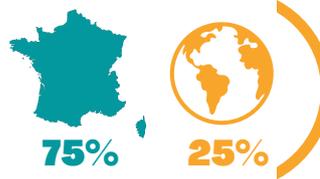


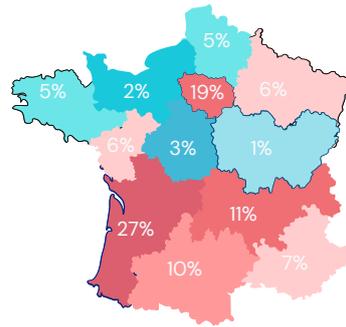
Fréquentation de l'Office de Tourisme

FRÉQUENTATION OT



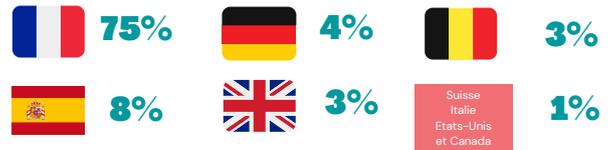
Un nombre de visiteurs étrangers en constante évolution. Les principales nationalités enregistrées sont l'Espagne toujours bien au-dessus, l'Allemagne, la Belgique et le Royaume-Uni.

Des vacanciers français principalement en provenance de la Nouvelle Aquitaine. Nous avons fait le même constat la saison dernière.



- Ce que cela signifie :**
- forte présence de la clientèle de proximité, sur une période où les parisiens étaient en 1ère position.
 - une plus forte présence d'excursionnistes, et de vacanciers en court-séjour.

FRÉQUENTATION MA.AT



L'Office de Tourisme d'Arcachon a enregistré une hausse de la fréquentation cet été par rapport à la saison précédente. En juillet, nous avons observé une augmentation notable des excursionnistes, avec une forte présence de cyclotouristes et de visiteurs étrangers, souvent en transit. En août, la tendance a évolué vers une clientèle française en proportion plus importante qu'en juillet.

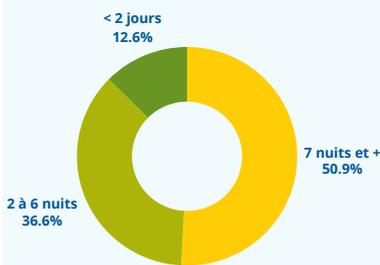
TYPOLOGIE DE LA CLIENTÈLE DE L'OFFICE DE TOURISME

source : saisie roadbook

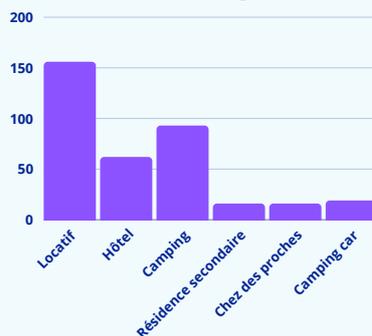
Demandes rapides les plus fréquentes

- Dune du Pilat et accès bus
- Excursions bateau
- Plan de ville
- Petit train
- Marchés
- Animations estivales
- Stationnement
- Pistes cyclables

Durée de séjour



Mode d'hébergement



Top 6 des demandes du roadbook

- 1 - animations du séjour
- 2 - animation avec enfants
- 3 - hébergements
- 4 - visites guidées et autonomes
- 5 - marchés
- 6 - promenades en bateau

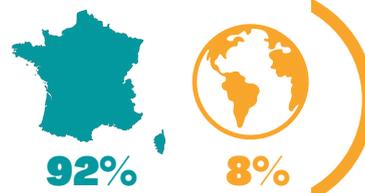
DIFFUSION DU ROAD BOOK : CARNET DE SÉJOUR PERSONNALISÉ

Modes de contact clients :

- comptoir : 74%
- téléphone : 23%
- email : 3%



2 885
carnets créés
(1 684 en 2023)
+71% vs 2023



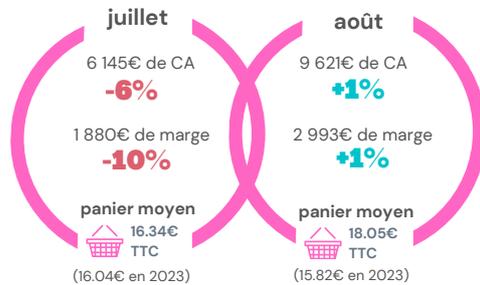
4
professionnels du tourisme utilisateurs de l'outil pour leurs clients

