

PLAGES

FRÉQUENTATION DES PARKINGS DE PLAGE DE GIRONDE PROCHES DE LA MÉTROPOLE BORDELAISE

RAPPORT PUBLIÉ EN
MARS 2025

GIP LITTORAL
2030





Table des matières

1 Introduction.....	3
1.1 Rappel de la Stratégie d'accueil des plages de Gironde proches de la Métropole	3
1.2 Poursuite du dispositif sur tous les sites, déploiement et renforcement en 2024.....	3
1.3 Objet du rapport.....	5
2 Bilan du dispositif de comptage déployé et de la fréquentation	5
2.1 Bilan technique à 3 ans	5
2.2 Bilan 2024 de la fréquentation et analyse site par site.....	7
2.2.1 Bilan global – Constats généraux.....	7
2.2.2 Parking du Gressier au Porge	13
2.2.3 Plage du Grand Crohot à Lège Cap Ferret.....	16
2.2.4 Plage de Carcans Océan.....	20
2.2.5 Plages de Lacanau Nord et Super Sud.....	24
2.2.7 Zoom sur La Teste de Buch.....	30
3 Bilan communication et utilisation de la donnée	42
3.1 Une évolution majeure en 2024 sur la communication	42
3.2 Bilan du plan de communication 2024	46
3.2.1 Les statistiques des réseaux sociaux.....	46
3.2.2 Les retombées dans la presse.....	49
3.2.3 Les statistiques de consultation du Widget et de la carte interactive sur l'ensemble de la saison estivale (17 juin – 15 octobre).....	50
3.3 Une première année d'évaluation du dispositif	51
4 Bilan financier à 3 ans.....	58
Conclusion.....	59
Annexe 1 : Ligne éditoriale (calendrier thématique de diffusion) « Mes Plages Océanes ».....	61
Annexe 2 : Suite des résultats de l'enquête origine/Destination de La Teste de Buch (été 2024)..	62

1 | Introduction

1.1 | Rappel de la Stratégie d'accueil des plages de Gironde proches de la Métropole

En 2020, les communes de Lacanau, du Porge et de Lège Cap Ferret ont engagé, aux côtés du GIP Littoral, une étude prospective visant à définir une « stratégie d'accueil sur les plages proches de la Métropole ». En Comité de pilotage final de l'étude, le 17 janvier 2022, les partenaires ont validé **une feuille de route portant sur 4 axes**¹ :

- **Se doter d'une capacité de mesure de flux pour informer et piloter**
- Répondre aux pressions et accompagner les évolutions par la construction partenariale des alternatives en matière d'offre
- Planifier les nouvelles offres de mobilités pour faciliter et fluidifier l'accès et préserver l'environnement
- Anticiper les besoins en matière de nouvelle offre de plage en portant et en incarnant une image nouvelle des plages

En marge de cette étude, une 1^{ère} expérimentation a été menée pendant la saison estivale 2021. Ainsi, les sites du Grand Crohot à Lège Cap Ferret et du Gressier au Porge ont été équipés d'un **dispositif permettant de donner une information en temps réel et sur différents supports numériques sur le taux de remplissage de leurs parkings**. Cette même saison, à Lacanau, des dispositifs d'analyse de la fréquentation ont été installés sur plusieurs axes routiers stratégiques, afin de mieux comprendre comment les flux se répartissaient au sein de la commune.

Le choix a été fait d'engager dès 2022 des actions prioritaires. La 1^{ère} action a porté sur **l'équipement de dispositifs permettant de mesurer et remonter de l'information en temps réel sur la fréquentation des plages**. Les partenaires ont également mis en avant leur souhait d'ouvrir ce dispositif à d'autres communes. La commune de Carcans a ainsi rejoint le dispositif à partir de 2022, dans le cadre d'un groupement de commande réunissant les 4 communes et le GIP, pour une durée de mise en œuvre de 3 ans, permettant ainsi à chaque collectivité de contractualiser au regard de ses besoins propres.

Dans le cadre de ce marché (rappeler période), les membres du groupement ont retenu **la société Alyce à l'issue d'une procédure de marché public**.

2024 a été la dernière année du groupement de commande, et l'occasion de faire le bilan de cette opération sur les plages de Gironde.

1.2 | Poursuite du dispositif sur tous les sites, déploiement et renforcement en 2024

Le dispositif ayant vocation à s'étendre à d'autres communes partageant des enjeux similaires, il a été rejoint en 2024 (hors groupement de commande) par la commune de la **Teste de Buch** au sud du Bassin, pour faire remonter de la donnée et avoir une meilleure connaissance et gestion de la fréquentation aux abords de ses 3 plages océanes (Petit Nice, Lagune et Salie Nord). La commune a installé et mis en service des dispositifs de mesure de la fréquentation des parkings.

Sur l'année 2024, le coût total du projet a augmenté avec l'ajout d'un site supplémentaire et le renforcement de la communication autour de la remontée d'informations (nouveau plan de communication) pour laquelle le GIP s'est doté d'un accompagnement technique afin de favoriser la

¹ Rapport final de la Stratégie d'accueil des plages : <https://www.giplittoral.fr/ressources/strategie-daccueil-des-plages-de-gironde-proches-de-la-metropole>

diffusion des informations. Un tableau faisant synthèse du coût de l'opération depuis 2022 est disponible en annexe. Ce rapport prévoit également de donner des éléments de bilan au sortir de 3 dernières années de mise en œuvre.

Si le coût du projet a augmenté, il s'est également accompagné de **nouveaux cofinancements** : en effet, l'expérimentation sur le nouveau site de la Teste de Buch a permis au GIP de bénéficier de l'**Appel à Manifestation d'intérêt « Innovation touristique et terrains d'expérimentation »** porté par **Atout France**, Agence de développement touristique de la France. L'aide a notamment permis un accompagnement financier de la plateforme d'innovation que représente le GIP Littoral, à hauteur de 30 000 €. Elle a ainsi permis au GIP de supporter le coût de l'intégration du site de la Teste de Buch au dispositif, ainsi que de porter la mission de communication déployée pour la saison estivale 2024, ce qui a eu un impact considérable dans la valorisation du projet, de la donnée produite et des outils mis à disposition.

Dans le même temps, le **partenariat avec Bordeaux Métropole** s'est également renforcé, avec la formalisation d'une **convention de partenariat pour la période 2025-2026**. Bordeaux Métropole accompagne le projet techniquement et financièrement, notamment sur le volet de la communication des informations.

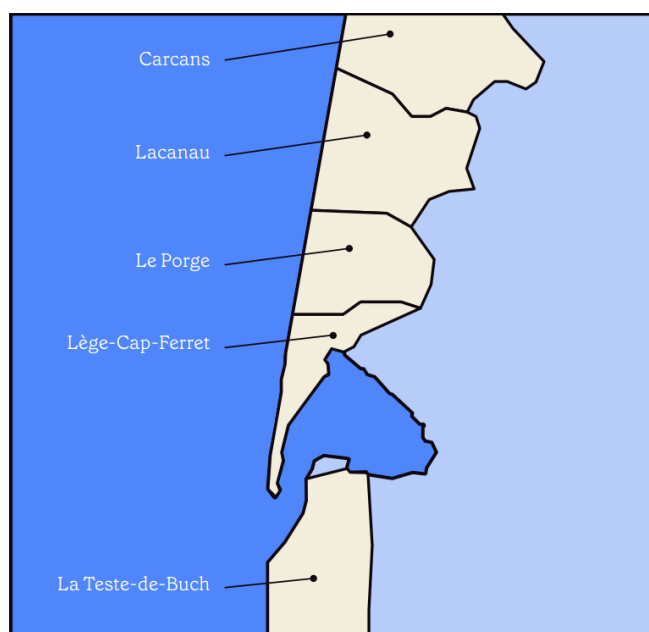
Enfin, la commune de la Teste de Buch a également bénéficié d'un financement de la **Banque des Territoires**, à hauteur de 50%, pour la mise en place du dispositif technique, ainsi que pour l'enquête de fréquentation origine/destination qui s'est déroulée sur les 3 plages océanes durant la saison estivale.

Les sites suivants ont donc été rééquipés en 2024 :

- Le parking du Grand Crohot à Lège-Cap Ferret.
- Le parking du Gressier au Porge.
- Les parkings Nord et Super Sud à Lacanau.
- Les parkings de Carcans Océan avec un dispositif permettant de capter les entrées / sorties en entrée de station, les comptages s'opèrent ainsi pour l'ensemble des poches de stationnement de la station.

Le site de la Teste de Buch a été équipé pour la première fois en 2024, sur ses trois plages océanes :

- Le parking du Petit Nice (2 dispositifs en entrée et en sortie)
- Le parking de la Lagune (2 dispositifs en entrée et en sortie)
- Le parking de la Salie Nord (1 dispositif entrée/sortie)



1.3 | Objet du rapport

Le présent rapport vise à la fois à produire un bilan global de l'opération menée sur la saison 2024, ainsi qu'un bilan global de l'opération après 3 ans de mise en œuvre.

Le rapport comprend :

- Un bilan technique du dispositif²
- Un bilan de la fréquentation
- Un bilan de l'utilisation de la donnée et du nouveau plan communication déployé en 2024
- Les suites à envisager



2 | Bilan du dispositif de comptage déployé et de la fréquentation

2.1 | Bilan technique à 3 ans

Depuis 2022 sur les sites pilotes, le bilan technique des dispositifs de comptage et remontée d'informations est positif.

L'installation des dispositifs a systématiquement été anticipée pour permettre la mise en œuvre de dispositifs parfaitement opérationnels dès les ailes de saison. La société Alyce a su s'adapter de manière souple et rapide à de nombreuses contraintes rencontrées chaque année, que ce soit dans la mise en place de solutions temporaires à court terme, engendrant une prise en charge de certains frais de leur côté pour subvenir au

besoin d'urgence, ou l'anticipation de solutions à mettre en place d'une année à l'autre pour répondre aux limites rencontrées sur l'année précédente. Voici quelques exemples de solutions mises en place par Alyce :

- Dès l'année d'expérimentation en 2021, **une solution clés en main est proposée**, comprenant notamment **l'installation des dispositifs sur site** (utilisation de nacelle élévatrice sur véhicule léger pour l'installation des capteurs), précédée d'une étude préalable sur les conditions d'implantation. Alyce a notamment su mettre en place des solutions au regard du raccordement électrique, pas toujours évident sur des sites de pleine nature comme au Porge, où plusieurs mètres de câblages ont été tirés pour répondre au besoin de comptages.
- Suite à quelques dysfonctionnements rencontrés (masquage temporaire caméra, problème de réseau, défaut de comptages dû à l'utilisation des entrées/sorties du parking par les usagers : sorties par les entrées, entrées par la sortie sur le site de Lacanau Nord ; un dysfonctionnement qui a généré un cumul de comptages nocturnes sur le site du Grand Crohot) lors de la saison 2022, Alyce a proposé aux communes de Lacanau et Lège-Cap Ferret le maintien, sans coûts supplémentaires pour les communes, de certains dispositifs de comptages en hors saison (Parking Nord Lacanau, et parking du Grand Crohot), ce qui a notamment permis de fournir des comptages tout le long de l'année aux communes, et perfectionner le logiciel existant en vue d'augmenter la qualité et la fiabilité des comptages pour les saisons d'après.

² Le mot « **dispositif** » dans ce rapport fait référence au dispositif technique (capteur) installé et mis en service sur les différents sites.

- Au cours de la saison 2023, des ajustements qualitatifs ont été effectués au cas par cas : déplacement de caméras, rééquilibrage de jauges, ajustements et mesure correctives appliquées sur le logiciel de comptage.

A l'issue de la saison de comptages 2024 (mi-juin à mi-septembre), les données enregistrées sont **complètes et fiables** sur les différents sites.

Le dispositif technique a cependant rencontré quelques limites, notamment dans le contexte des plages océanes de la Teste de Buch, et n'a su s'adapter que partiellement et parfois difficilement aux contraintes rencontrées : absence d'alimentation électrique à proximité des lieux de positionnement des capteurs (entrées et sorties de parkings). Un système d'alimentation par batterie nécessitant l'intervention fréquente des services techniques de la ville a ainsi été mis en place, et n'a pas donné entière satisfaction sur le plan de la mise en œuvre et du fonctionnement de l'opération au cours de la saison estivale. Si les comptages ont été effectués du 19 juillet au 3 octobre, la donnée collectée est parfois incomplète, notamment sur le site du Petit Nice qui a rencontré un problème technique (une décharge anormalement rapide de la batterie identifiée au cours de l'été, liée à un dysfonctionnement de la batterie : cosse de la batterie hors service) au cours de la saison. L'entreprise Alyce a néanmoins effectué pour le compte de la commune une correction de la donnée via la mise en place d'une méthode utilisant la corrélation avec d'autres capteurs. Si l'objectif est de disposer d'une donnée exploitable en post-saison, ce dysfonctionnement a néanmoins impacté la diffusion au cours de la saison.

En 2023, l'optimisation de la communication technique et des remontées de terrain ont été testées et rendues possibles via la création de **groupes WhatsApp** qui ont permis de mettre en communication directe les services techniques des collectivités, l'Office National des Forêts (acteur présent sur site), la société Alyce, et le GIP Littoral.

La réactivation des **groupes WhatsApp en 2024** a permis un dialogue direct et simplifié entre les différents acteurs et ainsi que de signaler et faire remonter les dysfonctionnements et apporter des solutions rapidement.

Après 3 années de mise en œuvre, il est important de noter **qu'une problématique posée au départ n'a pas été traitée** : sur le site du Gressier au Porge, le besoin d'amélioration de l'information sur la répartition des flux entre l'aile nord et l'aile sud du parking.

Avantages et inconvénients de la solution après 3 années de marché

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> • Installation du dispositif comprise / solution « clés en main » / réactivité et rapidité d'intervention en cas de dysfonctionnement, Alyce est force de proposition dans les solutions à appliquer à court et long terme. • Un dispositif qui permet aujourd'hui de remonter une donnée temps réel et prédictive fiable pour informer les usagers (calculs de fiabilité des mesures très positifs). • Mettre en œuvre un marché pour 3 ans permet l'amélioration et le renforcement du dispositif, ainsi que des économies d'échelle. 	<ul style="list-style-type: none"> • Le dispositif rencontre des limites techniques dans les contextes de plus en plus naturels (absence de réseau ou de raccordement électrique direct) • Le dispositif devient moins avantageux dans des sites aux configurations plus complexes (parkings avec entrées/sorties différenciées, ou plusieurs entrées et sorties : multiplication d'équipements et coûts élevés) sans vraie proposition d'optimisation faite à ce jour.

Ainsi, bien que le dispositif ait entièrement montré son efficacité sur certains sites, il existe un besoin en matière de développement et d'innovation pour pouvoir répondre à des situations plus complexes dans des contextes très naturels et dépourvus de conditions techniques, ce qui est le cas d'un nombre de sites sur le littoral Régional.

2.2 | Bilan 2024 de la fréquentation et analyse site par site

2.2.1 | Bilan global – Constats généraux

Zoom sur le bilan de la saison touristique 2024

Bilan touristique régional

Extrait du bilan de saison estivale 2024 – CRTNA :

« Fin de la bulle post covid : une saison globalement satisfaisante mais en deçà des records de 2023 », avec 64% des professionnels satisfaits de leur saison estivale 2024 (76% en 2023), avec tout de même un taux de satisfaction plus important sur le littoral (67%).

44% des professionnels observent une fréquentation en recul par rapport à 2023, notamment la fréquentation française.



Source : enquête de conjoncture CRTNA et CCI Nouvelle-Aquitaine de septembre 2024 / 2 030 répondants

Un mois de septembre décevant, avec seulement 48% des professionnels satisfaits sur le littoral.

Bilan touristique Girondin

Extrait conjoncture septembre 2024 – Gironde Tourisme – constats clés :

- 4e printemps le plus pluvieux dans l'Hexagone depuis 1959 (selon Météo France)
- Un cœur de saison légèrement plus chaud que la normale
- Pluie importante en septembre (119,6 mm de précipitations à Bordeaux-Mérignac vs 81,2 mm en moyenne mensuelle 1991/2020 - source Météo France) - Ce qui expliquerait moins de départs de dernière minute (pourtant de plus en plus prégnants en raison des difficultés de pouvoir d'achat qui accroissent la recherche de bons plans et promotions)
- Bilan du mois de septembre très mitigé, aussi bien concernant les visiteurs français que ceux en provenance de l'étranger (respectivement 52% et 48% d'opinions positives des professionnels girondins)

- Des disparités entre les destinations : le littoral du Médoc semble avoir particulièrement pâti des mauvaises conditions météo (71% d'opinions défavorables), Bordeaux et le Bassin d'Arcachon affichent en revanche des taux de satisfaction élevés à 77% et 72%.
- Une fréquentation étrangère soutenue qui ne semble toutefois pas avoir été suffisante pour compenser totalement la baisse de clientèle française déclarée par près de 6 professionnels sur 10.
- Le bilan de la saison est jugé au moins équivalent à celui de l'an dernier par 52% des professionnels tandis que 48% le déclarent en baisse.

Bilan météo 2024 et comparaison 2023³ :

L'été 2024 est placé au 12ème rang des étés les plus chauds depuis 1900. Il s'agit donc d'un été assez chaud, mais qui arrive nettement après les derniers étés 2023 et 2022 placés respectivement en 4ème et 2ème position des étés les plus chauds.

	Température moyenne en 2023	Température moyenne en 2024
Juin	+2,6°C au-dessus de la normale	Conforme à la normale
Juillet	+0,8°C au-dessus de la normale	+0,6 °C au-dessus de la normale
Aout	+0,9°C au-dessus de la normale	+1,5 °C au-dessus de la normale
Septembre	+ 3.6°C au-dessus de la normale	- 0,3°C en dessous de la normale de saison

Corrélation météo 2024 et fréquentation des parkings :

- Une avant-saison particulièrement maussade (pluvieuse, orages fréquents) qui a perduré sur la première moitié du mois de juillet, avec des taux de fréquentation ne dépassant pas les 50% sur juin, et très rarement jusqu'au 18 juillet où pour la première fois de la saison, un site (le Grand Crohot) a dépassé les 80% d'occupation.
- Une chaleur plus durable s'est installée à partir de la mi-juillet avec deux vagues de chaleur qui se sont succédées rapidement : 29/07 – 02/08 et 06/08 – 13/08.
 - La tendance globale des courbes de fréquentation, et **les deux journées les plus fréquentées de la saison** sont corrélées à ces périodes de forte chaleur, car elles sont survenues **les dimanches 28/07 et 11/08**.
- Une chute significative de la fréquentation dès le mois de septembre, avec des taux de fréquentation très bas durant toute l'arrière-saison, due aux conditions météo avec un début d'automne remarquablement arrosé et maussade.

³<https://meteofrance.com/actualites-et-dossiers/actualites/ete-2024-chaud-orages-localement-violents-deux-vagues-chaleur>
https://meteofrance.fr/sites/meteofrance.fr/files/files/editorial/2023.09.04_Bilan_ete_2023_0.pdf

Volume d'entrées comptabilisées sur les sites au cours de la saison 2024 :

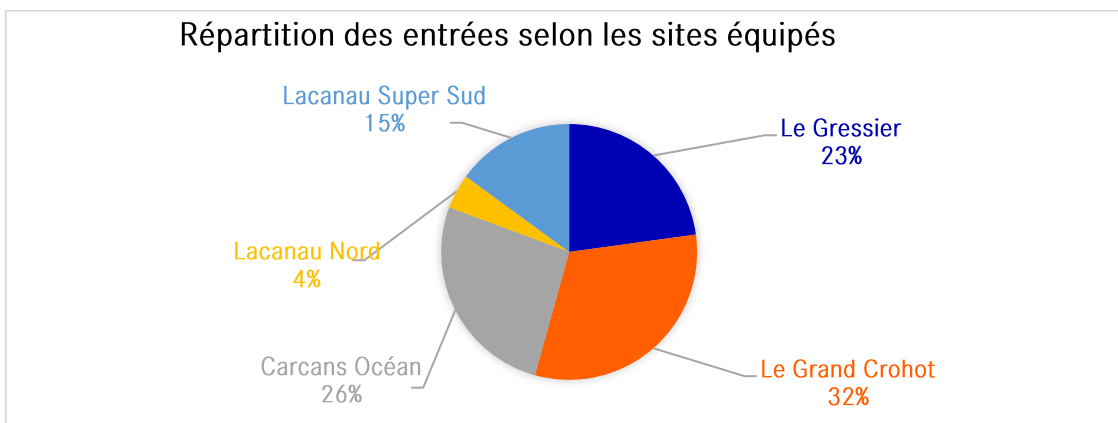
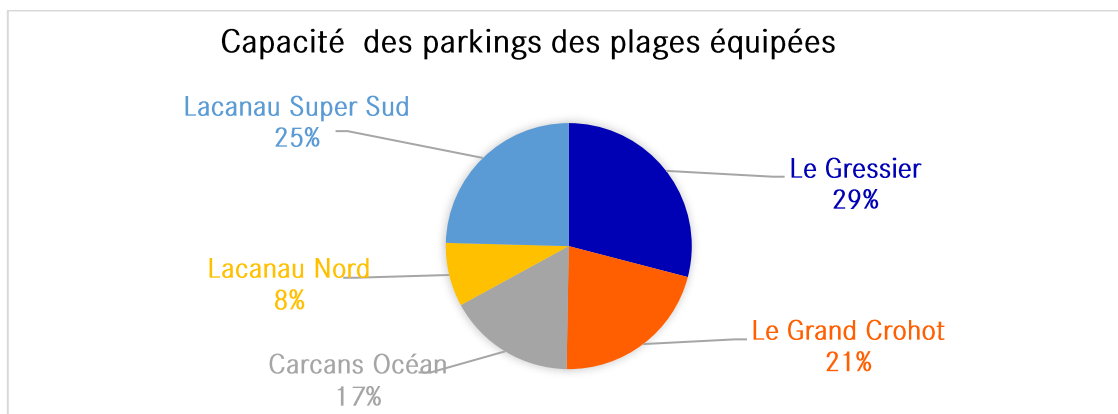
Les comptages au Porge, à Lège-Cap-Ferret, à Lacanau et à Carcans ont été effectués de mi-juin à mi-septembre 2024. Les comptages sur les trois plages océanes de La Teste-de-Buch ont démarré à partir du 19 juillet. Le tableau ci-dessous affiche le nombre d'entrées de véhicules par mois, par site, ainsi que le total des entrées par site sur la période de comptage.

	Entrées - juin (15 - 30)	Entrées - juillet	Entrées - aout	Entrées - septembre (1 - 15)	Entrées - Total sur saison 2024
Le Gressier 2 600 places	11 935	50 893	67 331 +25% ⁴	2 833	132 992
Le Grand Crohot 1 900 places	16 165	67 608	86 985 +25%	12 685	183 443
Carcans Océan 1 000 places	12 312	56 850	75 986 +25%	8 347	153 495
Lacanau Nord 750 places	2 215	8 344	14 197 +40%	792	25 548
Lacanau Super Sud 2 200 places	5 757	32 527	44 004 +25%	4 835	87 123
Le Petit Nice 1400 places		17 155	47 532	8 091	72 778
La Lagune 600 places		11391	27 557	4 405	43 356
La Salie Nord 800 places		9 149	24 860	3 627	37 636

Nb : Pour les plages de la Teste de Buch, les entrées sont comptabilisées à partir du 19/07 pour le mois de juillet. Le capteur du Porge a subi un défaut de fonctionnement à partir du 8/09.

