

Bassin d'Arcachon



I'école d'ingénierie
informatique



I'école [tech]
de l'expertise digitale

Membre du groupe :

William COLLE ; Clément SALINGUE ; Tom CLEMENT ; Noa RODRIGUES
Arnaud MARTIN

Sommaire

- **Introduction & Contexte**
- ➤ Pourquoi une nouvelle stratégie pour le Bassin d'Arcachon ?
- **Analyse SWOT**
- ➤ Forces, faiblesses, opportunités et menaces du territoire
- **Étude du marché & profils touristiques**
- ➤ Publics cibles, évolution démographique et saisonnalité
- **Problématiques identifiées**
- ➤ Jeunesse, fidélisation, diversification des publics
- **Stratégie de communication digitale**
- ➤ Réseaux sociaux, site web, emailing, influence
- **Action 1 : Marché dans les campings**
- ➤ Valorisation locale, animation touristique
- **Action 2 : Championnat du Monde de l'Huître**
- ➤ Événement phare, visibilité internationale
- **Frise des actions**
- **Budget prévisionnel**
- ➤ Coûts estimés, scénario avec ou sans événement
- **Conclusion**
- ➤ Synthèse de la stratégie et bénéfices attendus

Introduction & Contexte

- Sortie crise du Covid 2021
- nouvelle stratégie de recrutement de client
- Effort actuelle du Bassin d'Arcachon

Notre mission qu'il nous est donné est donc de proposer une campagne de communication créative, originale et multi-canal pour dynamiser le Bassin et recruter de nouveaux clients.

