

Premier bilan de saison 2020

ANDERNOS TOURISME

ANDERNOS TOURISME

ANDERNOS LES BAINS

TOURISME

L'expérience des vraies vacances



ANDERNOS
les bains SA

UNE SAISON EXCEPTIONNELLE AU VU DU CONTEXTE SANITAIRE

Des données confirmées au niveau national avec ADN Tourisme

"une saison touristique estivale meilleure que prévue"

Un taux de départ en vacances des français de 53 %, dont 94 % ont séjourné en France, d'où une fréquentation de proximité. Il a été constaté la venue d'une nouvelle clientèle (des "primo visiteurs").

Les locations de vacances ont été préférées aux hôtels et campings pour cause d'un sentiment d'une meilleure sécurité sanitaire, d'une envie d'entre-soi et le désir d'éviter des parties communes et collectives. **Les réservations de dernière minute** ont été encore plus marquées, à cause de l'incertitude liée à l'évolution sanitaire et aux annonces progressives et tardives sur les possibilités de voyages des français pour l'été.

La fréquentation des activités sportives et de loisirs, et des activités de plein air, a été bonne.



“ TOP 3 DES ACTIVITÉS

- Visites guidées
- Locations de vélos
- Balades en bateaux ”

Et au niveau local avec le SIBA

"une saison estivale très satisfaisante d'un point de vue économique... mais éprouvante pour les professionnels"

L'impression d'avoir vécu deux mois d'août, tant au niveau du profil clientèle que du nombre de touristes sur le territoire.

Une nette différence de comportement de la clientèle a été observée: besoin de souffler, de s'aérer, de prendre l'air; il a été noté une hausse des incivilités, parfois un manque de respect des consignes sanitaires, beaucoup d'exigence et de stress.

On a pu noter sur le territoire une augmentation des difficultés de circulation. **La saison a démarré plus rapidement que d'habitude, dès le début du mois de juillet, avec une clientèle novice, et qui a duré jusque fin août.**

Il a été constaté un pouvoir d'achat plus élevé.

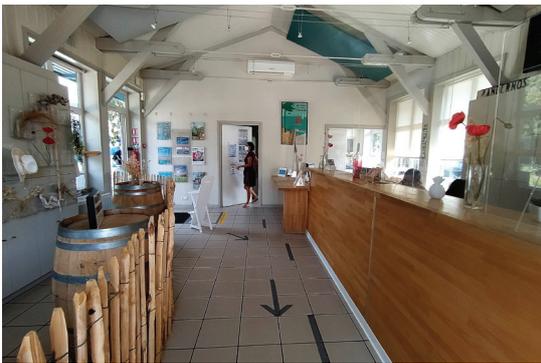
- Les terrasses des restaurants et les cabanes de dégustation ont été très fréquentées,
- Jusqu'à 12 000 personnes ont été comptabilisées par jour à la dune du Pyla,
- Une très bonne saison à la réserve ornithologique du Teich a été enregistrée.

LA SAISON À L'OFFICE DE TOURISME D'ANDERNOS

1) RAPPEL DES MESURES SANITAIRES MISES EN PLACE

L'office de tourisme a réouvert au public le 2 juin avec un réaménagement du hall d'accueil et la mise en place de mesures sanitaires:

- *pas de dépliants en libre service,*
- *plexiglass sur le comptoir,*
- *gel hydro-alcoolique à disposition à l'entrée,*
- *porte entrée/sortie et sens de circulation,*
- *distanciation physique,*
- *maximum de 3 personnes dans le hall d'accueil,*
- *port du masque obligatoire,*
- *pré-accueil en extérieur les jours de forte fréquentation.*



L'ouverture de l'OT au public a été réduite (maintien du planning de moyenne saison avec fermeture le dimanche et le midi en semaine).

L'équipe a cependant pu bénéficier d'un **renfort de personnel en interne**.

Il a été constaté une **fréquentation accrue en début de semaine**, les lundis et mardis.



NOUVEAUTÉ 2020

Pour éviter le flux de visiteurs à l'accueil, mise en place de la **vente à distance (VAD)** par téléphone à partir du 22 juillet 2020 pour l'activité billetterie : **93 ventes à distance soit 2621,15€ de recettes (13% des ventes totales)**.