⁴ Pourcentage d'augmentation du volume de fréquentation entre juillet et aout

Répartition des entrées totales de véhicules (saison) sur chaque site, et capacité des parkings

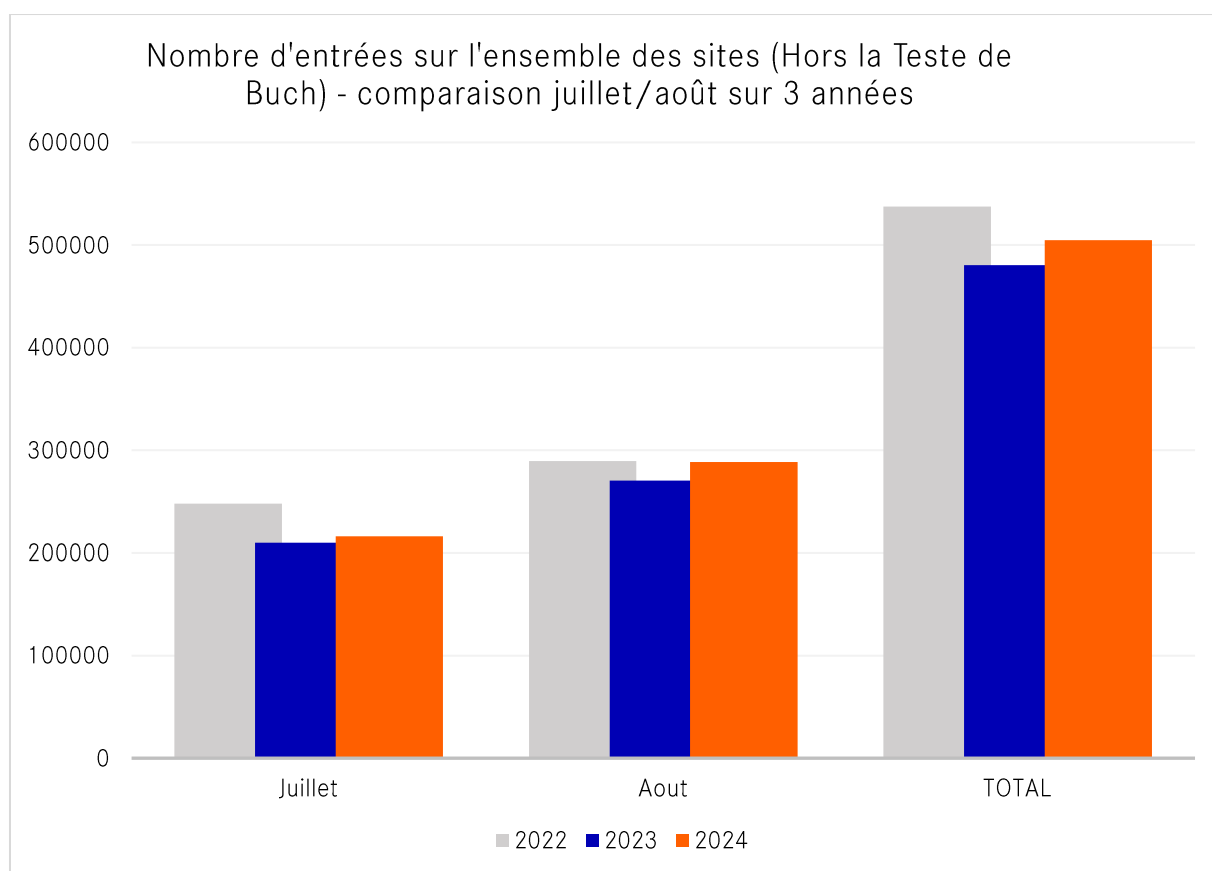


Des parkings avec différentes capacités, qui n'accueillent pas le même niveau de fréquentation

Exemple : Si le site du Grand Crohot représente seulement 21% de la capacité de stationnement parmi les 5 sites, il compte 32% du volume d'entrées totales de véhicules. A l'inverse, le site du Gressier représente presque 30% de la capacité de stationnement, mais celui-ci ne pèse qu'à 23% dans le volume d'entrées total sur les sites.

Comparaison années précédentes⁵

Nombre d'entrées totales de véhicules sur les 4 sites (hors Teste de Buch) sur la saison – comparaison 2022/2023/2024



- Une très légère augmentation en juillet, et une augmentation plus significative en aout entre 2023 et 2024, rattrapant quasiment le volume de fréquentation de 2022 pour le mois d'août. Un volume global en juillet/août 2024 encore inférieur à 2022, mais en augmentation par rapport à 2023.

Les ailes de saison (juin et septembre) ne sont pas affichées ici, car l'année 2024 a connu une baisse significative du volume de fréquentation sur les ailes de saison entre 2023 et 2024, en lien avec les conditions météorologiques particulièrement mauvaises, en comparaison aux deux années précédentes.

Une baisse sur certains sites du nombre de « pics » (= jours ou le taux d'occupation dépasse 80%) de fréquentation au cours de la saison sur l'ensemble des sites

Site	Nombre de jours à + de 80% d'occupation 2023	Nombre d'heures de « saturation » 2023	Nombre de jours à + de 80% d'occupation 2024	Nombre d'heures de « saturation » 2024	Tendance 2023/2024
Le Gressier	8	29h30	2	9h30	Baisse ++

⁵ Toutes les comparaisons aux années précédentes ne concernent que les sites de Lacanau, Carcans, Le Porge et Lège-Cap Ferret, la Teste de Buch ayant démarré les comptages en 2024.

Le Grand Crohot	14	44h	12	36h	Baisse
Carcans Océan	14	51h	7	24h30	Baisse ++
Lacanau Nord	3	12h	5	21h	Hausse
Lacanau Super Sud	0	0	0	0	Même tendance
Lagune			15	39h	
Salie			0	0	
Le Petit Nice			0	0	

Nb : Concernant les colonnes 2024, ces périodes de « saturation » se concentrent uniquement sur juillet/août, car aucun parking n'a connu de périodes d'occupation au-delà de 80% en juin et septembre 2024. En 2023, le nombre d'heures à plus de 80% d'occupation sur l'ensemble des sites seulement en juin et septembre était de 28h, ce qui amène ce chiffre à 108h30 en juillet/août 2023, soit tout de même environ 18h de plus que 2024 sur juillet/août.

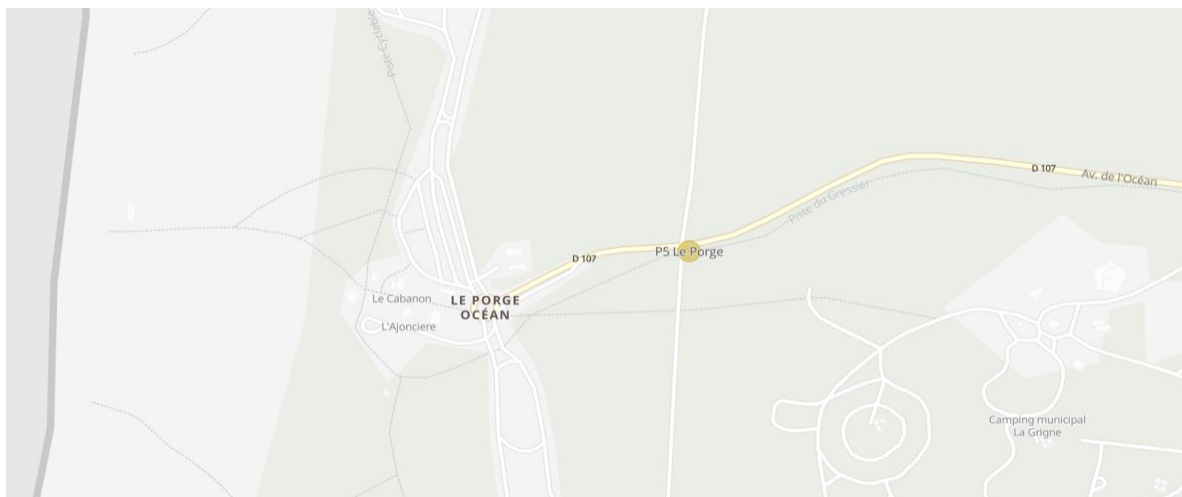
Synthèse/constats généraux :

- Une fréquentation en volume d'entrées en légère hausse par rapport à 2023, mais une période totale de « saturation » qui a diminué entre 2023 et 2024 sur la plupart des sites.
- Un impact considérable des ailes de saison sur la baisse de fréquentation (volume d'entrées et « saturation »).

Une **analyse plus détaillée ci-dessous** permet de mettre en avant les différentes évolutions de fréquentation selon les sites.

2.2.2 | Parking du Gressier au Porge

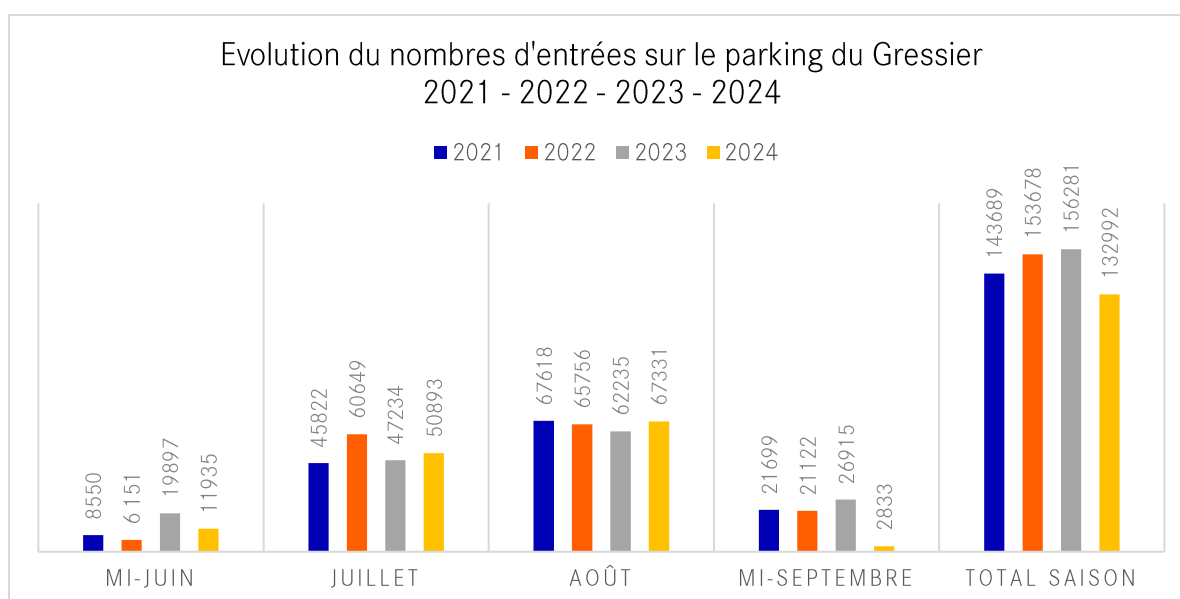
Le parking du Gressier se compose de 2 poches de stationnement (une au Nord et une au Sud) d'une capacité totale de 2600 places de stationnement. L'ensemble des études réalisées depuis plusieurs années sur ce site montre un attachement particulier des métropolitains pour cette plage. Ainsi, on estime que 75% des usagers de la plage en week-end proviennent de la métropole bordelaise. Sur le parking du Gressier, le dispositif de comptage entrées/sorties, est positionné avant l'entrée du parking.



Emplacement du dispositif - Tableau de suivi Alyce

La plage est équipée d'un éco-compteur par l'ONF depuis plus de 10 ans, ce qui permet de disposer d'un historique de donnée sur le site. L'éco-compteur a cependant été retiré à la fin de l'année 2024. Il est également équipé depuis la saison 2021 d'un dispositif de comptage par capteur.

- Evolution des volumes d'entrées sur le parking 2021 /2024 :



Nb : le capteur n'a pas fonctionné du 8 au 14 septembre 2024, les données de septembre et du total saison sont à prendre en compte avec cette information.

- Une fréquentation totale du parking sur la saison qui a **baissé** en volume par rapport à 2023
- Une fréquentation qui a **très légèrement augmenté au cœur de saison** (juillet/août), et qui a baissé plus significativement aux ailes de saison (mi-juin/mi-septembre)
- Taux d'occupation du parking les jours de forte fréquentation/caractéristiques des pics de fréquentation (sur l'ensemble de la saison) :

Jour de pic	Laps de temps à 80% d'occupation ou +
Dimanche 28 juillet (4 660 entrées)	13h - 17h (4h)
Dimanche 11 août (5 042 entrées)	12h - 17h30 (5h30)

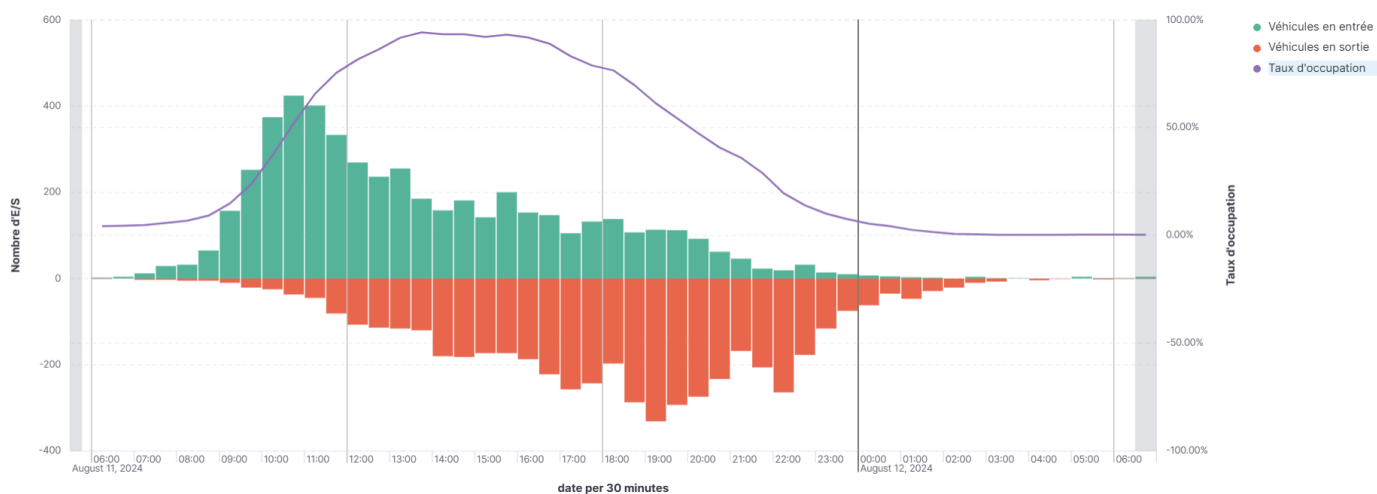
2 jours où le parking a atteint 80% d'occupation (ou plus) / Le parking n'a jamais atteint les 100% d'occupation au cours de la saison.

Comparaison 2023 : 8 jours où le parking a atteint 80% d'occupation ou plus / Le parking n'a jamais atteint les 100% d'occupation au cours de la saison

- Il y a eu une **baisse considérable** du nombre de « pics » de « saturation » sur le site du Gressier entre 2023 et 2024.
- Comparaison des profils journaliers d'une année à l'autre sur la journée la plus fréquentée

Dimanche 11 août 2024 (journée la plus chargée de la saison – 5 042 entrées)

Echange occupation - Plage du Gressier - Le Porge (2600 places)



- Journée ensoleillée avec fortes chaleurs.
- Pic d'entrées : 10h30 ; pic de sorties : 19h (des sorties encore nombreuses à 22h)
- Une fréquentation plus étalée dans le temps que les années précédentes⁶ avec des entrées plus tôt, et des sorties équivalentes ou plus tardives (pic à 22h).

⁶ Cf. Rapports de fréquentation 2022 et 2023 disponibles sur la page ressource du GIP : <https://www.gipittoral.fr/ressources/strategie-daccueil-des-plages-de-gironde-proches-de-la-metropole>

- Comparaison des profils journaliers similaires d'une année à l'autre sur une journée « ordinaire » (journée ensoleillée, avec un bon niveau de fréquentation, sans évènement particulier)

2023	2024
Sur un weekend similaire : Un samedi de beau temps (même météo), pas d'évènement particulier	
Samedi 19 aout 2023 : <ul style="list-style-type: none"> • 4 412 entrées • Période de remplissage > 80% = 14h30 – 17h30 (3h) 	Samedi 10 aout 2024 : <ul style="list-style-type: none"> • 4064 entrées • 78% de remplissage au maximum sur la journée

Constat : Un volume d'entrées similaire, et une diminution de la période de saturation

Autre exemple : Dimanche 4 aout 2024 / Conditions météo : grand soleil, 30°C

3 307 entrées - 71% d'occupation maximum.

En 2023, une journée du même type avec le volume d'entrées équivalent connaissait environ 3h de « saturation » (+80%)

Synthèse – Plage du Gressier Le Porge

- Une fréquentation en volume qui n'a pas évolué de manière significative sur juillet/aout depuis 2021. On note une légère augmentation sur juillet/aout 2024 par rapport à 2023, malgré une météo globalement moins bonne. Une nette baisse de la fréquentation en ailes de saison par rapport à toutes les autres saisons, dû à des conditions météo particulièrement mauvaises (*même tendance observée sur l'ensemble des sites étudiés dans ce rapport*).
- Le profil de « saturation » est similaire sur les journées les plus chargées de la saison (malgré une nette baisse de leur fréquence). En revanche, sur des journées plus « ordinaires » (cf. une journée de beau temps, fréquentée, mais qui ne survient pas dans le cadre d'un évènement particulier), un effet de « saturation » qui semble avoir disparu sur le parking du Gressier.
- Des « pics » d'entrées/sorties qui se sont légèrement étalés par rapport à 2023 (plus tôt et plus tard).
- Hypothèse bilan 3 ans : De potentiels effets sur le site du Gressier de la diffusion de l'information sur le remplissage des parkings dans la fréquentation au vu des constats ?
- N'ayant jamais atteint les 100% d'occupation au cours des saisons 2022 (cf. rapport 2022), 2023 (cf. rapport 2023), et 2024, le parking du Gressier ne subit pas, à ce jour, de pression excessive sur son stationnement en saison estivale.

2.2.3 | Plage du Grand Crohot à Lège Cap Ferret

Le site du Grand Crohot dispose d'un parking sous couvert forestier de 1500 places sur le parking principal (des possibilités de stationnement sur la voie d'accès et un stationnement amont sont indiqués dans les cartes ci-dessous). Comme au Gressier, le site est desservi par une route unique en impasse située à environ 10km du centre bourg. Outre le parking du plan plage, on trouve sur le site un camping (330 lits). Une petite zone de commerces est intégrée au secteur du plan plage

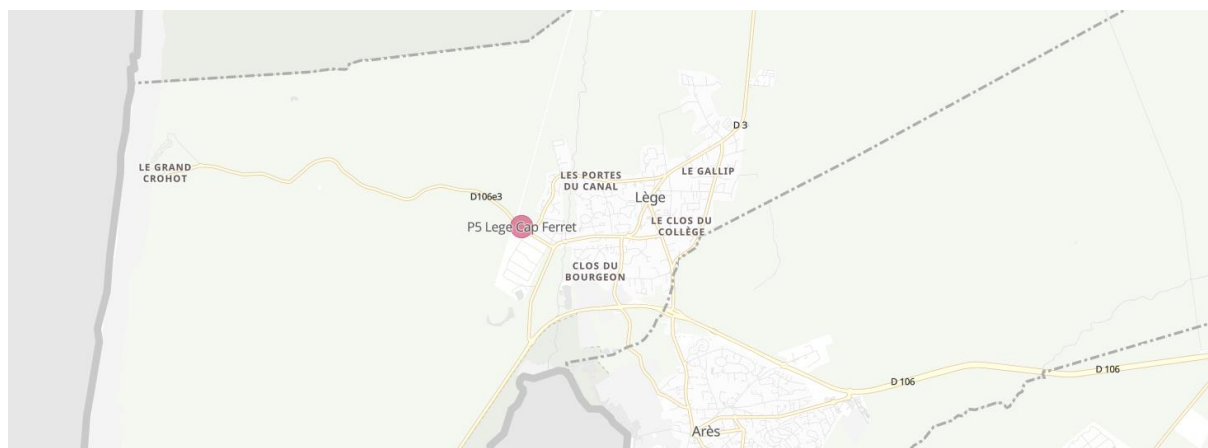
Le site dispose d'un éco compteur (géré par l'ONF). L'origine des voyageurs constituait une attente forte de la collectivité sur l'expérimentation menée en 2021 pour identifier au mieux les cibles auprès desquelles elle devra communiquer (fréquentation métropolitaine, fréquentation des communes du Bassin...). Elle a permis de mettre en avant un lien étroit avec les communes du Bassin et la Métropole : que ce soit en semaine ou en week-end, les visiteurs du site du Grand Crohot proviennent en grande majorité des communes du Nord-Bassin, à savoir Lège, Andernos et Arès. Le Samedi, la part des métropolitains s'accroît.

L'enquête 2022⁷ a notamment permis de distinguer 2 types d'usages du site :

- **En semaine, les usagers du site ont une origine principalement locale** (résidents et estivants installés pour une semaine ou plus sur Lège et le Nord Bassin),
- **Le WE, la part des usagers originaires de l'agglomération bordelaise augmente, sans pour autant devenir majoritaire.**

Depuis la saison 2023, 1 point de comptage a été positionné pour mesurer la fréquentation du site : Un dispositif de comptage entrées/sorties, positionné avant l'entrée du parking.

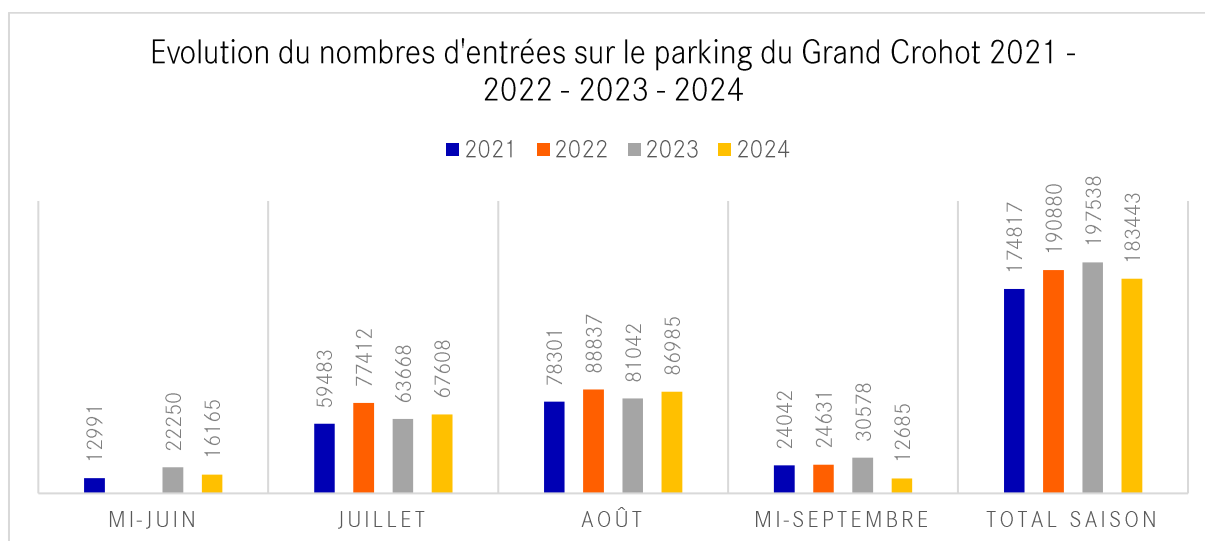
– Jauge affichée : 1900 places



Emplacement des dispositifs – Tableau de suivi Alyce

⁷ Résultats de l'enquête disponibles dans le rapport 2022 : <https://www.giplittoral.fr/ressources/strategie-daccueil-des-plages-de-gironde-proches-de-la-metropole>

- Evolution des volumes d'entrées sur le parking 2021 /2024 :



Nb : pas de données Eco-compteur (Hors service pour cause d'incendies) ni de données issues des capteurs Alyce en juin 2022 (comptages débutés en juillet 2022), facteur à prendre en compte dans le total saison.