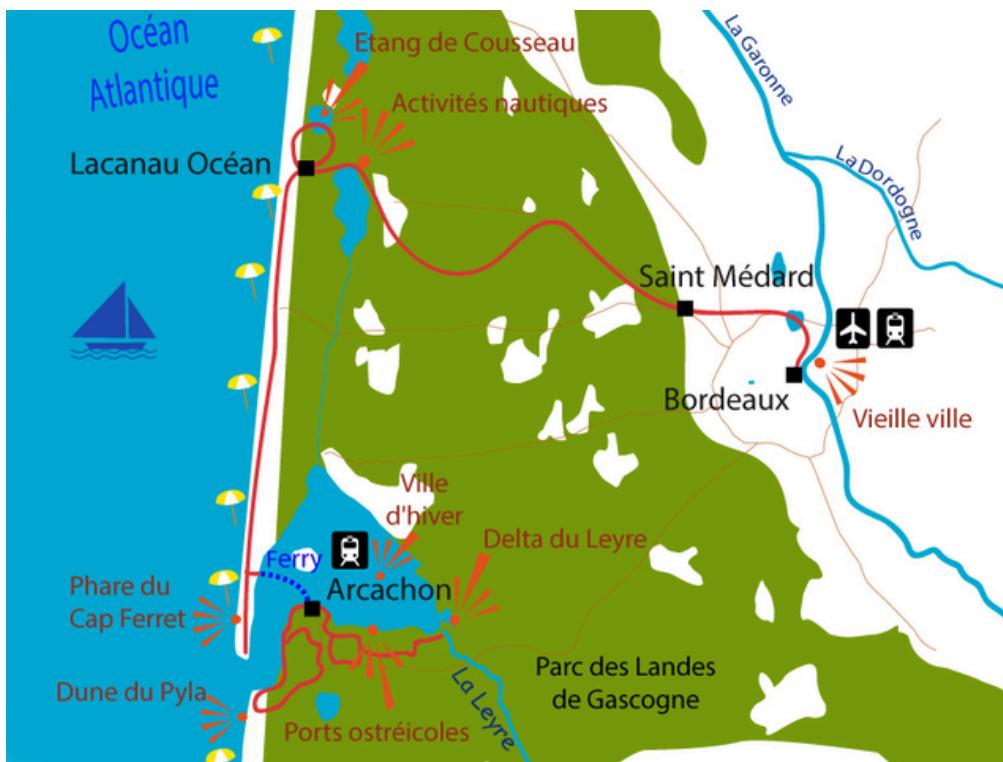


Analyse SWOT

Forces



Dune du pilat

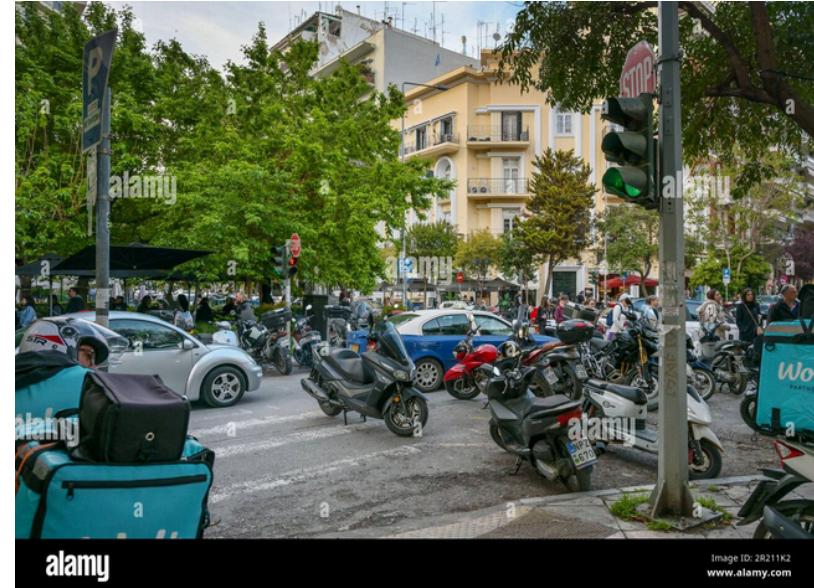


Bordeaux

Faiblesses



Activités diversifiées



parking ,trafic, transports



pollution et érosion



restaurants , logements

Opportunités

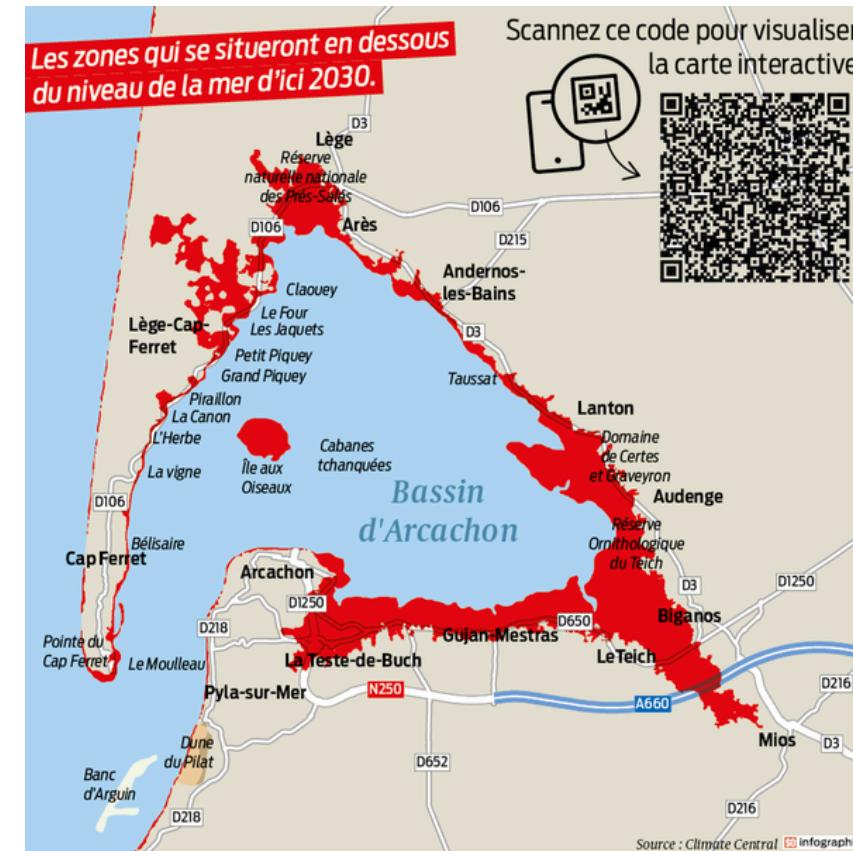


Digitalisation(réseaux ,
SEO)



