

Bilan de saison 2024





SOMMAIRE

Un accueil en 3 façons Page 8

Une satisfaction clients à différentes échelles Page 11

Une promotion dédiée à l'été Page 12

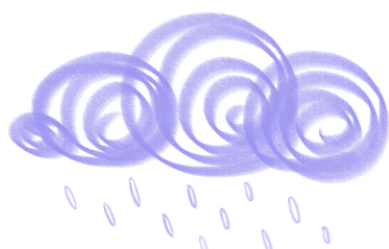
Un service de billetterie toujours plébiscité Page 15



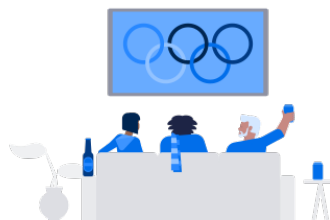
Andernos-les-Bains est une destination reconnue pour son authenticité et sa convivialité, qui correspond aux besoins et aux attentes des familles. La ville continue de développer un certain dynamisme: en témoignent les nouveaux établissements installés en cœur de ville.



MOTS-CLÉS À RETENIR DE CETTE SAISON 2024



Météo



Jeux olympiques



Pouvoir d'achat



Clientèle étrangère



Elections

Rappel avant-saison

- Ascension , une fréquentation en hausse de 18,3% avec une météo clémente.
- Pentecôte, juin et 1ère quinzaine de juillet en baisse (météo très défavorable, contexte politique)



ECHOS À L'ÉCHELLE NATIONALE :

-6% fréquentation française
+8% fréquentation étrangère (+4% sur le littoral français)
Séjour moyen de 5,8 nuits en 2024 contre 7,7 en 2023
Consommation aura lentiment chez les restaurateurs et prestataires d'activités de loisirs
Recherche d'activités outdoor, nature et authenticité
Progression de l'excursionnisme
Développement du voyage itinérant, sans contrainte de réservations
Fréquentation globale en retrait pour 48% des destinations France



ECHOS À L'ÉCHELLE GIRONDE :

-7% fréquentation française
+4% fréquentation étrangère
70% des professionnels du tourisme sont satisfaits de cette saison 2024

ECHOS À L'ÉCHELLE DE NOS PARTENAIRES :

48,1% estiment avoir réalisé une bonne saison estivale
46,2% enregistrent une baisse de la consommation vs 2023; 40,7% une baisse de leur fréquentation
Juillet est inférieur pour 63% des partenaires; août stable pour 33,3% (29,4% estiment un mois d'août 2024 supérieur à 2023!)

POSITIONNEMENT ANDERNOS VS BASSIN

Fréquentation inférieur à 2023 pour

40,7%
des professionnels
andernosiens

53%
des professionnels
du bassin

La saison 2024 est jugée bonne pour

48,1%
des professionnels
andernosiens

58%
des professionnels
du bassin

Le niveau de consommation est iso à 2023 pour

46%
des professionnels
andernosiens

46%
des professionnels
du bassin

Notre profil client "été"

En famille (55,6%)

Français à 88,9%

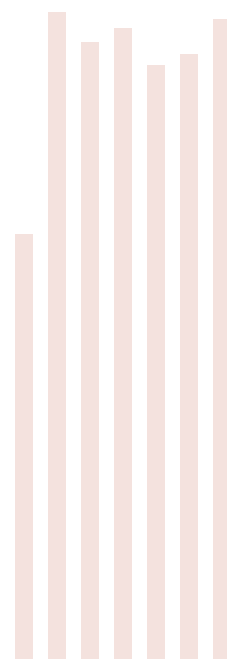
En recherche d'activités de plein air



UN ACCUEIL EN 3 FAÇONS

L'équipe accueil de l'OT est complétée chaque saison, pendant **4 mois**, par un personnel saisonnier, pour maintenir un accueil de qualité personnalisé réalisé dans l'OT, devant l'OT et sur le marché; et permettre une ouverture de billetterie efficace pour la Dolce Vita.

Pour cette saison **2024**, c'est **Sarah COTTAZ**, originaire d'Audenge, qui a rejoint notre équipe.



AU COMPTOIR DE L'OT

Le hall d'accueil a été valorisé avec une décoration estivale et vacancière.



11 155 personnes renseignées à l'OT :

- 5 664 en juillet, soit -29% vs 2023.
- 5 491 en août, soit -2,87% vs 2023
- Fréquentation étrangère en nette hausse
- Typologie clientèle : famille, couple, amis
- Demandes clientèle: pistes cyclables, bateaux et animations

Les demandes formulées sont peu ciblées (ex: "Nous venons d'arriver pour une semaine de vacances à Andernos, que pouvons-nous faire?"). La majorité des vacanciers se renseignent assez peu sur l'offre de la destination d'Andernos et du bassin d'Arcachon avant leur séjour. Un des questionnements récurrents est le fonctionnement des marées.

