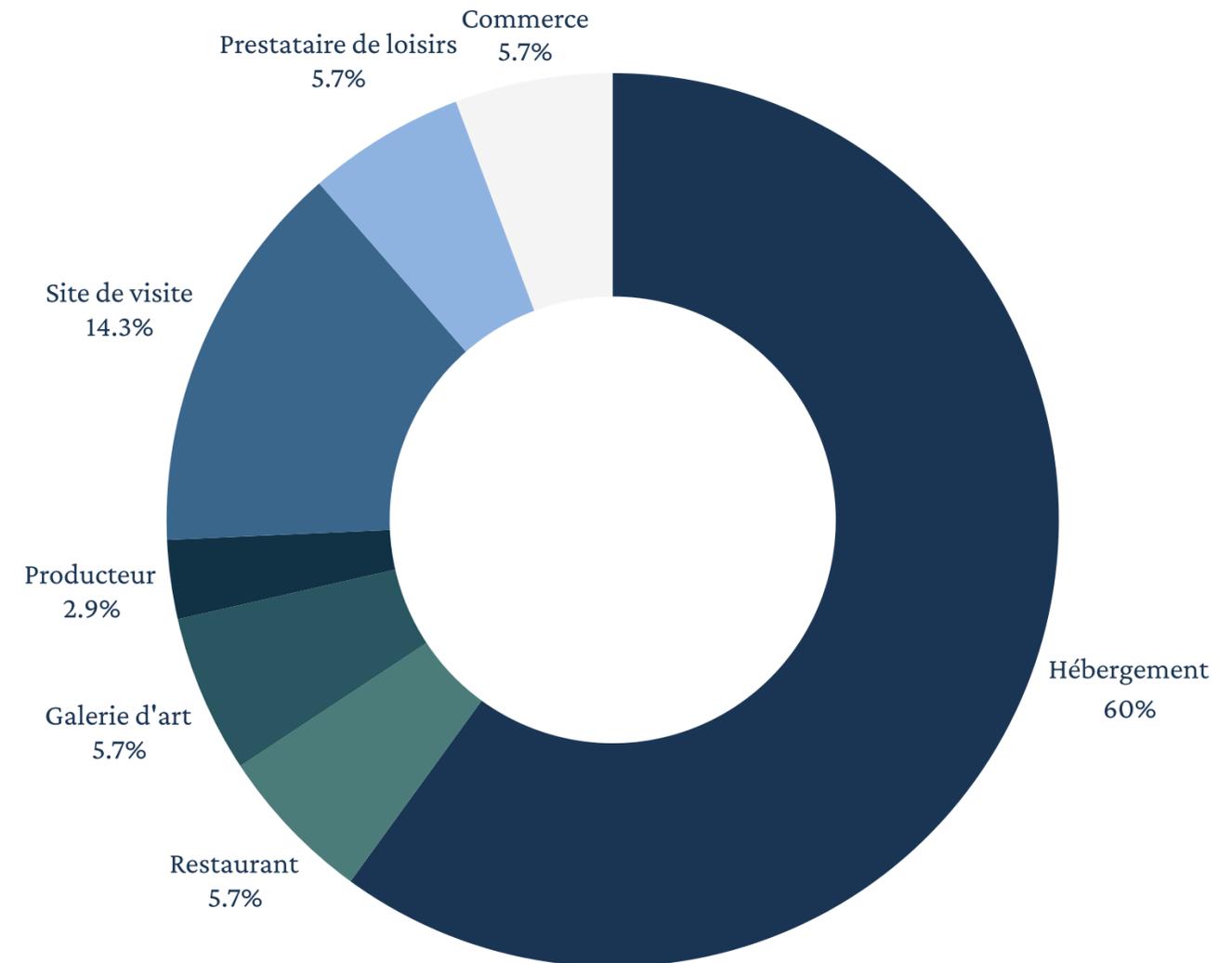
- 1 Profil des répondants
- 2 Ressenti global des professionnels
- 3 Évolution de la fréquentation
- 4 Évolution du chiffre d'affaires
- 5 Analyse de la clientèle accueillie
- 6 Typologie de la clientèle
- 7 Synthèse et remarques des professionnels