vieillissement hors saison

L'avenir du tourisme durable



Changement climatique



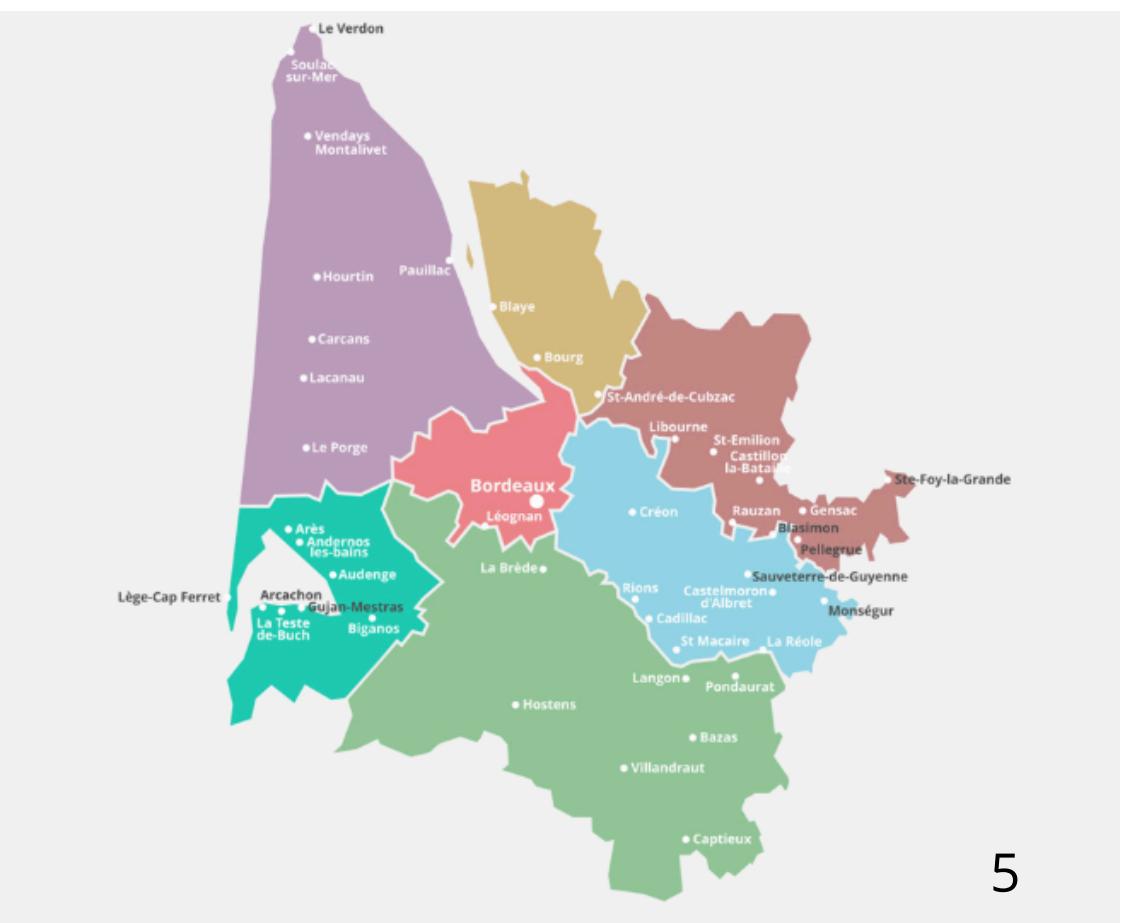
Surtourisme estival

Concurrences

Menaces



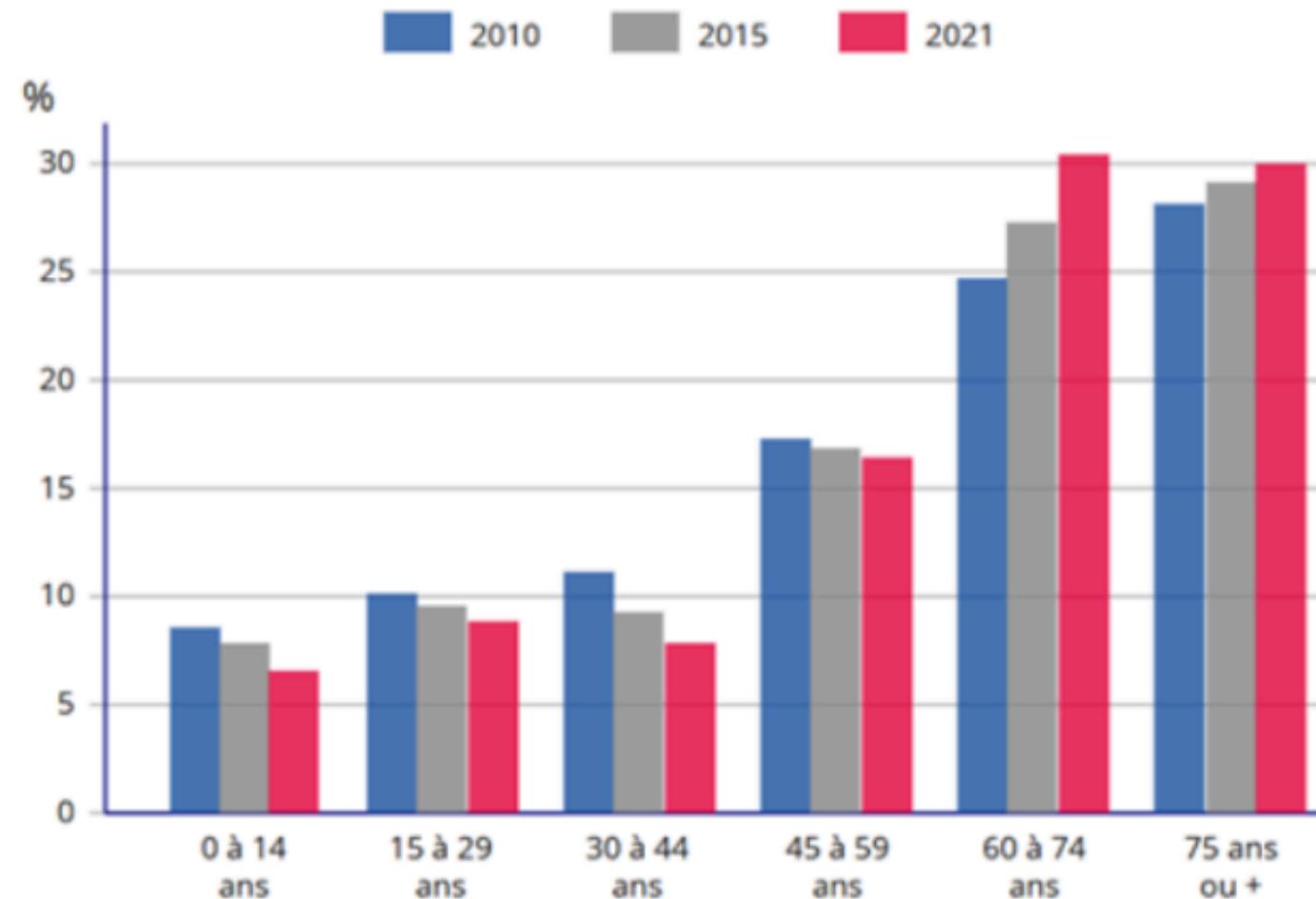
peu attractif pour les jeunes



Étude du marché & profils touristiques