Activité commerciale de l'Office de Tourisme

BOUTIQUE

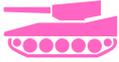


15 766€ de CA TTC
-2% vs 2023
4 874€ de marge
-3% vs 2023



BUNKER 502

visites libres et guidées



9 548€ de CA TTC
-1% vs 2023
8 578€ de marge
-1% vs 2023

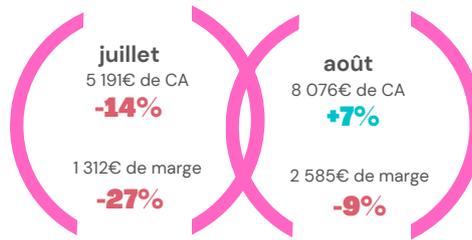


VISITES GUIDÉES

toutes visites guidées sauf bunker

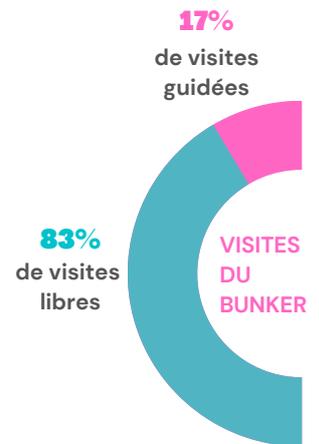
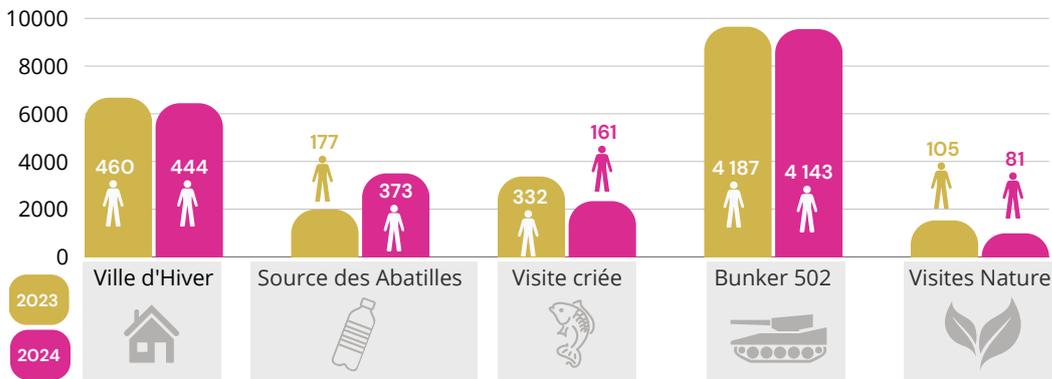


13 267€ de CA TTC
-2% vs 2023
3 897€ de marge
-16% vs 2023



L'activité commerciale de l'Office de Tourisme affiche un bilan mitigé selon les offres proposées :

- l'activité boutique se maintient grâce à une activité plus intense en août et une clientèle à fort pouvoir d'achat
- la baisse de marge de l'activité "visites guidées" s'explique par un nombre moins important de participants par visites

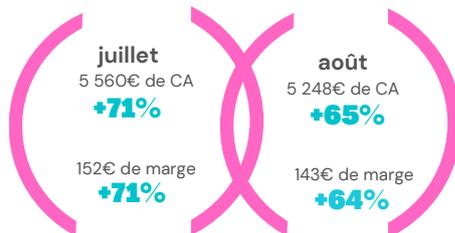


TRANSPORT DOUX - BUS

visites libres et guidées



10 808€ de CA TTC
+68% vs 2023
295€ de marge
+68% vs 2023



Dans la mesure où le prix de vente des titres de transport a doublé cet été, il faut se baser sur le nombre de titres de transports et pas sur le CA pour évaluer l'évolution de la demande de bus.