2) UNE FRÉQUENTATION TRÈS SATISFAISANTE DÈS LE DÉBUT DU MOIS DE JUILLET

Dans un contexte particulier dû à la CoVid19, le gouvernement a communiqué sur « **cet été je visite la France** ». Ainsi, de nombreux outils ont été créés pour faciliter les déplacements, dont une carte interactive spécifiant les lieux ouverts avec normes sanitaires suivies.

Il a été constaté un **grand besoin de réassurance** quant à l'accueil sur place, besoin accru depuis que la Gironde est passée en zone rouge.

Un chiffre: 13 068 personnes renseignées en juillet-août, avec une forte augmentation des **excursionnistes** (tourisme à la journée, donc essentiellement des bordelais, girondins). Pas ou très peu de touristes étrangers ont été accueillis.

La fréquentation physique a donc été en baisse (- 36 %), bien que compensée par un **nombre d'appels plus importants**.

Les hébergements partenaires ont été complets jusqu'au 23 août 2020 (beaucoup de demandes de dernière minute n'ont pas pu être satisfaites).

L'office de tourisme a apporté une vigilance particulière à l'augmentation d'annonces douteuses pour réserver des locations de vacances via Le Bon Coin.



Les ventes d'activités de loisirs et de visites ont connu une hausse assez notable (+ 10 % par rapport à 2019, soit 20 102 €).

Explications:

- Nouvelles offres estivales (SNA, nature gasconne, PeP33, visites historiques)
- Très peu d'animations en raison du contexte sanitaire

La très forte demande de balades en bateaux au départ d'Andernos n'a pas pu être satisfaite à cause du manque de bateaux UBA, et des rajouts de dernière minute ne permettant pas de formaliser des ventes à l'OT.



TOP 3 DES VENTES (EN NOMBRE DE VENTES):

- Tour de l'île aux oiseaux (UBA): 249 ventes - 5919 €
- Balade en kayak de mer (Dorian LETERME): 104 ventes - 2730 €
- Chouette! la mer est basse (SNA): 115 ventes - 957 €

3) UNE COMMUNICATION ADAPTÉE À L'OFFRE

Il y a eu une explosion de l'utilisation des **réseaux sociaux**: **651 vues (record)** ont été comptabilisées pour une story Instagram du mois d'août.

Les "top" des photos Instagram :

- lieux authentiques d'Andernos comme le Bétey ou la jetée
- les moments de plénitudes et d'apaisement
- les incontournables "sunsets" aux couleurs orangées rosées.

La nouvelle campagne "**Fenêtre sur**", relayée sur Facebook et Instagram, a été utilisée pour 23 posts qui ont générés 8834 "j'aime"

La rubrique "**on a testé pour vous**" a été développée pour Facebook: test de nouvelles activités et visites une fois par semaine. Neuf posts ont été programmés et **21 146 personnes touchées**

Le dépliant "Happy Summer" a été créé et mis à jour en interne, avec des informations pratiques sur les activités de loisirs et visites guidées. Ces informations étaient aussi relayées sur l'écran d'accueil, ainsi que les conditions sanitaires à respecter.



NOUVEAUTÉS 2020

- Installation d'un **plug-in Messenger** sur notre site Internet pour répondre aux demandes de façon instantanée: **202 demandes traitées depuis le 13 mai**
- Le parcours **TerraAventura dématérialisé**

4) LES ACTIONS À CONTINUER

La crise sanitaire a permis une **nouvelle réflexion** quant à la façon d'accueillir les visiteurs:

- l'absence de documentation en libre-service a permis de rendre plus agréable le hall d'accueil,
- le pré-accueil en début de semaine a permis de fluidifier la fréquentation dans le hall d'accueil,
- la Vente à Distance sera conservée, avec éventuellement de la billetterie en ligne pour 2021.

5) LES AXES D'AMÉLIORATIONS À PRÉVOIR

Il nous est difficile de nous baser sur cette saison pour améliorer les services accessibles. Néanmoins:

- une ou plusieurs nouvelles offres, sur la thématique "culture" pour les enfants, seraient les bienvenues
- la communication relative aux animations de l'été a été tardive et serait à anticiper davantage.