Les demandes de "dernière minute" ont été inférieures aux années passées. Les ventes relatives aux navettes et excursions bateau nécessitent du temps (gestion du logiciel billetterie OT + prestataire).

DEVANT L'OT

Pour fluidifier la fréquentation du hall d'accueil et répondre aux demandes sans acte de vente, un pré-accueil en extérieur est organisé les lundis et mardis (jours de fortes affluences).



SUR LE MARCHÉ

L'OT se délocalise via un triporteur, à la rencontre des vacanciers et des locaux lors du marché de plein air du vendredi; une démarche appréciée par les usagers !

UNE SATISFACTION CLIENTS À DIFFÉRENTES ÉCHELLES

BILAN DES AVIS CLIENTS

Sources Google avis, TripAdvisor, Booking et autres sites d'avis en ligne

Note saison 2024: 7,90/10

Note saison 2023: 7,90/10

Le rapport qualité prix de la destination est plutôt bas: note de 3,3/10

L'hôtellerie est très bien notée pour la situation géographique (9,3) et l'accueil (8,2) réservé aux clients ; Les campings font aussi preuve d'un très bon professionnalisme;

Les cabanes de dégustation enregistrent aussi de très bons retours clients, notamment l'huître bleue et Nami;

Au niveau des restaurants: la Maison, TyCrêpes, d'ici et d'ailleurs, le café de la place ont les faveurs des clients;

Pour les activités de loisirs, bassin loc bikes enregistre de très bons avis. De nombreux compliments ont été faits sur la qualité des animations proposées et des animateurs Marion (PEP33), Clothilde (LPO) et Camille (SNA).

TERRA AVENTURA

Juillet :

844 joueurs VS 1 264 en 2023

Août :

1 343 joueurs VS 1 956 en 2023



UNE PROMOTION DÉDIÉE À L'ÉTÉ

SITE WEB

Nombre de connexions : 66 000

Nombre de nouveaux visiteurs : 59 000

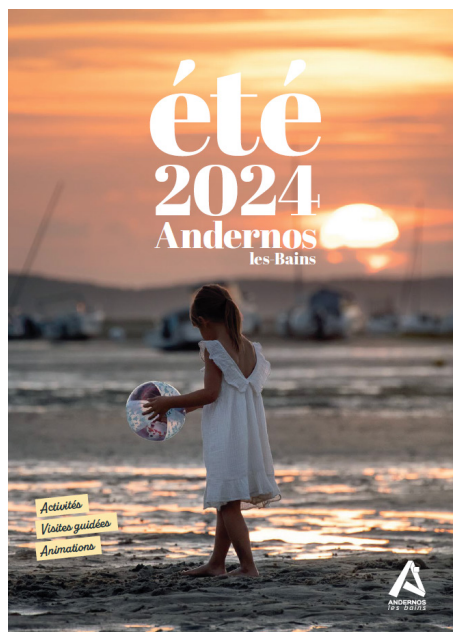
Temps moyen de consultation par session : 49,5 secondes

Top 3 des mots clés de recherche sur Google :

- 1 marée andernos
- 2 feu d'artifice andernos 2024
- 3 fête de l'huître andernos 2024

Top 3 des pages les plus consultées :

- 1 pratique/marées-du-jour/
- 2 pratique/agenda/
- 3 bienvenue/a/andernos



LE MAG DE L'ÉTÉ

Document très apprécié par la clientèle et les partenaires car document complet, chronologique jour par jour des animations.

Seul bémol la lisibilité des caractères d'écriture un peu faible pour certains

4 000 exemplaires distribués aux partenaires et commerçants

Suggestions enregistrées à plusieurs reprises :

- intégration des marées
- programme par ordre chronologique pour l'intégralité du document (mis en application sur le magazine de l'automne)

RÉSEAU WHATS APP

Les partenaires ont la possibilité d'échanger avec l'OT et entre eux pour communiquer des informations diverses: besoin de documentation, recherche de disponibilités, ... C'est un outil/service intéressant, mais encore peu utilisé.