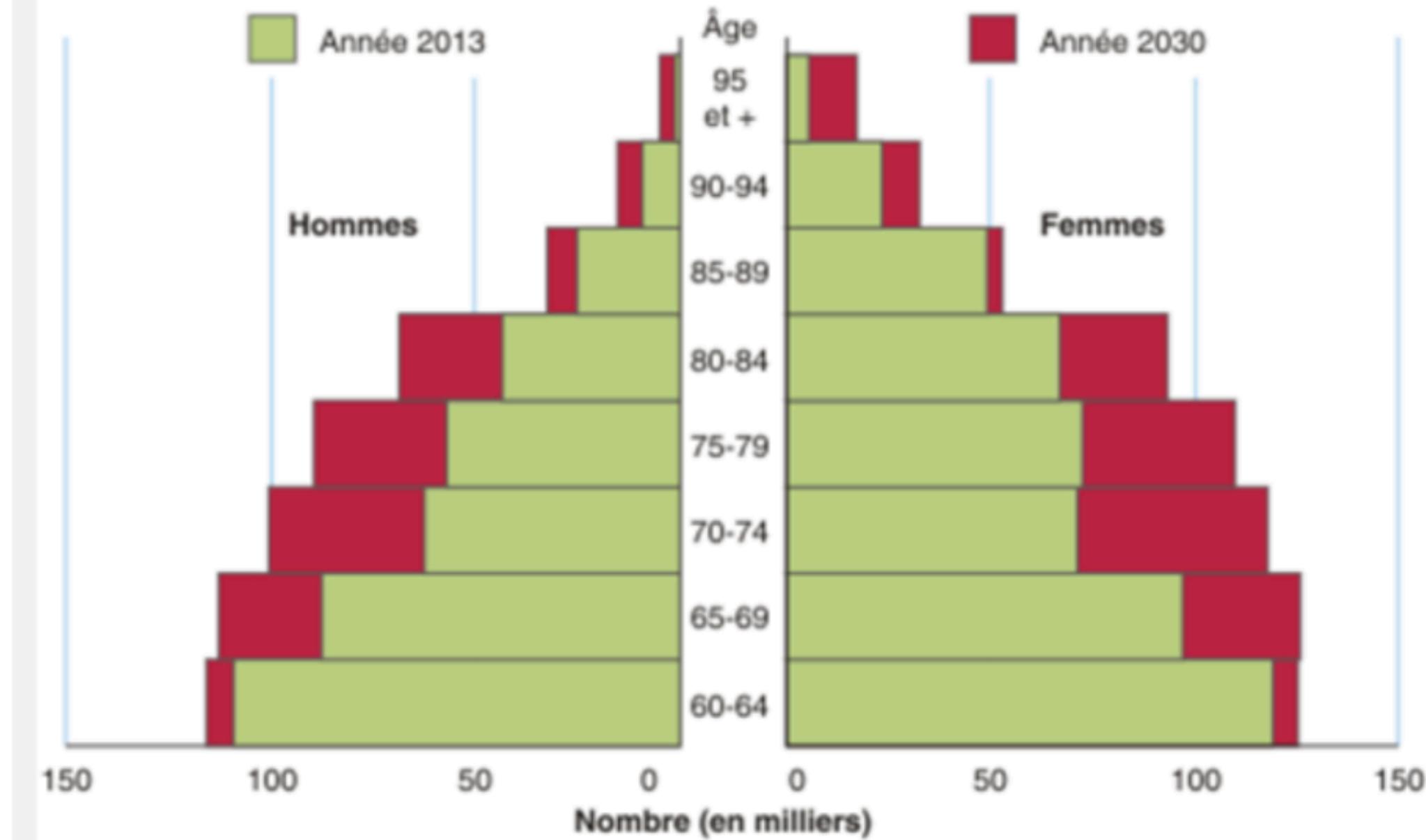
POP G2 - Population par grandes tranches d'âges

POP G2 - Population par grandes tranches d'âges



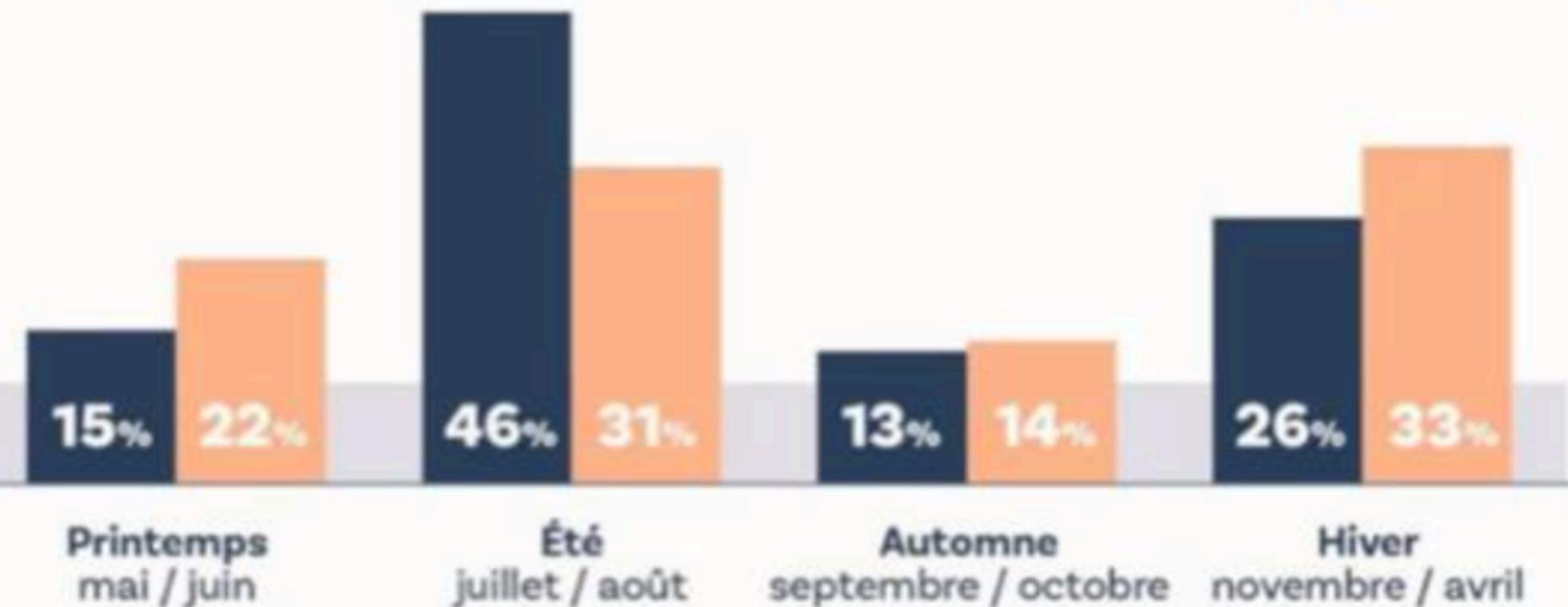
Sources : Insee, RP2010, RP2015 et RP2021, exploitations principales, géographie au 01/01/2024.