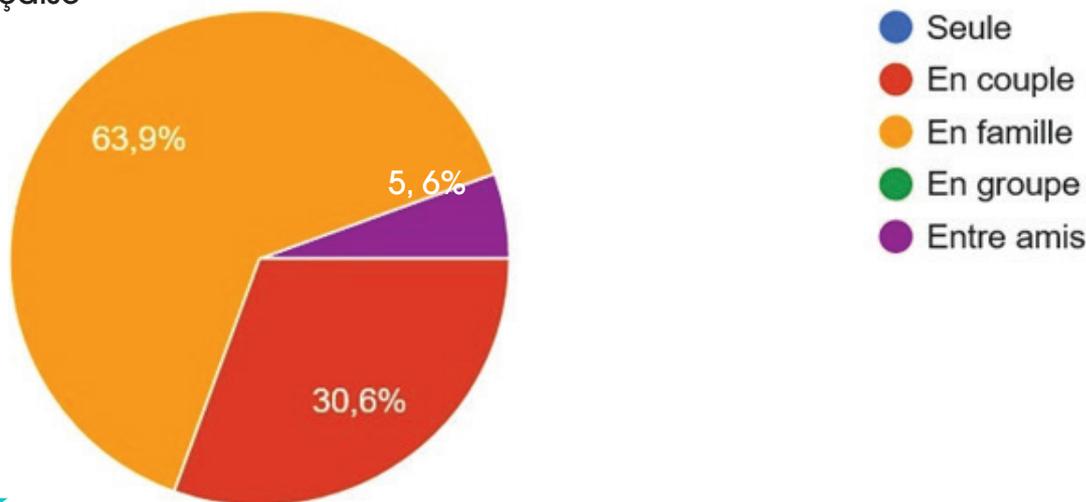
6) LES RETOURS DE NOS PARTENAIRES (53 RÉPONDANTS)

Pour 50 %, l'impact de la crise sanitaire a été limité vs 38,5 % pour un impact important. 74 % ont enregistré des annulations, 37 % des reports et 39,5% des remboursements. 86 % ont mis en place un protocole sanitaire pour accueillir au mieux leur clientèle, 55 % ont développé sur leurs outils de communication un message de réassurance adapté et 12 % ont ressenti une réelle baisse du nombre de personnes accueillies (ce qui corrobore l'augmentation du nombre d'excursionnistes).

L'impression générale: pour 37%, la saison a été très bonne; pour 37 %, ce fut une bonne saison. (vs 41 % et 42,4 % en 2019).

Pour les professionnels du tourisme: 41 % estiment la fréquentation 2020 de leur établissement supérieure à 2019 et 20 % équivalente.

Profil type de la clientèle 2020 - 100% de clientèle française



“

LES PRINCIPALES DEMANDES

- Activités de plein air
- Découverte des sites naturels
- Gastronomie et restauration

”

REMARQUES ET SUGGESTIONS DE NOS PARTENAIRES

"Contexte spécial et contraignant, mais encore plus de monde..."

"La communication au sujet de la grande braderie n'a pas été faite à tous les commerces."

"Ça nous a manqué les festivals et des festivités comme les marchés nocturnes, les feux d'artifices, le pot de début de saison..."

"L'activité des jeux de casino a été particulière du fait que nous n'avons créé aucune animation, que nous avons fermé notre restaurant et stoppé l'activité de banquets et repas de groupe. La seule clientèle que nous avons accueillie est celle des joueurs purs et habitués"

"Assez bonne malgré la crise sanitaire"

"Beaucoup de gens qui ont testé les chambres d'hôtes pour la première fois"

"Baisse de fréquentation des groupes mais clientèle individuelle en augmentation"

"Souhait d'avoir plus de manifestations culturelles"

"Saison limitée à juillet et août"

"Bonne"

"A oublier"

"Globalement identique à 2019"

"Je pense que cela fut bien géré et que son impact fut limité"

"Il aurait pu y avoir quelques animations malgré la CoVid"

"Très bonne saison"

"Beaucoup de monde"