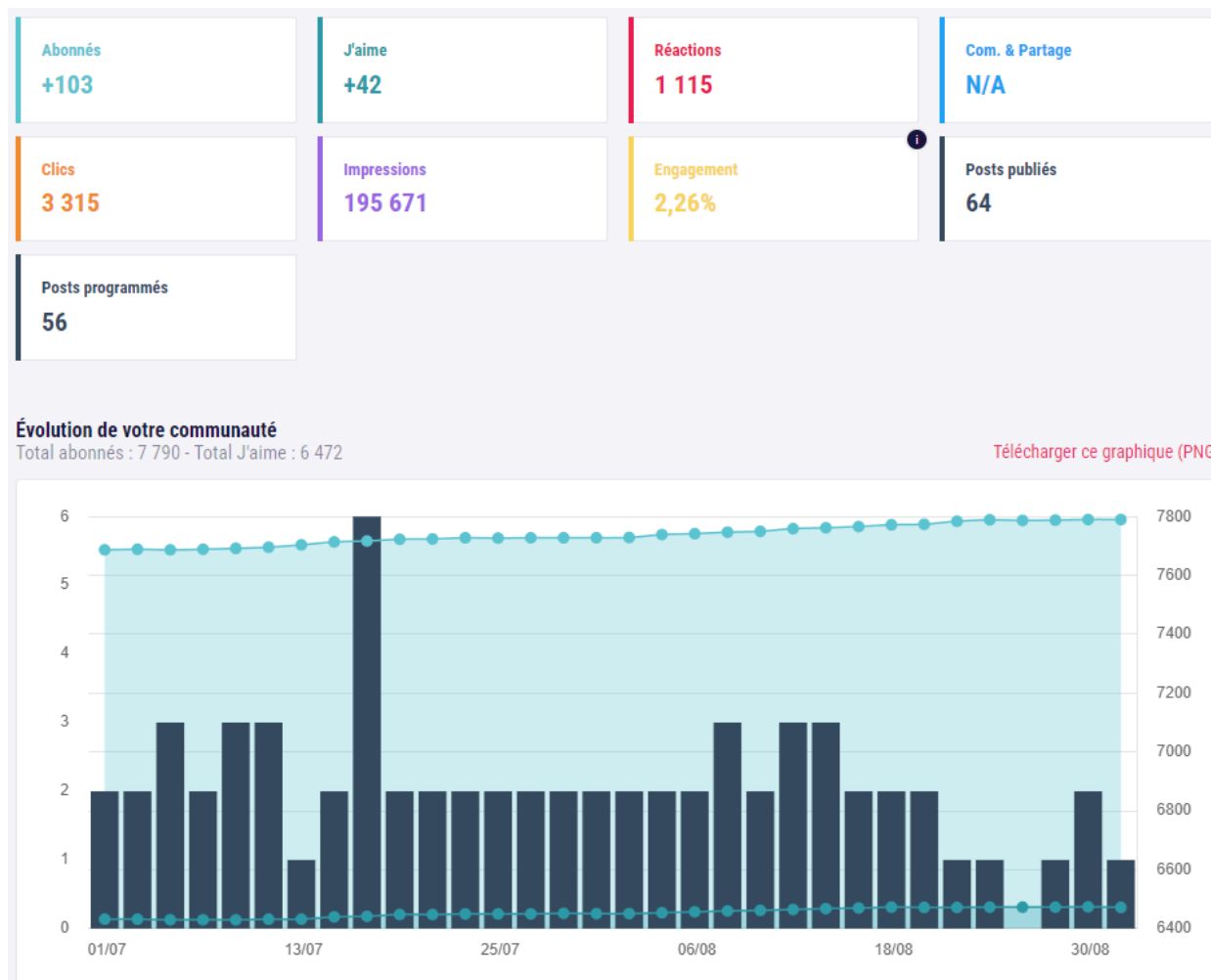
LES RÉSEAUX SOCIAUX

Les réseaux sociaux Facebook et Instagram sont aussi une source d'information à renseigner quotidiennement en haute saison touristique.

Le top 3 Facebook concerne les manifestations de l'été, à savoir les concerts du soir et les marchés nocturnes.