Pyramide des âges de la population 2013 et 2030



LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE DU BASSIN D'ARCACHON EN FONCTION DES SAISONS

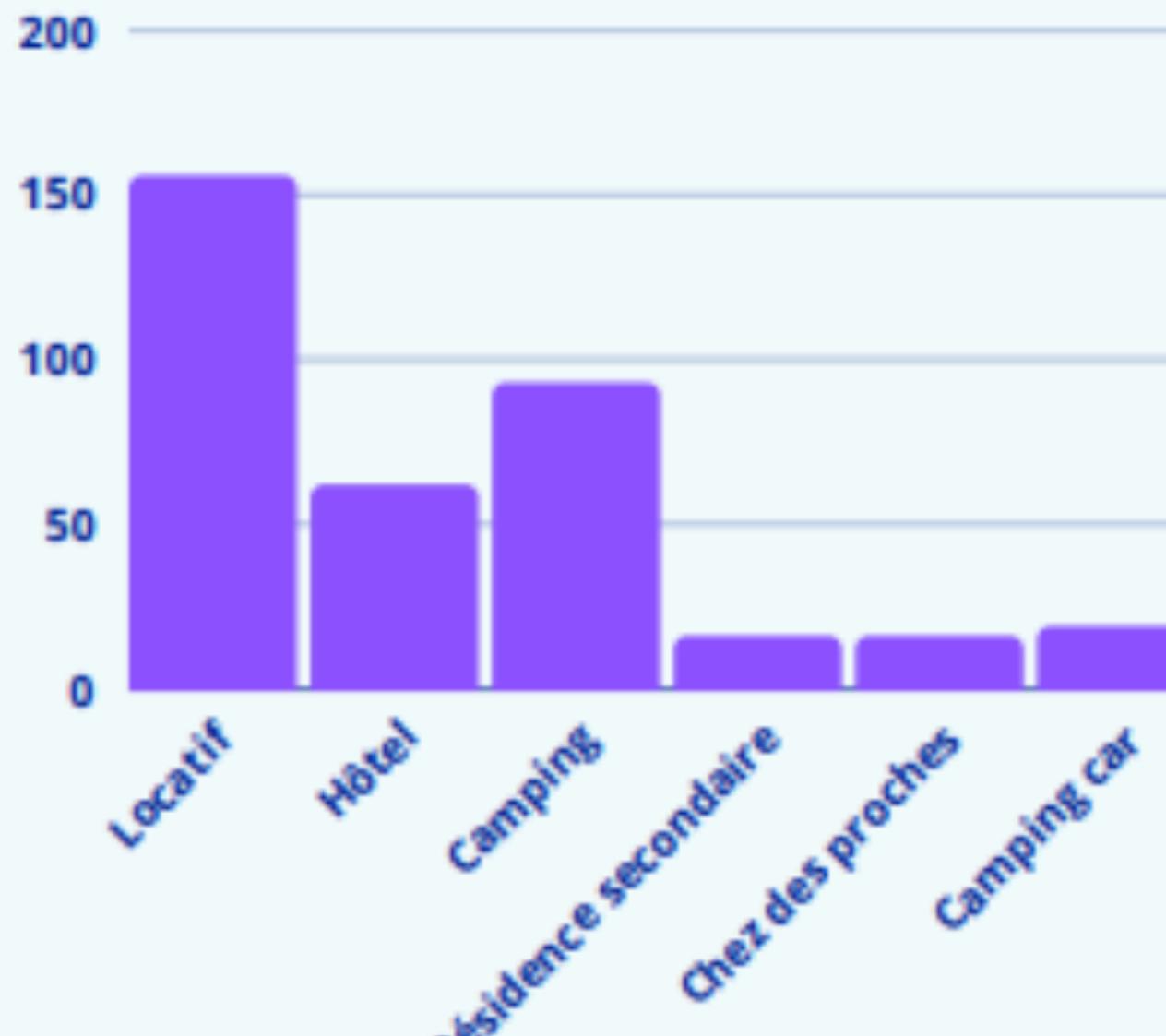
- Nuitées
- Séjours



DÉPENSE MOYENNE PAR JOUR
ET PAR PERSONNE SUR LE BASSIN D'ARCACHON :
70,8 €

- Hébergement
- Achats alimentaires
- Restauration
- Loisirs
- Achats de biens durables
- Transport au sein de la région