Données stationnement Ville + parkings indigo

Indicateur de présence des excursionnistes sur la destination et des usages en mode de déplacement

unité de mesure : nombre de transactions aux horodateurs ou enregistrée par Indigo
1 transaction = 1 véhicule

238 419



2 251
véhicules en +

stationnés à Arcachon cet été

+3%
vs 2023
en
Juillet

-1%
vs 2023
en
Août

182 125
stationnés en ville
(parkings aériens, parking relais,
et rues, tous quartiers
confondus)

+3%
vs 2023



56 294
stationnés
dans les parkings indigo
en centre-ville

-5%
vs 2023



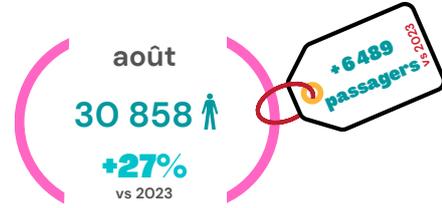
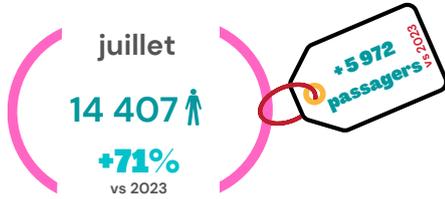
19%
des
stationnements
en ville
réservés
via les applis
Prestopark ou
Paybyphone



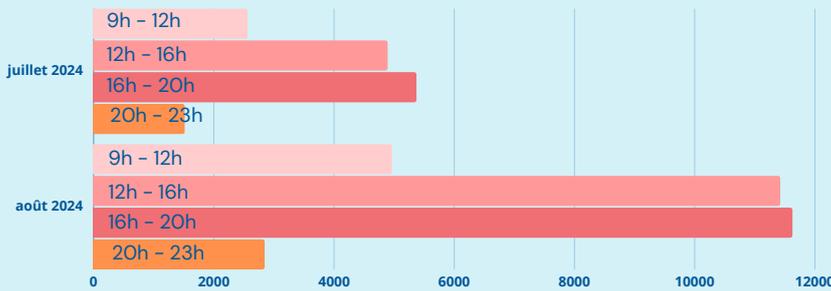
Zoom sur la fréquentation du parking relais

Indicateur de présence des excursionnistes sur la destination

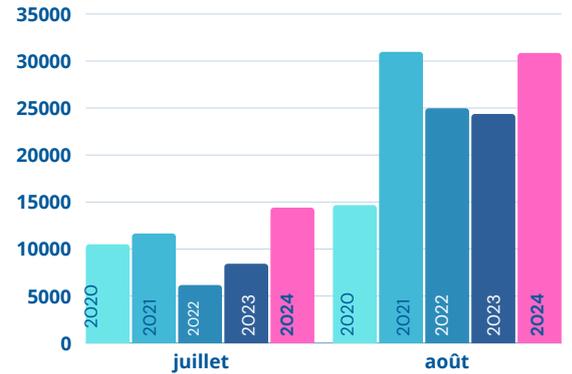
unité de mesure : nombre de passagers dans les bus relais



Fréquentation par créneau horaire



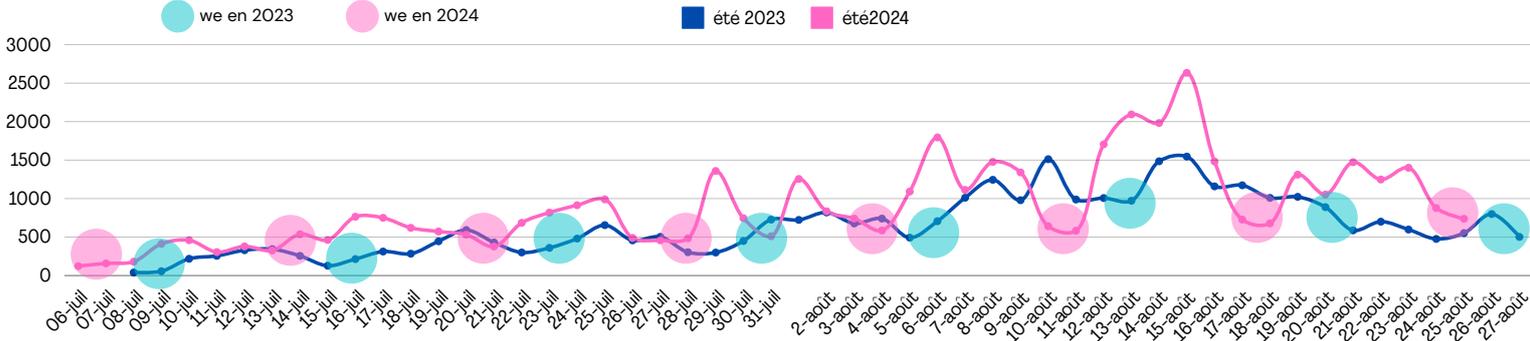
Fréquentation du parking relais de 2020 à 2024



