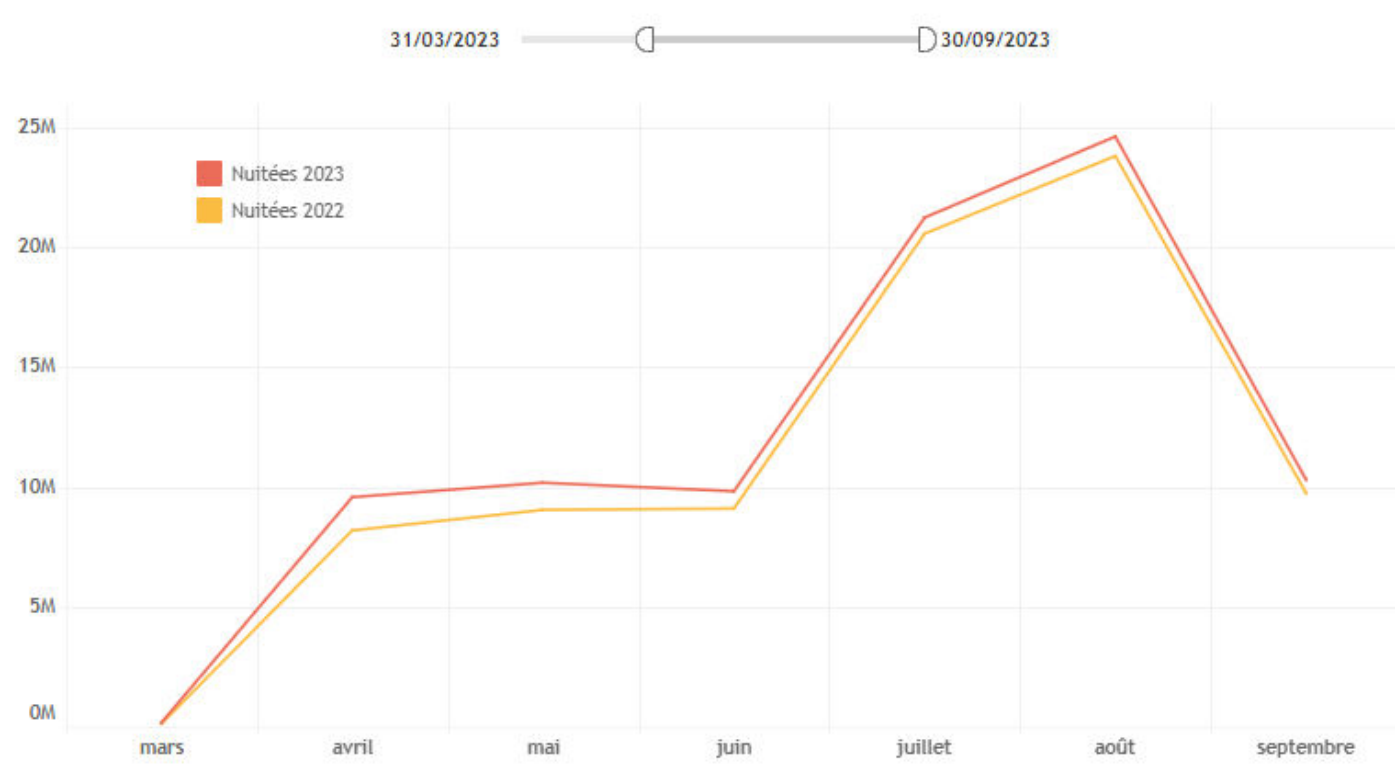
1er BILAN DE LA SAISON TOURISTIQUE 2023

\ www.ot-carnac.fr \

BRETAGNE

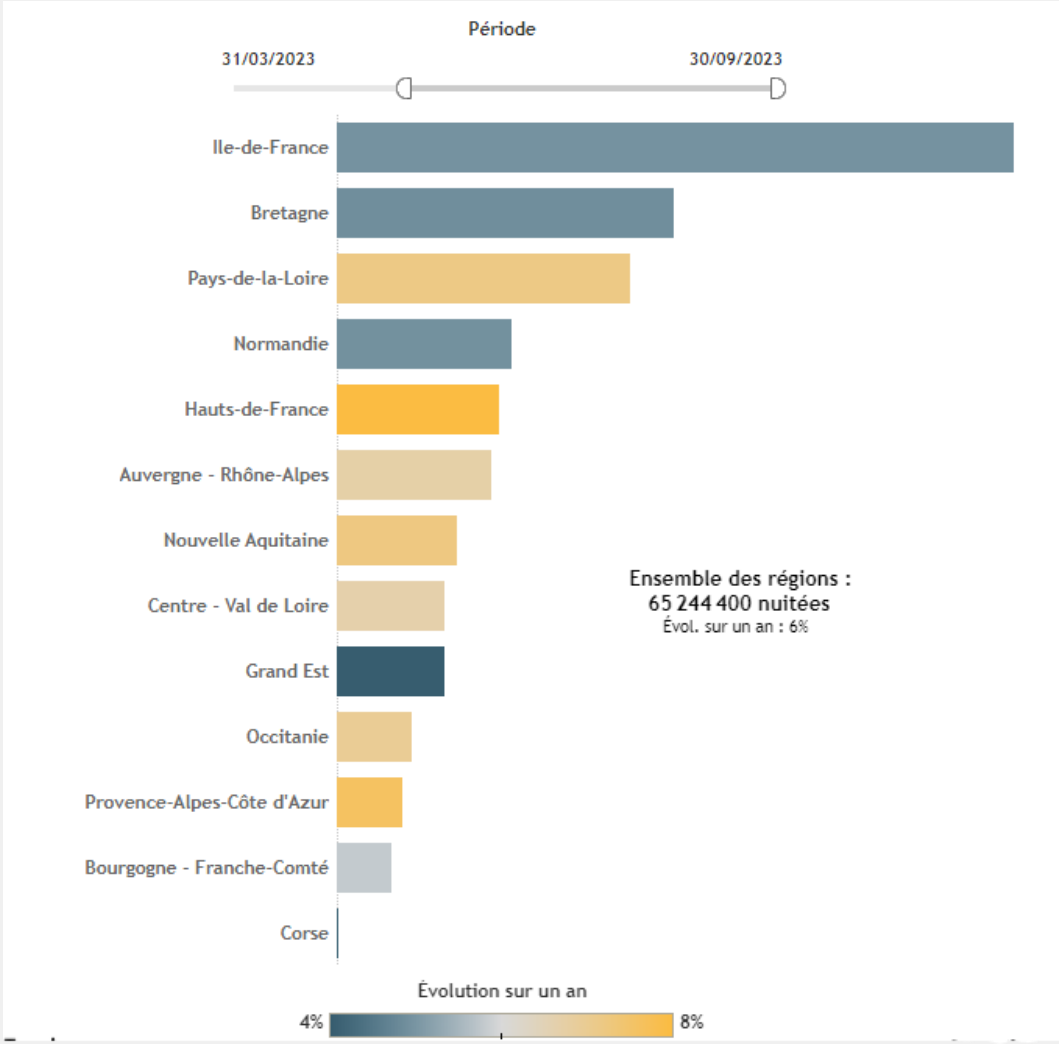
Fréquentation globale



	Nuitées 2023	Évol -/- 2022	Évol -/- 2021	Évol -/- 2020
Ensemble	85 911 500	6,6%	32,3%	47,2%
dont France	65 244 400	5,8%	18,5%	31,2%
dont Etranger	20 667 100	9,3%	108,8%	139,6%