Mode d'hébergement



Type d'hébergement	2017 Nombre lits	2024 Nombre lits
Hôtellerie classée	3 380	2 936 (40 hôtels)
Hôtellerie non classée		508 (17 hôtels)
Campings	28 758	24 735
Chambres d'hôtes labellisées	116	43
Meublés classés/labellisés	3 000	9 585
Villages Vacances	1 403	1 818
Résidences hôtelières	4 387	4 971
Hbgmts jeunes / groupes / dédiés	3 846	1 286
Sous-Total hébergements marchands	44 890	45 882
Résidences secondaires	136 471	150 695
TOTAL	181 361	196 577

Problématiques identifiées

- Trouver une solution pour accroître la jeunesse
- Comment attirer davantage de touristes (tout âge)
- Comment récupérer les anciens touristes

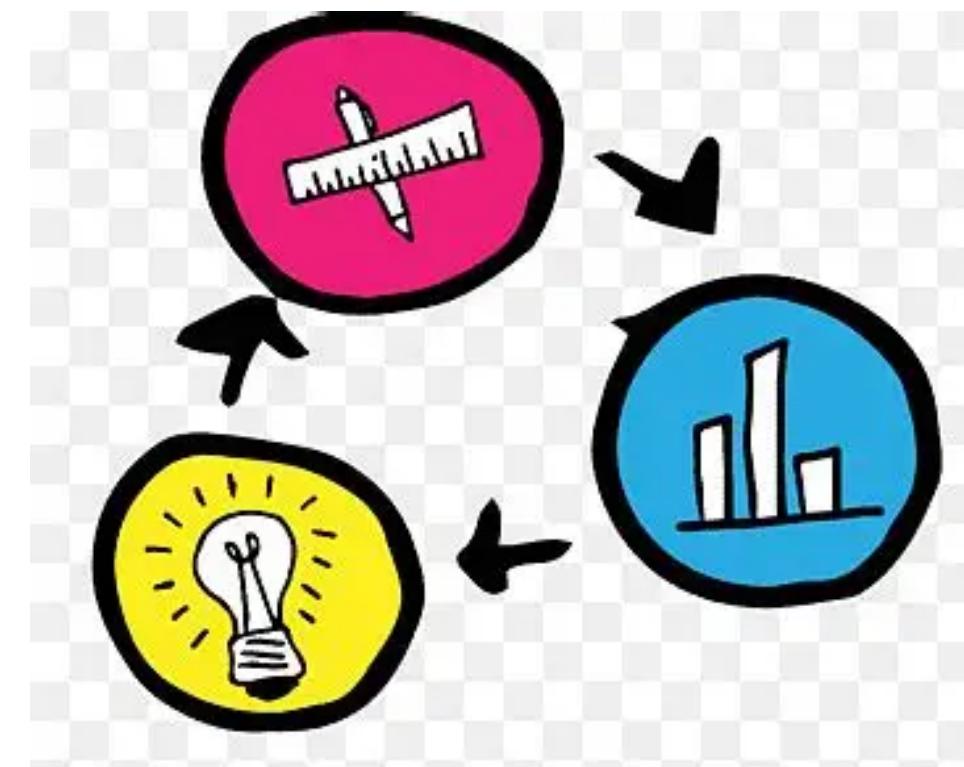


Stratégie de communication digitale

réseaux sociaux & partenariat :

Améliorations

- Youtube + partenariats



Objectifs

- Lié la jeunesse avec le Bassin d'Arcachon





A screenshot of an Instagram profile for "bassindarcachon". The profile picture is a circular logo with "BASSIN D'ARCACHON" text and a colorful gradient background. The bio reads: "Guide touristique Compte officiel #BassindArcachon #vraiesvacances toute l'année #savoirfaire #locallife... Un monde à part, un monde à... plus" and includes a link "linktr.ee/BassindArcachon". The stats show 1648 publications, 72,4 k followers, and 1565 suivi(e)s. Action buttons include "Suivre" (Follow), "Contacter" (Contact), and three dots for more options.

