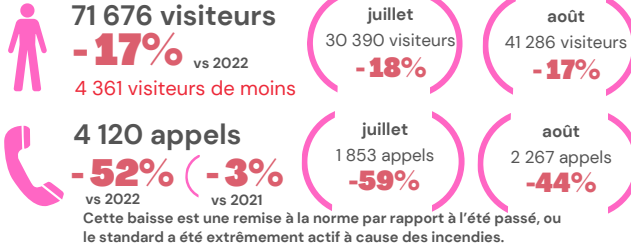


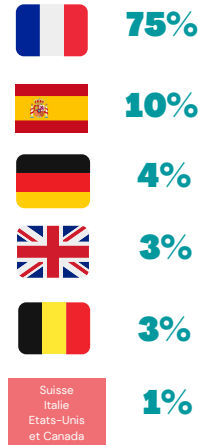
Fréquentation de l'Office de Tourisme

FRÉQUENTATION OT



La baisse de fréquentation au comptoir de l'Office de Tourisme ne se traduit pas par une baisse d'activité. En effet, nous sommes plutôt sur un retour à des flux plus adaptés à nos services et toujours au-dessus de l'année 2019 (année d'accueil dans nos anciens locaux). Ainsi les conseillers en séjour disposaient de meilleures conditions pour apporter une réelle valeur ajoutée aux clients : conseil personnalisé, accompagnement dans l'organisation de leur séjour, commercialisation de visites guidées et autres produits.

MA.AT



75% de français
25% d'étrangers
(chiffres de 2022 : 75% de français / 15% d'étrangers)

Principales régions françaises :

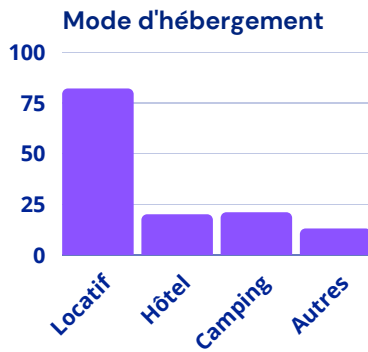
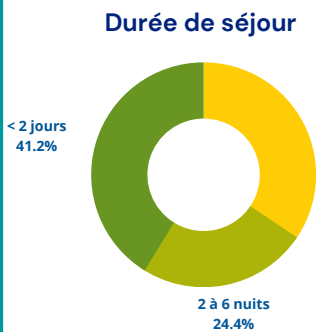
- 1 - Nouvelle Aquitaine
- 2 - Île de France
- 3 - Auvergne Rhône Alpes
- 4 - Occitanie
- 5 - Grand Est et Hauts de France
- 6 - Bretagne et Pays de la Loire

Le classement de la Nouvelle Aquitaine en 1ère position, à la place de l'Île de France est l'indicateur de la forte présence d'une clientèle de proximité, pour du court séjour.

Retour marqué des clientèles européennes de proximité

TYOLOGIE DE LA CLIENTÈLE DE L'OFFICE DE TOURISME

source : saisie roadbook



La proportion de clients déclarant être hébergés en location a augmenté cette année (45% en 2022, 76% en 2023)

Top 6 des demandes du roadbook

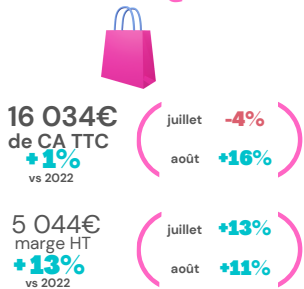
- 1 - animations
- 2 - activités pour les enfants
- 3 - hébergements
- 4 - visites guidées
- 5 - marchés
- 6 - promenades en bateau

Demandes rapides les plus fréquentes

- Accès Dune du Pilat
- Excursions bateau
- Petit train
- Marchés
- Animations estivales
- Stationnement
- Pistes cyclables

source : retours de l'équipe

BOUTIQUE



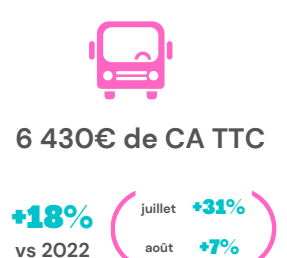
VISITES GUIDÉES



BILLETTERIE SPECTACLES



BUS



DIFFUSION DU ROAD BOOK : CARNET DE SÉJOUR PERSONNALISÉ

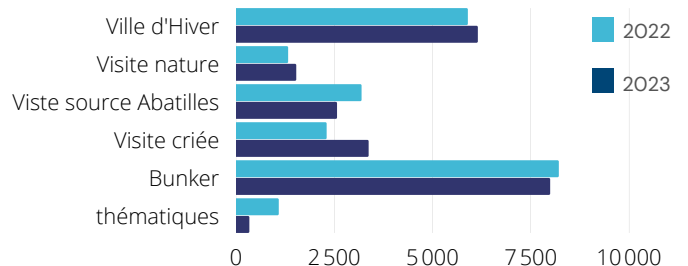


1 684 carnets créés

Modes de contact clients :