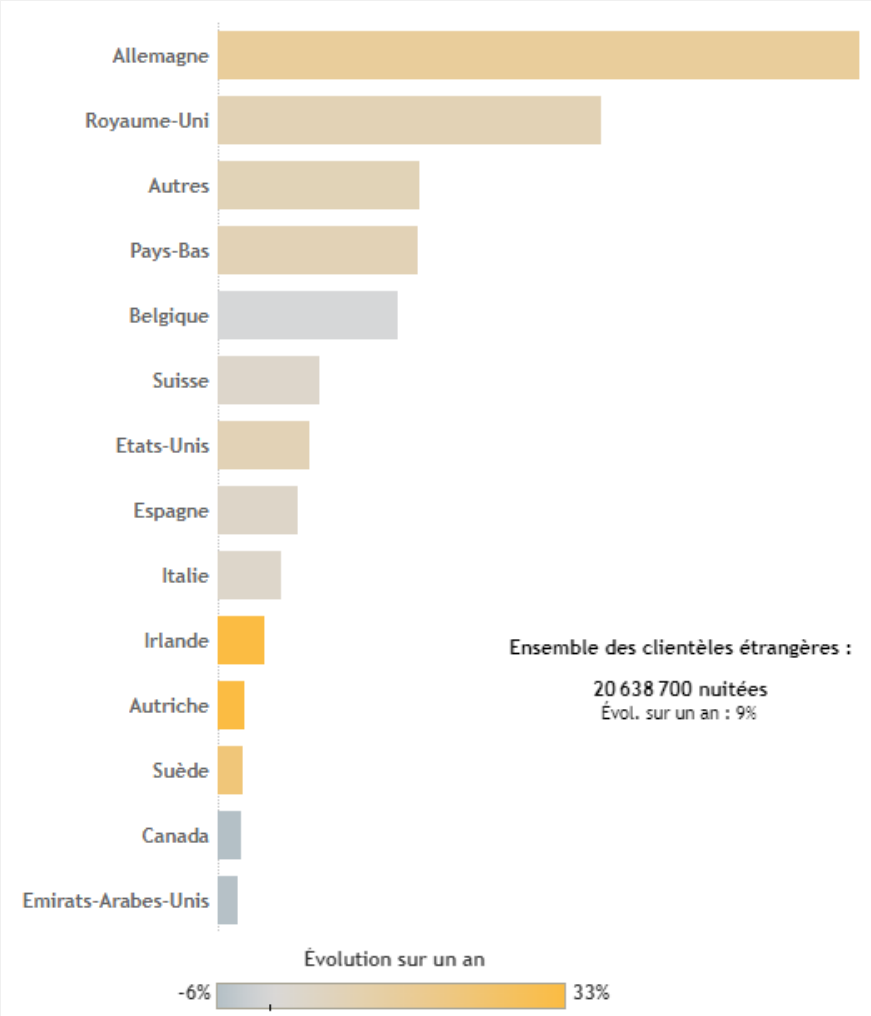
BRETAGNE

Fréquentation française



BRETAGNE

Fréquentation étrangère



Enquête de conjoncture

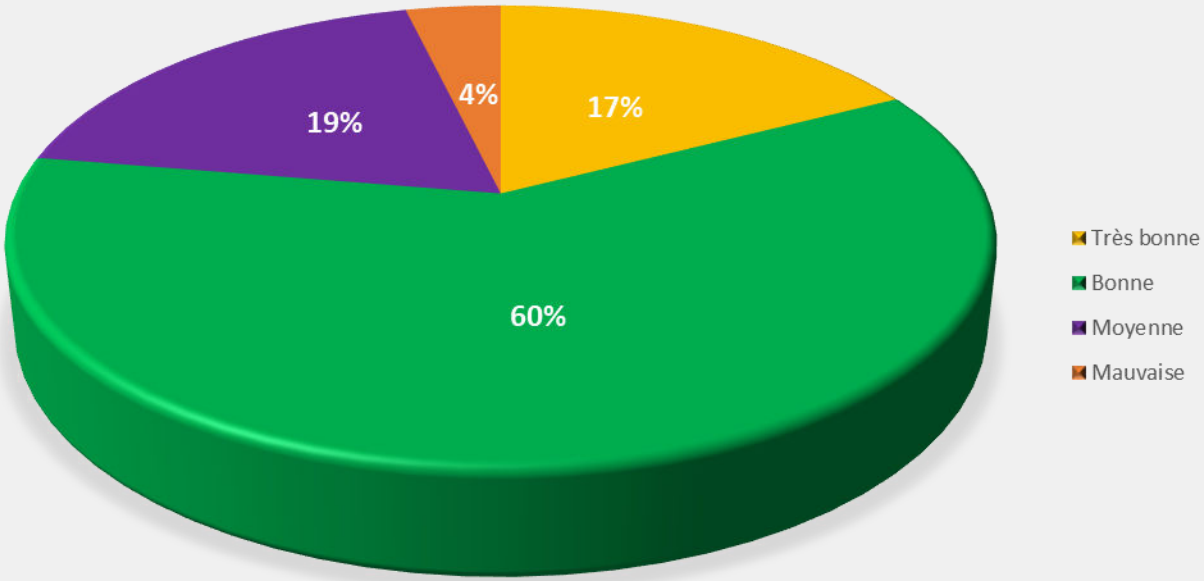
Méthodologie

Bilan basé sur les données statistiques des points d'information de l'office de tourisme de Carnac, sur les données provenant de la gestion de la taxe de séjour, sur les données statistiques provenant d'Airdna et sur une enquête réalisée fin septembre auprès des professionnels du tourisme du territoire. 159 professionnels ont répondu à cette enquête : 16 hôtels, 23 restaurants, 12 campings, 5 agences immobilières, 55 sites de visite ou d'activités de loisirs, 39 meublés de tourisme et chambres d'hôtes, 9 commerces.

SAISON GLOBALE

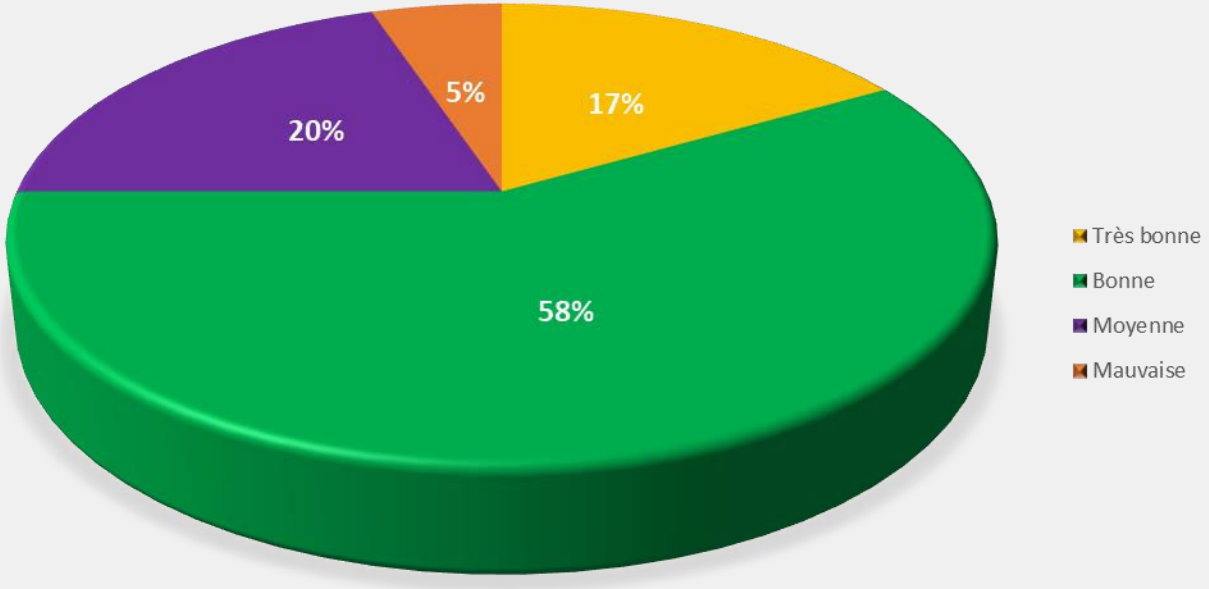
<u>77% des prestataires jugent la saison bonne ou très bonne (84% en 2022)</u>

La saison globale a été jugée comme :