- Une fréquentation totale du parking sur la saison qui a **baissé** en volume par rapport à 2023
- Une fréquentation qui a **très légèrement augmenté au cœur de saison** (juillet/août), et qui a baissé plus significativement aux ailes de saison (mi-juin/mi-septembre)
- Taux d'occupation du parking les jours de forte fréquentation/caractéristiques des pics de fréquentation (sur l'ensemble de la saison)

Jour de pic	Lapse de temps à 80% d'occupation ou +
Jeudi 18 juillet (3 776 entrées)	16h - 16h30 (30 min)
Jeudi 25 juillet (3 214 entrées)	16h - 17h (1h)
Dimanche 28 juillet (5 286 entrées)	12h30 - 18h (5h30) / parking rempli à 100% de 13h45 à 16h30 (2h45)
Dimanche 4 aout (3 709 entrées)	15h - 17h30 (2h30)
Lundi 5 aout (4 080 entrées)	15h - 17h30 (2h30)
Jeudi 8 aout (3 711 entrées)	15h - 18h (3h)
Samedi 10 aout (4 137 entrées)	15h - 18h (3h)
Dimanche 11 aout (5 530 entrées)	11h - 19h (8h) / parking rempli à 100% de 12h à 17h (5h)
Jeudi 15 aout (3 574 entrées)	15h - 18h (3h)
Vendredi 16 aout (4 286 entrées)	14h45 - 18h45 (4h)
Jeudi 22 aout (3 897 entrées)	14h30 - 17h30 (3h) / parking rempli à 100% à 16h
Mardi 27aout (3 495 entrées)	80% à 16h30

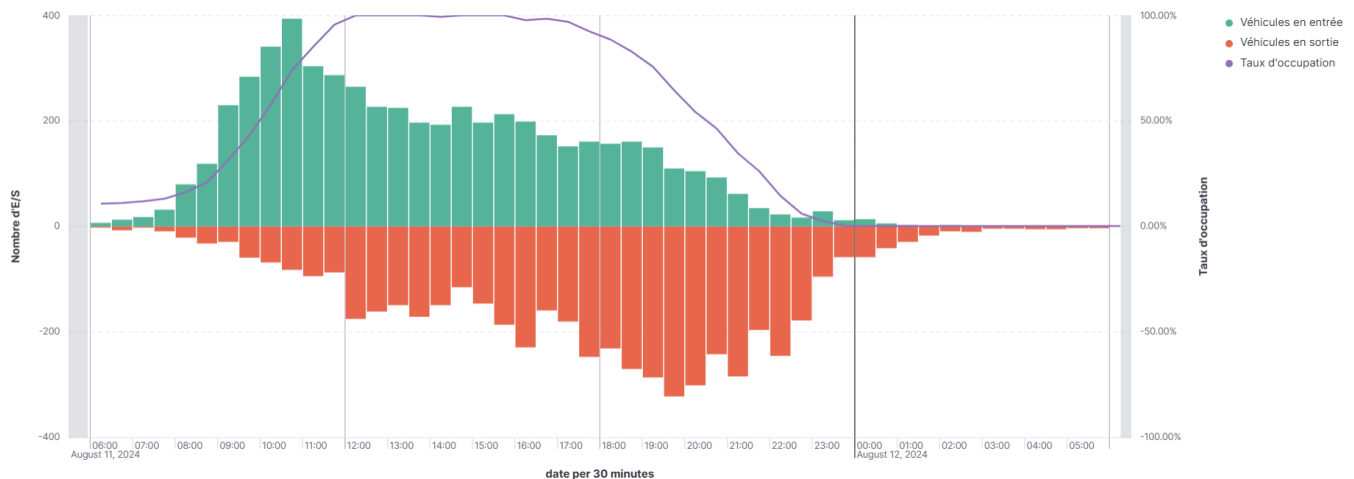
12 jours où le parking a atteint 80% d'occupation ou plus. Dont 3 jours où le parking a atteint 100% d'occupation

Comparaison 2023 : 14 jours où le parking a atteint 80% d'occupation ou plus. 4 jours où le parking a atteint 100% d'occupation

- Globalement sur le site du Grand Crohot, si l'on regarde uniquement juillet et août, la « saturation » du site est similaire, voir plus forte que 2023. La baisse globale des pics de saturation en 2024 (cf. tableau des taux d'occupation et comparaison 2023) est expliquée par les pics de fréquentation supplémentaires survenus en ailes de saison en 2023, qui n'ont pas eu lieu cette année.
 - Également, dans la comparaison de deux journées similaires entre 2023 et 2024 (journées « ordinaires » : ensoleillée, avec un bon niveau de fréquentation, sans évènement particulier), le volume d'entrée et la période de saturation ne connaissent pas de grande évolution (ou très légère : même volume d'entrées, pour 15 minutes seulement de saturation en moins entre le samedi 19/08/23 et le samedi 10/08/24).
 - Le site a connu en 2024 une intensité de la journée la plus fréquentée légèrement plus forte que 2023 : 8h à + 80% en 2024, contre 7h en 2023.
- Comparaison des profils journaliers d'une année à l'autre sur la journée la plus fréquentée

Dimanche 11 août (journée la plus chargée de la saison - 5 530 entrées)

Echange occupation - Plage du Grand Crohot - Lège Cap Ferret (1900 places)



- Journée ensoleillée avec fortes chaleurs.
- Pic d'entrées : 10h30 ; pic de sorties : 19h (des sorties encore nombreuses à 22h)
- Une fréquentation plus étalée dans le temps que 2023 avec des entrées plus tôt, et des sorties équivalentes ou plus tardives.

Synthèse – Plage du Grand Crohot

- Une fréquentation en volume qui n'a pas évolué de manière significative sur juillet/aout depuis 2021, avec cette première année qui fut l'année la plus basse, puis 2022 qui fut la plus haute. Une légère augmentation sur juillet/aout 2024 par rapport à 2023, malgré une météo globalement moins bonne. Une nette baisse de la fréquentation en ailes de saison par rapport à toutes les autres saisons, dû à des conditions météo particulièrement mauvaises (*même tendance observée sur l'ensemble des sites étudiés dans ce rapport*).
- Le profil de « saturation » est similaire, voire légèrement plus intense sur les journées les plus chargées de la saison (généralement entre 30 minutes et 1 h de plus). Sur des journées plus « ordinaires » (cf. une journée de beau temps, fréquentée, mais qui ne survient pas dans le cadre d'un évènement particulier), un profil de fréquentation également similaire entre 2023 et 2024.
- Des « pics » d'entrées/sorties qui se sont légèrement étalés par rapport à 2023 (plus tôt et plus tard).
- *Les effets sur le site du Grand Crohot de la diffusion de l'information sur le remplissage des parkings dans la fréquentation sont moins évidents à observer que sur le site du Gressier. Il existe un intérêt à diffuser ces informations davantage au sein de la population du bassin d'Arcachon, comme l'ont montré les études menées en 2022, et renforcer la diffusion en lien avec les Offices de Tourisme.*
- Le Grand Crohot est à ce jour l'un des sites qui subit le plus une pression sur son stationnement en saison estivale. Le chiffre de la « saturation » (36h au total) est cependant à mettre en perspective avec l'ensemble de la saison estivale, car il s'étale sur 12 jours, et ne représente que 2% d'heures de « saturation » sur juillet/aout.

2.2.4 | Plage de Carcans Océan

Le site de Carcans océan est constitué d'un hameau bâti homogène et compact à dominante résidentielle. La majorité des commerces et des activités sont rassemblés le long de l'axe piétonnier de l'avenue de la plage. Accolé à l'arrière d'un vaste ensemble dunaire, la station est enveloppée par un important domaine forestier de résineux.

Deux complexes touristiques sont localisés en entrée de station, le camping municipal et le village vacances océan, qui accueillent touristes et vacanciers, augmentant considérablement la fréquentation de la station pendant la saison estivale.

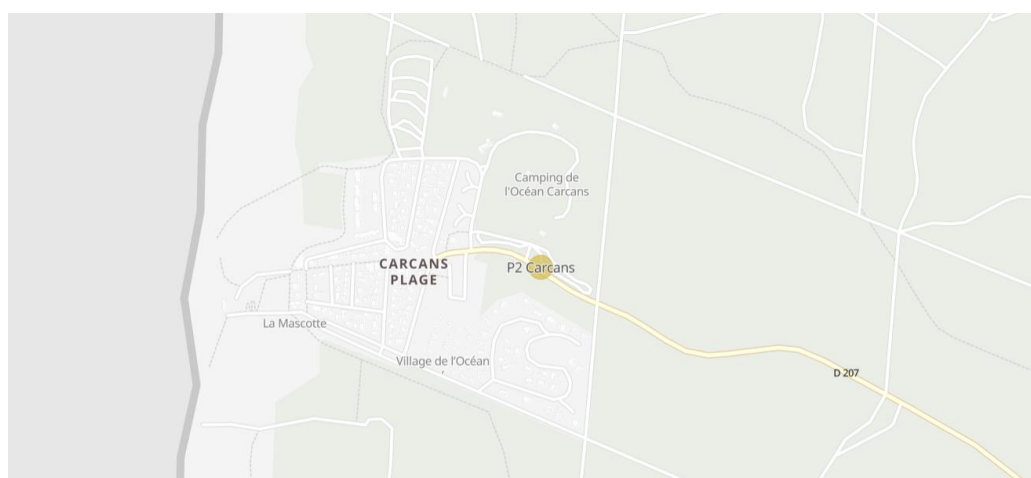
L'offre de stationnement sur la station est organisée autour de 5 poches de stationnement qui totalisent environ 1 500 places de parking. A ce chiffre, il faut rajouter l'offre de stationnement le long des voiries. Le stationnement à Carcans-Océan est devenu payant, sur les parkings les plus proches de l'accès plage, durant la haute saison, ainsi que les ailes de saison (du 1^{er} mai au 30 septembre) à partir du 1^{er} juin 2022. Deux zones distinctes avec des tarifs différenciés ont été mis en place depuis la saison 2023.



Source : site internet de la mairie de Carcans

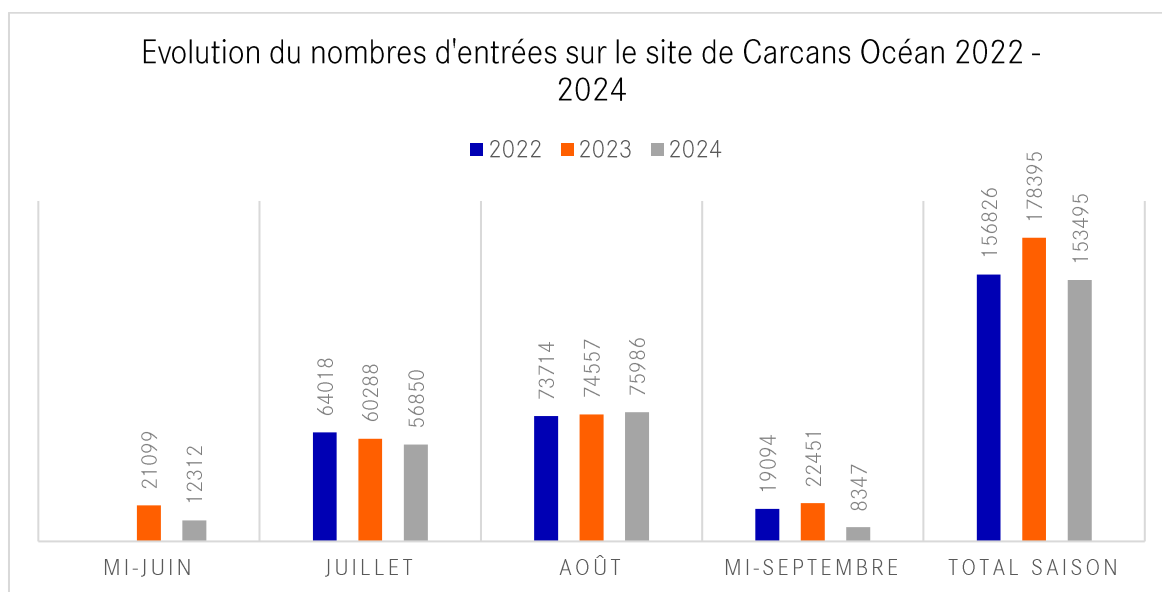
La commune a équipé le site d'un dispositif de comptage entrées/sorties, positionné en entrée de station. Jauge affichée : 1000 places

Nb : baisse de jauge de 1300 à 1000 effectuée en 2023, afin de prendre en compte le mouvement résidentiel dans les comptages.



Emplacement du dispositif – Tableau de suivi Alyce

- Evolution des volumes d'entrées sur le parking 2022/2024 :



Nb : Pas d'éco-compteur sur le site de Carcans Océan, et pas de données des capteurs Alyce pour le mois de juin en 2022, facteur à prendre en compte dans le total saison.

- Une forte baisse en ailes de saison
 - Une légère baisse en juillet et une légère augmentation en aout
 - Une baisse générale significative entre 2023 et 2024
- Taux d'occupation du parking les jours de forte fréquentation/caractéristiques des pics de fréquentation (sur l'ensemble de la saison)

Jour de pic	Lapse de temps à 80% d'occupation ou +
Dimanche 28 juillet (3 286 entrées)	13h30 – 18h30 (5h) / parking saturé à 100% de 17h à 18h (1h)
Dimanche 4 aout (2 675)	Parking rempli à 80% à 16h
Samedi 10 aout (3 239)	16h15 – 17h45 (1h30)
Dimanche 11 aout (3 650 entrées)	13h-19h30 (6h30) / parking saturé à 100% de 15h à 17h (2h)
Jeudi 15 aout (4 022 entrées)	15h45 – 23h45 (8h) / parking saturé à 100% à 23h
Vendredi 16 aout (3 489 entrées)	15h45 – 18h (2h15)
Jeudi 22 aout (3 076 entrées)	15h45 – 17h (1h15)

7 jours où le parking a atteint 80% d'occupation ou plus, dont 3 jours où le parking a atteint 100% d'occupation

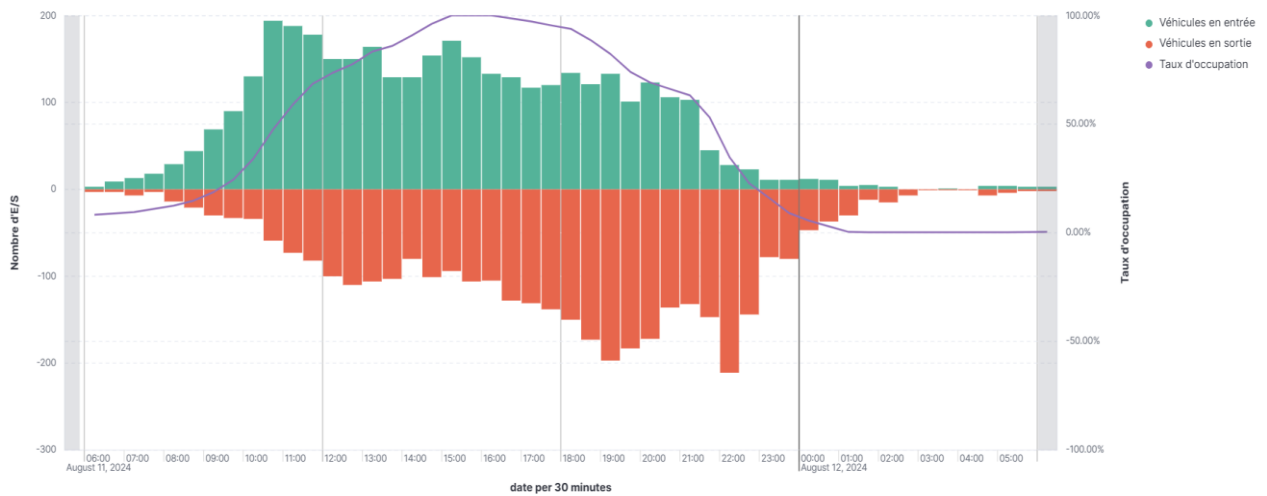
Comparaison 2023 : 14 jours où le parking a atteint 80% d'occupation ou plus, dont 2 jours où le parking a atteint 100% d'occupation.

- **Constats :** Il y a eu une baisse de moitié du nombre de « pics » de « saturation » sur le site de Carcans Océan entre 2023 et 2024.
- Aussi, la journée la plus chargée de la saison (hors jour férié), a connu une baisse d'intensité par rapport à l'année dernière :
 - 2023 : 13h – 22h (9h)
 - 2024 : 13h – 19h30 (6h30)

- Comparaison des profils journaliers d'une année à l'autre sur la journée la plus fréquentée

Dimanche 11 aout - 3 650 entrées (journée la plus chargée de la saison, hors jour férié)

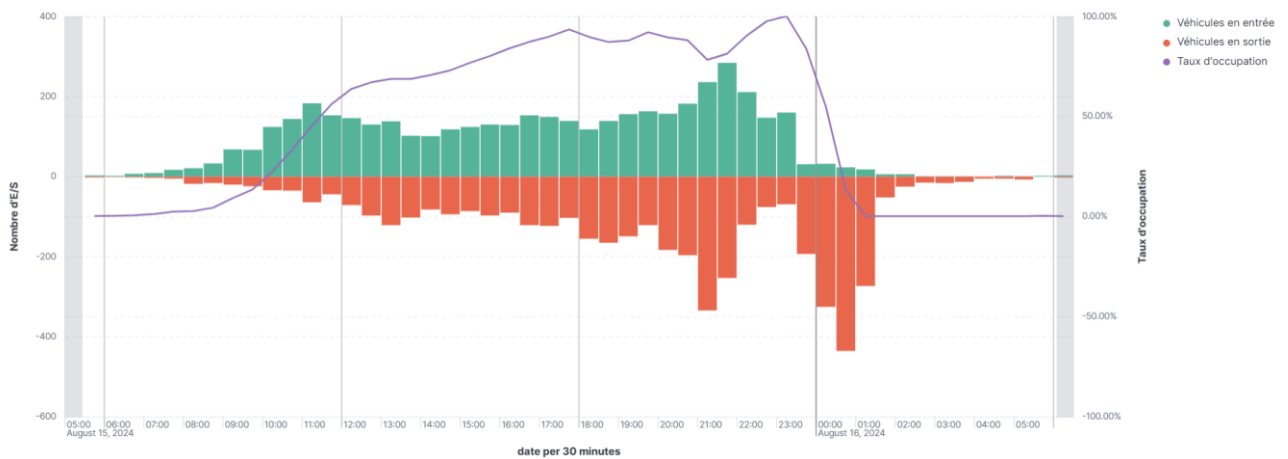
Echange occupation - Plage Océane - Carcans (1000 places)



- Journée ensoleillée avec fortes chaleurs.
- Pic d'entrées : 10h30 ; pic de sorties 22h
- Une fréquentation plus étalée dans le temps que 2023 avec des entrées plus tôt, et des sorties plus tardives.

La journée du (jeudi) 15 aout particulièrement chargée – 4 408 entrées – 8h à +80% d'occupation – lié à l'évènementiel sur la station

Echange occupation - Plage Océane - Carcans (1000 places)



Entrées et sorties tardives, liées à l'évènementiel sur la station : un pic d'entrées à 21h30 et pic sortie à 21h et 00h30.

En comparaison, la journée du 15 aout 2023 était nettement moins intense (3 586 entrées et 2h30 à +80% entre 21h et 23h30)

- Comparaison des profils journaliers similaires d'une année à l'autre sur une journée « ordinaire » (journée ensoleillée, avec un bon niveau de fréquentation, sans évènement particulier)

2023	2024
Sur un weekend similaire : Un samedi de beau temps (même météo), pas d'évènement particulier	
Samedi 19 août 2023 : <ul style="list-style-type: none"> • 3 306 entrées • Période de remplissage > 80% = 15h30 – 18h30 (3h) 	Samedi 10 août 2024 : <ul style="list-style-type: none"> • 3 230 entrées • Période de remplissage >80 % = 16h15 – 17h45 (1h30)

Constat : Un volume d'entrées similaire, et une diminution de la période de saturation

Synthèse - Carcans Océan :

- La fréquentation en volume d'entrées de Carcans Océan est restée plutôt linéaire depuis 2022, avec une très légère baisse en juillet et une très légère augmentation en août au cours des 3 années. Une baisse plus significative en septembre par rapport aux deux autres années, la tendance globale à la baisse se justifiant essentiellement sur les ailes de saison (juin et septembre : *même tendance observée sur l'ensemble des sites étudiés dans ce rapport*).
- Le nombre de jours de pic et le nombre d'heures à +80% d'occupation au cours de la saison ont diminué de moitié cette année
- Le profil de « saturation » est également moindre sur les journées les plus chargées de la saison (hors jour férié). Sur des journées plus « ordinaires » (cf. une journée de beau temps, fréquentée, mais qui ne survient pas dans le cadre d'un évènement particulier), l'effet de « saturation » semble avoir diminué sur le site de Carcans Océan.
- Les « pics » d'entrées/sorties se sont légèrement étalés par rapport à 2023 (plus tôt et plus tard).
- Hypothèse bilan 3 ans : De potentiels effets sur le site de Carcans Océan de la diffusion de l'information sur le remplissage des parkings dans la fréquentation au vu des constats ?

2.2.5 | Plages de Lacanau Nord et Super Sud

La ville océane de Lacanau compte 4 plages océanes plus ou moins en relation directe avec le milieu urbain (Plage centrale, Plage Nord, Plage Sud et Plage Super Sud), une offre de stationnement importante en parkings, mais également sur voirie.

La commune ne connaît pas de problématiques liées à la fréquentation des plages : les sites d'accueil et d'accès aux plages ont pu être réaménagés ces dernières années (cf. Réaménagement des Plans-Plages Sud et Super Sud – 2018).

La commune doit néanmoins faire face à la disparition progressive de la plage centrale et anticiper un report de flux sur les autres plages du territoire, notamment sur les plages Super Sud et Nord du territoire, qui présentent des configurations différenciées : 2200 places gratuites au Super Sud, 700 places payantes au nord (non marquées).

Le site Super Sud dispose d'un éco compteur (géré par l'ONF).

Les analyses circulation réalisées en 2021 ont également mis en avant une problématique de saturation des axes routiers dans les sens retours (Plage -> Métropole), l'objectif en 2022 était de disposer d'une donnée permettant à la commune de mettre en avant une offre sur le territoire permettant d'étaler les retours vers la Métropole.

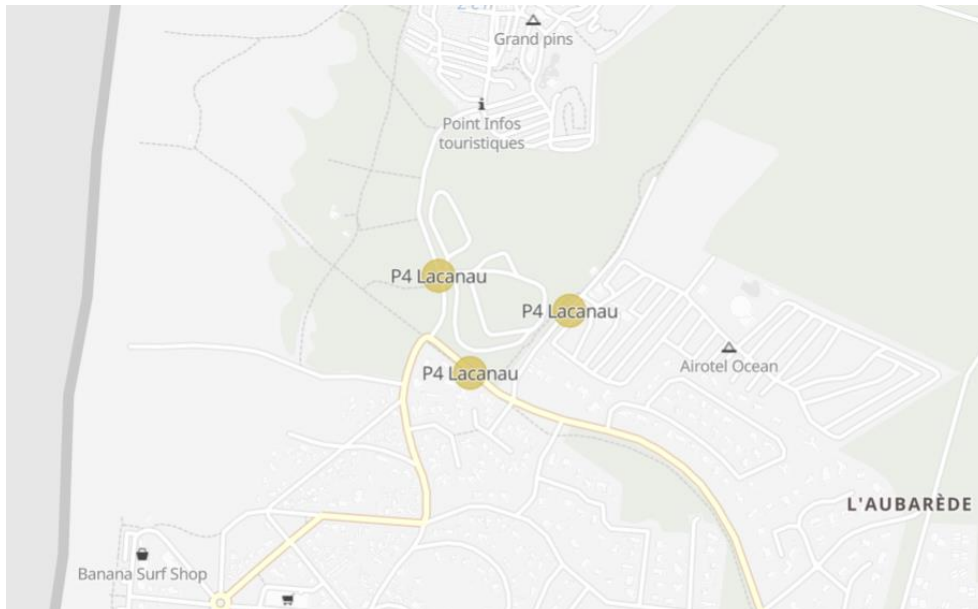
La commune de Lacanau a donc équipé, de manière expérimentale durant la saison estivale 2022, 2 parkings de plages de capteurs entrées/sorties. Un capteur a également été installé au niveau de la route départementale (D6) afin de comptabiliser les flux en direction et au départ de la station.

Aujourd'hui, les capteurs parkings seuls permettent d'estimer ce temps de retour vers la Métropole, le poste D6 a donc été retiré en amont de la saison estivale 2023.

La commune s'intéresse également aux flux vélos, de plus en plus nombreux malgré un positionnement rétro-littoral, à ce jour, du barreau de la Vélodyssée.