bassindarcachon

Suivre

Contacter

1648 publications

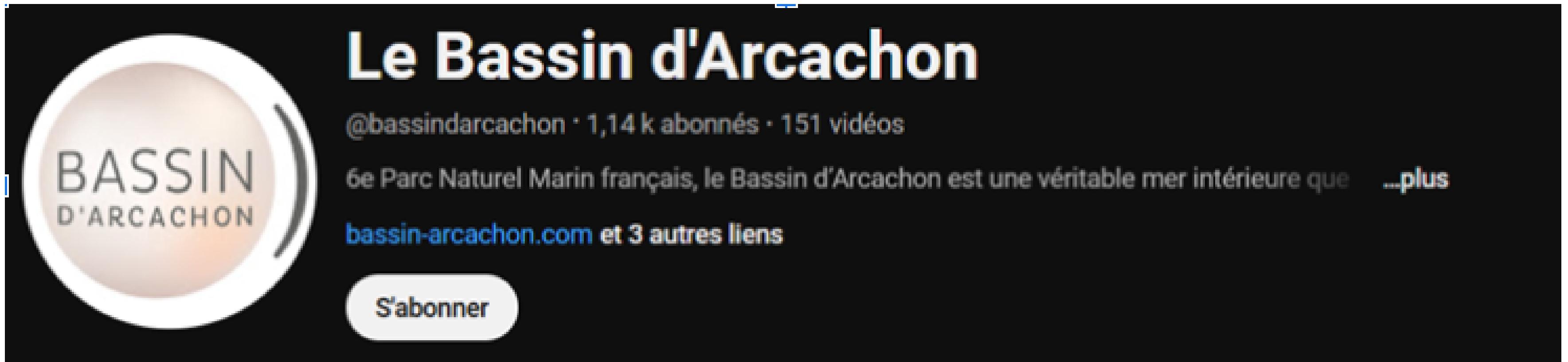
72,4 k followers

1565 suivi(e)s

Bassin d'Arcachon

@bassindarcachon

Guide touristique
Compte officiel #BassindArcachon #vraiesvacances toute l'année #savoirfaire #locallife... Un monde à part, un monde à... plus
[@linktr.ee/BassindArcachon](http://linktr.ee/BassindArcachon)



A screenshot of a YouTube channel page for "Le Bassin d'Arcachon" at "@bassindarcachon". The channel has 1,14 k abonnés and 151 vidéos. The bio reads: "6e Parc Naturel Marin français, le Bassin d'Arcachon est une véritable mer intérieure que ...plus" and includes links "bassin-arcachon.com et 3 autres liens". A "S'abonner" (Subscribe) button is visible.

Le Bassin d'Arcachon

@bassindarcachon · 1,14 k abonnés · 151 vidéos

6e Parc Naturel Marin français, le Bassin d'Arcachon est une véritable mer intérieure que ...plus

[bassin-arcachon.com](#) et 3 autres liens

S'abonner



Site internet :

Améliorations

- SEO
- Carte réduction

Objectifs

- améliorer la visibilité avant toutes actions
- Carte de fidélité (activités = réduction)



Emailing :

Objectifs

Comme les anciens clients réservent en impliquant leurs courriels, le fait de mettre en place un emailing proposant des offres et nouveautés pour marquer l'ancien client et le motiver à revenir vers le bassin d'arcachon pour passer des bonnes vacances.

Action 1 : Marché dans les campings

Améliorations

- Meilleure répartition des visiteurs dans l'année
- Renforcement du lien entre tourisme et économie locale
- Image plus dynamique du camping et du Bassin



Objectifs

- Dynamiser la fréquentation hors saison
 - Valoriser les produits locaux et l'artisanat du Bassin
 - Proposer une animation originale directement sur les lieux de séjour
 - Attirer aussi bien les campeurs que les visiteurs extérieurs
- paragraph



Mise en place :

- *2 marchés/semaine l'été : mardi soir (nocturne) et samedi matin*
- *1 marché/semaine l'hiver : couvert, chaque week-end*
- *Situé à l'entrée du camping, proche des zones de passage (piscine, restaurant, accueil)*

Contenu du marché :

- Produits du terroir : huîtres, vins, fromages, artisanat
- Street food locale : bars à huîtres, crêpes, grillades
- Ateliers & animations : démonstrations, jeux enfants, dégustations guidées
texte de paragraphe

Dispositifs de fidélisation :

- Lien direct avec la carte de fidélité (tampons = réductions)
- Bons d'achat de bienvenue offerts aux résidents du camping

Communication & visibilité :

- Campagne sur Instagram, Facebook, YouTube
- Influenceurs spécialisés (voyage, camping, terroir)
- Publicités géolocalisées vers grandes villes et pays voisins

Action 2 : Championnat du Monde de l'Huître

Événements

- Dégustation à l'aveugle d'huîtres de différentes origines.
- Épreuve de rapidité d'ouverture d'huîtres (shucking contest).
- Ateliers de cuisine en direct autour de l'huître, encadrés par des chefs étoilés.
- Vote du public pour la meilleure huître du monde.
- Village de l'huître : stands de producteurs, vente directe, démonstrations, animations * pédagogiques (cycles de l'huître, biodiversité, métiers ostréicoles).
- Soirées à thème : dîners gastronomiques, accords mets-vins, musique locale, projections sur l'histoire du Bassin.¹⁷



Objectifs et apport du championnat du monde :

1) Objectif : Créer une ambiance festive et gastronomique ouverte à tous.

Apport : Attirer un public diversifié, local et international.

2) Objectif : Dynamiser l'économie locale à travers l'événement.

Apport : Générer des retombées sur l'hôtellerie, la restauration et les commerces.

3) Objectif : Positionner Arcachon comme une destination hivernale attractive.

Apport : Valoriser les traditions locales et l'identité maritime.

4) Objectif : Mettre en place une communication puissante et anticipée.

Apport : Assurer une visibilité internationale via réseaux sociaux, influenceurs et presse spécialisée.

5) Objectif : Proposer une expérience complète via un site web dédié.

Apport : Faciliter l'engagement des visiteurs et la découverte du territoire.

6) Objectif : Affirmer l'unicité d'Arcachon à travers un événement signature.

Apport : Créer un rendez-vous annuel différenciant hors saison estivale.