AVANT SAISON

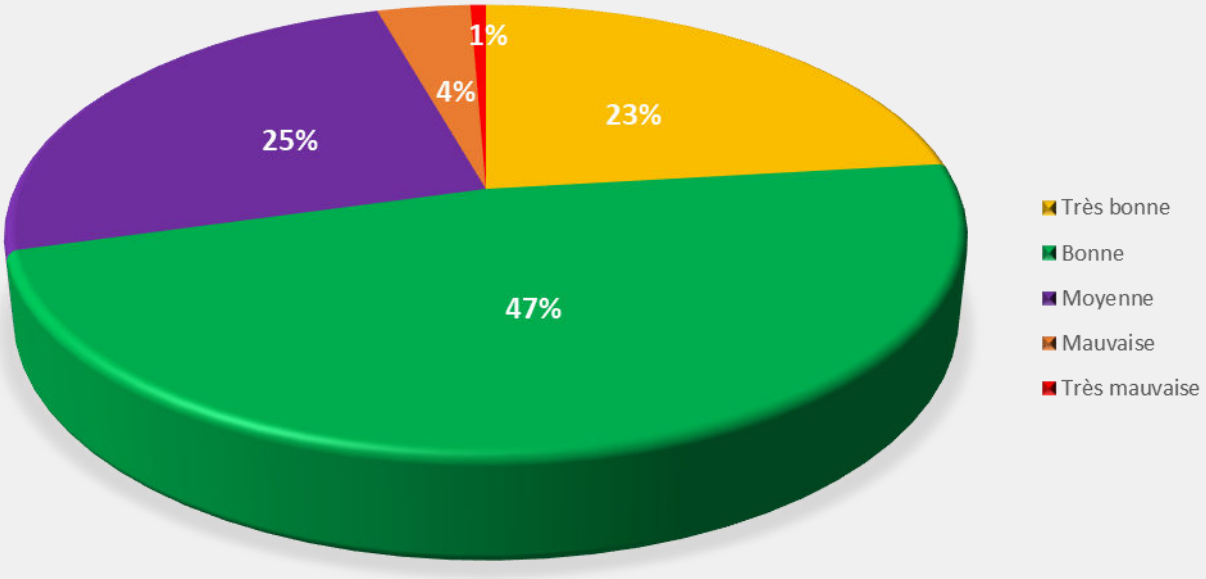
75% des professionnels du tourisme estiment avoir réalisé une bonne ou très bonne avant saison (77% en 2022)



JUILLET / AOUT

70% des professionnels du tourisme estiment avoir réalisé un bon ou très bon cœur de saison (85% en 2022).

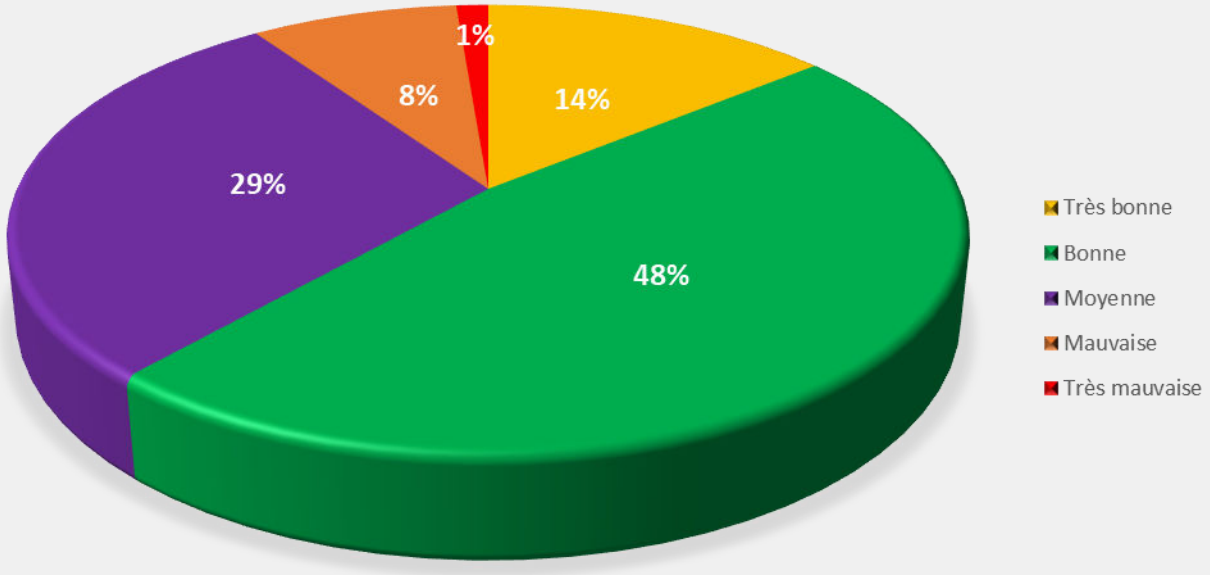
Pour vous, les mois de juillet et août ont été :



SEPTEMBRE

62% des professionnels du tourisme estiment avoir réalisé un bon ou très bon mois de septembre (67% en 2022)

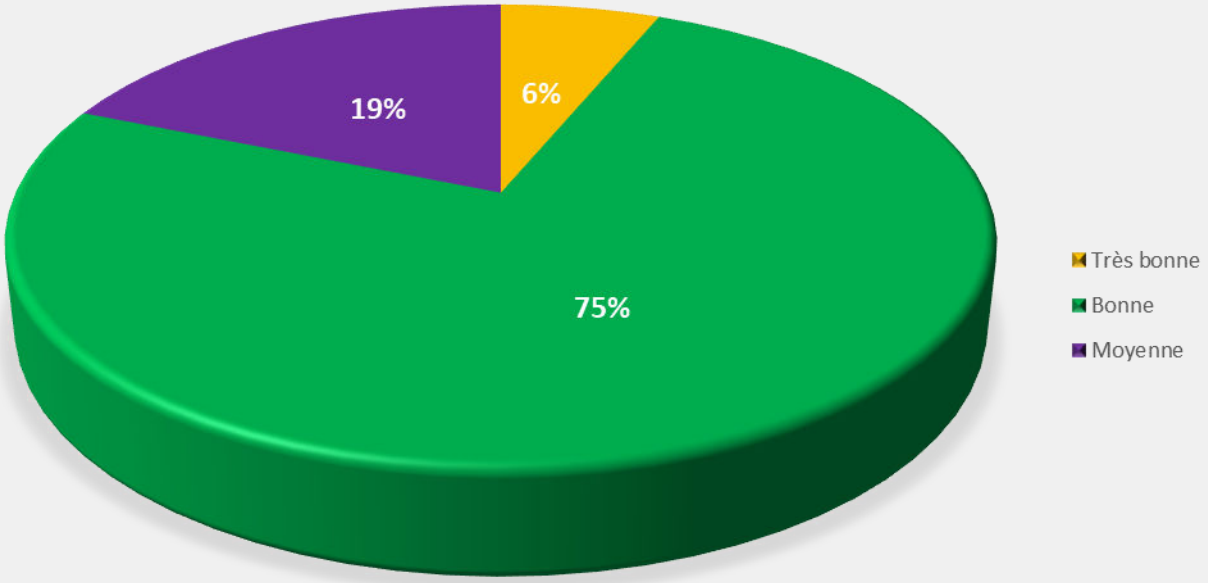
Pour vous le mois de septembre est :



HÔTELS

<u>94% des hôtels jugent la saison bonne ou très bonne (94% en 2022)</u>

La saison globale a été jugée comme :