Profil des répondants

Répartition géographique des répondants sur le territoire

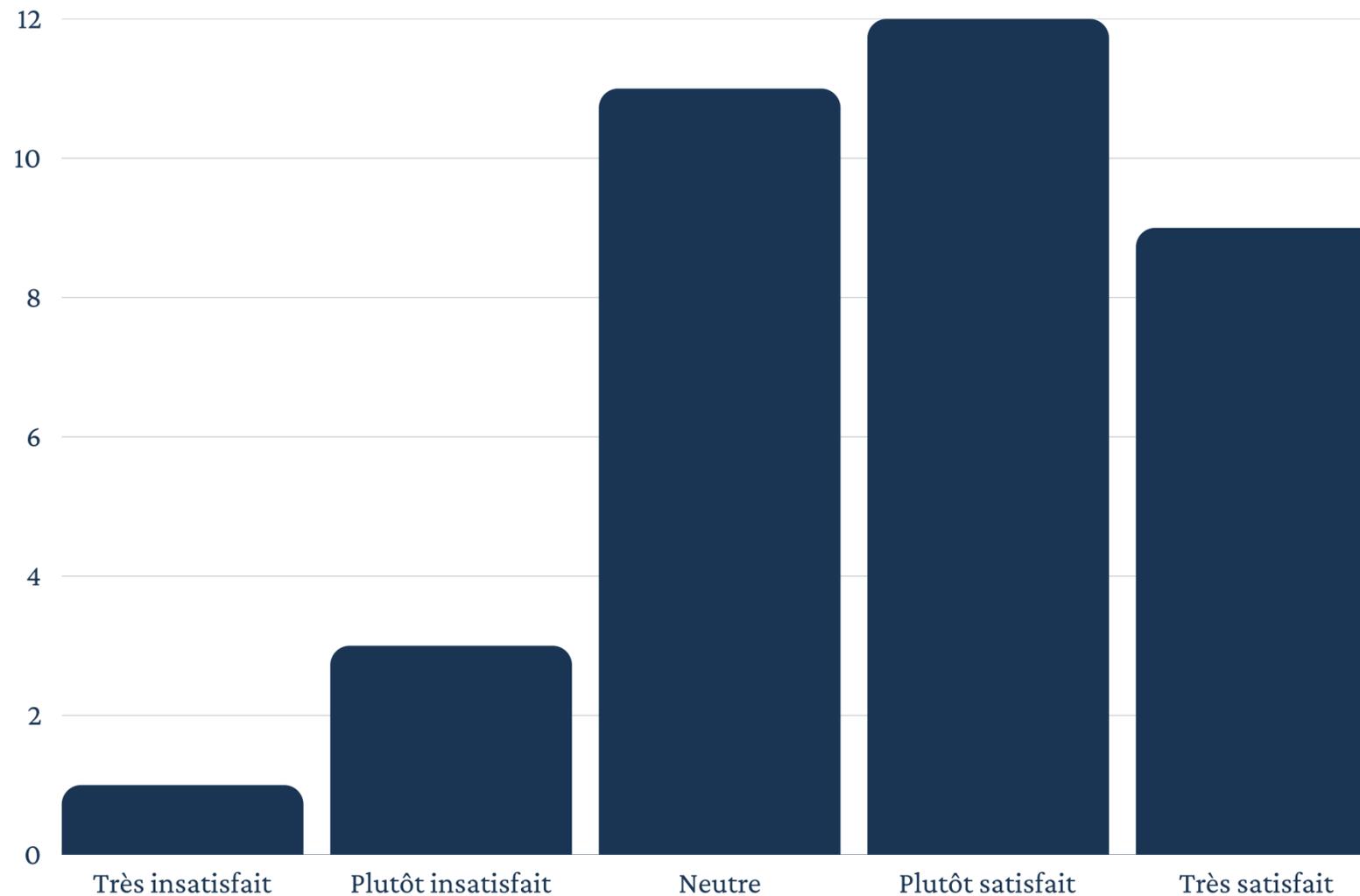


Répartition des répondants par type de structure (36 réponses)