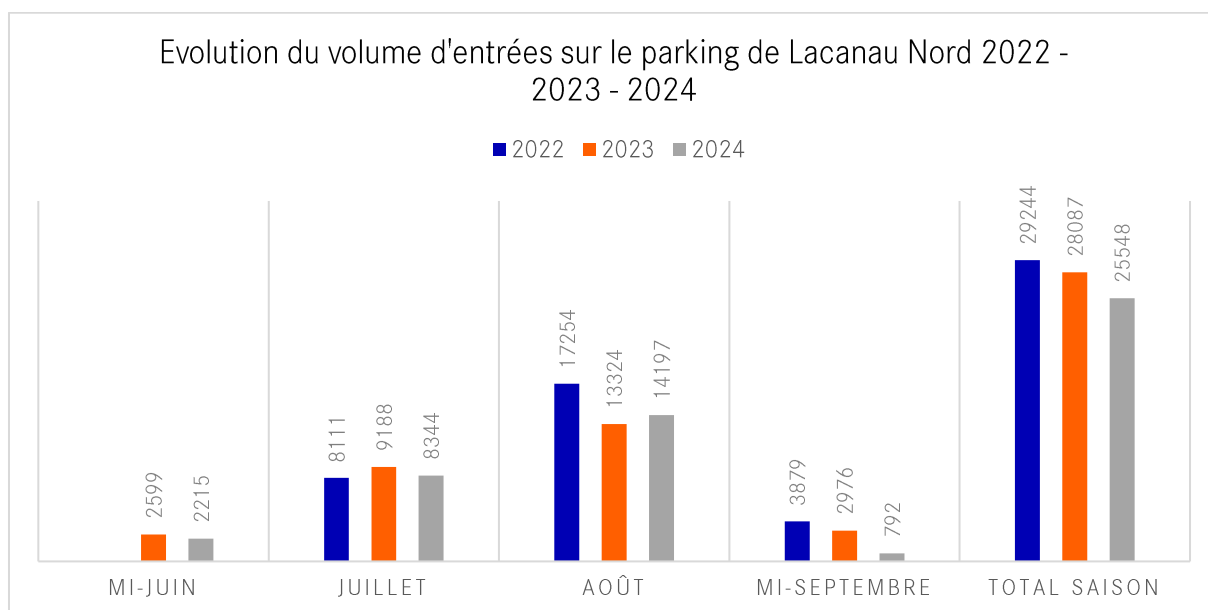
2.2.5.1 | Zoom Parking Nord

Parking Plage Nord – jauge affichée : 700 places



Emplacement des dispositifs – Tableau de suivi Alyce

- Evolution des volumes d'entrées sur le parking 2022/2024 :



Nb : Pas d'éco-compteur sur le site de Lacanau Nord, et pas de données des capteurs Alyce pour le mois de juin en 2022.

- Taux d'occupation du parking les jours de forte fréquentation/caractéristiques des pics de fréquentation (sur l'ensemble de la saison), 5 jours où le parking a atteint 80% d'occupation ou plus

Jour de pic	Lapse de temps à 80% d'occupation ou +
Dimanche 28 juillet (1 102 entrées)	15h - 18h30 (3h30)
Jeudi 8 aout (556 entrées)	15h30 - 18h (2h30)
Dimanche 11 aout (1 148 entrées)	13h - 19h30(6h30) ; rempli à 100% de 14h30 à 17h30 (3h)
Jeudi 15 aout (1 343 entrées)	16h - 23h30 (7h30)
Vendredi 16 aout (1 186 entrées)	80% de 17h à 18h (1h)

5 jours où le parking a atteint 80% d'occupation ou plus, dont 1 jours où le parking a atteint 100% d'occupation

Comparaison 2023 : 3 jours où le parking a atteint 80% d'occupation ou plus

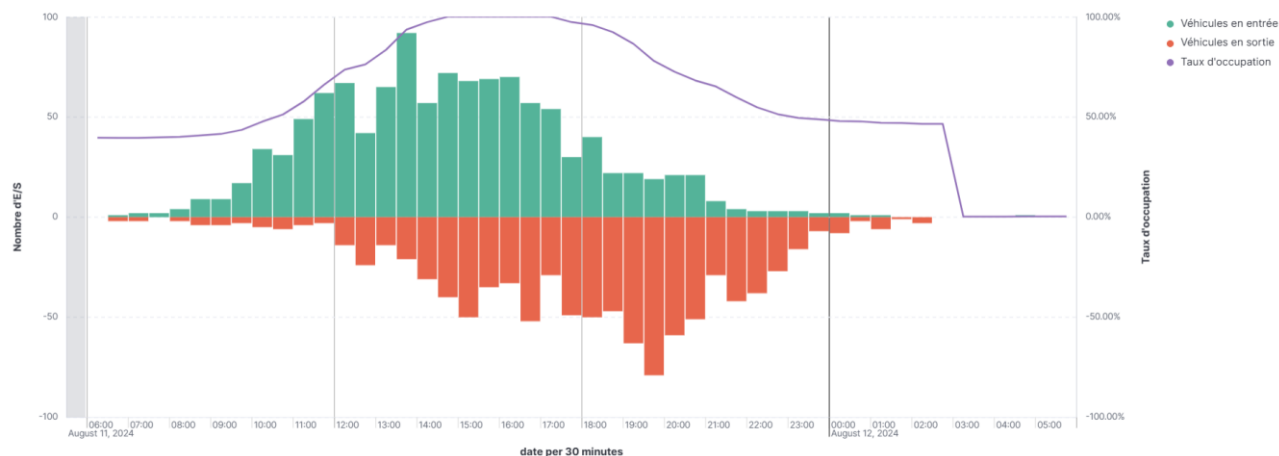
- **Constats :** Sur le site de Lacanau Nord, à l'inverse de la tendance observée sur d'autres sites, les nombre de jours où le parking a atteint les 80% d'occupation a légèrement augmenté. La journée la plus chargée de la saison a également été plus intense que l'an passé. En cœur de saison, la fréquentation du site de Lacanau Nord n'a pas significativement évolué en termes de volume d'entrées, cependant le site a connu une saturation nettement plus intense que l'année 2023, avec un parking rempli à plus de 80% pendant 7h30 sur la journée la plus chargée (liée à de l'évènementiel), contre 5h30 en 2023 (également sur une journée chargée, mais liée à de l'évènementiel). Sur une journée de forte fréquentation (dimanche, fortes chaleurs), hors jour férié ou évènement particulier, le site connaît également une fréquentation nettement plus intense: le Dimanche 11 août 2024 a connu 6h30 de « saturation », dont 3h à 100% de remplissage, alors que le dimanche 20 aout 2023 (journée comparable entre les deux années) a seulement connu 1h30 à plus de 80%.

- Hors jours particuliers (les dimanches durant la vague de chaleur, journées d'évènementiel sur site) cependant, le site ne connaît pas plus de 600 entrées journalières. En 2022 et 2023, les journées au-delà de 600 entrées étaient nettement plus fréquentes sur l'ensemble de la saison.
- La hausse d'intensité de la fréquentation sur ce site ne se manifeste donc que sur les journées particulières (évènementiel, météo très favorable).

- Profil journalier

Dimanche 11 aout - 1 148 entrées, journée de forte fréquentation

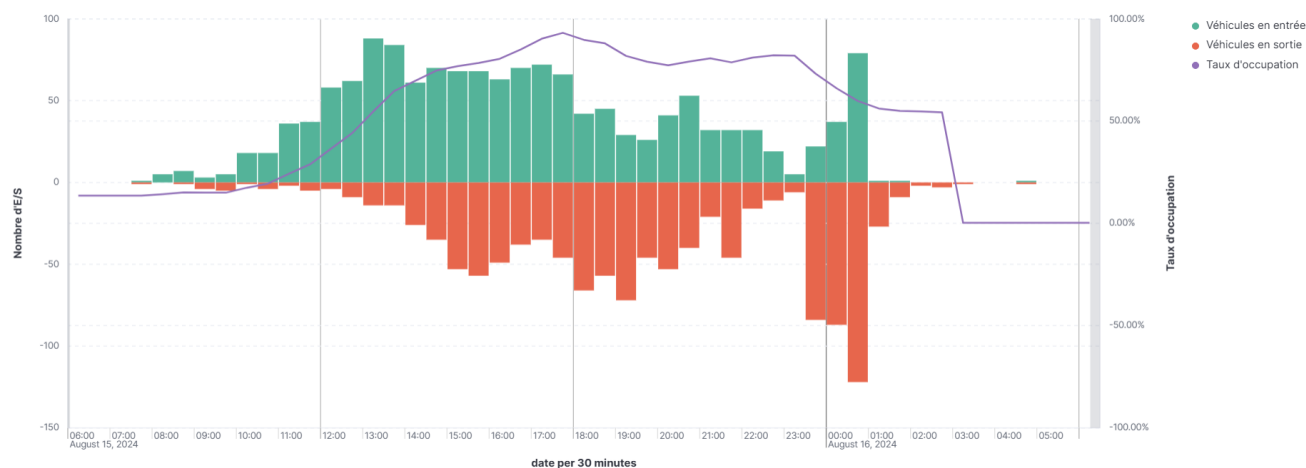
Echange occupation - Plage Nord - Lacanau (700 places)



- Le profil de fréquentation sur une des journées les plus chargées (hors évènementiel) est différent de l'année passée : alors qu'en 2023 sur une journée du même type le flux était plus diffus au cours de la journée (entrées en continue entre 11h30 et 15h30, et des pics de sortie à partir de 14h), en 2024 les usagers ont stationné plus longtemps sur site, comme le montre le graphique, avec une majorité d'entrées à 13h30, et de sorties à 19h30.
- Comme l'an passé, le site de Lacanau Nord a connu une **fréquentation importante liée à l'évènementiel de la station**, pour le 15 aout (fête de la Mer), le Lacanau pro, ou le feu d'artifice du 14 juillet, avec des entrées et sorties très tardives du site (entrées/sorties à 00h30, et des sorties jusqu'à 1h30).

Le 15 aout a connu le volume d'entrées le plus important de la saison sur ce site, bien que ce flux ait été plus diffus car le taux d'occupation fut moins intense que sur la journée du 11 aout.

Echange occupation - Plage Nord - Lacanau (700 places)

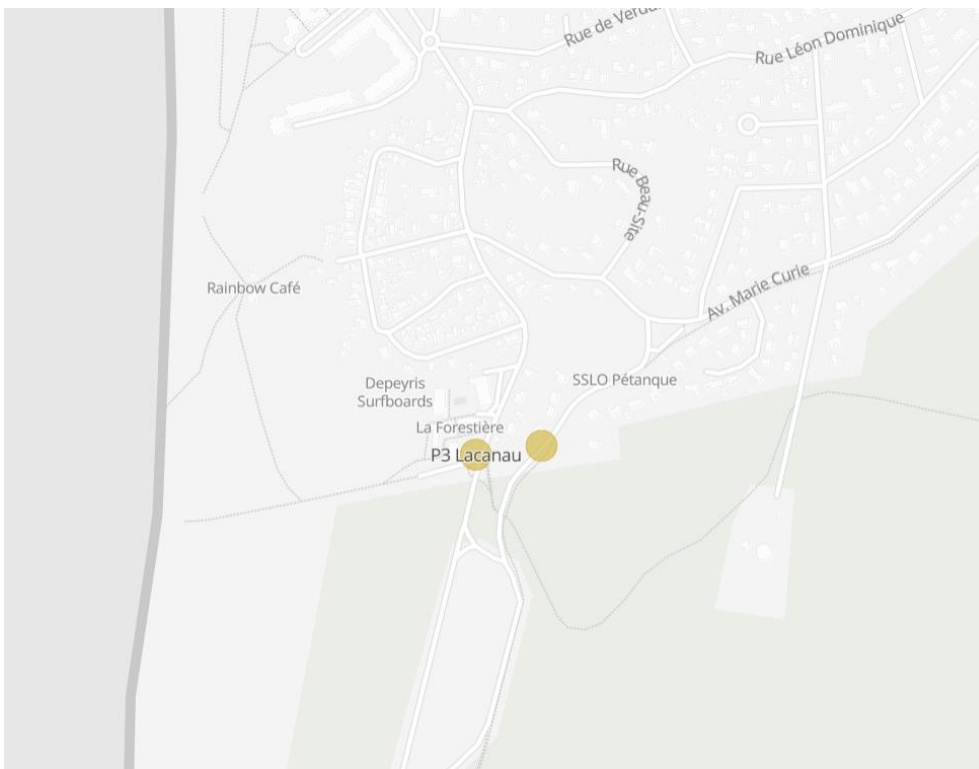


Synthèse - Lacanau Plage Nord

- La fréquentation en volume d'entrées du parking de Lacanau Nord a très légèrement baissé en juillet et augmenté en août par rapport à 2023, et donc n'a pas connu d'évolution particulière. La tendance générale à la baisse se justifie essentiellement sur les ailes de saison (juin et septembre : *même tendance observée sur l'ensemble des sites étudiés dans ce rapport*). La fréquentation d'août, septembre, et au global reste cependant inférieure à celle de 2022, mise à part pour le mois de juillet où la fréquentation 2024 est équivalente à celle de 2022.
- Le nombre de jours de pic et leur intensité (nombre d'heures à +80% d'occupation) au cours de la saison a augmenté cette année.
- La fréquentation du site de Lacanau nord est particulièrement liée à la météo et l'évènementiel, **hors évènement particulier, le site ne connaît pas de saturation, ni de tensions particulières** sur son stationnement.

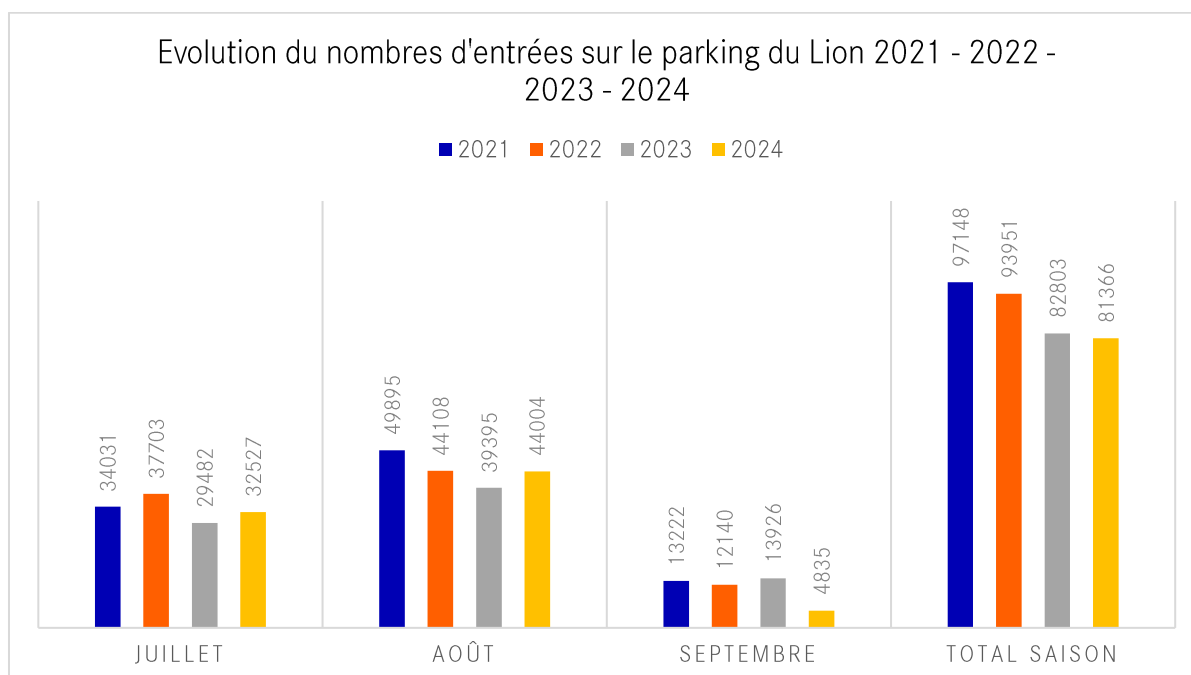
2.2.5.2 | Zoom parking Super Sud

Parking du Lion (Plages Sud et Super sud) – jauge affichée : 1900



Emplacement des dispositifs – Tableau de suivi Alyce

- Evolution des volumes d'entrées sur le parking 2021-2024 :



NB : N'est pas affichée ici la comparaison du nombre d'entrées sur le mois de juin car 8 jours de comptages ont été perdus sur ce mois en 2023, ce qui ne permet pas la comparaison. A titre d'information, 5 757 entrées ont été comptabilisées sur le mois de juin 2024.

- Taux de d'occupation du parking les jours de forte fréquentation :

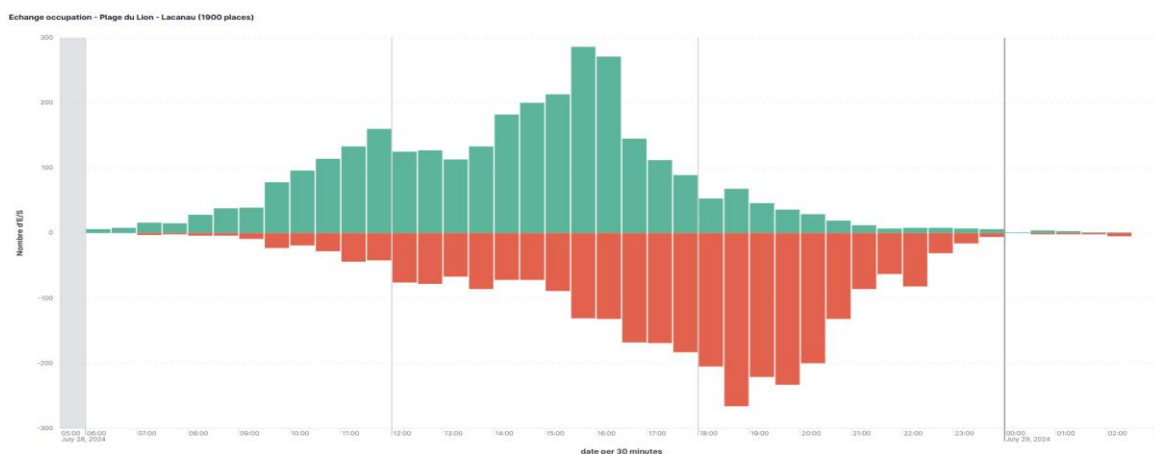
Ce parking n'a jamais été saturé au cours de la saison 2024, le plus haut pic de fréquentation a été enregistré durant la journée du **dimanche 28 juillet**, ou le parking a atteint un taux de remplissage de **75%** à 16h30 (3 041 entrées).

A titre de comparaison sur l'année 2023, le parking n'avait pas non plus connu de saturation au cours de la saison, le plus haut pic de fréquentation avait été enregistré à **65%** (le mercredi 9 aout entre 16h30 et 17h, avec une journée ayant comptabilisé 2 827 entrées).

- **Constat** : la fréquentation a cependant **légèrement augmenté en intensité en 2024**.
- Avec une météo globalement moins bonne que les années précédentes, le site a néanmoins connu une légère augmentation de sa fréquentation, autant en volume qu'en intensité, sans pour autant saturer. Il est possible, après 3 années de comptages, d'émettre l'hypothèse d'un léger report de fréquentation sur ce site lié aux informations diffusées sur le remplissage des parkings. Cette hypothèse est cependant à mettre également en corrélation avec les évolutions du front de mer (travaux de réaménagement, recul du stationnement).

- Profil journalier

Dimanche 28 juillet - 3 041 entrées, journée la plus fréquentée de la saison



- Une majorité d'entrées en fin de matinée à partir de 11h30, jusque dans l'après-midi (pic d'entrées à 15h30), et sorties en début de soirée, avec un pic à 18h30.

Dimanche 11 aout - 3 000 entrées



- **Constat :** Des horaires de fréquentation **plus élargis en 2024**, avec des entrées sur le site **plus tôt que l'année précédente**. En 2023 sur une journée du même type, 50 entrées à 9h30 et pic d'entrées à 15h. En 2024, plus de 100 entrées à 9h30, et pic d'entrées à 11h30.

Synthèse - Lacanau Plage Super Sud :

- Globalement, un site qui ne sature jamais en saison estivale depuis le début des campagnes de comptage.
- Une tendance générale du volume de fréquentation à la baisse depuis 2022 (pour juillet) et 2021 (pour aout), puis un léger regain en 2024 sur juillet et aout, suivi d'une baisse plus significative sur le mois de septembre par rapport aux autres années (même tendance observée sur l'ensemble des sites étudiés dans ce rapport).
- Une intensité de fréquentation en légère augmentation cette année, sur juillet et août.
- Le profil journalier de fréquentation n'a pas connu d'évolution significative, si ce n'est une plage horaire un peu plus élargie sur les journées fréquentées, avec une tendance d'entrées plus tôt le matin.
- *Un potentiel léger report de fréquentation lié à un changement de comportement d'une petite part d'utilisateurs après consultation des informations sur le remplissage des parkings ?*

2.2.7 | Zoom sur La Teste de Buch

Engagée dans le réaménagement de ses Plans Plages, et très concernée par la gestion des flux de fréquentation au sein de ces sites en forêt domaniale, notamment dans un contexte de forte érosion (de nombreux phénomènes d'érosion du littoral sous l'influence des Passes du Bassin d'Arcachon entraînent un recul conséquent du trait de côte notamment sur les plages océanes de La Teste-de-Buch), et de risque élevé de feux de forêt, **la ville de la Teste de Buch a fait le choix en 2024 de rejoindre le dispositif pour pouvoir mesurer et faire remonter une information en temps réel sur l'état du stationnement au sein des parkings des plages océanes surveillées** : Le Petit Nice, la Lagune et la Salie Nord, ainsi que **fournir des informations qualitatives sur la provenance et les habitudes de fréquentation des usagers des plages.**

Les comptages et les enquêtes qui se sont déroulées à l'été 2024 sur ce site viennent compléter une série d'études et de travaux conduits sur le secteur de la Teste de Buch et de ses plages océanes :

- 2019 : Définition d'un schéma d'aménagement adossé à un programme d'actions plans plages dans le cadre de la stratégie locale de gestion de la bande côtière (Casagec, EL Paysages, Adamas)
- Début 2022 : Validation d'un projet de recomposition des plans plages de la Teste
- Eté 2022 : Incendies
- Automne 2022 : re-questionnement du projet validé avant incendie sur le plan du modèle global d'accueil sous couvert forestier et nécessité d'engager des moyens financiers importants pour la réouverture des sites
- Lancement de travaux d'urgence pour la réouverture des sites par l'ONF et la commune
- Eté 2023 : réouverture des sites et lancement d'une étude sur le modèle d'accessibilité des plans plages pour ouvrir de nouvelles pistes de réflexions.
- Depuis automne 2023 : poursuite des études pour la redéfinition d'un projet de recomposition des plages.
- Eté 2024 : parkings de plages équipés de capteurs pour connaître le taux de remplissage des parkings (Stratégie accueil Plages de Gironde et enquêtes)

Les capteurs ont été installés et opérationnels du **19 juillet, jusqu'à début octobre.**

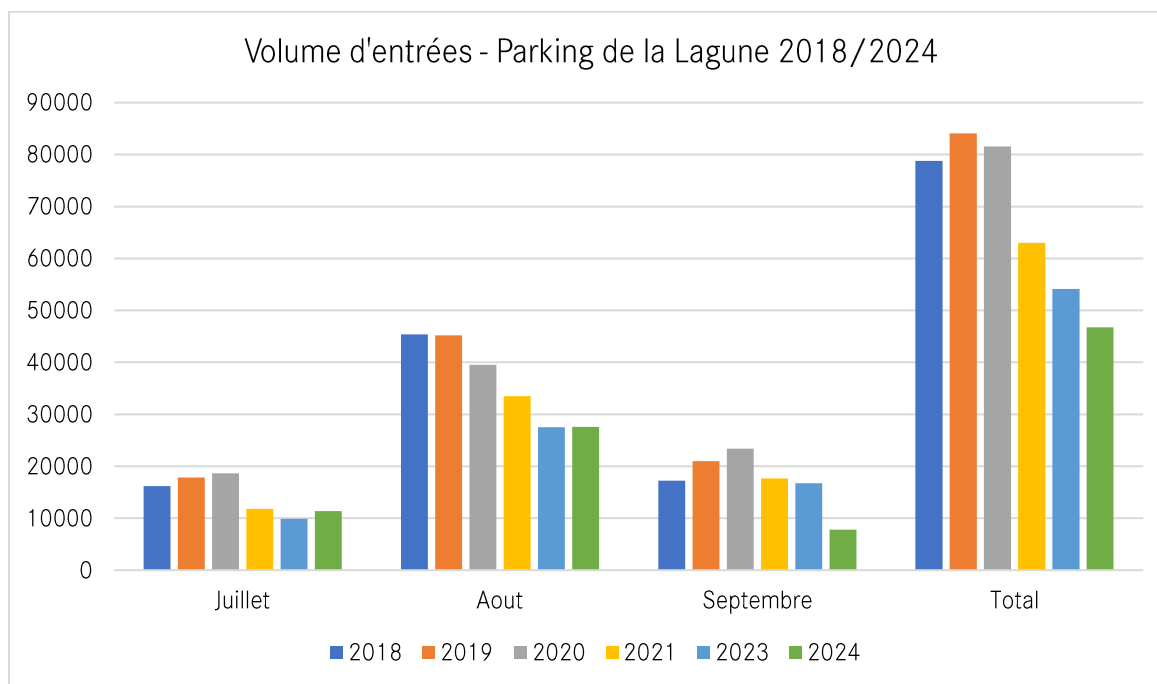
Les **enquêtes** se sont déroulées en simultané sur chacun des 3 sites, sur 4 journées en haute saison ainsi qu'aux ailes de la saison.