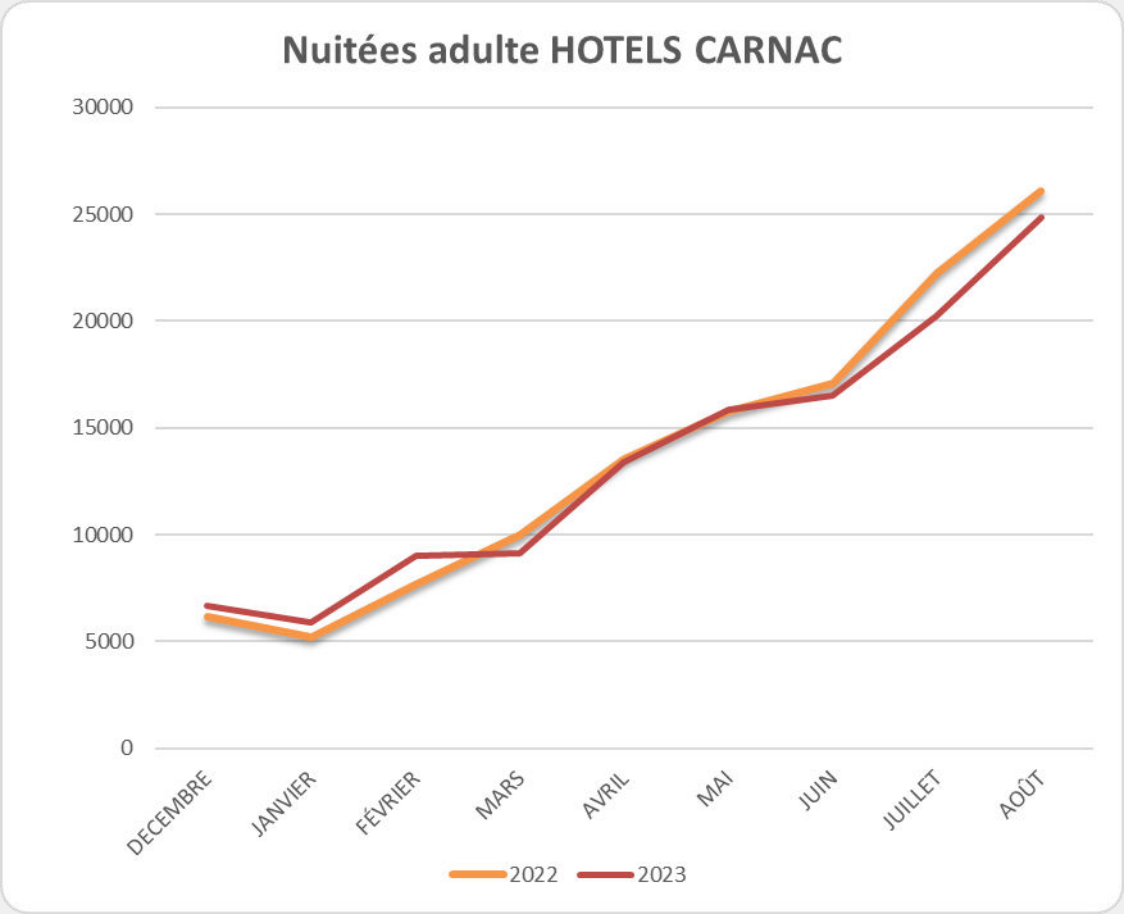
HÔTELS

Fréquentation en nombre de nuitées (source Taxe de séjour)

HOTELS	2022	2023	Evolution
DECEMBRE	6185	6677	8%
JANVIER	5191	5890	13%
FÉVRIER	7635	9032	18%
MARS	9985	9130	-9%
AVRIL	13532	13366	-1%
MAI	15774	15848	0%
JUIN	17084	16507	-3%
JUILLET	22250	20242	-9%
AOÛT	26063	24879	-5%
TOTAL	123699	121571	-2%

HÔTELS

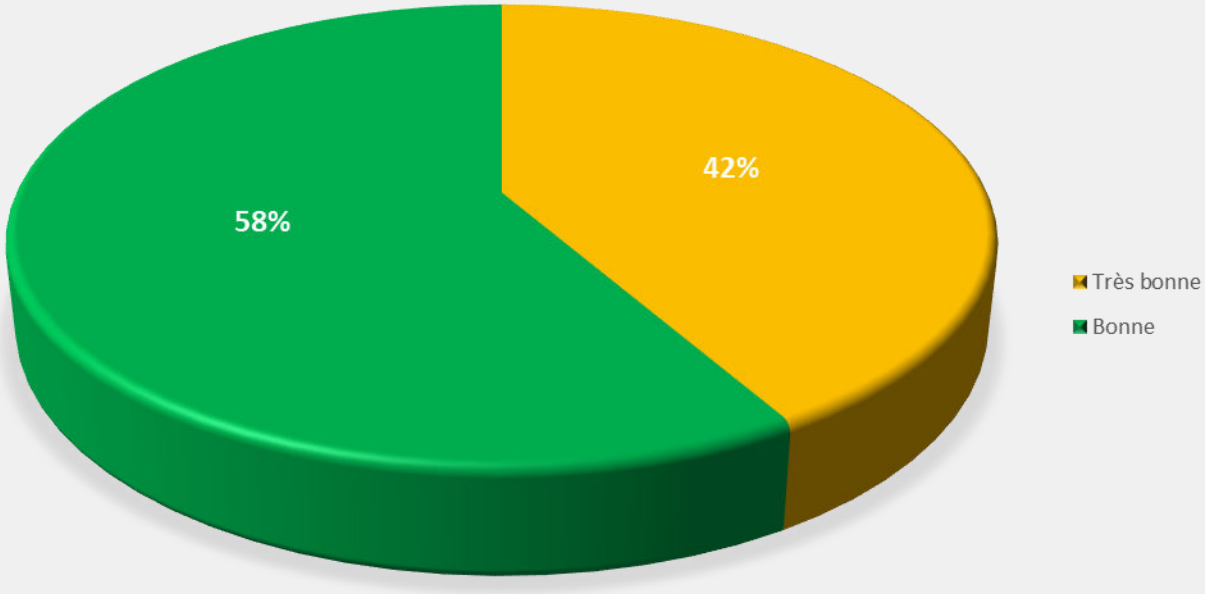
Fréquentation en nombre de nuitées (source Taxe de séjour)



CAMPINGS

100% des campings jugent la saison bonne ou très bonne (89% en 2022)

La saison globale a été jugée comme :



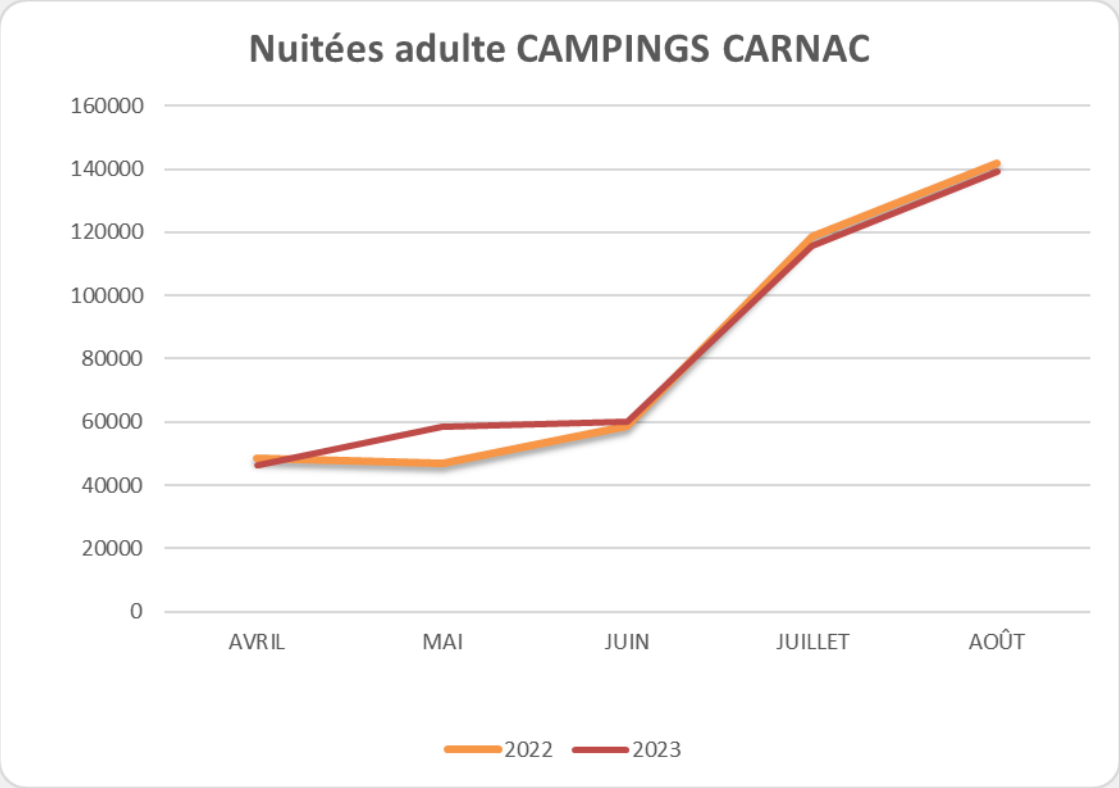
CAMPINGS

Fréquentation en nombre de nuitées (source Taxe de séjour)

CAMPINGS	2022	2023	Evolution
AVRIL	48520	46472	-4%
MAI	46827	58393	25%
JUIN	58523	60217	3%
JUILLET	118876	115765	-3%
AOÛT	141927	139311	-2%
TOTAL	**414673**	**420158**	**1%**