Maquettes

emailing :

16:04

Objet de l'email Boîte de réception

Cap sur le Bassin d'Arcachon ☀️ 12h00 à moi ↗

Et si vos prochaines vacances rimaient avec détente, nature et découvertes ? Découvrez vite ce que le Bassin d'Arcachon vous réserve... nouveauté :

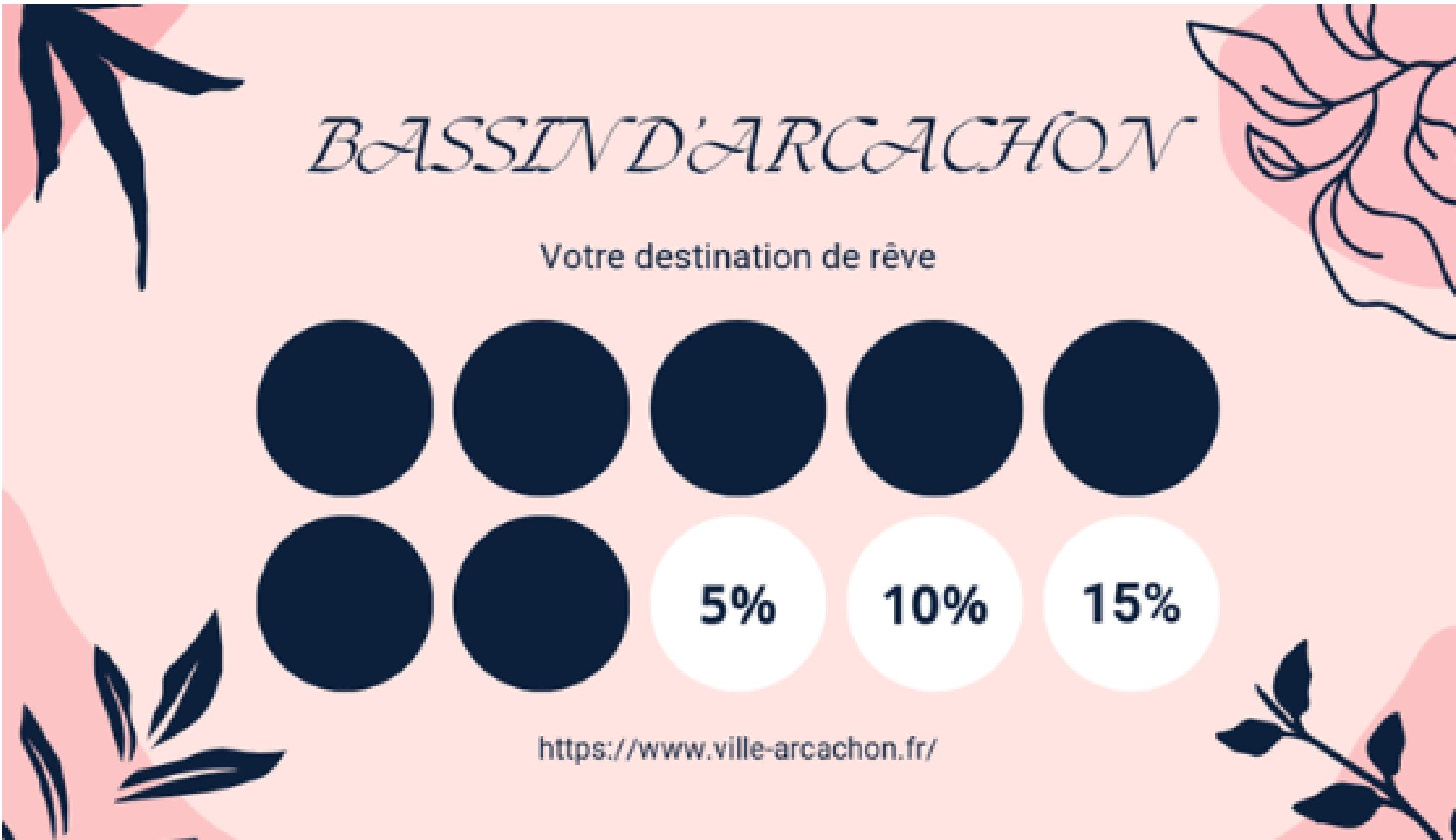
- Marché produit terroir (-20%) et histoire des produits dans les marchés.
- Championnat du monde de l'huître du 22/12 au 05/01.



Répondre Transférer



carte réduction :



Budget prévisionnel

- **Emailing : (brévo + affiche) = 604 €**
- **Site internet et SEO = 15 000€**
- **Camping : (marché) = 30 000€**
- **Championnat du Monde de l'Huître = 400 000€**

Récapitulatif final :

- **Total annuel sans le championnat : 45 604 €**
- **Total annuel avec le championnat : 445 604 €**

Frise des actions



Conclusion

- Réponse aux défis majeurs : lutte contre la saisonnalité, rajeunissement du public, fidélisation des visiteurs.
- Stratégie digitale innovante : réseaux sociaux, emailing, SEO, influenceurs, marketing automation.
- Événements fédérateurs : Championnat du Monde de l'Huître, marchés saisonniers, animations ciblées.
- Attractivité renforcée : image modernisée, audience élargie, présence nationale et internationale.
- Budget maîtrisé & efficacité mesurable : suivi via indicateurs clairs (engagement, fréquentation, fidélité).
- Un projet collectif & durable : au service d'un territoire vivant, multigénérationnel et tourné vers l'avenir.