Ressenti global des professionnels

Par rapport aux vacances de printemps (Pâques) 2024



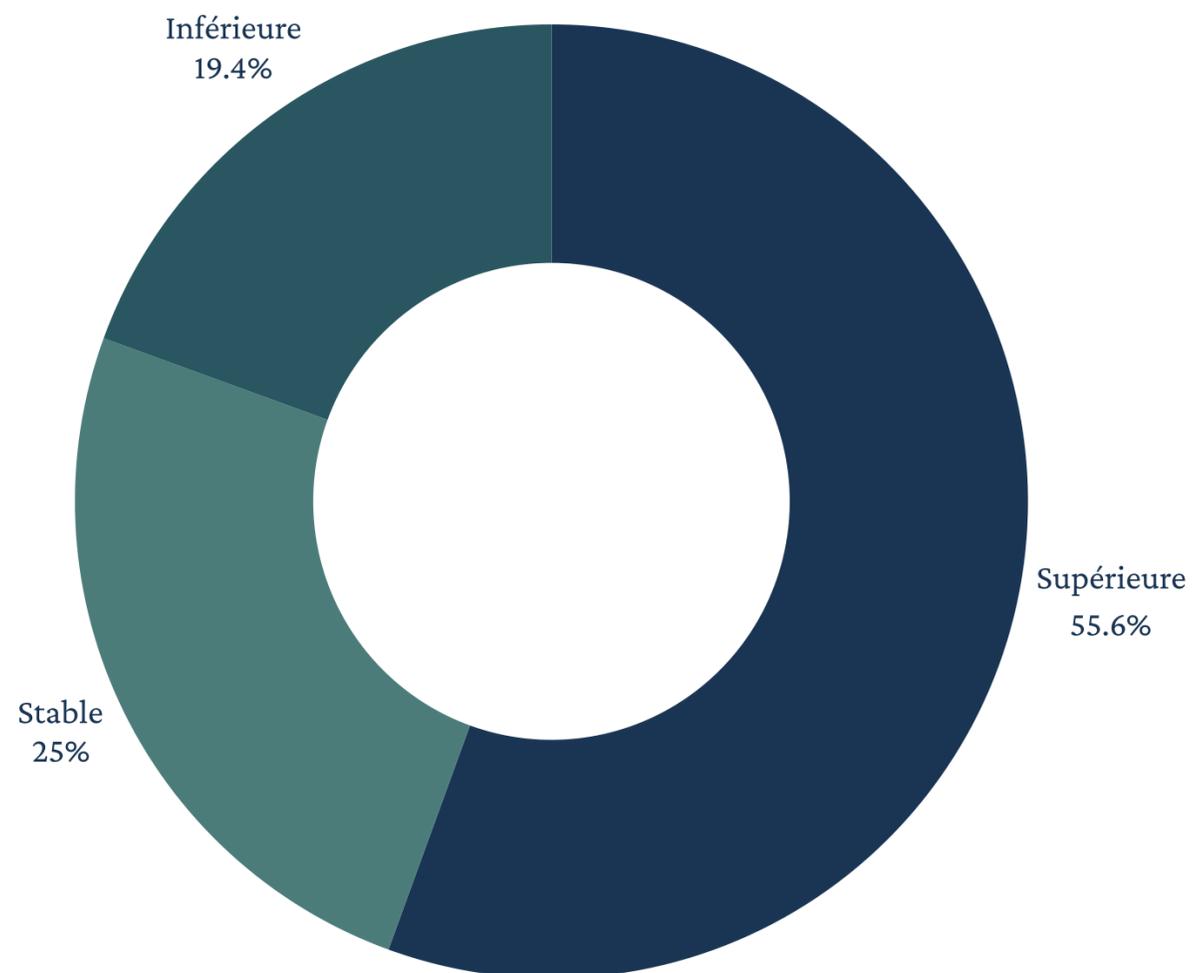
Le **ressenti global** des professionnels sur les vacances de printemps 2025 est **plutôt positif**.

La majorité des répondants se déclarant "**plutôt satisfaits**" ou "**très satisfaits**" représentent **plus de la moitié des retours**.

Une part notable exprime toutefois un avis **neutre**, en particulier parmi les **hôtels** et les **sites de visite**. Les retours négatifs (« **plutôt insatisfaits** » ou « **très insatisfaits** ») et **minoritaires**, mais concernent davantage les **chambres d'hôtes**.

Évolution de la fréquentation

Par rapport aux vacances de printemps (Pâques) 2024



Une majorité de professionnels (56 %) ont constaté **une hausse de fréquentation** par rapport à 2024.

Un quart des répondants indiquent **une fréquentation stable**, tandis qu'environ **19 % signalent une baisse**.

Ces chiffres témoignent d'une **dynamique globalement positive**, bien que certains secteurs puissent connaître des disparités selon l'offre ou la typologie de clientèle.