- Jeudi 8 et samedi 10 août
- Jeudi 19 et samedi 21 Septembre

2.2.7.1 Parking de la Lagune

Il est à noter que dans cette partie, les comparaisons avec les années précédentes ont été faites grâce aux données des **éco-compteurs** présents sur sites, avec lesquels il a été possible de comparer les volumes de fréquentation enregistrés par les capteurs Alyce en 2024.

Il est également à noter, pour la **Lagune**, que ce site a **perdu du stationnement au fil des années**, dû au contexte de forte érosion.



Nb : comparaison 2018-2024 faites avec les données éco-compteurs 2018-2023, et les données Alyce en 2024, du 19 juillet au 30 septembre. Pas de données en 2022 suite incendies.

- Taux de d'occupation du parking les jours de forte fréquentation (2024) :

Jour de pic	Laps de temps à 80% d'occupation ou +
Mardi 23 juillet (1 073 entrées)	15h15 – 17h15 (2h)
Jeudi 25 juillet (1 171 entrées)	15h – 18h (3h)
Dimanche 28 juillet (1 748 entrées)	13h – 17h30 (4h30) / 100% à 15h30
Mercredi 31 juillet (1 299 entrées)	14h45 – 17h45 (3h)
Dimanche 4 aout (1 461 entrées)	14h – 18h30 (4h30)
Lundi 5 aout (1 363 entrées)	15h – 17h30 (2h30)
Jeudi 8 aout (1 266 entrées)	15h – 18h (3h)
Vendredi 9 aout (1 131 entrées)	16h – 17h (1h)
Samedi 10 aout (1 283 entrées)	15h30 – 17h (1h30)
Dimanche 11 aout (1 832 entrées)	12h30 – 18h (5h30)
Jeudi 15 aout (945)	80% à 17h
Vendredi 16 aout (1 328 entrées)	15h15 – 17h45 (2h30)
Lundi 19 aout (996 entrées)	16h-17h (1h)
Jeudi 22 aout (1 327 entrées)	14h30 – 17h45 (3h15)
Mardi 27 aout (1 160 entrées)	15h30 – 17h (1h30)

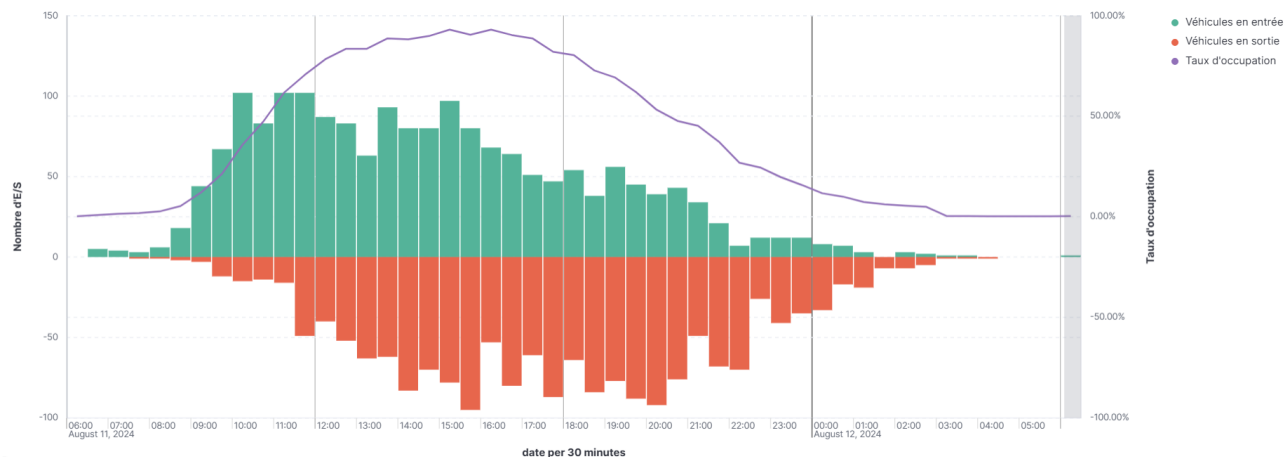
- De l'ensemble des sites équipés en Gironde, le site de la Lagune est celui qui a connu en 2024 le plus de tension sur son stationnement, avec un total de 15 pics et 39h à plus de 80% de remplissage du parking. La moyenne journalière de « saturation » sur les journées de pics

est d'environ 3h, et la période de saturation se déroule plutôt en milieu d'après-midi, à partir de 15h et jusqu'à 18h.

- Profil journalier

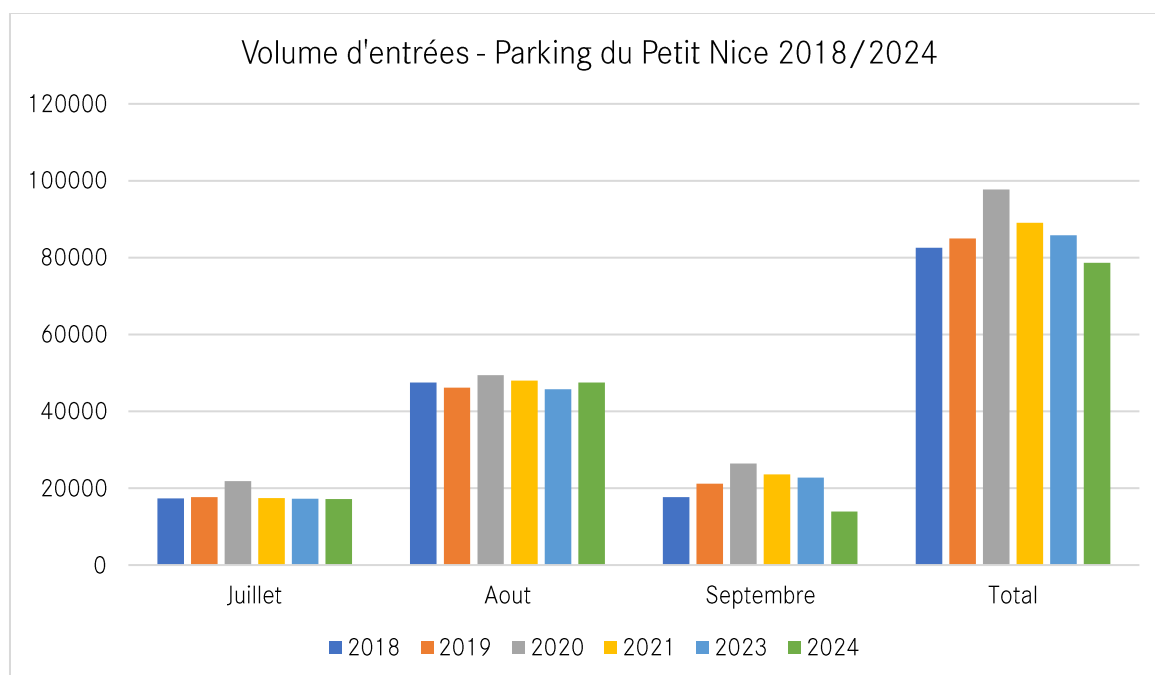
Dimanche 11 aout – 1 832 entrées, journée la plus fréquentée de la saison

Echange occupation - Plage de la Lagune - La Teste (600 places)

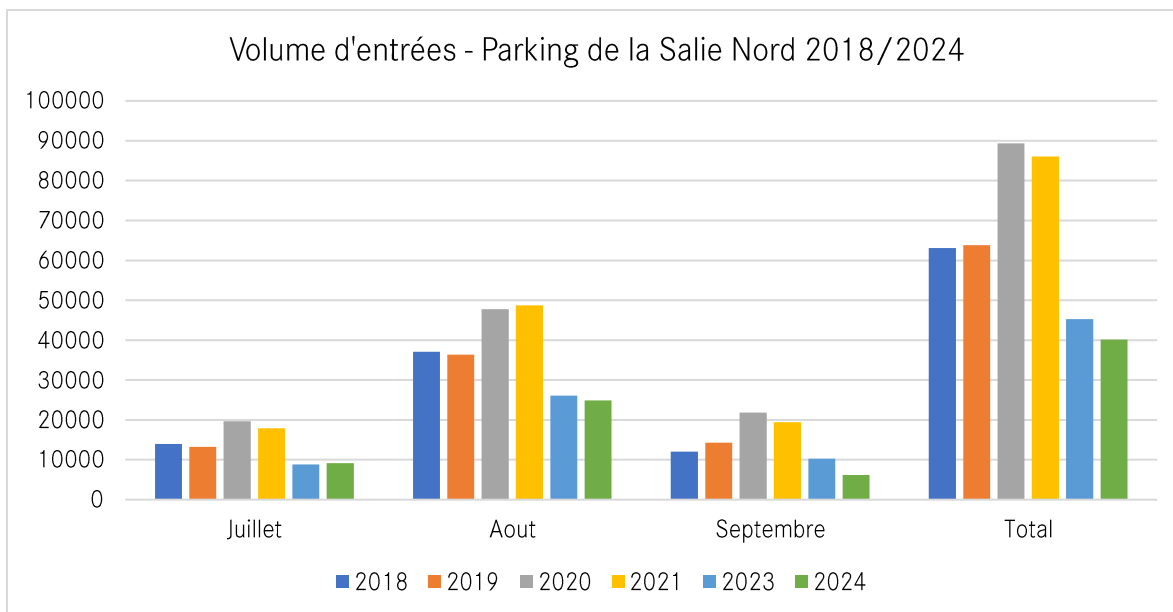


- Une fréquentation sur ce site qui démarre relativement tôt, avec un pic d'entrées à partir de 10h.
- Un pic de sorties à 15h30, puis des sorties de site jusqu'au soir (second pic de sorties à 20h).
- Les entrées et sorties sur ce site sont relativement diffuses dans l'après-midi, le parking connaît cependant une fréquentation importante (en termes de volume de véhicules) par rapport à sa capacité, alors que les deux autres parkings de la Teste de Buch n'ont pas saturé au cours de la saison.

2.2.7.2 Parking du Petit Nice et Salie Nord



Nb : comparaison 2018-2024 faites avec les données éco-compteurs 2018-2023, et les données Alyce en 2024, du 19 juillet au 30 septembre. Pas de données en 2022 suite incendies.



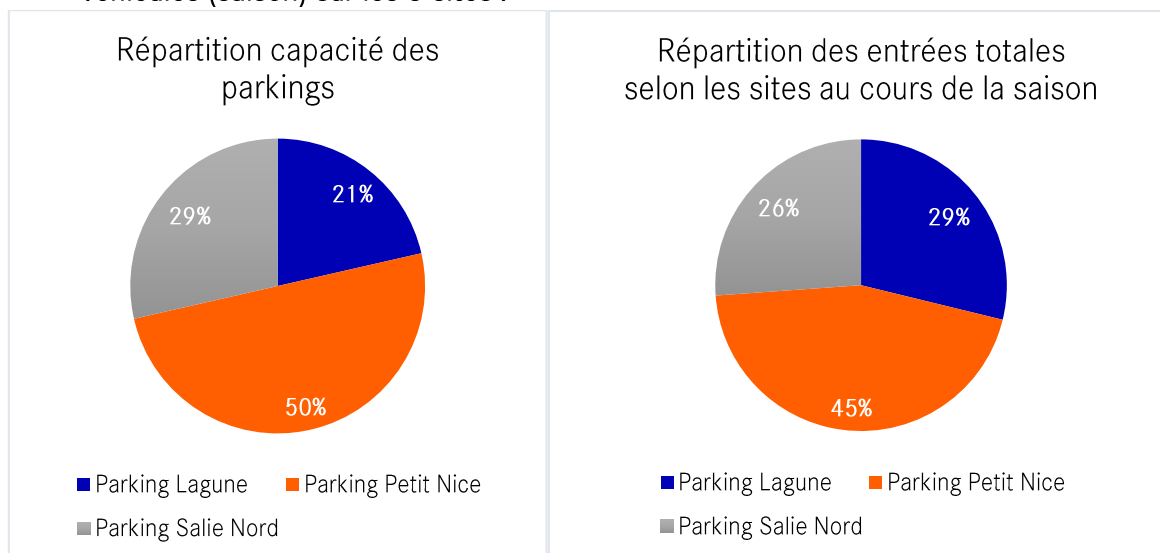
Nb : comparaison 2018-2024 faites avec les données éco-compteurs 2018-2023, et les données Alyce en 2024, du 19 juillet au 30 septembre. Pas de données en 2022 suite incendies.

- **Taux de d'occupation du parking les jours de forte fréquentation :**

Du 19 juillet au 15 septembre, le parking du Petit Nice n'a jamais atteint 80% d'occupation. Au plus haut, il a atteint 60% le dimanche 28 juillet à 16h.

Du 19 juillet au 15 septembre, le parking de la Salie Nord n'a jamais atteint 80% d'occupation. Au plus haut, il a atteint 78% le dimanche 28 juillet à 16h.

- **Comparaison entre la capacité des parkings et la répartition des entrées totales de véhicules (saison) sur les 3 sites :**



Si le site de la Lagune représente seulement 21% de la capacité de stationnement parmi les 3 sites, il compte presque 30% du volume d'entrées totales de véhicules. A l'inverse, le site de la Salie Nord représente presque 30% de la capacité de stationnement, mais celui-ci ne pèse qu'à 26% dans le volume d'entrées total sur les sites.

Synthèse - La Teste de Buch

- Pas d'évolution significative du volume d'entrées sur juillet/aout sur l'ensemble des sites entre 2023 et 2024.
- Une baisse plus significative du volume d'entrée sur septembre sur l'ensemble des sites en 2024 (même tendance observée sur l'ensemble des sites étudiés dans ce rapport).
- La Lagune et la Salie Nord ont connu une baisse générale du volume de fréquentation entre 2018 et 2024. 2020 et 2021 ont été les années avec la plus forte fréquentation sur la Salie Nord. Sur la Lagune, 2020 se démarque en juillet et en septembre, mais globalement les volumes de fréquentation ont baissé à partir de 2021 par rapport aux années précédentes.
- Quand au Petit Nice, les volumes restent à peu près constants depuis 2018, avec une légère augmentation notable en 2020 (Covid), notamment en juillet et en septembre.
- Une disparité entre les sites au regard de la capacité de stationnement et de la fréquentation, avec un site qui « sature » (La Lagune), et les deux autres qui ne « saturent » pas au cours de l'été.

2.2.7.3 Résultats clés des enquêtes origine et destination sur les plages océanes de La Teste

La mission d'enquête a poursuivi 2 objectifs principaux :

- Améliorer la connaissance des usagers des 3 plages surveillées : provenance, conditions de déplacements (et notamment les usagers utilisant déjà un mode alternatif à la voiture), contraintes ...
- Améliorer la connaissance et l'observation objective des fréquentations sur les différents sites de plages

La commune souhaitait affiner sa connaissance des usagers des sites, notamment leur provenance. Ce travail devait également permettre de conforter et préciser une première approche sur différents « persona ».

L'excursionniste



- Il vient très majoritairement en voiture à la journée, il arrive à partir entre midi et 15h et repart en fin d'après midi
- Il réside sur la métropole ou dans le département de la Gironde
- Il vient en famille ou groupe d'amis (voiture pleine)
- Il fréquente les plages de La Teste depuis plusieurs années et a des habitudes de fréquentation marquées en terme d'horaires
- Il vient essentiellement le we et dès les 1ers beaux jours du printemps

Résistance au changement : Forte
Leviers : contraintes liées au stationnement, amélioration de l'information, un attachement au secteur de La Teste plus qu'à une plage en particulier...

Le Campeur



- Il utilise différents modes de transport pour se rendre à la plage dont la voiture
- Il se rend à la plage plusieurs fois pendant son séjour et se rend sur les différentes plages pour les découvrir
- Il vient en famille ou en groupe

Résistance au changement : Faible
Leviers : une offre alternative efficace et adaptée à sa pratique de la plage, pas de surcoût, une information sur son lieu de séjour ...

L'habitant



- Il vient majoritairement en voiture
- Il évite les jours et horaires de très fortes affluence
- Durée de visite plus courte que l'excursionniste
- Il fréquente les différentes plages océanes selon son envie d'activité (restauration, activité nautique...)

Résistance au changement : Forte
Leviers : offre alternative directe aux plages, coût incitatif

Le surfeur



- Il vient en voiture car a du matériel à transporter et besoin de se changer
- Il vient majoritairement sur la Salie et choisi ses horaires en fonction de la marée
- Il a une pratique solo ou à 2 car avec les planches, la voiture est déjà pleine

Résistance au changement : Forte
Leviers/contraintes : transport de matériel encombrant, besoin d'un lieu pour mettre ses affaires une fois à l'eau

La commune a confié à la *société Alyce*, à l'issue d'une procédure de mise en concurrence la réalisation d'enquêtes en face à face et l'analyse des résultats.

Destiné à être proposé aux usagers des parkings, par interviews en face-à-face, ce questionnaire avait pour but de recueillir, pour chacun des 3 sites, les informations relatives au :

- Mode de transport utilisé pour accéder à la plage ;
- Au nombre d'occupants dans le cas d'un déplacement en voiture ; Au type de vélo (VAE...) pour ceux l'utilisant
- A la commune de départ (lieu de villégiature) ; avec des demandes de précisions sur les différents quartiers dans le cas d'un départ de La Teste de Buch ;
- Statut de l'utilisateur (résidents permanents, secondaires, touristes, excursionnistes) ;
- Durée et fréquence de la visite ;

Cette enquête a permis également de mieux comprendre les liens et interactions entre les différents sites :

- Habitudes de fréquentation sur les 3 plages surveillées.
- Le lien entre fréquentation d'une des 3 plages et la Dune du Pilat sur la même journée

Les enquêtes se sont déroulées en simultané sur chacun des 3 sites, sur 4 journées en haute saison ainsi qu'aux ailes de la saison.

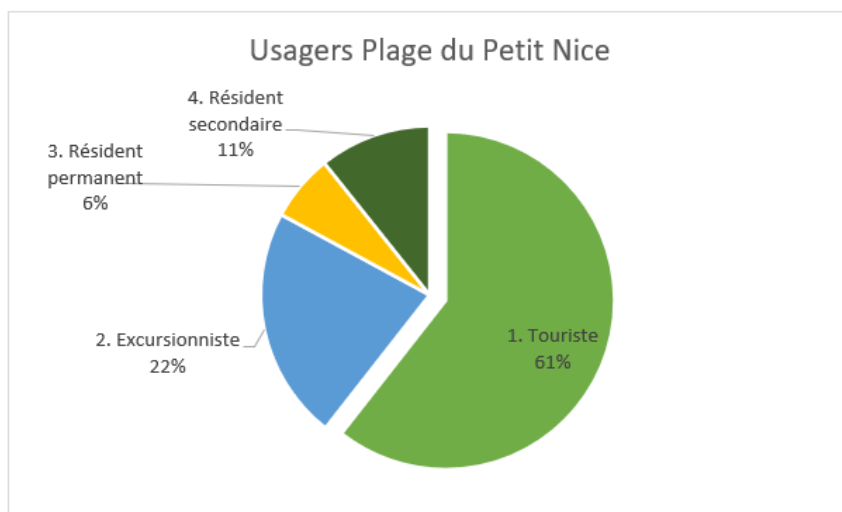
- Jeudi 8 et samedi 10 août
- Jeudi 19 et samedi 21 Septembre

Seuls les résultats clés de l'enquête ont été conservés dans cette partie du rapport. Le reste des résultats ont été renvoyés en annexe n°2.

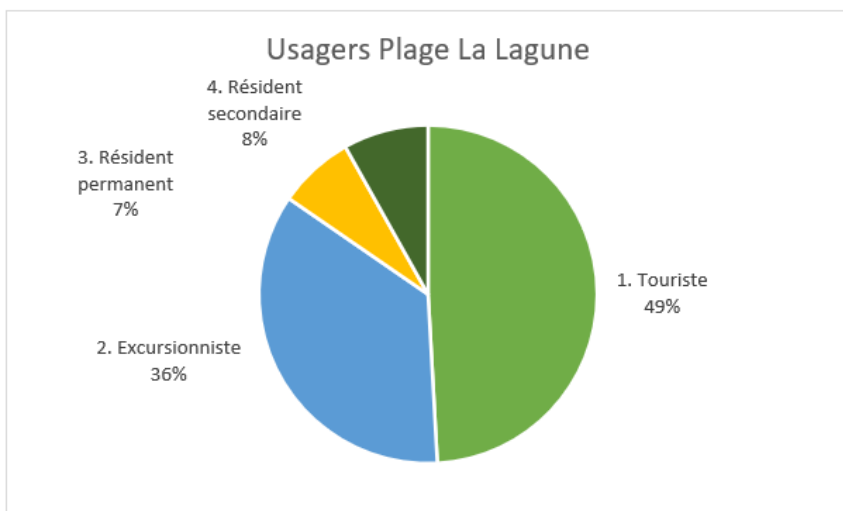
Au total 948 personnes interrogées sur 4 journées en haute saison et aile de saison, jour de semaine et jour de week-end. Jours choisis au regard de leurs possibles enseignements sur les habitudes et modes de fréquentation d'un panel d'utilisateurs larges intégrant les populations permanentes, secondaires, touristes et excursionnistes.

Résidents permanents, secondaires, excursionnistes, touristes : qui sont les usagers des plages de La Teste ?

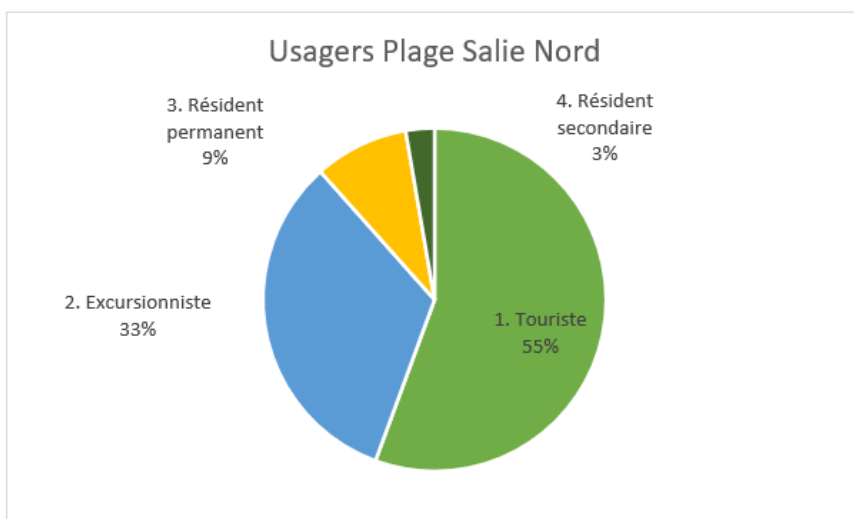
Usagers du Petit Nice : 61% de touristes, une plage assez peu fréquentée par les locaux ?