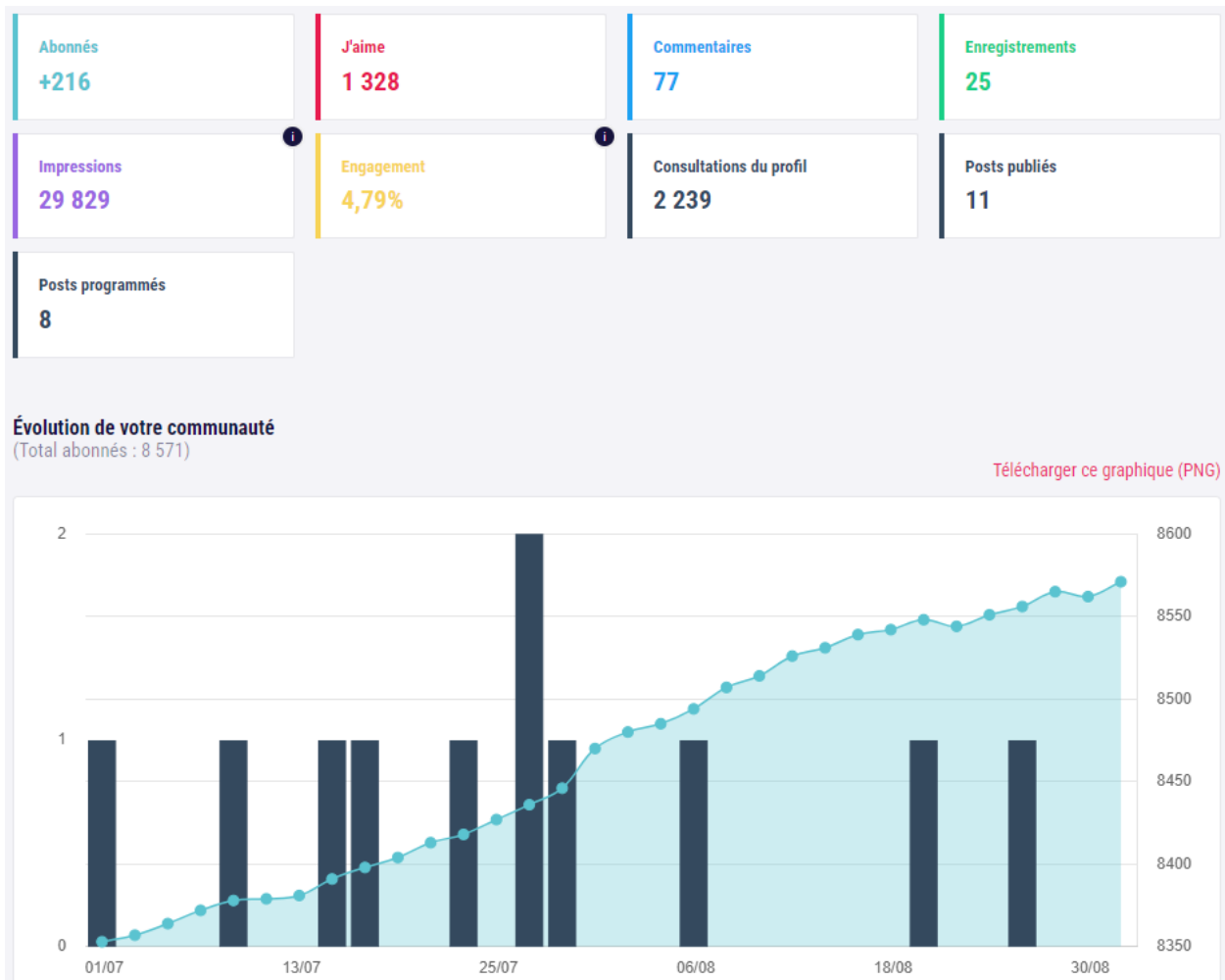
Avec une croissance constante de la communauté



Le top 3 Instagram concerne une variété de contenu avec un réel immersif, une photo de la "vraie" vie prise par un de nos touristes et un réel du marché du dimanche et ses créateurs.



La croissance de la communauté est assez significative et reflète la beauté de nos paysages. La montée en puissance des réels est indéniable.



UN SERVICE DE BILLETTERIE TOUJOURS PLÉBISCITÉ

PROGRAMME D'ACTIVITÉS

Mise en place de WeConsult

Six prestataires "billetterie" ont bénéficié du service Weconsult (via le logiciel WeLogin) offert par l'office de tourisme. L'objectif d'autonomie pour consulter les inscriptions aux activités et visits est atteint et très apprécié par ces partenaires..



FESTIVAL DE JAZZ

Produits dérivés en vente à l'office de tourisme dès le jeudi 18/07: 267€ versus 1 188€ en 2023, soit une **baisse de 344%**.

550 visiteurs vs 537 en 2023, soit une **augmentation de 7%**.

Manque de programmes détaillés pour satisfaire aux demandes (la démarche de flasher un QRCode n'est pas une habitude pour la majorité de la clientèle de ce festival).

TOP 3 DES VENTES

Passe marée = 11 955€ avec 7 sorties

SNA = 1 790€ avec 3 animations

Balade en kayak = 1 624€

CA global juillet-août : 21 024€ contre 24 448€ en 2023



ORBIT

ORBIT