CAMPINGS

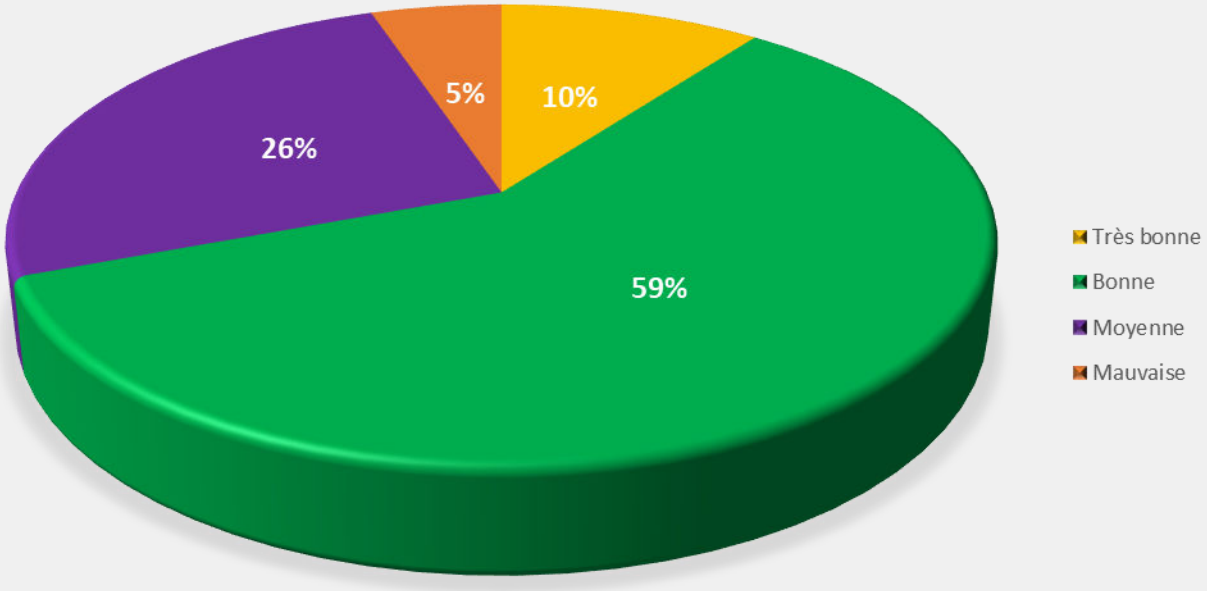
Fréquentation en nombre de nuitées (source Taxe de séjour)



MEUBLÉS DE TOURISME / CH d'HOTES

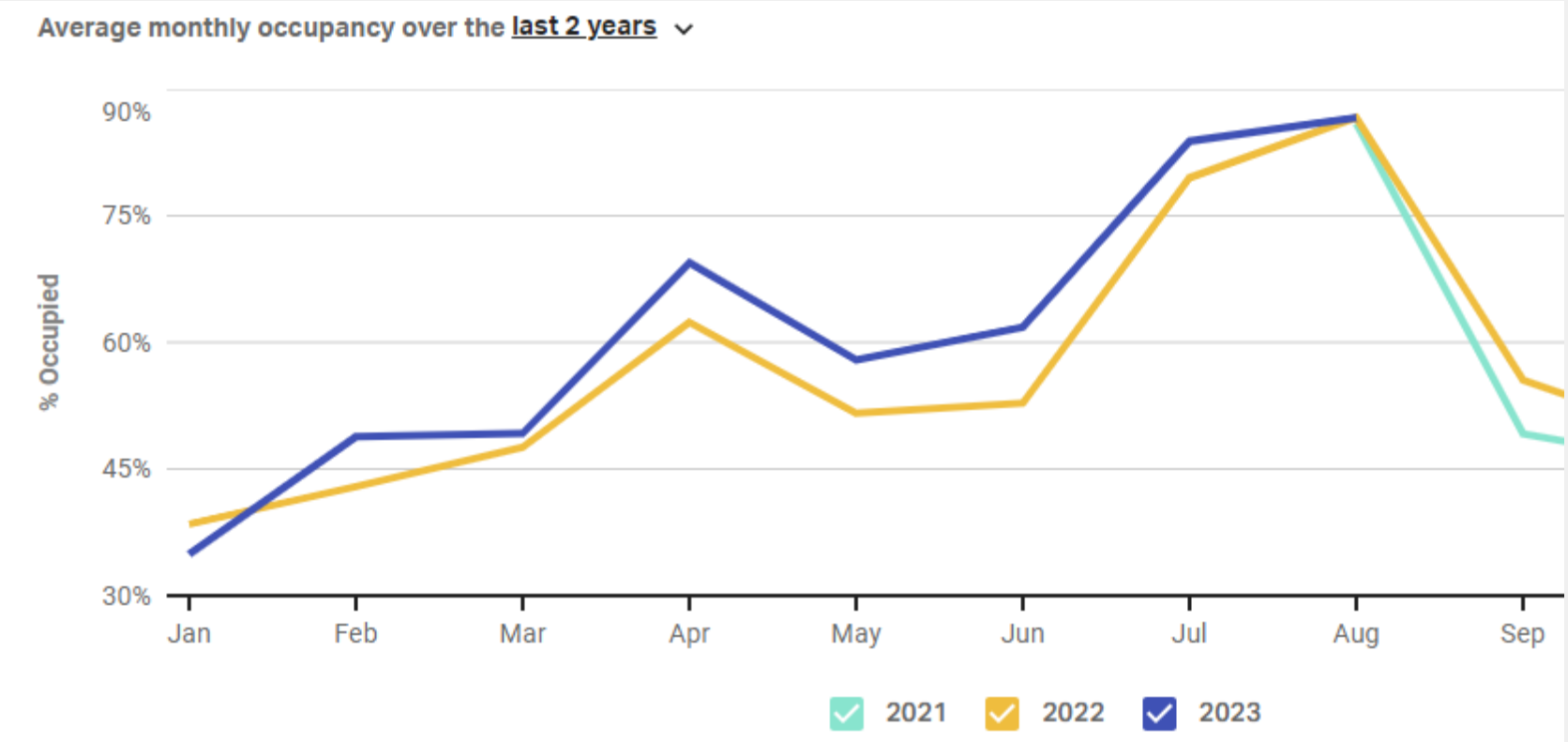
69% des prestataires jugent la saison bonne ou très bonne (84% en 2022).

La saison globale a été jugée comme :