Certains acteurs, notamment dans **l'hôtellerie**, ont tiré parti d'une météo favorable pour assurer un bon taux d'occupation. À l'inverse, d'autres, comme les **chambres d'hôtes**, ont été pénalisés par une demande particulièrement faible.

Évolution du chiffre d'affaires

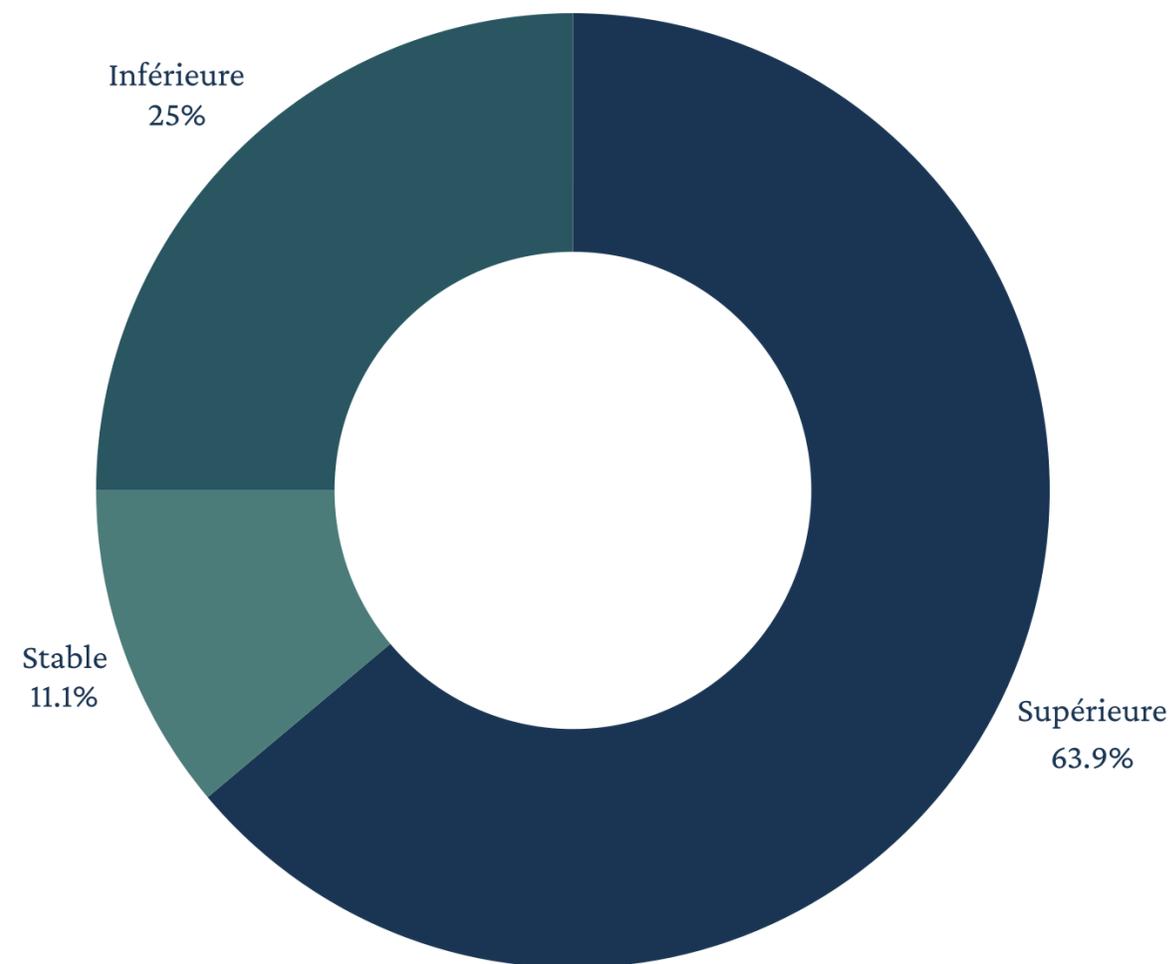
Par rapport aux vacances de printemps (Pâques) 2024

La tendance est globalement positive.

Près de 64 % des répondants déclarent **un chiffre d'affaires en hausse** par rapport à 2024.