La Lagune : la plage des excursionnistes ? Ils y représentent 36% des usagers

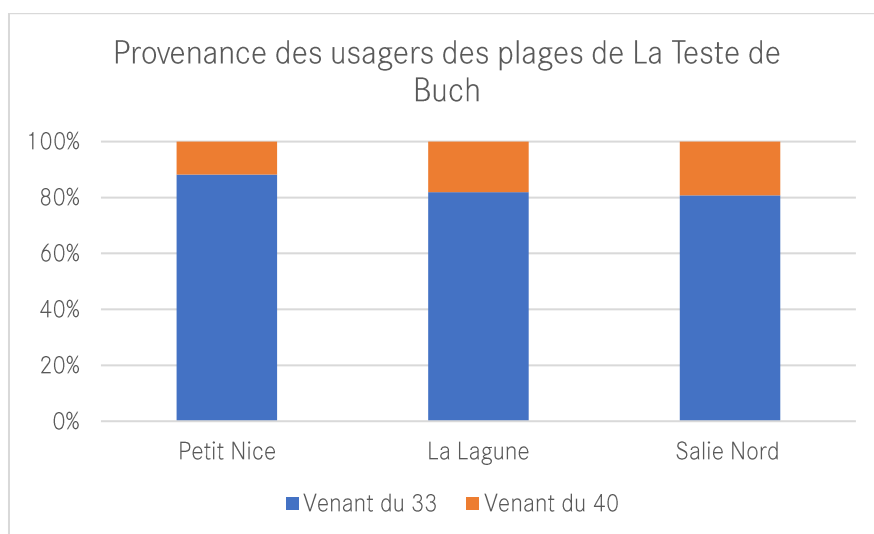


La Salie Nord : la plage la plus plébiscitée par les résidents permanents de La Teste



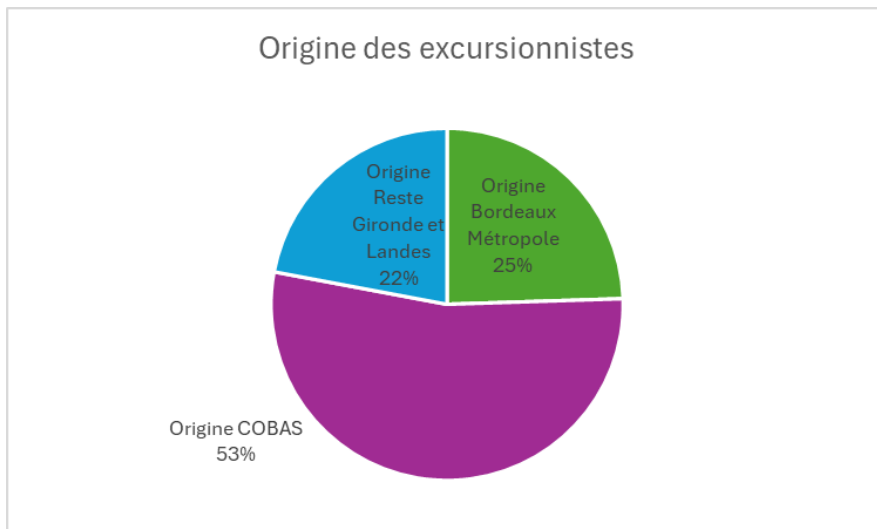
Provenance des usagers des plages de La Teste de Buch

Des arrivées qui viennent majoritairement de Gironde



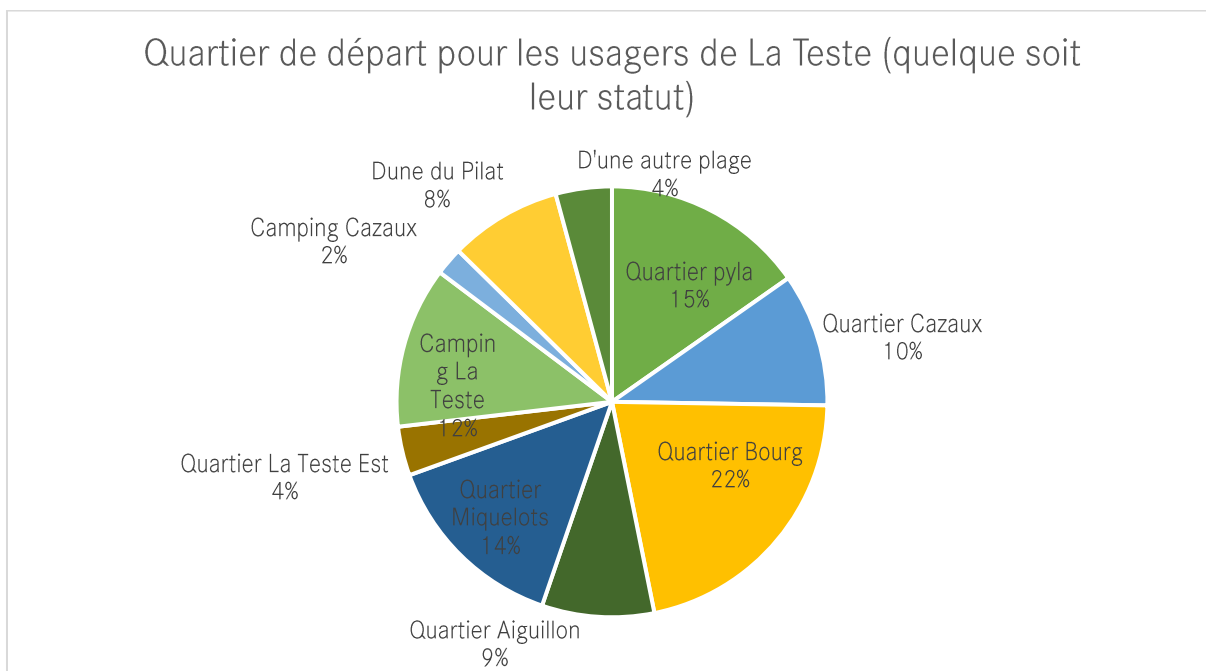
La grande majorité des usagers, quel que soit leur statut arrive sur les plages côté Girondin. C'est le site de la Salie Nord, situé au plus près de la limite avec le département des Landes qui connaît le niveau de fréquentation landais le plus élevé, mais cela reste dans des proportions assez proches des autres sites.

Zoom sur les excursionnistes

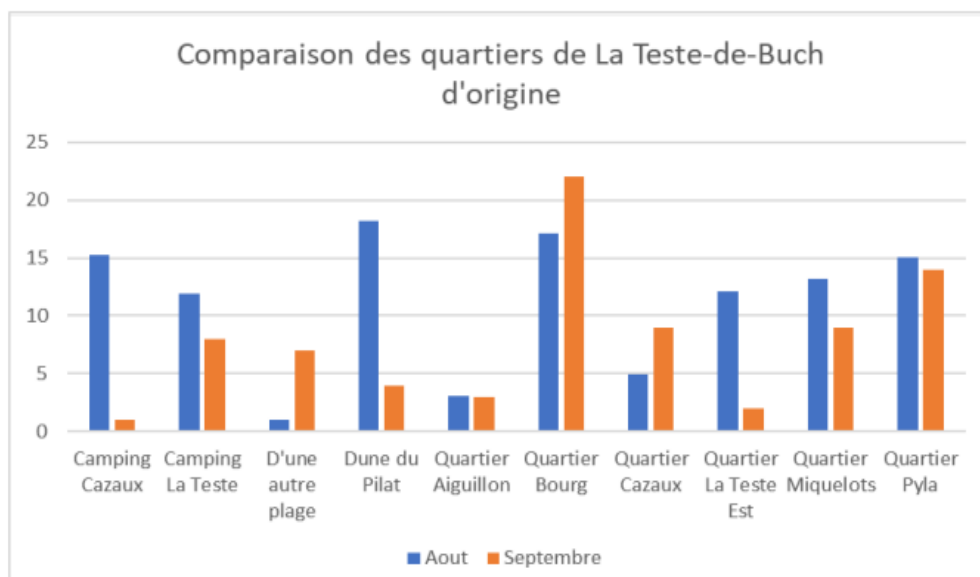


Ceux qui viennent à la journée sur les plages de la Teste proviennent essentiellement de territoires relativement proches, puisque 53% viennent du territoire de la COBAS. Les métropolitains représentent 25% des usagers des plages de La Teste.

Répartition par quartiers de départ pour les personnes au départ de La Teste (quel que soit leur statut)



Comparaison aout/septembre :

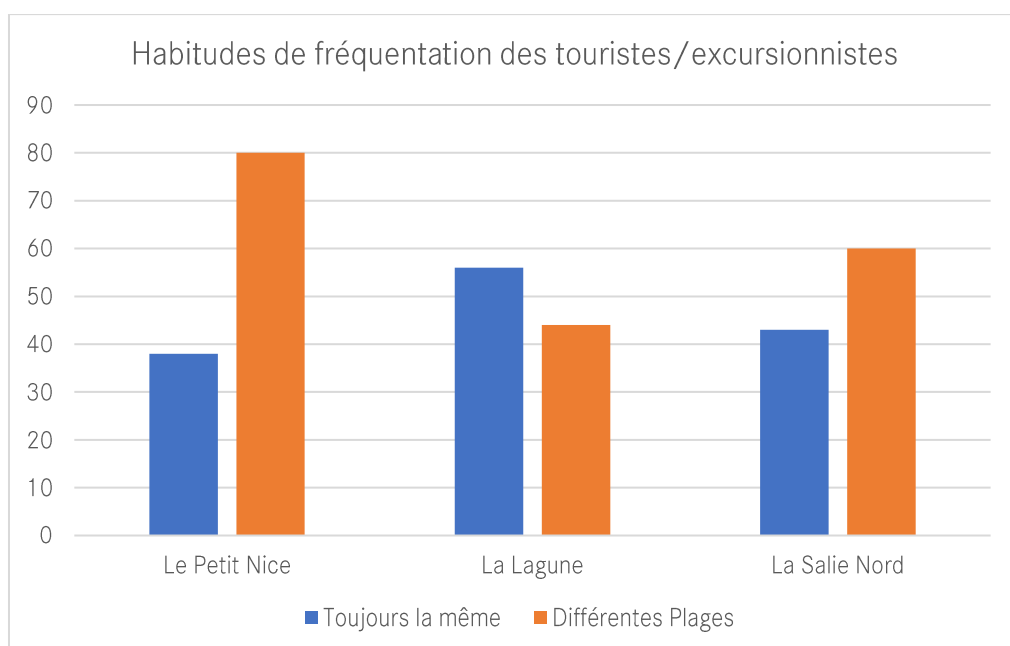


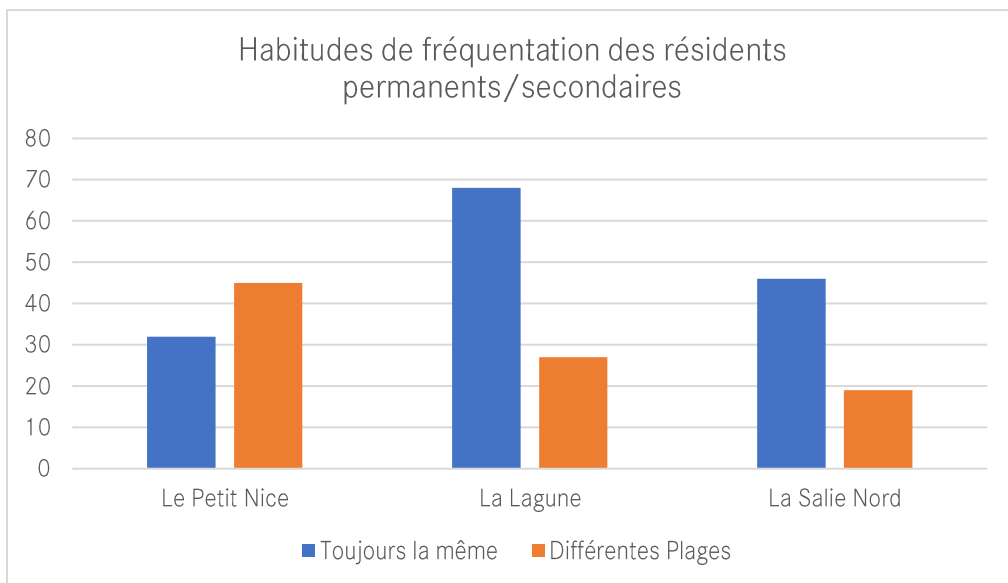
Habitudes de fréquentation des différentes plages

Au global, il ressort des enquêtes que les plages de la Lagune et de la Salie Nord sont davantage des plages « d'habitues ». Si l'on affine par statut des visiteurs, il ressort que :

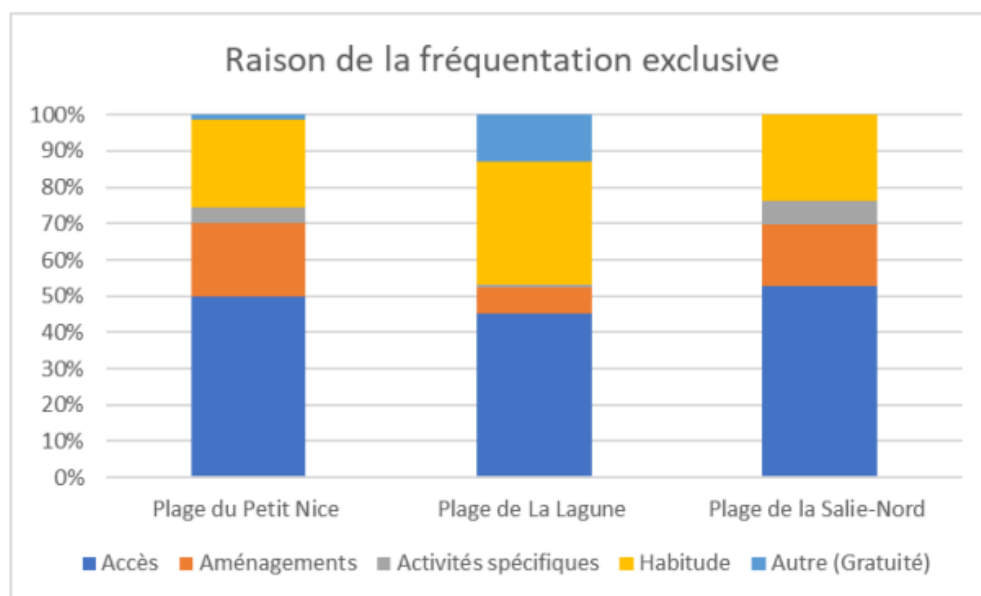
- La Salie Nord ne constitue pas nécessairement une plage d'habitues parmi les touristes/excursionnistes
- La Lagune est plutôt fréquentée par habitude par l'ensemble des publics
- Même auprès des résidents (permanents et secondaires), la plage du Petit Nice n'est pas nécessairement une plage d'habitues.

Habitudes de fréquentation des différentes plages selon le statut du visiteur (touriste/résident)





Si les usagers fréquentent une plage ne manière exclusive, c'est pour différentes raisons selon les plages :



Les deux principaux motifs de déplacements des personnes enquêtées fréquentant une seule plage sont **l'accès** et **l'habitude**. La variable « Habitude » est notamment marquée sur le site de la Lagune. La variable « Accès » est la plus élevée sur le site de la Salie Nord.

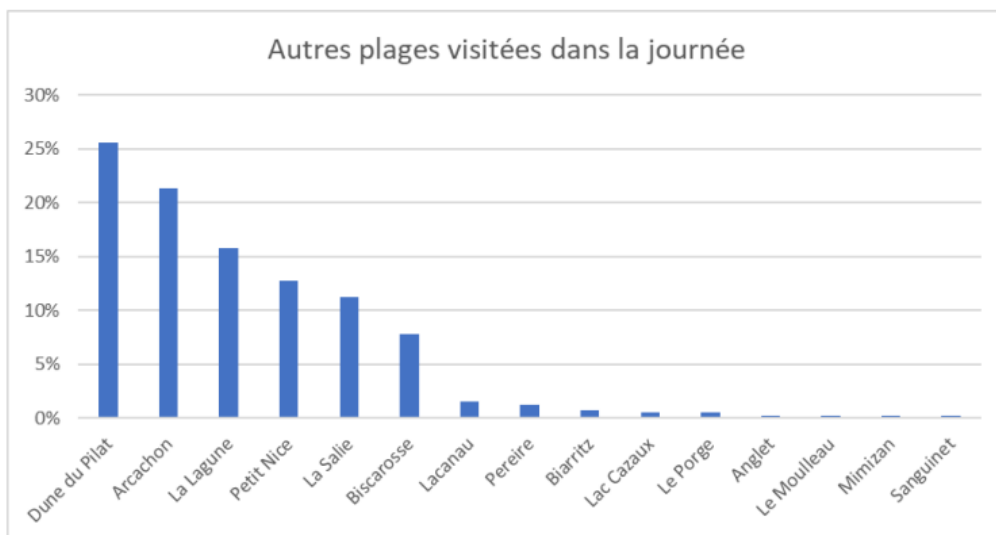
Les équipements et aménagements jouent également un rôle, davantage sur la plage du Petit Nice et la Salie Nord, ou l'on constate par ailleurs que la part de personnes qui y viennent pour une activité spécifique est également plus importante.

Lien entre la fréquentation des plages océanes et la visite d'un autre site :

En cœur de saison (aout), il existe un lien évident entre la fréquentation des plages de la Teste et la visite en particulier de la Dune du Pilat. Lorsque les visiteurs ont couplé leur visite de plage avec un

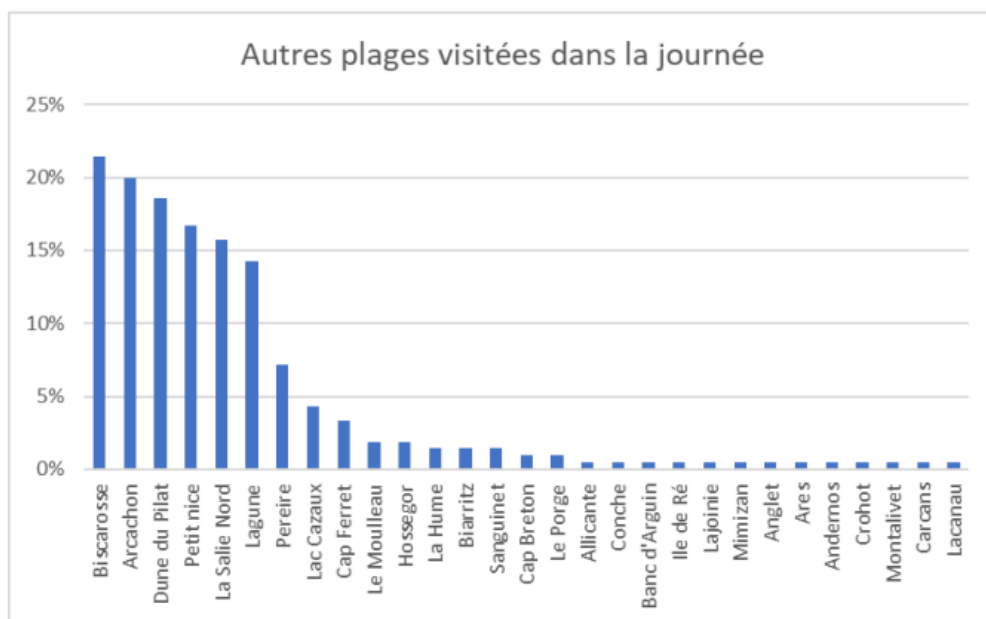
autre site, c'est systématiquement 50% (ou plus) avec la Dune. Et c'est le site du Petit Nice qui est davantage couplé avec la visite d'un autre site.

Presque la moitié des personnes enquêtées fréquentant plusieurs plages la même journée et visitent également la Dune du Pilat ou Arcachon. 55% des personnes enquêtées visitent une autre plage parmi les trois plages étudiées.



Ce sont essentiellement des touristes qui veulent découvrir la région. Les personnes enquêtées fréquentent une seule plage la même journée sont davantage des résidents ou résidence secondaire, ils connaissent la région et fréquentent la plage notamment pour des raisons autres que la découverte.

Les usagers de septembre couplent davantage leur visite de la plage à une visite dans les Landes (Biscarrosse).



Comparaison usages et activités aout/septembre

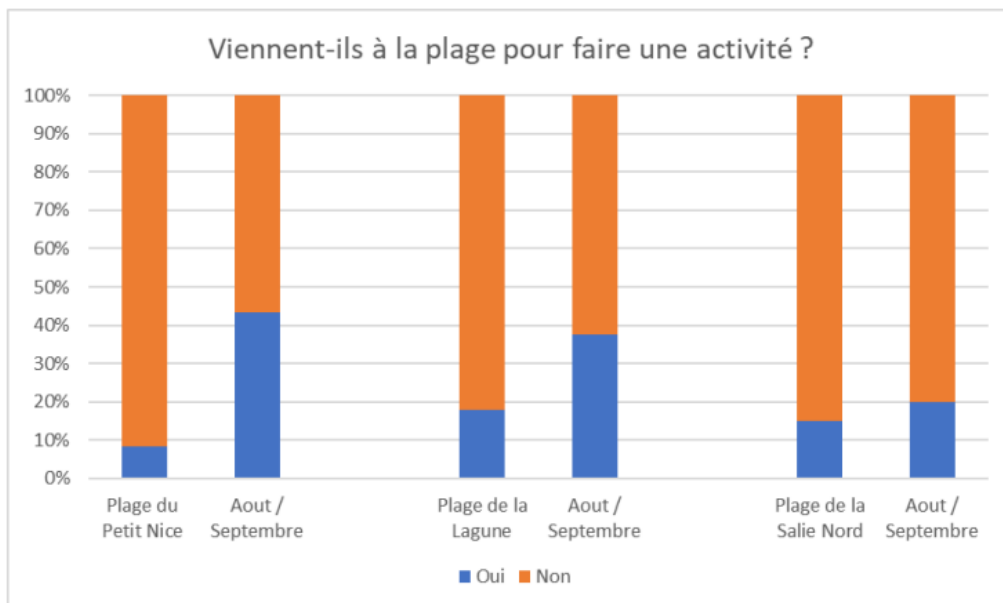


Figure 43

Pendant le mois d'août, les plages sont principalement utilisées pour se baigner. Alors que pendant le mois de Septembre, les plages sont davantage fréquentées pour des activités, la baignade restant la principale motivation.

En aout, les activités principales exercées en dehors de la plage diffèrent selon les sites :

- Petit Nice : vélo/parapente
- Lagune : marche/vélo
- Salie Nord : Surf/vélo

En septembre, l'activité principale exercée en dehors de la plage est la marche sur l'ensemble des sites.

3 | Bilan communication et utilisation de la donnée

3.1 | Une évolution majeure en 2024 sur la communication

Le plan d'actions défini dans le cadre de la stratégie d'accueil des plages de Gironde proches de la Métropole vise avant tout à maintenir une fréquentation soutenable des plages et permettre à tous les usagers de profiter en toute sécurité de ces espaces.

L'objectif du projet a ainsi toujours été de [démultiplier les lieux de visualisation de l'information](#), notamment sur le territoire de la Métropole bordelaise et d'intégrer cette information dans [un cadre plus général sur les bons comportements](#) liés à la fréquentation des plages.

La diffusion d'un plan de communication est effective depuis 2022. Un travail avait été réalisé afin de proposer [une stratégie et un plan de communication pour toute la période estivale 2022, précisant](#) :

- les possibilités de diffusion de la donnée temps réel sur les taux de remplissage des parkings de plages,
- un planning de diffusion des informations sur les plages,
- les contenus sur les autres sujets en lien avec la gestion durable des plages et plus particulièrement autour des questions suivantes : incendie, surveillance des plages, protection de l'environnement, gestion des déchets

Au cours de cette première année d'expérimentation, il avait été convenu d'utiliser prioritairement [les sites internet et les réseaux sociaux des collectivités et partenaires](#) pour diffuser la donnée sur le remplissage des parkings de plage.

Plusieurs diffuseurs potentiels avaient été identifiés :

- Site et réseaux sociaux des 4 communes concernées et de leurs intercommunalités
- Site et réseaux sociaux des Offices de tourisme de Médoc Atlantique, de la Médullienne et du Cap Ferret
- Site et réseaux sociaux de l'ONF
- Sites du CDT de la Gironde
- Application du PNR Médoc
- Application Mobi Barval
- Site internet et réseaux sociaux de Bordeaux Métropole (Facebook)
- Lien Modalis
- Appli SIBA
- Panneaux d'affichage des communes – renvoi vers un site ou une appli permettant de consulter l'information
- Prises de contacts avec les médias à travers l'envoi d'un communiqué presse

Les propositions suivantes avaient été validées par les élus :

- Des messages [portés par les collectivités littorales](#) et relayés par Bordeaux Métropole
- Une photothèque constituée par les collectivités pour assurer une identité au projet
- Le plan de communication prévoyait à minima une publication hebdomadaire par les communes (le jeudi ou le vendredi, en amont de chaque Weekend) – à partir d'un plan de communication prévoyant des thématiques et des éléments de langage type (adaptables par chaque collectivité)

- Le relai des éléments par Bordeaux Métropole (sur un rythme adapté aux publications métropolitaines)
- Les éléments du plan communication (texte, photothèque...) ont été synthétisés sur une page du site internet du GIP Littoral: <https://www.giplittoral.fr/ressources/plan-communication-strategie-accueil-plages-de-gironde>

Cependant, le bilan dressé par les collectivités littorales suite à la première mise en œuvre du plan de communication durant la saison estivale 2022 a relevé un certain nombre de difficultés qui ont limité la bonne diffusion des informations :

- Difficulté à tenir un rythme régulier de diffusion des informations sur la fréquentation des parkings (ce qui avait impacté également le relai par la Métropole, et donc la bonne diffusion des informations auprès des usagers métropolitains).
- Difficulté à insérer une information récurrente au milieu d'une information événementielle estivale sur les réseaux sociaux de la Ville.
- Lien avec les offices de tourisme à renforcer.