MEUBLÉS DE TOURISME

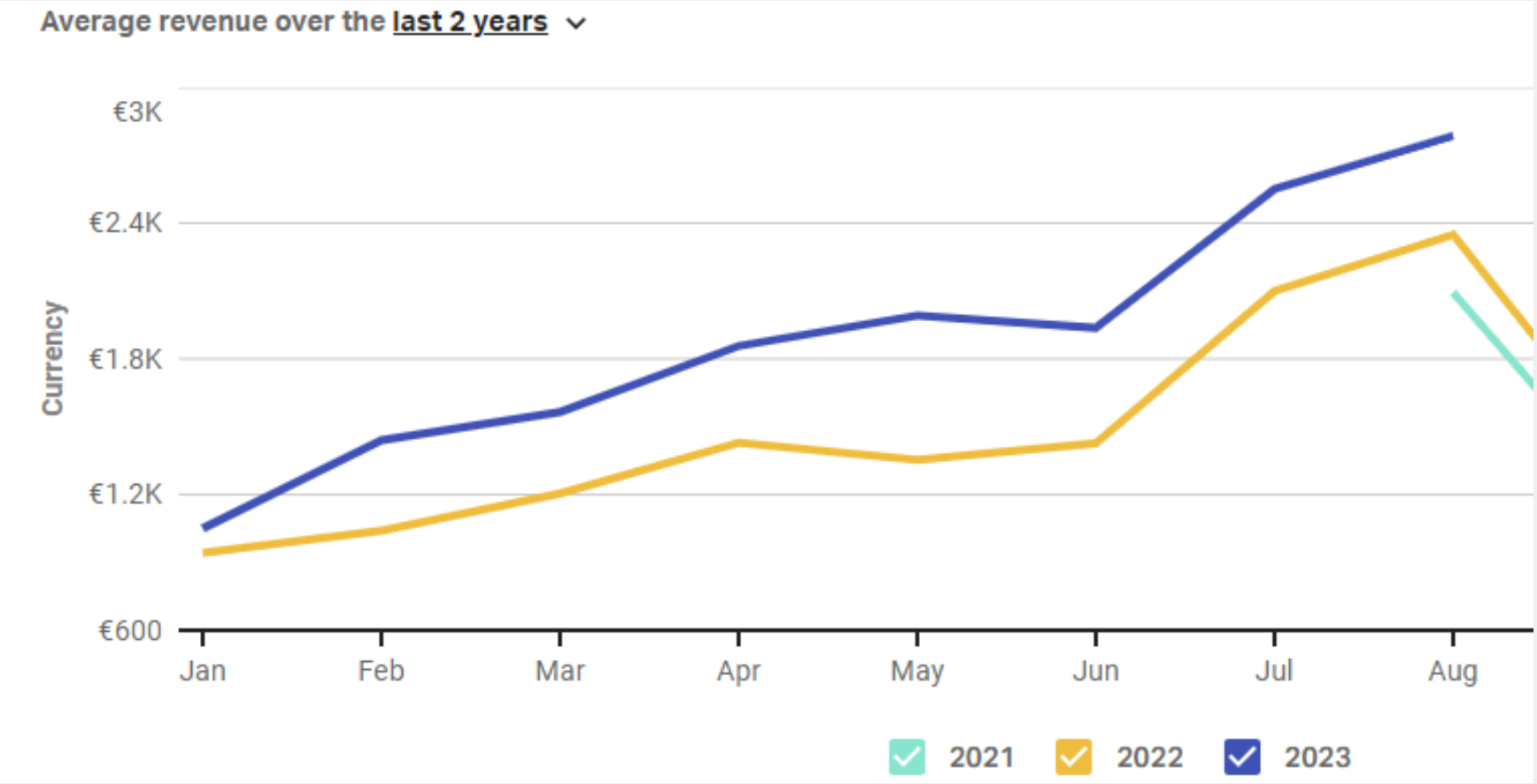
1300 offres : -7% / 2022



Source : Airdna

MEUBLÉS DE TOURISME

15,2 millions de CA en 2023 (janvier à août)
(+29% /2022)

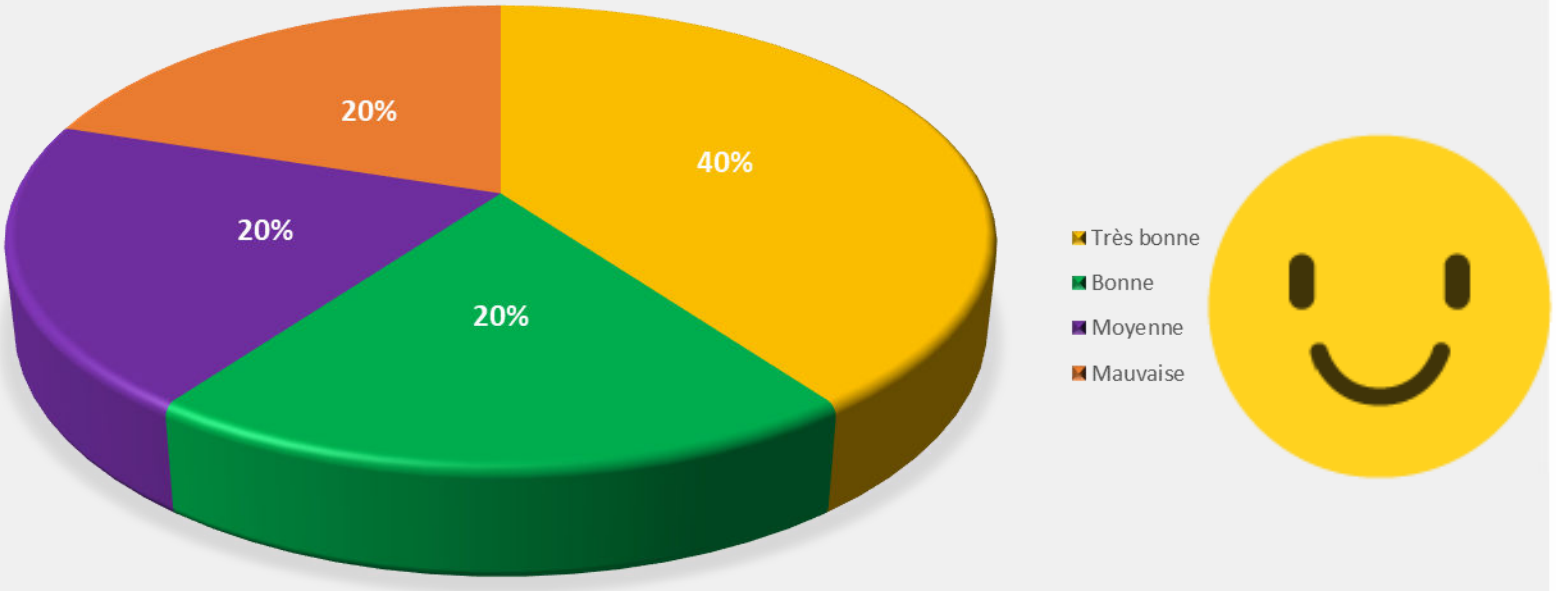


Source : Airdna

Agences immobilières

<u>60% des agences jugent la saison bonne ou très bonne (74% en 2022)</u>

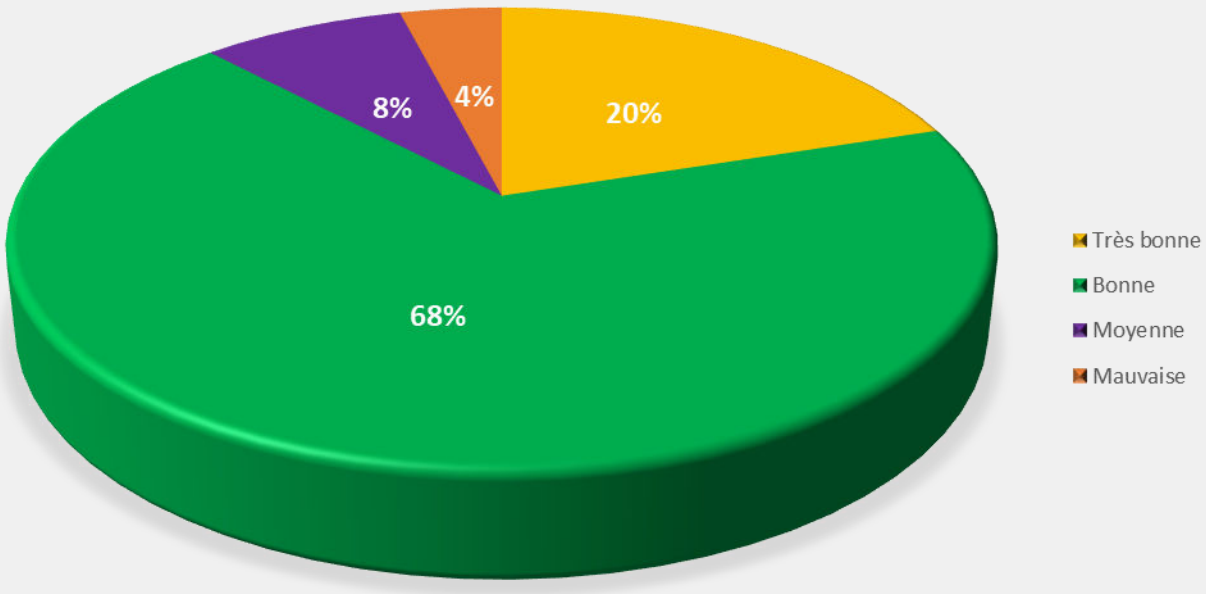
La saison globale a été jugée comme :



RESTAURANTS

88% des restaurants jugent la saison bonne ou très bonne (86% en 2022).