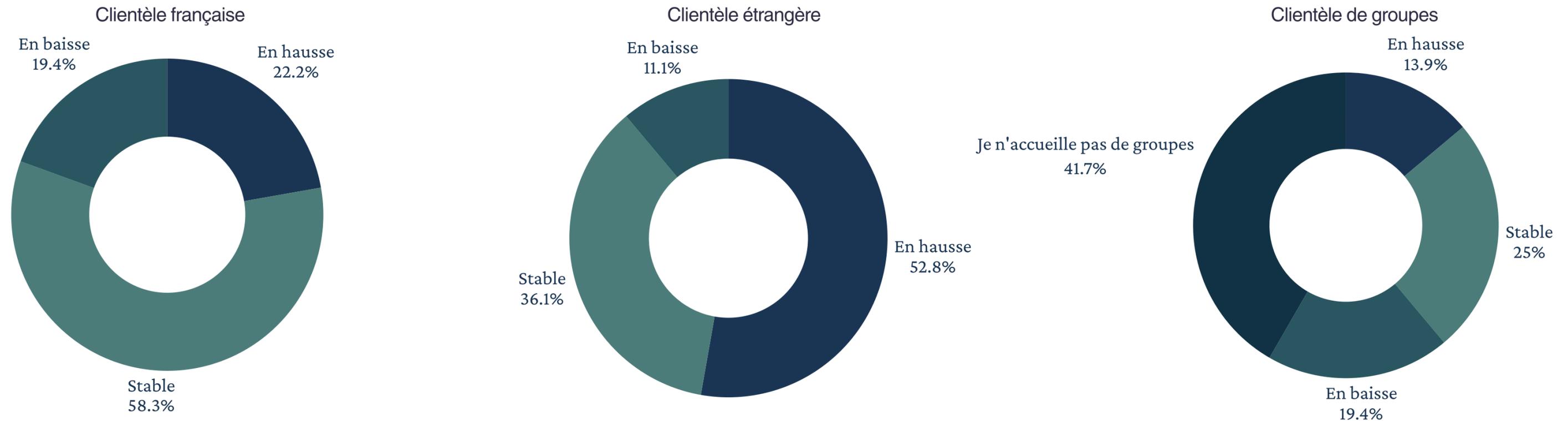
Un quart signalent une baisse et **11 % indiquent une stabilité.**

Les résultats confirment **une hausse de l'activité** pour une majorité d'acteurs, en particulier dans **l'hôtellerie, l'hôtellerie de plein air** et le **commerce**. Un **maintien de l'activité** est également observé, notamment du côté des **hôtels** et des **sites de visite**.