- comptoir : 74%
- téléphone : 24%
- email : 1%

TOP 6 DES VISITES EN CA



Indicateurs de fréquentation de la ville

Fréquentation des parkings Indigo

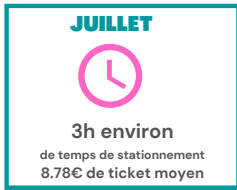
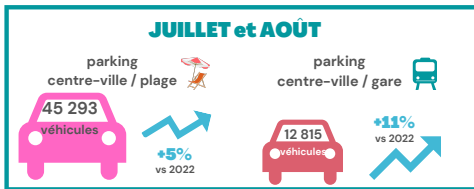
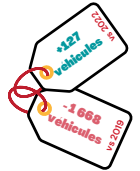
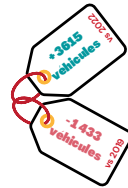
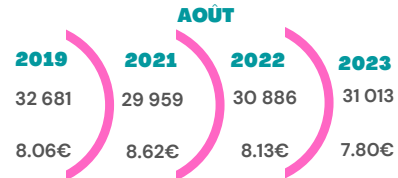
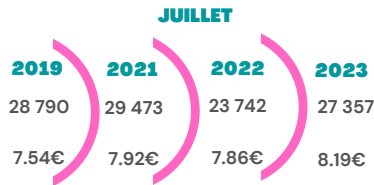
Indicateur de présence des excursionnistes sur la destination - données des mois de juillet et août 2019 - 2021 - 2022 - 2023

unité de mesure : nombre de véhicules stationnés

nombre de véhicules stationnés

ticket moyen

(indicateur durée stationnement)



précision : les tarifs ont augmenté de 10% cette année (jamais augmentés depuis 2015)

Malgré un démarrage tardif en juillet, nous sommes au-dessus de l'an passé, et nous rapprochons des chiffres de 2019.

2022 était l'année des incendies survenant en juillet. Pour rappel, nous avons une baisse de 4000 véhicules par rapport à 2021

2021 accueillait une clientèle franco-française, se déplaçant majoritairement en voiture.

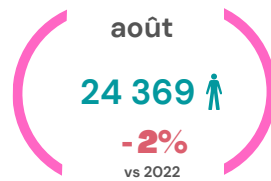
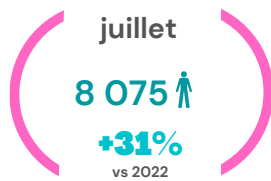
2019 est la référence d'une année au contexte normal.

Fréquentation du parking relais

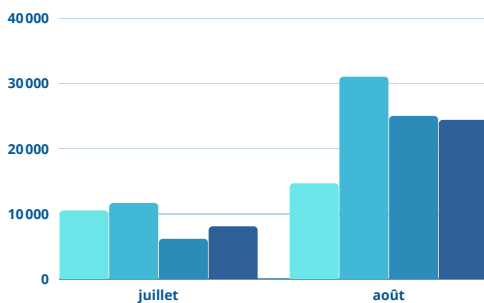
Indicateur de présence des excursionnistes sur la destination

unité de mesure :