Le plan de communication a évolué dans un premier temps **en 2023**, les collectivités ont ciblé l'opportunité de faciliter la mise en œuvre du plan de communication en centralisant les informations via une page de réseau social unique et commune, spécifique au projet, et rassemblant tous les acteurs associés au projet. Ainsi, une page Facebook « **Infos Plages** » **administrée et alimentée** par le **GIP Littoral** sur la base d'un plan de communication validé en amont par toutes les parties prenantes a été mis en œuvre.

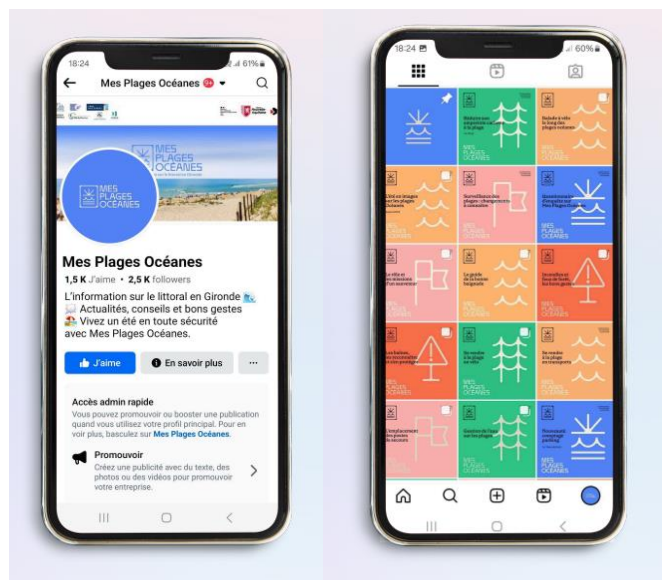
Ce premier niveau d'évolution au bilan positif a permis de faire le constat d'un besoin de pérenniser ce format de communication.

Pour la saison estivale 2024, les collectivités littorales, en lien étroit avec la Métropole bordelaise, ont fait le choix de **renforcer la communication** autour de la remontée d'informations sur les plages pour augmenter sa visibilité, notamment auprès des usagers métropolitains. Le GIP Littoral s'est ainsi doté d'un accompagnement technique en matière de communication pour renouveler et renforcer la stratégie de communication « **Infos Plages** ».



Infos Plages est donc devenu en 2024 « **Mes Plages Océanes** »

- Une nouvelle identité et charte graphique
- Une communication renforcée sur Facebook, et étendue sur Instagram
- Un travail sur le contenu et la diffusion des messages
- Un renforcement de la stratégie de diffusion et de la visualisation des informations via des campagnes de promotion et de sponsorship / *Cible* : Habitants de la métropole bordelaise (dans un périmètre de +27km) et vacanciers sur le littoral (Arcachon +20km, Carcans +20km, Le Porge Aquitaine +17km)



La vocation de cette page était de **s'appuyer sur les communautés existantes et structurées des collectivités littorales et partenaires** (réseaux sociaux et sites internet) en **fournissant de la ressource exhaustive pour communiquer sur les plages** : des publications thématiques ont été mises à disposition pour permettre un relai simplifié des informations sur les réseaux sociaux des collectivités littorales, de la Métropole, et de divers partenaires (Office National des Forêts, Comité Départemental du Tourisme, Parc Naturel Régional du Médoc, Offices de Tourisme, etc.). La page Facebook et le compte Instagram ont également pu, selon le besoin, se faire le relai des réseaux sociaux des collectivités autour de l'actualité liée aux plages. En fonction du besoin exprimé par les collectivités et partenaires et de l'actualité liée aux plages, l'outil « Mes Plages Océanes » a ainsi renvoyé systématiquement vers les sites internet et réseaux sociaux des collectivités.

En 2024, les usagers ont eu la possibilité d'y consulter toutes les informations utiles, relatives aux plages :

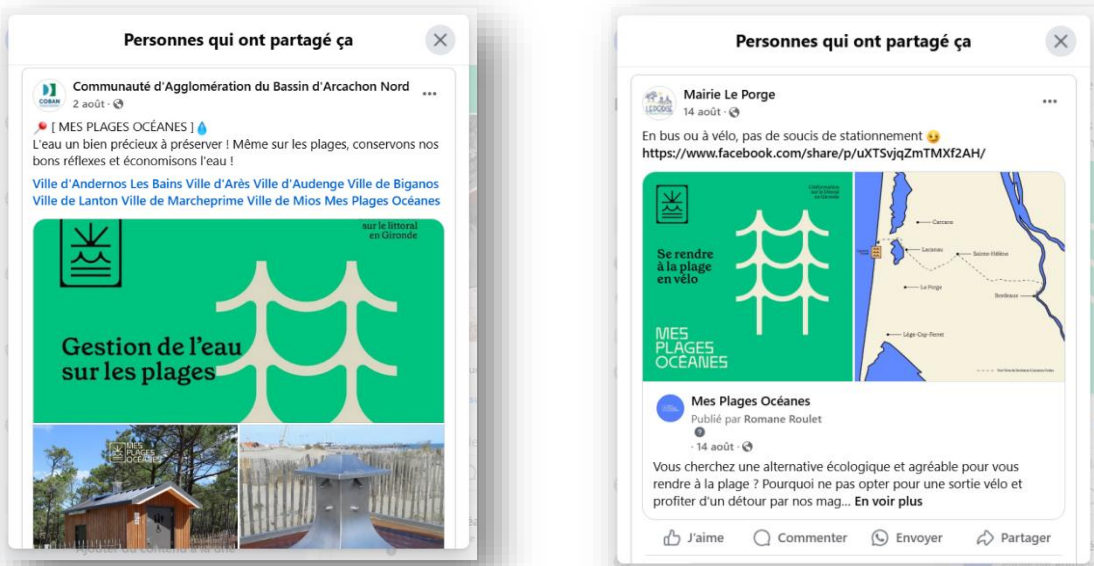
- Taux de remplissage des parkings en temps réel.
- Informations sur la surveillance des plages.
- Alertes en cas d'événements particuliers (bâines, incendies, tempêtes...). Notamment le relais des réseaux sociaux de la préfecture et des collectivités.

Ils ont également pu se **sensibiliser aux bons gestes à adopter à la plage** :

- En matière de **sécurité** : identification des zones de baignades, bonne identification et compréhension des drapeaux et panneaux règlementaires, sensibilisation sur les différents usages (baignade, pratiques nautiques), le risque incendie...

- En matière de **gestion et protection environnementale** : sensibilisation sur la gestion de l'eau et des déchets aux abords des plages, sur les aménagements prévus pour protéger la biodiversité et l'environnement.

Du contenu a été publié chaque semaine, deux fois par semaine, et **relayé par les collectivités partenaires du projet.**



La valorisation de cette communication fait également l'objet d'un **partenariat étroit avec Bordeaux Métropole** : au-delà du suivi technique global du projet et du relai d'une partie des informations, une campagne d'affichage sur le réseau de tramways de la Métropole a été mise en place cet été, du 7 au 20 août pour valoriser l'outil.

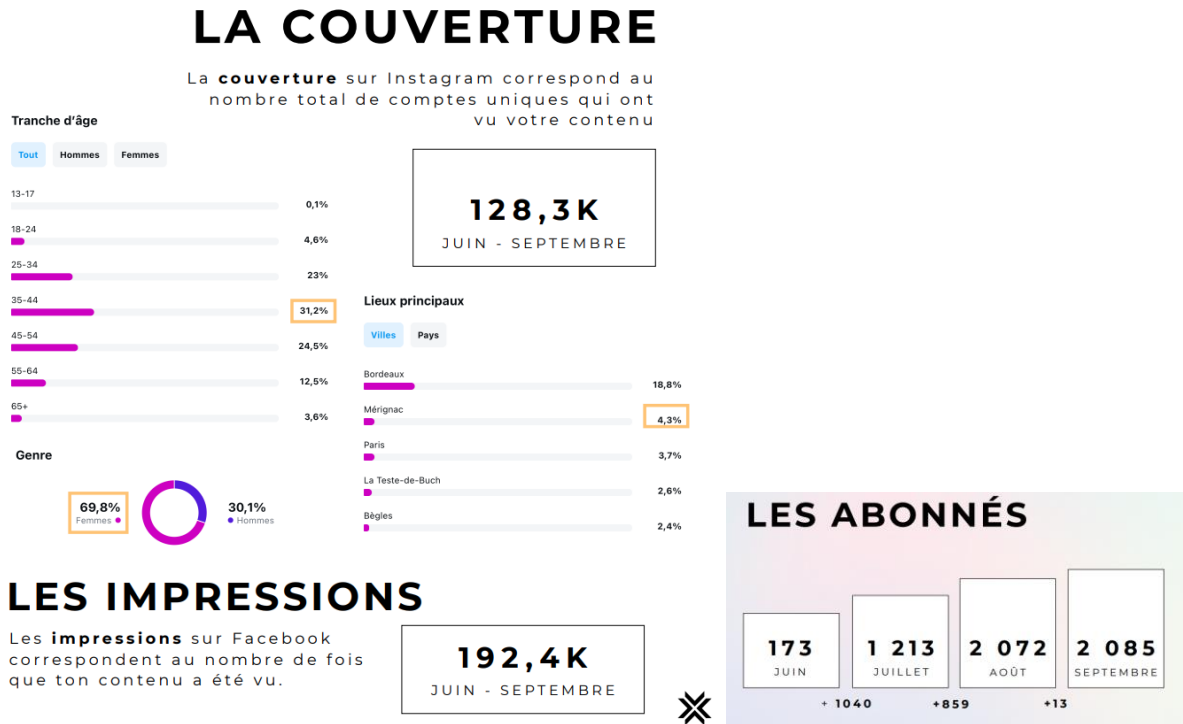


Arrêt de tramway Palais de Justice – Bordeaux Centre – Aout 2024

3.2 | Bilan du plan de communication 2024

3.2.1 Les statistiques des réseaux sociaux⁸

Instagram : Aperçu des statistiques en « organique⁹ »



LES IMPRESSIONS

Les **impressions** sur Facebook correspondent au nombre de fois que ton contenu a été vu.

192,4 K

JUIN - SEPTEMBRE

Une communication dupliquée sur Instagram, qui a permis de toucher une nouvelle communauté, booster la visibilité des informations, et créer une véritable communauté sur Instagram autour des informations liées aux plages océanes.

Analyse comparative des résultats¹⁰ :

Un compte Instagram qui débute avec une bonne stratégie de contenu peut espérer une croissance moyenne de 1% à 5% par mois soit 20 à 200 abonnés. Le compte « Mes Plages Océanes » a gagné, au cours de la saison estivale, en moyenne 950 abonnés par mois.

MEILLEURES PUBLICATIONS ORGANIQUES



⁸ Bilan complet réalisé par l'agence de communication The Kub en Annexe.

⁹ Statistiques générées par la communication, sans la campagne de sponsoring

¹⁰ Comparaison chiffrée pour des comptes de moins de 5 000 abonnés

Le taux d'engagement¹¹ :



5,1% D'ENGAGEMENT
EN MOYENNE (POUR LES POSTS ORGANIQUES)

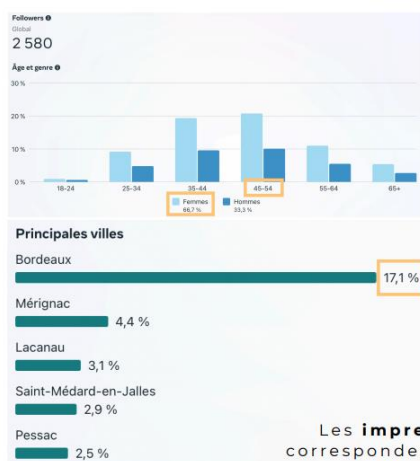
Un réel engouement au démarrage de la communication sur Instagram, qui s'est atténué par la suite avec la redondance des informations et un léger manque d'opportunités d'interactivité.

Le taux d'engagement et le nombre d'interactions par post correspond à la norme pour ce type de compte.

Facebook : Aperçu des statistiques en « organique »

LA COUVERTURE

La **couverture** sur Facebook correspond au nombre total de comptes uniques qui ont vu votre contenu.



411,5K
JUIN -
SEPTEMBRE

VS

526,1K
IMPRESSIONS
JUIN -
SEPTEMBRE

Les **impressions** sur Facebook correspondent au nombre de fois que ton contenu a été vu.



Analyse comparative des résultats¹² :

En moyenne, une page avec moins de 10 000 abonnés atteint entre 5 à 10 % de ses abonnés de manière organique (250 à 500 personnes touchées par post). **Mes Plages Océanes touchent 33% de ses abonnés** (+877 personnes touchées par post).

Comparaison 2023 :

De juin à septembre 2023, la couverture de la page Facebook était de 21,6K.
En 2024 sur la même période, celle-ci a été de 411,5K.

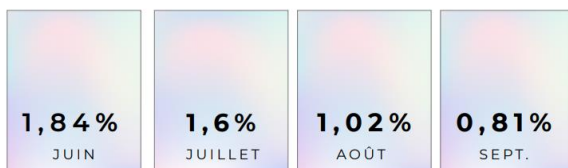
¹¹ Moyenne des interactions divisées par la couverture, le tout multiplié par 100. L'engagement sur Instagram désigne l'interaction des utilisateurs avec le contenu publié sur la plateforme.

¹² Comparaison chiffrée pour des comptes de moins de 10 000 abonnés

MEILLEURES PUBLICATIONS ORGANIQUES



Le taux d'engagement :



1,3% D'ENGAGEMENT
EN MOYENNE (POUR LES POSTS ORGANIQUES)

Le taux d'engagement a été en revanche plus faible que les attentes initiales¹³.

Malgré ce faible taux d'engagement, on constate un grand engagement sur les contenus sponsorisés avec de nombreux partages des posts (détaillé ci-dessous).

Chiffres clés issus de la campagne « Abonnez-vous sur Instagram » (diffusion du 15 juin au 15 juillet de la vidéo de présentation en motion-design, campagne pour inciter à s'abonner au nouveau compte instagram) :

- Couverture : 388K
- Budget dépensé : 575 €
- Coût pour 1 000 personnes touchées : 1,05€
- +362 followers sur Instagram

Chiffres clés issus de la campagne de sponsorship (sponsorisation de posts tout au long de la saison pour augmenter la visibilité) :

- +1 660 followers sur Instagram
- +882 followers sur Facebook
- La **sponsorisation du post sur le nouveau comptage** à La Teste de Buch a généré une couverture de 23 700, ainsi que 515 abonnés en plus sur **Instagram**.
- La **sponsorisation du post sur le nouveau comptage** à La Teste de Buch a généré une couverture de 61 300, ainsi que 285 abonnés en plus sur **Facebook**
- Le **post sur les comptages** à la Teste a généré 202 enregistrements¹⁴ (Facebook et Instagram confondu), il a donc suscité un véritable intérêt et une utilisation auprès des usagers.
- La **sponsorisation a permis d'augmenter le taux d'engagement des posts** (*5,4 d'interactions en moyenne par post sponsorisé sur Facebook, *2 sur Instagram)

¹³ L'attente pour les posts Facebook en organique correspond en moyenne à 8,1% d'engagement par post.

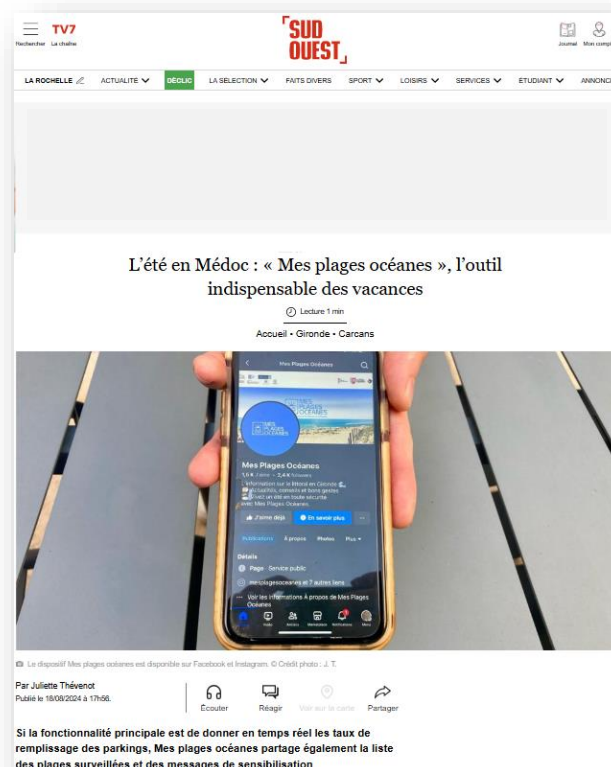
¹⁴ Les personnes ont enregistré le post pour pouvoir le réutiliser facilement.

En synthèse :

- La refonte de la communication (charte graphique et stratégie de diffusion) a permis à elle seule de susciter de l'intérêt et de booster la visibilité de « Mes Plages Océanes » et la visualisation des informations.
- La campagne d'abonnement et la sponsoring des posts a permis de booster véritablement la visibilité des pages et de leur contenu.
- Le maintien d'un bon niveau d'engagement, et une meilleure incitation à interagir et aller cliquer sur les informations reste un axe d'amélioration.
- Un autre axe d'amélioration est la consolidation technique des messages, et une diversification plus poussée des sujets techniques et thématiques abordées.

3.2.2 Les retombées dans la presse

Des retombées presse positives : malgré les conditions météorologiques moyennes, le sujet a suscité de l'intérêt, et 13 articles de presse ont été diffusés au cours de la saison, qui ont contribué à augmenter la visibilité des informations. Les pics de visibilité sur les réseaux sociaux correspondent en effet à la publication d'articles dans la presse.



Article publié par le journal Sud-Ouest le 18 août 2024

3.2.3 Les statistiques de consultation du Widget et de la carte interactive sur l'ensemble de la saison estivale (17 juin – 15 octobre)

Widget Global¹⁵



- Visiteurs uniques¹⁶ : 27 000
- Visites¹⁷ : 33 000
- Actions¹⁸ : 56 000 – dont 16 000 clics spécifiquement sur des points parkings

Comparaison en 2023 : 11 200 visites et 32 000 actions

Cette saison, le nombre de visites a augmenté de 34%, et le nombre d'interactions avec l'interface du widget global a augmenté de 43% par rapport à l'année dernière.

- Taux de rebond¹⁹ moyen saison : 73% - Durée moyenne des visites saison : 1min12
- Taux de rebond minimum : 58% (weekend du 10-11 aout) / Temps moyen passé sur le widget ce weekend-là : 2 min

Le taux de rebond diminue sur les périodes de forte fréquentation : lors des périodes de « pics » qui ont connu un volume conséquent de fréquentation sur les sites, les utilisateurs ont passé plus de temps sur le widget, et donc ont potentiellement bien exploité l'outil dans une logique d'adaptation de leurs comportements de fréquentation (retarder/avancer son départ ; opter pour une autre plage moins fréquentée).

¹⁵ Widget global regroupant la visualisation de l'ensemble des sites

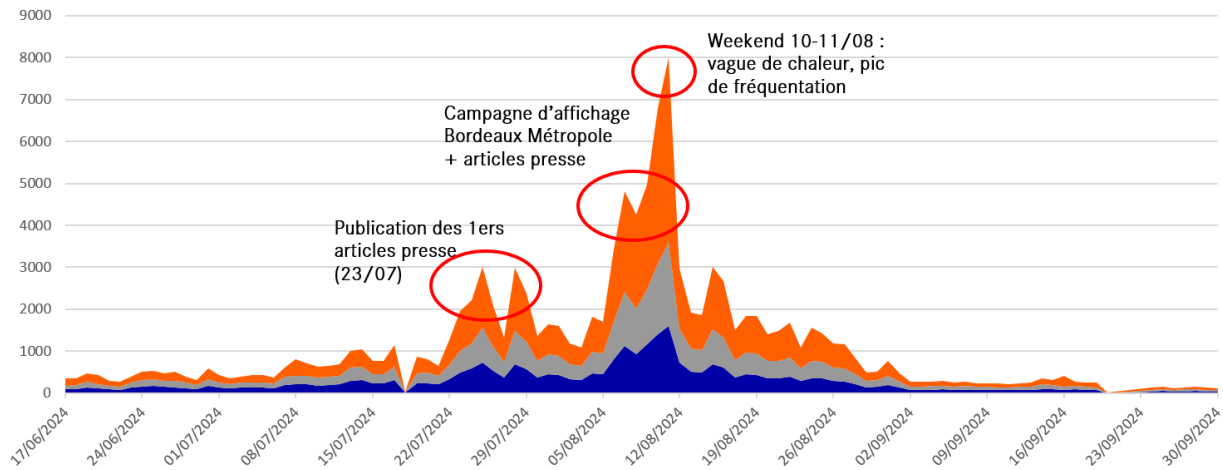
¹⁶ Nombre de personnes uniques touchées pendant la saison

¹⁷ Nombre de fois ou le widget a été vu ou revu

¹⁸ Comprend les visites, les clics et vues de pages, les rechargements de page

¹⁹ Taux de rebond = % de visiteurs qui ont quitté le site sans cliquer

Statistiques Widget Global 17/06 – 30/09



Globalement, les objectifs quantitatifs de consultation du widget (taux de rebond, actions) restent à travailler. Malgré le constat encourageant de potentiels vrais utilisateurs du widget en cœur de saison (taux de rebond qui diminue) et d'un réel intérêt exprimé par l'utilisateur de disposer de ces informations (bilan communication), nous constatons que des progrès restent à réaliser dans la visibilité et dans la manière dont les utilisateurs se saisissent de l'outil.

Des progrès sont donc à réaliser dans la visibilité et la diffusion des widgets, du côté de l'outil « Mes Plages Océanes », **comme du côté du relais effectué par les acteurs locaux** (collectivités, Bordeaux Métropole et Offices de Tourisme via réseaux sociaux et sites internet, relais in situ via panneaux numériques des collectivités ?) afin de maximiser la visualisation des informations et également d'en faciliter l'accès.

3.3 | Une première année d'évaluation du dispositif

Après 3 ans de mise en œuvre du dispositif, les partenaires avaient souhaité évaluer l'impact de l'opération sur les comportements des usagers.

Pour mener à bien cette évaluation, une enquête via les réseaux sociaux (Facebook et Instagram) a été mise en ligne durant tout le mois de septembre, et s'est adressé à la communauté *Mes Plages Océanes*. Quelques relais ont été effectués par les collectivités et partenaires afin de diffuser le questionnaire. Néanmoins, il est à noter que celui-ci n'a reçu que **83 réponses**, un résultat non-satisfaisant pour un questionnaire en ligne. Les résultats sont ainsi à prendre avec précaution, mais donnent des premiers éléments de réponse sur l'usage fait des informations à disposition, et l'impact sur le comportement des usagers.

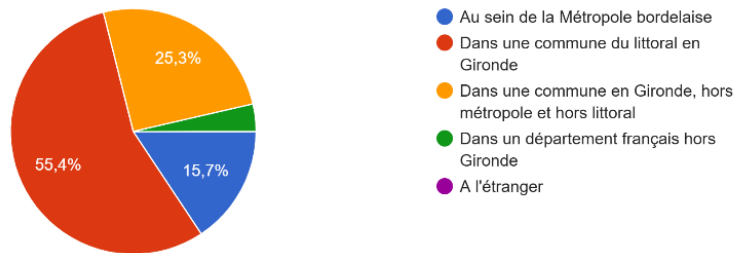
Synthèse du questionnaire d'enquête :

Profil des répondants :

- En majorité (à 60%) des femmes
- En majorité (environ 50%) des personnes entre 35 et 54 ans. La catégorie plus jeune (18-34 ans) ne représente que 12%. Les 34% restant sont des usagers au-delà de 55 ans.
- Une grande majorité de personnes actives, et une petite part de retraités (15%)
- 55% des répondants sont des habitants de communes littorales en Gironde, 25% de communes en Gironde hors littoral, et seulement 16% d'habitants de la Métropole.

A l'année, vous habitez

83 réponses

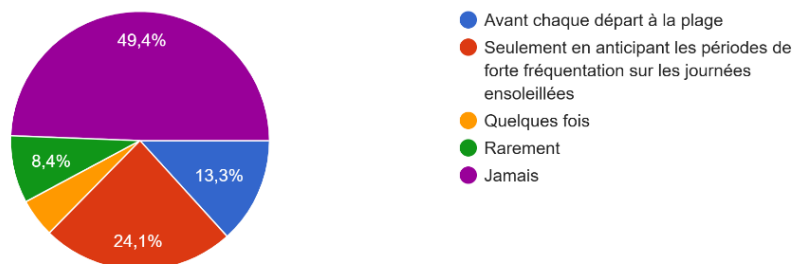


- Parmi les répondants non-Métropolitains (67), 26% habitent sur le littoral Médocain (dont 15% à Carcans), 10 % sur le bassin (La Teste de Buch, Andernos et Lège-Cap Ferret), et 38% dans le Médoc hors-littoral (Saint Hélène en majorité). 25% des répondants habitent le Porge.