Analyse de la clientèle accueillie

Par rapport aux vacances de printemps (Pâques) 2024



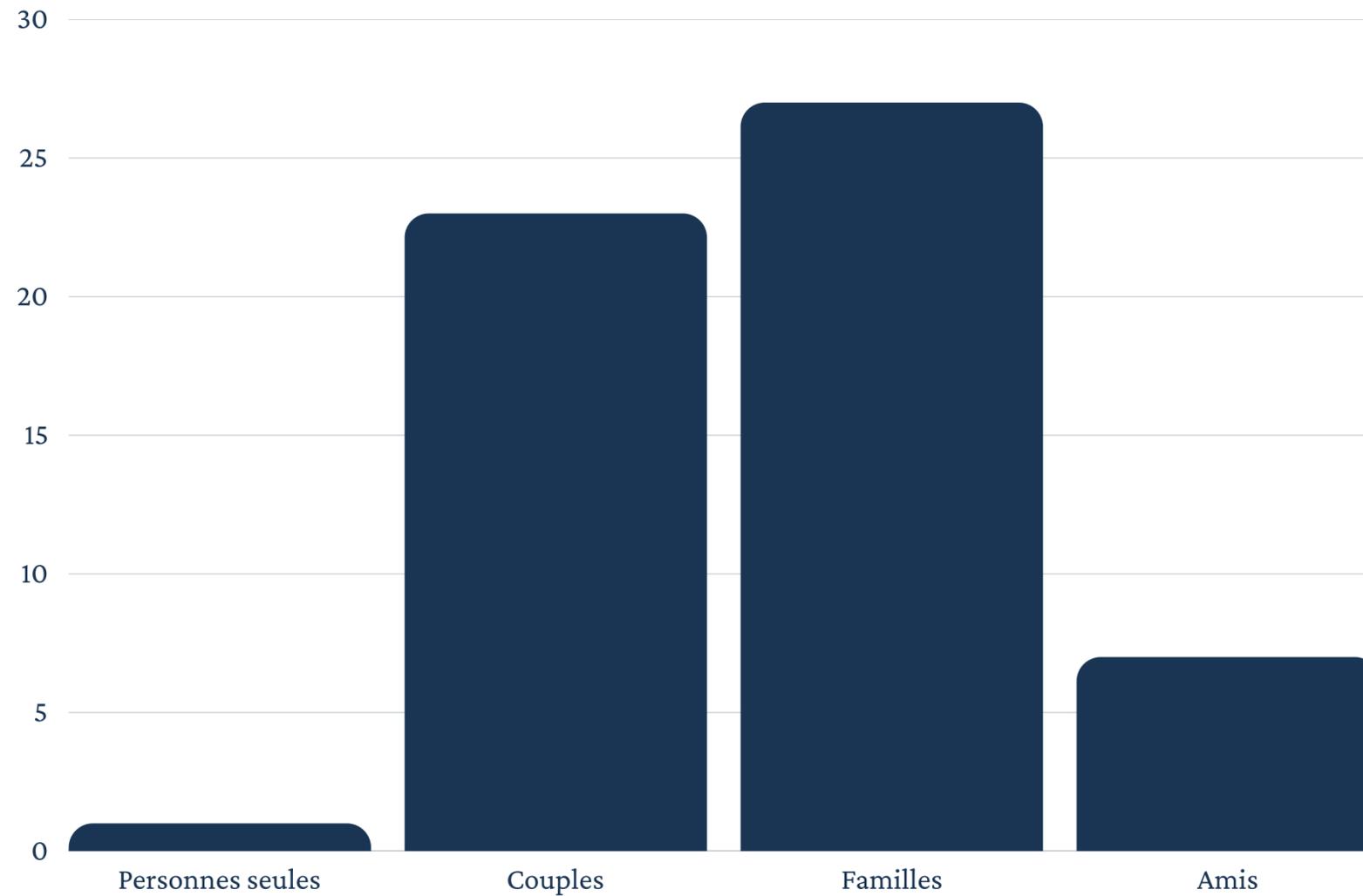
La **clientèle française** est restée **globalement stable** pour la majorité des professionnels, avec 58 % déclarant une fréquentation équivalente à celle de l'an passé. 22 % ont observé une hausse, tandis que 19 % notent une baisse.

La **clientèle étrangère** affiche une **dynamique positive**, avec **53 % des répondants signalant une hausse**, 36 % une stabilité, et 11 % une baisse.

Le résultat est **plus nuancé parmi les répondants accueillant des groupes** puisque près de 20% d'entre eux déclarent une baisse d'activité avec cette clientèle, contre une hausse pour seulement 14% d'entre eux. 25 % indiquent une fréquentation stable.

Ces données traduisent **une fréquentation globalement stable**, portée notamment par la **clientèle étrangère**.

Typologie de la clientèle



La **clientèle familiale** reste **majoritaire** sur la période, suivie par les **couples** et les groupes d'**amis**.

Les **personnes seules** représentent une part très **faible** des visiteurs.

Ces résultats confirment l'orientation du territoire vers **un tourisme principalement familial et de loisirs**, en cohérence avec l'offre locale.

Synthèse et remarques des professionnels

- **La fréquentation globale est en hausse** pour plus de la moitié des professionnels (56 %), notamment grâce à la **clientèle étrangère (+53 %)**.
- **Le chiffre d'affaires est en hausse** pour 64 % des répondants.
- **La clientèle française reste majoritaire** mais apparaît moins présente pour certains.
- Comportements d'achat jugés plus prudents ou **clients moins dépensiers** selon certains retours.

“Les gens sont moins acheteurs !”

“Activité très molle. Clientèle française quasi inexistante.”

- Une forte part de **réservations de dernière minute**, obligeant à adapter les tarifs :

“Beaucoup de réservations de dernière minute. Nous avons dû adapter les tarifs selon la demande. »

- La **météo favorable**, jugée très positive pour l'activité.
- Un **retour mitigé sur le week-end de Pâques** : certains ont connu une fréquentation inférieure à celle des années précédentes :

“Week-end de Pâques en demi-teinte – nous n'avons pas fini complet contrairement aux autres années.”