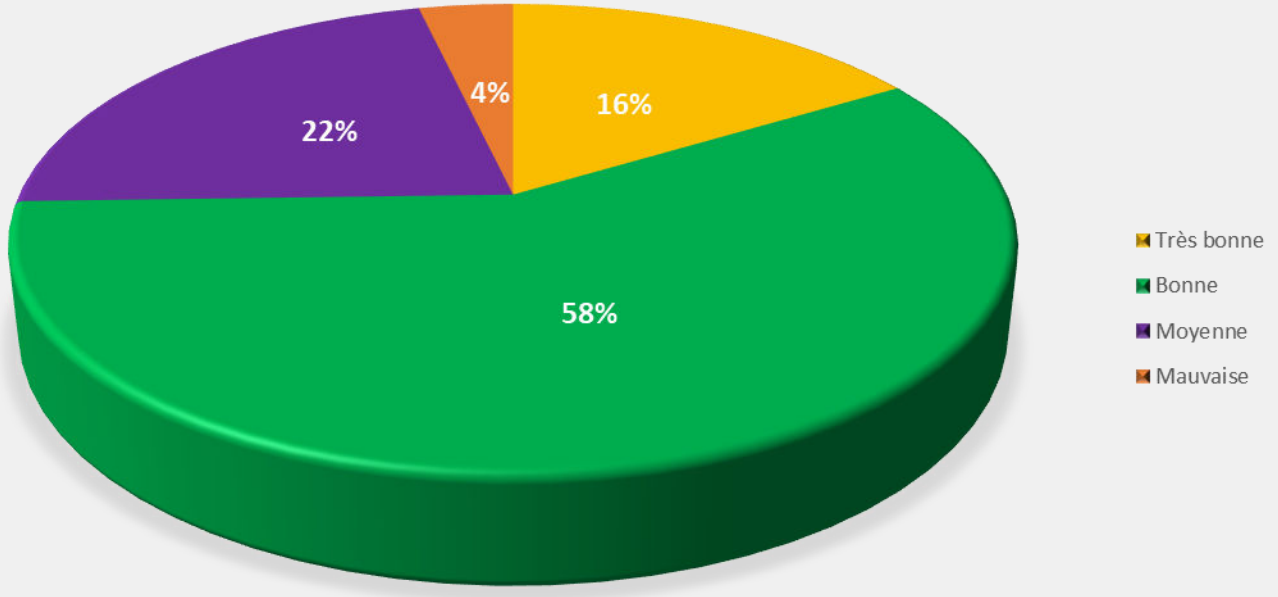
La saison globale a été jugée comme :



SITES ET ACTIVITES

<u>74% des prestataires jugent la saison bonne ou très bonne (84% en 2022).</u>

La saison globale a été jugée comme :



OFFICE DE TOURISME

115 000 visiteurs dans les 3 points d'informations depuis le début de l'année

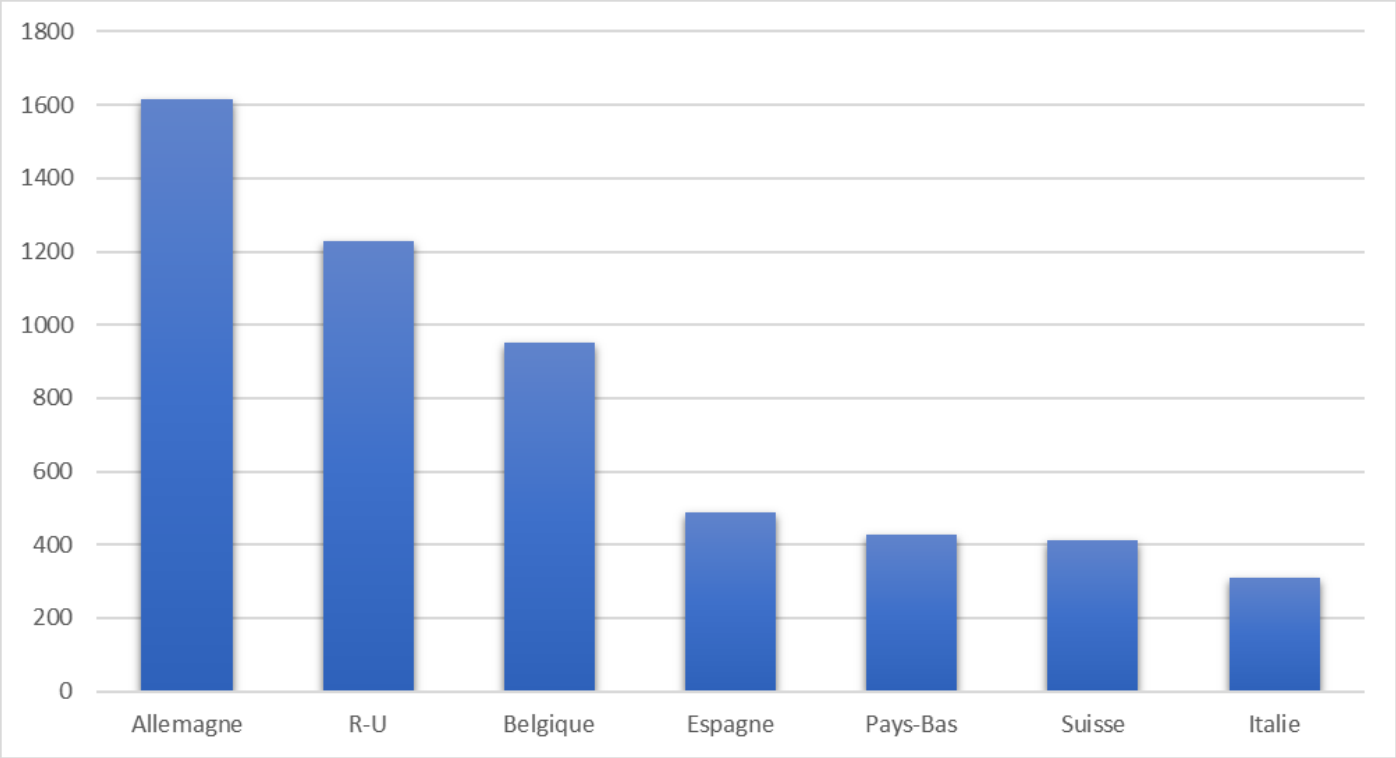
NOMBRE DE DEMANDES PAR POINT D'INFORMATION 2022/2023

	DECOMPTE DE LA DEMANDE	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Total
2022	Plage	2137	2309	3082	5090	6610	2784	22 012
	Ville	1972	2386	3086	4266	5176	3446	20 332
	Total	4109	4695	6168	9356	11786	6230	42 344
2023	Plage	1828	2102	2961	5416	5441	2411	20 159
	Ville	2047	2510	3306	4210	4535	3205	19 813
	Total	3875	4612	6267	9626	9976	5616	39 972
Evolution 2022/2023 plage		-14,46%	-8,96%	-3,93%	6,40%	-17,69%	-13,40%	-8,42%
Evolution 2022/2023 ville		3,80%	5,20%	7,13%	-1,31%	-12,38%	-6,99%	-2,55%
Evolution globale 2022/23		-5,69%	-1,77%	1,61%	2,89%	-15,36%	-9,86%	-5,60%

FRÉQUENTATION DU SITE INTERNET :
835 000 VISITES (+25% par rapport à 2022)