nombre de passagers dans les bus relais

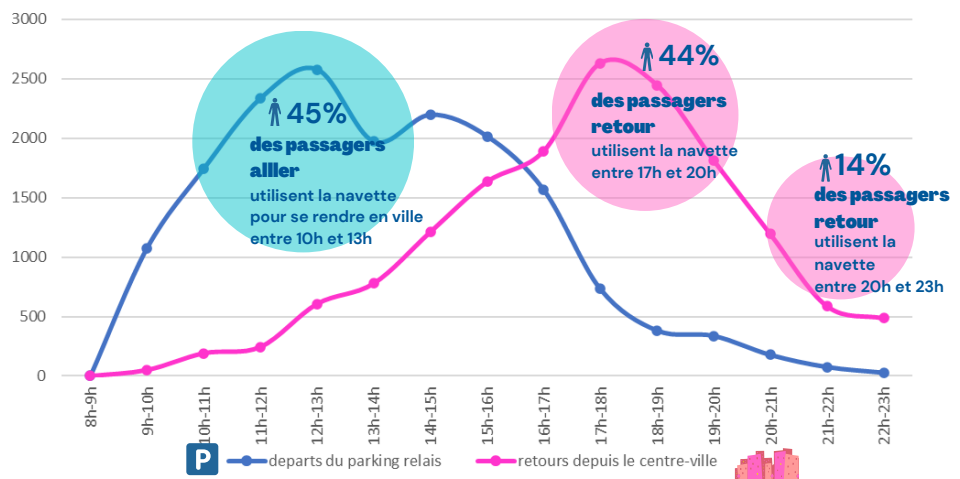


Fréquentation du parking relais de 2020 à 2023



■ 2020 pour 10h15 de fonctionnement quotidien 7j/7
■ 2021 pour 10h15 de fonctionnement quotidien 7j/7
■ 2022 pour 15h de fonctionnement quotidien 7j/7
■ 2023 pour 14h de fonctionnement quotidien 7j/7

Détail horaire des flux aller-retour vers le centre-ville



Stationnement en ville

Indicateur de présence des excursionnistes sur la destination et le temps sur site

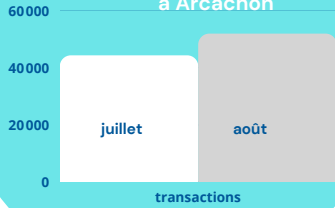
unité de mesure :
nombre de transactions aux horodateurs
1 transaction = 1 véhicule



208 035 transactions enregistrées en juillet et août 2023

Centre-ville

46% du volume de transactions à Arcachon



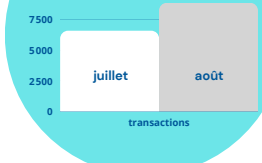
Le Mouleau

33% du volume de transactions à Arcachon



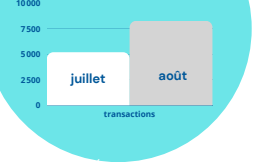
Les Arbousiers

7% du volume de transactions



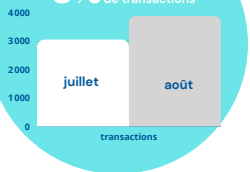
Bd de la plage vers l'Aiguillon

6% du volume de transactions



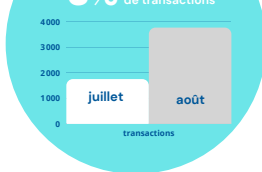
Petit port et Halle du port de Pêche

3% du volume de transactions



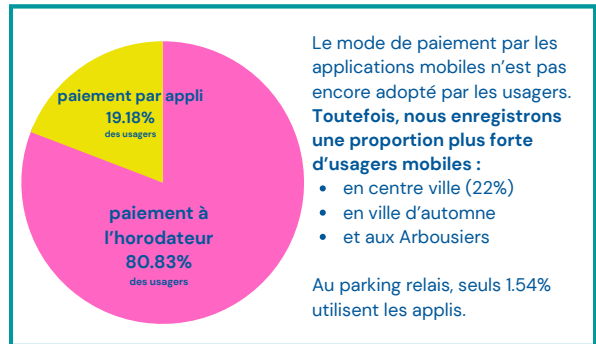
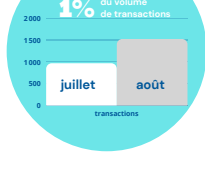
Parking relais

3% du volume de transactions



place Verdun

1% du volume de transactions



Données tri des déchets

Indicateur de présence des excursionnistes sur la destination



1144 tonnes en été 2023

-3% vs 2022

+25% vs 2021

Ordures ménagères



293 tonnes en été 2023

+3% vs 2022

+2 vs 2021

Recyclables



415 tonnes en été 2023

+35% vs 2022

+23% vs 2021

Verre

Hébergements – hôtels et résidences



TAUX D'OCCUPATION JUILLET 2023

70%

(15 répondants)

des résultats très hétérogènes
selon les établissements.

-10 à +10%

en moyenne vs 2022

des données
plus proches de 2019

JULLET

Des **retours très hétérogènes** en termes de taux d'occupation selon les établissements et selon leur stratégie commerciale, marketing et politique tarifaire.

Le **démarrage tardif du mois de juillet** a suscité des inquiétudes sur la suite de la saison. La crainte de conséquences des incendies de 2022, souvent évoquée par les professionnels, ne s'est toutefois pas confirmée.

L'activité s'est nettement intensifiée à partir de la dernière semaine de juillet mais le maintien de la tendance de réservations à la dernière minute a coupé toute visibilité sur le taux d'occupation du mois d'août.

TAUX D'OCCUPATION AOÛT 2023

80 à 97%

(15 répondants)

des résultats très hétérogènes
selon les établissements.