Analyse fréquentation parking relais cet été :

- en juillet, une forte progression par rapport à 2023 et dépassement des données de 2020, référence la plus haute de ces 4 dernières années
- l'ajout de navettes pour le feu d'artifices du 14/07 a fonctionné (69 passagers entre 23h et 1h)
- au regard des chiffres journaliers, nous constatons que la fréquentation du parking est moins importante pendant les week-end, sauf sur la journée du 14/7 qui tombait un dimanche en 2024
- les données par créneaux horaires mettent en avant la nécessité de poursuivre les navettes en soirée

Détail journalier des navettes



Données tri des déchets

Indicateur de présence des excursionnistes sur la destination



1 075 tonnes en été 2024

-6%
vs 2023

-9%
vs 2022

Ordures ménagères



331 tonnes en été 2024

+13%
vs 2023

+17%
vs 2022

Recyclables



406 tonnes en été 2024

-2%
vs 2023

+32%
vs 2022

Verre

TOTAL
tous déchets confondus
1 812 tonnes
-2%
vs 2023
+2%
vs 2022

Hébergements – hôtels et résidences

TAUX D'OCCUPATION JUILLET 2024

81%

des résultats assez équilibrés
pour l'ensemble des
établissements

-9 à +10%

en moyenne vs 2023

Des **retours moins hétérogènes** en termes de taux d'occupation selon les établissements, et des retours unanimes sur :

- l'augmentation de la clientèle étrangère
- un démarrage tardif de juillet, après le 15/7

Le **démarrage tardif du mois de juillet a suscité moins d'inquiétude**, et pas de surprise. Les causes étaient naturellement identifiées par tous : mauvaises conditions météo, contexte socio-politique, inflation...

La crainte de conséquences des incendies de 2022, n'a cette fois-ci pas du tout été évoquée.

Nouveauté 2024 : une stratégie tarifaire + réactive. Le frein du prix a bien été identifié et les offres souvent adaptées sur le prix, la durée minimum de séjour, les conditions d'annulation.

TAUX D'OCCUPATION AOÛT 2024

93%

des résultats assez équilibrés
pour l'ensemble des
établissements

stables ou en hausse

jusqu'à +9%

en moyenne vs 2023

Des **retours toujours plutôt similaires** en termes de taux d'occupation selon les établissements, et comme en juillet, des retours unanimes sur :

- l'augmentation de la clientèle étrangère
- les demandes de dernière minute

Ces demandes de toute dernière minute génèrent une activité plus intense de la part des équipes qui pouvaient parfois enregistrer 20 à 30% de leur capacité hôtelière au jour le jour .

Les conditions météorologiques du mois d'août ont été bénéfiques aux hôteliers, mais l'arrivée d'un temps plus frais et variable la dernière semaine a certainement porté préjudice au taux d'occupation final.

C'EST COMME EN 2023 :

Les retours étaient unanimes sur certains points :

- des séjours courts, de moins de 3 nuits même en forte période touristique (à part Thalazur et Villa Moulleau 3-4 nuits)
- des demandes de dernière minute pour les hébergements comme pour les activités
- une clientèle étrangère en hausse, et une clientèle française en baisse

NOUVELLE TENDANCE :

- une clientèle étrangère en hausse, et une clientèle française en baisse

TENDANCES SEPTEMBRE :

- des débuts plutôt timides
- les hôtels proposant le tourisme d'affaire sont + confiants, mais auront besoin de la clientèle loisirs pour compléter
- l'instabilité des conditions météorologiques porte préjudice à la présence de la clientèle loisirs

Hébergements – camping Huttopia

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

Activités

Source : enquêtes en ligne + phoning

Vélo

Juillet :