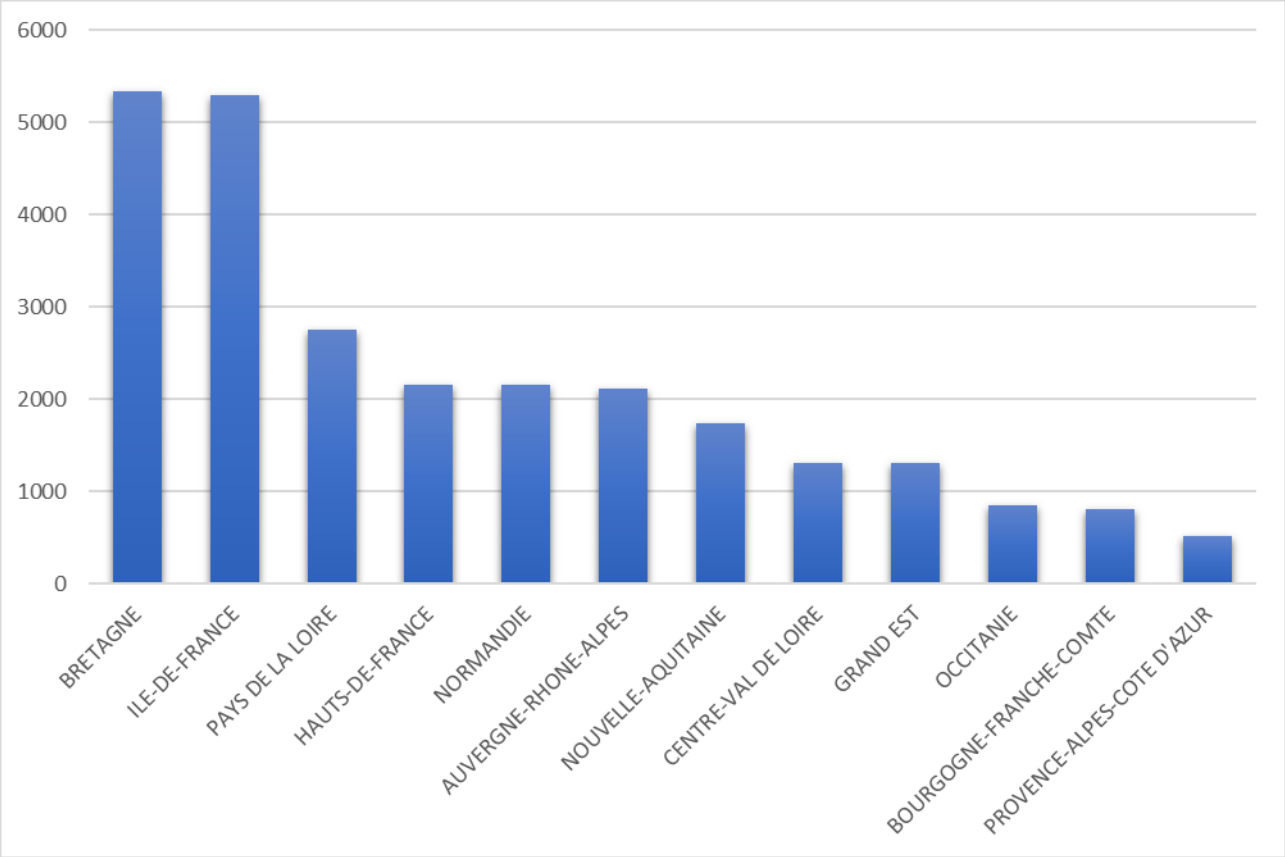
OFFICE DE TOURISME

Fréquentation étrangère
16% de clientèle étrangère (stable par rapport à 2022)



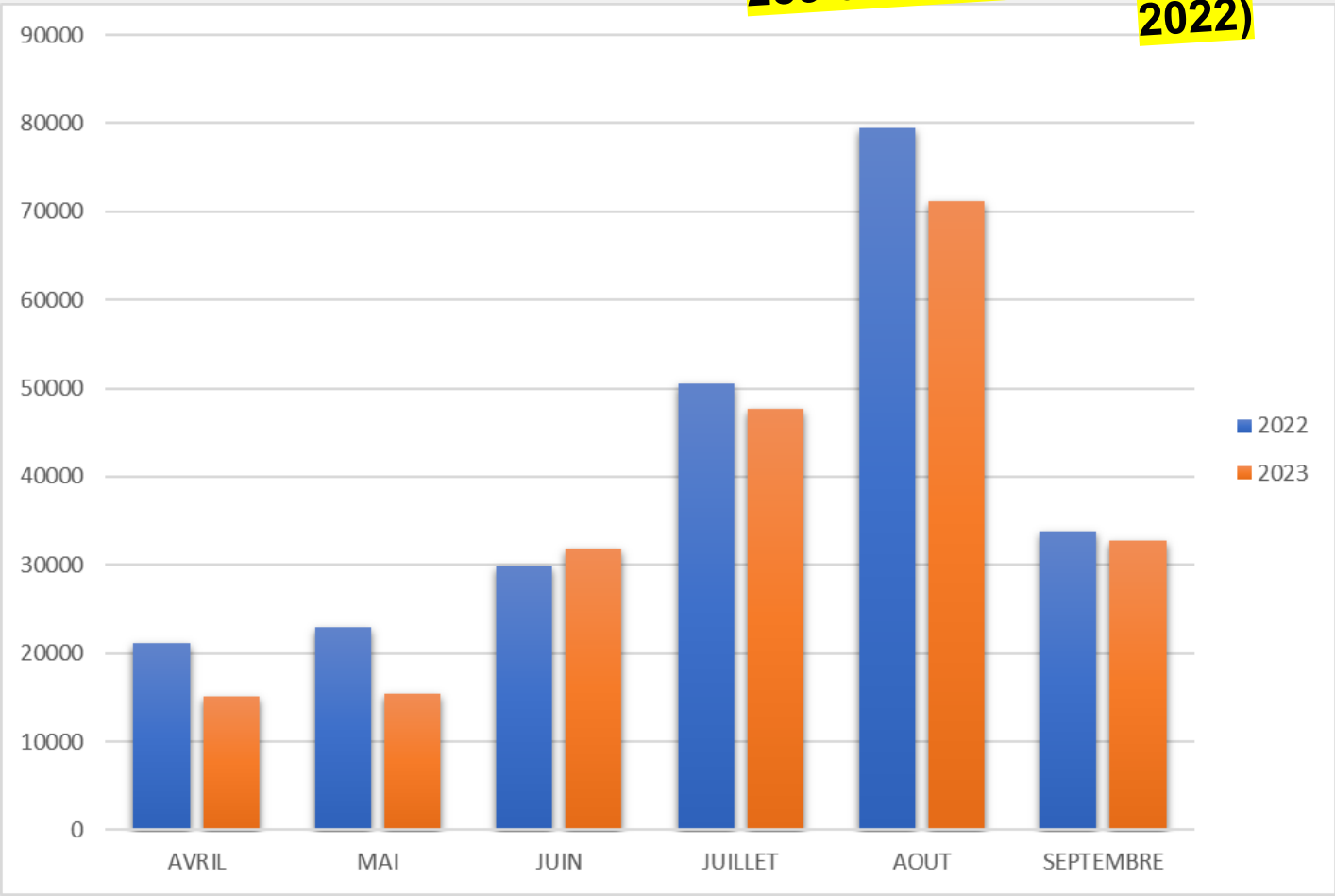
OFFICE DE TOURISME

Fréquentation française



OFFICE DE TOURISME

253 000€ de billetterie (-12% par rapport à 2022)



ANIMATIONS

- **LUMILIZ**

Du 2 juin au 11 août, plus de **20 000 personnes** sont venus assistées au spectacle de projection monumentale sur l'église St Cornély. 1 séance annulée (pluie)

Des retours toujours très positifs

- **SKEDANOZ**

Animation portée par la Mairie de Carnac et CMN dont l'organisation est confiée à l'OT.

7655 spectateurs, +22% par rapport à 2022 liée à l'augmentation de la jauge. Une séance annulée à cause d'une coupure électrique.

Spectacle produit par un nouveau prestataire (Csprod) qui a fait quasi unanimité : **91% des spectateurs recommanderaient le spectacle.**

ANIMATIONS

- **Le lundi soir Zumba**

150-400 participants, une fréquentation fluctuante suivant la chaleur

- **Le mardi matin, Animation Expérience Zen**

Du 6 juin au 26 septembre . De 20 à 250 personnes / séance.

- **Le mardi 18h, Festival Place aux Mômes au jardin Césarine.**

De 250 à 480 personnes / spectacle.

- **Le mercredi 10h, Expérience Fitness (Grande plage Carnac)**

Du 7 juin au 27 septembre. De 20 à 200 participants à chaque pour ce rendez-vous

- **Le jeudi, Carnac-Lanta (Grande plage de Carnac)**

•A destination des 8-13 ans. Animation payante : 5€ / personne. Complet à chaque séance (30 enfants)

- **Le jeudi, Marche sportive (départ bourg)**

Du 8 juin au 28 septembre : de 10 à 95 personnes par sortie

- **Le vendredi, Aquagym en mer**

Animation payante, complet à chaque séance. 240 personnes ont participé

Près de 10 000 personnes ont participé aux animations hebdo toujours plus plébiscitées de l'OT

CONCLUSION

SAISON TOURISTIQUE 2023 : Une saison estivale positive, avec une fréquentation touristique stable par rapport à 2022 mais une consommation impactée par l'inflation.

Les éléments clés de la saison à Carnac

- 77% de professionnels jugent la saison touristique comme étant une bonne voir très bonne saison (84% en 2022).
- Des excursionnistes en baisse de 16%
- Une météo peu favorable en juillet et début août
- Une inflation qui a eu un impact sur les dépenses restauration et loisirs
- Des difficultés de recrutement des personnels saisonniers qui semblent moins importantes que l'an passé
- Une politique d'animation menée par l'OT saluée par les professionnels et nos visiteurs (97% de satisfaction)