-7% à équivalent

selon les répondants

AOÛT

Les hôteliers et résidences enregistrent sur le mois d'août également une proportion importante de demandes de **toute dernière minute** : les disponibilités **se complètent au jour le jour**.

Ces demandes de toute dernière minute fragilisent le maintien d'une fréquentation à la hauteur des objectifs des professionnels. Si les belles journées ensoleillées, voire caniculaires du mois d'août ont été bénéfiques aux hôteliers, l'arrivée du mauvais temps sur l'avant dernière semaine du mois a porté préjudice au taux d'occupation.

Ce mois d'août aura été différent en termes de rythme de réservation, mais les vacanciers étaient bien présents et les nuitées complètes sur la grande période du 1er au 20/8.

TENDANCES GÉNÉRALES

Tout au long de cet été, les retours étaient unanimes sur certains points :

- des séjours courts, de moins de 3 nuits même en forte période touristique
- des demandes de dernière minute pour les hébergements comme pour les activités
- une clientèle étrangère en hausse, et une clientèle française en baisse

STRATÉGIE TARIFAIRE

Le **prix moyen d'un grand nombre d'établissement a augmenté sur ces dernières années** (évaluation de +11% en 2022 par rapport à 2019). Cette stratégie a aussi été adoptée dans d'autres destinations (La Rochelle, Biarritz, Saint Malo, Deauville, entre 7 et 23%)

Toutefois, une adaptation des tarifs a été mise en place par certains professionnels.

Hébergements – camping Huttopia

Le camping Huttopia fait le bilan d'une excellente saison, se poursuivant toujours avec une clientèle loisirs en septembre.

TAUX D'OCCUPATION JUILLET

82%

TAUX D'OCCUPATION AOÛT

97%

TAUX D'OCCUPATION SEPTEMBRE

au 25/09/23

62.7%

DURÉE DE SÉJOUR

**6 à 7
nuits**

voire même **15 jours**
pour beaucoup

TAUX D'OCCUPATION

quasiment complet
depuis début mai

TYPOLOGIE CLIENTS



30%

clientèle
étrangère

70%

Le camping attire
une grosse
proportion de
clientèle étrangère et
enregistre de longs
séjours,
contrairement aux
autres
hébergements.

Une
clientèle
fidèle
revenue
cette
année

Hébergements – locatifs particuliers

À ARCACHON

JUILLET



2 708

biens ouverts à la
location

**TAUX
D'OCCUPATION
75%**

(+26%)
vs 2022

41 873

nuits réservées

PRIX MOYEN

+2%
vs 2022

+23%
vs 2019

AOÛT



2 583

biens ouverts à la
location

**TAUX
D'OCCUPATION
84%**

(+26%)
vs 2022

47 321

nuits réservées

PRIX MOYEN

+6%
vs 2022

+19%
vs 2019

ETAT DES RÉSERVATIONS À CE JOUR SUR L'ENSEMBLE DU SUD-BASSIN

SEPTEMBRE

**TAUX
D'OCCUPATION
40%**

+4.9% vs 2022

**NUITS
PROPOSÉES
101 950**

-48% vs 2022

OCTOBRE

**TAUX
D'OCCUPATION
10%**

-0.1% vs 2022

**NUITS
PROPOSÉES
98 878**

-47% vs 2022

Retour de certains loueurs particuliers :

«Beaucoup plus de courts séjours/de demandes tout inclus : draps/serviettes/ménage/vélos /accessoires enfants et demandes aussi sur les activités »

«Beaucoup plus d'étrangers que l'année dernière »

« dernière minute sur 1 semaine en août »

« Réservations en direct d'une clientèle d'habitues venant depuis plusieurs années. Aucun nouveau client ni en juillet, ni en août 2023 »

Activités de loisirs nautiques



Baisse d'activité enregistrée au mois de juillet, mais un retour à la normale au mois d'août pour la majorité des professionnels.

La demande de dernière minute concerne également les prestations nautiques privatisées.

Le court séjour des vacanciers a également impacté les activités de loisirs. En effet, le temps était compté pour les vacanciers et imposait des choix de loisirs à consommer sur place.

Des perspectives optimistes sur le mois de septembre grâce à la clientèle affaire.

Petit train touristique

Au mois de juillet, l'activité était sensiblement équivalente à 2022, avec 50% de vente en ligne (nouvel outil mis en place cette saison).

Au mois d'août : + 4% enregistrés, avec 74% de vente en ligne.

Restauration

Les retours des restaurateurs suivent les tendances des autres professionnels du tourisme :

- un mois de juillet débutant timidement, mais des retours toujours très hétérogènes selon les établissements
- des réservations de dernière minute
- certains restaurateurs ont retrouvé une clientèle d'habitues en juillet, de résidents secondaires et de familles