- la majorité des loueurs partagent un CA en baisse en juillet (-30 à -10%)
- un autre loueur tire un bilan plus positif, et met en avant une tendance des demandes plus fortes sur de la location de très courte durée ("à la journée" ou demi-journée)

Août :

- la période de pénurie de l'offre vélo par rapport à la demande est arrivée plus tôt que l'année précédente (début août au lieu du 15/8)
- les résultats du mois d'août sont variables en fonction des loueurs répondants (-10%, -1% ou équivalent)
- + de locations pour 3 à 5 jours sur ce mois

Typologie clients :

- beaucoup plus d'étrangers, essentiellement en provenance de l'Europe du Nord
- des clients français disposant de moins de budget, se concentrant sur des activités de courte durée
- une clientèle fidèle de résidents secondaires toujours présents, mais ne compensant pas le manque de clientèle parisienne autrefois plus importante

Bateau

- un démarrage de l'activité plus tardif et des flux irréguliers à cause des caprices de la météo
- baisse d'activité sur le mois de juillet
- le mois d'août a tenu ses promesses

Jet ski

- un mois de juillet catastrophique trop de pluie, trop de nuages, trop chaud.
- faible fréquentation sur le port et morosité de la clientèle
- maintien de quelques séminaires en juillet
- excursions d'1 heure en moyenne
- pas de nouvelles informations sur le mois d'août

Surf

- baisse d'activité évaluée à -30% en juillet
- reprise de l'activité en août (+10% pour un club répondant)
- constat de + d'étrangers
- durée des stages + courtes que les années précédentes

Centre équestre

- stages pratiquement au complet en juillet, avec également beaucoup de cours particuliers et balades
- une activité en légère hausse en juillet
- beaucoup de demandes de dernière minute en août
- + d'enfants en juillet, et + d'adultes en août
- constat de plus d'étrangers sur cette filière également
- activité en légère hausse sur les mois de juillet et août

Golf d'Arcachon

- saison particulière : changements de mode de réservation, beaucoup plus de demandes à la dernière minute alors que les golfeurs anticipent habituellement leurs résa de parcours
- juillet extrêmement calme
- août un peu poussif, du monde à partir du 15/8 et jusqu'au 31/8
- malgré une hausse considérable de clientèle étrangère (essentiellement anglais, allemands), et le maintien du socle de clients locaux, la baisse notable de vacanciers français aboutit à un bilan décevant

Club de plage

- du 1er au 31 juillet l'activité était plus que timide avec une fréquentation fortement en baisse. Le matin 6 à 10 enfants L'après-midi 10 à 15 enfants
- baisse de 50% sur la fréquentation de juillet
- étrangers anglais allemands et espagnols.
- les forfaits semaine sont moins vendus. Beaucoup de gens à la 1/2 journée, à l'heure et à la demi-heure
- Beaucoup de clients, parlent du coût des vacances sur Arcachon. Une fois l'hébergement trouvé, il est compliqué de satisfaire leurs envies (restaurant, loisirs...)

Restauration

Source : enquêtes en ligne + phoning

Tendances générales :

- l'été 2024 a été globalement bon, avec des tendances positives pour l'activité malgré des variations selon les périodes et les quartiers.
- la plupart des restaurants ont constaté une activité similaire en juillet 2023, et certains sont même en hausse
- le mois d'août a été plutôt positif pour tous, mais n'a pas forcément compensé la perte du mois de juillet de certains restaurants

A savoir :

- les établissements du centre-ville interrogés n'ont pas ressenti de démarrage tardif de la saison en juillet
- à l'inverse, les établissements des autres quartiers ont accueilli leur clientèle estivale plus tardivement
- les efforts d'embellissement des terrasses de certains établissements ont contribué à l'accroissement de leur activité
- la clientèle locale est restée présente dans certains établissements, surtout en début de saison

Clientèle :

- une clientèle variée, avec des habitués fidèles et un fort afflux de touristes étrangers (notamment Allemands, Espagnols, et Britanniques). Certains restaurants notent une baisse de la clientèle espagnole
- concernant la clientèle française, certains établissements ont ressenti un frein sur les prix et annoncent un panier moyen en baisse.
- baisse des réservations à l'avance : les clients arrivent de plus en plus souvent sans réservation