Utilisation des données :

A quelle fréquence avez vous consulté ces informations cet été ?

83 réponses



50% de l'échantillon d'utilisateurs ayant répondu à l'enquête a indiqué ne jamais avoir consulté le remplissage des parkings avant leurs départs à la plage. Cette donnée nous permet de noter que des améliorations sont à prévoir dans la visibilité de cette donnée et des efforts à poursuivre dans sa diffusion, comme par exemple l'amélioration du chemin d'accessibilité au Widget depuis les réseaux sociaux, et sa valorisation.

Parmi les 50% des usagers ayant consulté ces données, on peut estimer qu'environ 75% ont consulté la donnée de manière active ou stratégique (chaque jour, ou en anticipant les périodes de forte fréquentation sur les journées de beau temps) :

- 35% ont indiqué avoir avancé ou retardé leur départ à la plage pour éviter les heures de forte fréquentation.
- 15% ont changé leur destination pour une plage moins fréquentée.
- 29% ont renoncé à aller à la plage, optant pour une activité différente.
- Un pourcentage limité (8%) a utilisé une mobilité alternative (vélo et transports en commun). 11% n'ont pas modifié leur comportement après avoir consulté le remplissage des parkings.

Des indications ont été proposées aux répondants ayant changé leur destination de plage pour préciser leur comportement. Les raisonnements les plus fréquemment cités ont été :

- 41% des usagers ont eu l'intention initiale d'aller au Porge. Ces usagers ont en majorité annulé leur départ à la plage (réponses : « jardin », « maison », « pas de départ »). 2 d'entre eux ont opté finalement pour Lacanau et Carcans Plage après avoir consulté les données parking.
- 16% des usagers ont eu l'intention initiale d'aller à Carcans. Ces usagers sont restés à domicile, ou opté pour une plage non surveillée (l'Alexandre, au nord de Lacanau) après avoir consulté les données parking.
- 16% des usagers ont eu l'intention initiale d'aller au Grand Crohot à Lège. Ces usagers ont opté pour un plage du bassin (Andernos), ou pour la plage du Truc Vert à l'océan après avoir consulté les données parking..
- 16% des usagers ont eu l'intention initiale d'aller à Lacanau (centrale). Ces usagers ont opté pour la Super Sud et la Plage du Porge après avoir consulté les données parking.

Parmi les usagers ayant remplacé leur départ à la plage par une activité :

- 30% ont opté pour une promenade (à pied ou à vélo)
- 15% ont opté pour une baignade lacustre
- 54% sont restés à domicile pour profiter de leur piscine

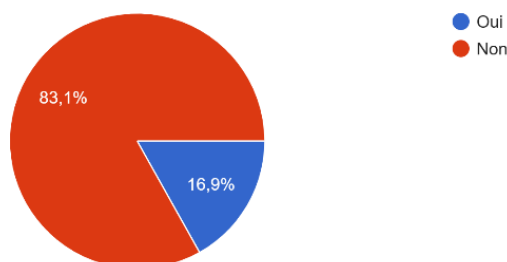
Mise à disposition des horaires et périodes de surveillance :



Carte Interactive des Plages surveillées de Nouvelle-Aquitaine

Avant de vous rendre à la plage, avez vous consulté les périodes et horaires de surveillance sur la carte interactive ?

83 réponses



La carte interactive des plages surveillées de Nouvelle-Aquitaine²⁰, adressée initialement aux acteurs institutionnels pour exploitation et réutilisation des données (avec des statistiques d'utilisation encourageantes par rapport à l'année précédente, détaillées dans l'encadré ci-dessous), a également été mise à disposition du public dans le cadre de Mes Plages Océanes. Ce résultat nous permet de noter que la valorisation de la carte via Mes Plages Océanes est à améliorer.

Néanmoins, certains usagers ont indiqué avoir orienté leur choix de destination en consultant la carte, pour **des raisons de sécurité** essentiellement (notamment au regard du risque baignes), afin d'avoir connaissance de l'offre de plages surveillées.

Zoom sur les statistiques 2024 de la carte interactive des plages surveillées de Nouvelle-Aquitaine :

Mois	Consultations uniques en 2023	Consultations uniques en 2024
Mai	169	397
Juin	345	807
Juillet	1082	6208
Août	759	3381

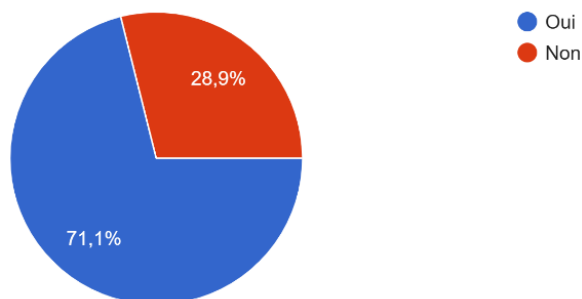
Malgré une problématique dans la diffusion de cet outil dans le cadre de « Mes Plages Océanes », l'outil a cette année connu une augmentation dans son utilisation institutionnelle, et via la diffusion dans les médias et dans le cadre de la campagne des préfetures sur le risque baignes. L'outil a eu une utilité particulière pour réorienter les usagers vers les plages surveillées lors des alertes baignes. Sa visibilité et sa diffusion dans le cadre de « Mes Plages Océanes » restent un fort axe d'amélioration pour les prochaines saisons.

²⁰ Outil issu du projet « Données Plages », porté en partenariat avec le GIP ATGéRI : <https://www.gipiittoral.fr/ressources/donnees-sur-les-plages>

Retours généraux des usagers sur la communication « Mes Plages Océanes »

Avez-vous trouvé l'ensemble de ces informations utiles ?

83 réponses



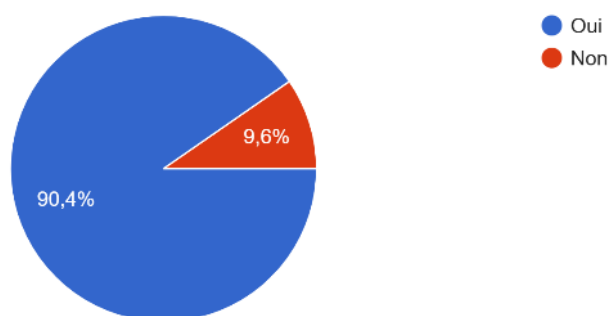
Au-delà du graphique ci-dessus, 40% des 83 répondants ont dit avoir été incité à changer leur comportement à la plage grâce aux informations données.

En grande majorité, les répondants ont indiqué avoir adapté leur comportement en étant plus vigilants en matière de sécurité et dans la compréhension et l'observation du phénomène des baines. Également, ils ont indiqué mieux repérer les informations données sur la plage (panneau de baignade, poste de secours).

La dépose des déchets dans les conteneurs (sur les plages sans poubelles) a également été mentionnée.

Souhaitez vous que mes plages océanes reviennent l'été prochain ?

83 réponses



Globalement, le bilan de satisfaction des usagers est très positif, et l'intérêt pour l'outil entièrement confirmé. Toutefois, des améliorations sont à apporter, et ont été relevées également par les usagers. Les deux remarques principales tournent autour de :

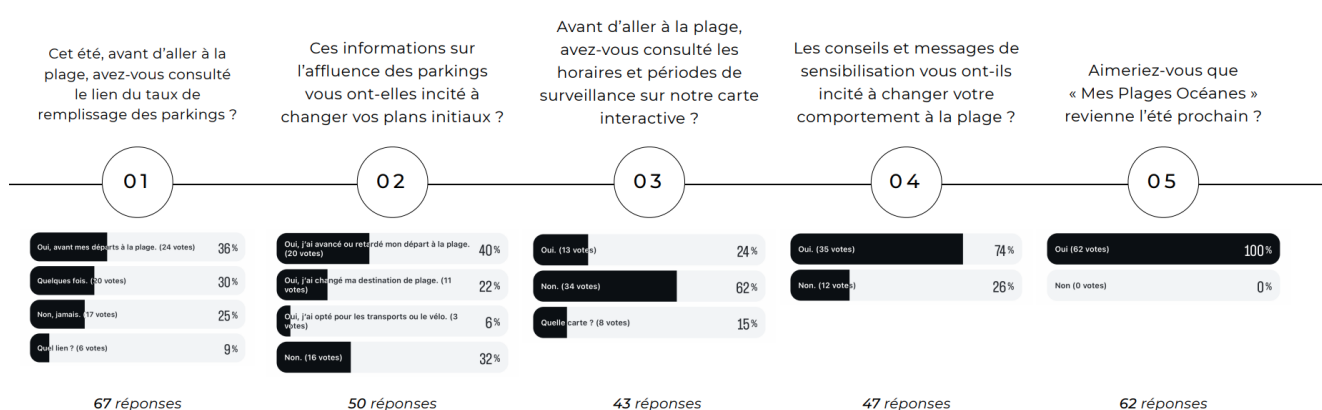
- La visibilité et la clarté/compréhension de l'outil : il s'agit pour beaucoup de mieux mettre en avant les outils (widgets et carte), de faciliter leur accès, et de mieux les faire connaître. Certains mentionnent le format application, sous-entendant le besoin d'avoir une interface plus visible, accessible et claire pour accéder directement et facilement à l'ensemble des informations/outils. Cette remarque est pertinente et la communication devra être consolidée en ce sens.

- L'aspect « alertes en temps réel », avec un besoin identifié de créer l'interaction et inciter les usagers à aller consulter l'information, ainsi que de fournir un service plus ciblé pour les usagers avec les informations qui les intéressent.

Enquête sur Instagram

En parallèle, et pour avoir davantage de retours sur « Mes Plages Océanes », les questions de l'enquête ont été reprises pour pouvoir être diffusées uniquement sur Instagram (format instantané et éphémère de « story »). Ce format de diffusion a permis de toucher davantage la nouvelle communauté Instagram formée en 2024 (le format questionnaire d'enquête en ligne ayant en réalité essentiellement fonctionné via la diffusion sur Facebook).

Les chiffres sont visibles ci-dessous :



Les suggestions et axes d'amélioration (Agence The Kub) :

- **Sur le relais de contenu :**
Pour améliorer encore la qualité du dispositif, envisager des légendes plus concises suivies d'un relai d'information plus complet et interactif via des stories pour plus de spontanéité et d'engagement. Également, une mobilisation plus importante de la part des partenaires (partage, interactions, likes).
- **Plus de sujets :**
Grâce à la mise en place de ce dispositif et aux retours des abonnés, plusieurs thèmes pourraient être explorés : la présence des animaux sur la plage, les marées ou encore les conditions météorologiques.
- **Proposition pour aller plus loin :**
Sur Instagram et Facebook, plusieurs abonnés ont mentionné quelques difficultés pour parvenir aux différents liens et recevoir des alertes en temps réelles. Proposition de réfléchir à une **web app**²¹ ou **landing page**²² plus intuitive et en cohérence avec la nouvelle charte graphique.

²¹ Une **application** manipulable directement **en ligne** grâce à un **navigateur web**, et qui ne nécessite donc pas d'**installation** sur les « machines **clientes** », contrairement aux **applications mobile**.

²² Une **landing page** est la page web sur laquelle arrive directement un internaute après avoir cliqué sur un lien. Contrairement à un site classique, qui peut contenir plusieurs sections et catégories, la landing page est un site internet d'une page avec un objectif précis, qui incite davantage l'internaute à rester sur la page car les options de navigation y sont limitées. C'est donc une page web indépendante créée pour une campagne spécifique.

Bilan de la communication pour le GIP : ce qui pourra être amélioré en 2025 :

- Un travail plus ciblé avec l'agence de communication sur l'accès aux informations, leur visibilité et leur clarté.
- En interne : un travail plus poussé sur la rédaction des contenus des messages de sensibilisation.
- Un travail plus poussé également sur l'évaluation du dispositif : malgré les enquêtes utilisateurs réalisées sur les réseaux sociaux à l'issue de la saison 2024, il est encore difficile de jauger l'impact réel de la diffusion d'informations dans les comportements des visiteurs sur les plages. Il s'agira notamment de questionner le mode d'évaluation (pousser l'enquête pour obtenir plus de réponses ? Définir et choisir un mode d'évaluation plus adapté ?)

4 | Bilan financier à 3 ans

Budget total Stratégie Accueil Plages Gironde proches de la Métropole			
CHARGES	MONTANT FINANCEMENT (€ HT)	PRODUITS	MONTANT FINANCEMENT (€ HT)
Dispositifs techniques (charges communes) 2022 / 2023 / 2024			
Equipements Le Porge	8 001 €	Commune du Porge	5 868
Equipements Lège-Cap-Ferret	11 500 €	Commune de Lège Cap Ferret	16 300 €
Equipements Carcans	9 000 €	Commune de Carcans	6 200 €
Equipements Lacanau	47 125 €	Commune de Lacanau	32 058 €
Equipements La Teste de Buch	28 000 €	Commune de La Teste de Buch	17 690 €
SOUS-TOTAL	103 626 €	Subvention Banque des territoires	17 690 €
Enquêtes pour calibrer les dispositifs			
Enquêtes Lège en 2022	4 800 €	Subvention LEADER PNR Médoc p	20 000 €
Enquêtes La Teste	7 380 €	Subvention Bordeaux Métropole	11 000 €
SOUS-TOTAL	12 180 €	Part autofinancement GIP	33 885 €
Outils de diffusion de l'information (charge GIP)			
Datavisualisation, widget, modèle prédictif	24 100 €		
SOUS-TOTAL	24 100 €		
Dépenses liées à la communication et à l'évaluation de l'action en 2024			
Installation de l'outil Matomo sur les Widgets pour une analyse plus fine des statistiques de consultation en 2024	1 350 €		
Construction du Plan de Communication « Mes Plages Océanes » - Mission The KUB	19 435 €		
SOUS-TOTAL	20 785 €		
TOTAL DES CHARGES	160 691 €	TOTAL DES PRODUITS	160 691 €

Coût total supporté par les communes, et le GIP pour 3 années de groupement de commande, et affichage des subventions perçues sur la période.

Conclusion

Synthèse de la fréquentation

La fréquentation des sites est fortement influencée par la météo sur les ailes de saison. En revanche, en cœur de saison estivale, ce lien est moins évident. Certains sites, comme Le Porge et Carcans Océan, semblent connaître une **baisse de saturation**, pour des **volumes de fréquentation équivalents, voir plus élevés**.

À Lacanau, le volume de fréquentation et son intensité augmentent légèrement. Le site de Lacanau Nord fait face à des tensions de stationnement lors de journées spécifiques, notamment lors de périodes d'événementiels sur la station ou les dimanches en période de forte chaleur. Le reste du temps, la fréquentation reste soutenable. Concernant le parking de la Super Sud, il ne subit pas de saturation en été, bien qu'une légère hausse du volume d'entrées et de l'intensité d'occupation ait été constatée cette année par rapport aux précédentes.

Le site du Grand Crohot continue d'afficher des tendances de fréquentation similaires d'une année sur l'autre, avec une légère intensification de la saturation en cœur de saison.

Plus globalement sur les différents sites, on constate d'année en année un léger élargissement des horaires de fréquentation. Si l'on avait noté des départs plus tardifs en 2023, cette tendance s'est poursuivie en 2024, et s'est complétée d'arrivées également plus tôt que les années précédentes.

Enfin, pour la première année de mesures en temps réel du taux de remplissage des parkings à La Teste-de-Buch, les résultats du suivi de la fréquentation mettent en évidence une fréquentation inégale selon les sites. Ainsi, les sites du Petit Nice et de la Salie Nord ne connaissent pas de saturation, tandis que celui de La Lagune connaît encore une tension relativement forte sur son stationnement durant la saison estivale, et malgré des volumes de fréquentation (volumes d'entrées sur le site en juillet/aout) qui diminuent depuis 2018.

Si en 3 années on constate que l'évolution de la fréquentation a suivi le mouvement des évènements survenus ces dernières années (Covid, canicules, incendies, météo), c'est en regardant la donnée à l'échelle davantage « micro », et les habitudes de fréquentation sur les journées « ordinaires » que nous pouvons commencer à observer de potentiels changements dans la manière de fréquenter les sites et les changements de comportements. L'intérêt de poursuivre ce dispositif de suivi et remontée d'informations est essentiel pour avoir un vrai impact mesurable dans les changements de comportements.

Suites à donner sur la mesure de fréquentation

Suite au bilan de l'opération, les communes se sont engagées à poursuivre la mise en œuvre des actions sur leurs territoires, pour 2025 et 2026.

Un nouveau marché sur 2025 et 2026 pour l'installation de dispositifs est en cours de préparation, et engagera les communes et le GIP Littoral dans le cadre d'un groupement de commande couvrant la même période.

Le nouveau groupement mettra en œuvre ses moyens pour la recherche de la meilleure offre techniques et financière, répondant aux besoins ciblés des communes ainsi qu'aux améliorations à apporter au regard du bilan des 3 précédentes années de mise en œuvre.

Le GIP Littoral poursuivra et renforcera également l'action « Mes Plages Océanes », en bénéficiant d'un accompagnement technique allégé par rapport à 2024, mais permettant d'assurer la bonne mise en œuvre en 2025 et d'apporter les améliorations nécessaires au regard du bilan 2024.

Une mission « flash » d'accompagnement à la diffusion sur les réseaux sociaux sera engagée pour la saison 2025. Également, un travail plus poussé en interne sur la consolidation des messages de sensibilisation liés aux plages sera réalisé.

Suites à donner en matière de communication

De manière général, la communication « Mes Plages Océanes » a permis de :

- Générer une communauté autour des informations liées aux plages océanes de Gironde
- Faire parler du sujet
- Démontrer un intérêt pour les usagers à avoir accès à ce type d'informations
- Point négatif : Malgré les retombées positives de la communication, les retombées quantitatives souhaitées sur l'utilisation du Widget ne sont pas encore atteintes à ce jour. Il y a donc un fort intérêt à poursuivre ce dispositif dans une logique de renforcement et d'optimisation.

Ce qui pourra être amélioré en 2025 ;

- Un travail plus ciblé avec l'agence de communication sur l'accès aux informations et leur clarté.
- En interne pour le GIP Littoral : un travail plus poussé sur la rédaction des contenus des messages de sensibilisation et la mise en avant de nouveaux sujets (ex : les chiens sur la plage, les usages et activités sportives, etc.), ainsi qu'un renforcement du volet évaluation (poursuivre et renforcer l'identification des impacts dans les comportements usagers)
- Un renforcement du partenariat autour du projet pour optimiser la diffusion des informations, notamment en lien avec les offices de tourisme, afin de toucher tous les publics cibles (par exemple, ceux du bassin d'Arcachon).

Au-delà de 2025, un projet qui a vocation à s'étendre et se pérenniser davantage

Dans le cadre de sa candidature à un **projet de coopération Interreg « Espace Atlantique »** pour la période 2025 – 2027 sur la thématique de la **gestion des flux touristiques littoraux**, le GIP Littoral entend poursuivre et renforcer son accompagnement auprès des communes (autant les communes actuelles que les nouvelles communes qui souhaiteraient rejoindre le dispositif) sur ce projet, notamment au regard des outils de datavisualisation et de la communication. Le GIP compte par ailleurs consolider son expertise sur le sujet, ainsi que pérenniser un modèle répliquable sur d'autres territoires, et diffuser les retours d'expériences générés dans le cadre du projet. Si la candidature portée par le GIP Littoral est retenue, ce projet aura un véritable effet de levier sur la stratégie d'accueil des plages de Gironde, qui permettra notamment de renforcer les autres axes de la stratégie (offre alternative, mobilité...).

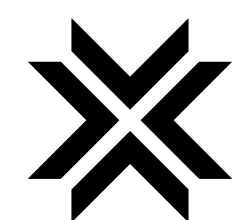
Annexe 1 : Ligne éditoriale (calendrier thématique de diffusion) « Mes Plages Océanes »



LIGNE ÉDITORIALE

COMMUNITY MANAGEMENT
GIP LITTORAL

MAI 2024



**THÉMATIQUES
ABORDÉES**

THÉMATIQUES ABORDÉES

Général

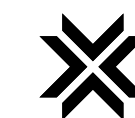
Surveillance
et drapeaux &
Poste de secours

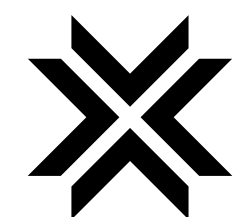
Gestion
et protection
environnementale

Plages

Signalétique

Sécurité
et incendies





INSTAGRAM & FACEBOOK

26 posts froids
(2 posts par semaine)

Duplication du contenu sur les 2 plateformes

J U I N

CALENDRIER

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENREDI	SAMEDI	DIMANCHE
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19 <i>POST 1</i>	20	21 <i>POST 2</i>	22	23
24	25	26 <i>POST 3</i>	27	28 <i>POST 4</i>	29	30



J U I N

PROPOSITIONS DE POSTS

N°	Thématique	Sujet	Format : vidéo, carrousel
1	GÉNÉRAL	Présentation du dispositif et des informations générales et pérennes : les liens vers le taux de remplissage des parkings et la surveillance des plages	Vidéo
2	PLAGES	Périodes et horaires de surveillance	Post simple
3	SURVEILLANCE ET DRAPEAUX	Conditions de baignade - Explication couleurs des drapeaux	Carrousel
4	GESTION ET PROTECTION ENVIRONNEMENTALE	Propreté des plages, les bons gestes à adopter	Carrousel



J U I L L E T

CALENDRIER

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
1	2	3 <i>POST 5</i>	4	5 <i>POST 6</i>	6	7
8	9	10 <i>POST 7</i>	11	12 <i>POST 8</i>	13	14
15	16	17 <i>POST 9</i>	18	19 <i>POST 10</i>	20	21
22	23	24 <i>POST 11</i>	25	26 <i>POST 12</i>	27	28
29	30	31 <i>POST 13</i>				



J U I L L E T

PROPOSITIONS DE POSTS

N°	Thématique	Sujet	Format : post simple, carrousel
5	PLAGES	Mapping des plages du littoral	Post simple
6	SÉCURITÉ ET INCENDIES	Les baignes : apprendre à les reconnaître et s'en protéger	Carrousel
7	SIGNALÉTIQUE	Panneau réglementaire de baignade	Carrousel
8	PLAGES	Activités nautiques - Les règles de pratique du surf	Carrousel
9	PLAGES	Protection de la dune, suivre les chemins aménagés	Carrousel
10	SÉCURITÉ ET INCENDIES	Prévention baignes	Carrousel
11	SURVEILLANCE ET DRAPEAUX	Les postes de secours : leur fonction et dans quel cas s'y rendre	Carrousel
12	SÉCURITÉ ET INCENDIES	Les bons gestes en cas de canicule, d'incendies et feux de forêts	Carrousel
13	GESTION ET PROTECTION ENVIRONNEMENTALE	Nettoyage des plages / Actions des collectivités	Carrousel



A O Û T

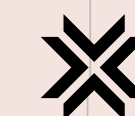
CALENDRIER

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
			1	2 <i>POST 14</i>	3	4
5	6	7 <i>POST 15</i>	8	9 <i>POST 16</i>	10	11
12	13	14 <i>POST 17</i>	15 Férié	16 <i>POST 18</i>	17	18
19	20	21 <i>POST 19</i>	22	23 <i>POST 20</i>	24	25
26	27	28 <i>POST 21</i>	29	30 <i>POST 22</i>	31	



PROPOSITIONS DE POSTS

N°	Thématique	Sujet	Format : post simple, carrousel
14	GESTION ET PROTECTION ENVIRONNEMENTALE	Gestion de l'eau sur les plages / accès à l'eau potable	Post simple
15	GESTION ET PROTECTION ENVIRONNEMENTALE	Gestion environnementale	Carrousel
16	SURVEILLANCE ET DRAPEAUX	Les postes de secours : leur emplacement	Carrousel
17	SÉCURITÉ ET INCENDIES	Les équipements disponibles et les gestes de premiers secours	Post simple
18	GESTION ET PROTECTION ENVIRONNEMENTALE	Mobilités douces : mapping des pistes cyclables pour se rendre à la plage	Post simple
19	SÉCURITÉ ET INCENDIES	Le guide de la bonne baignade : respecter les zones de baignades, les horaires...	Carrousel
20	SIGNALÉTIQUE	Quizz panneaux d'interdiction	Post simple
21	SURVEILLANCE ET DRAPEAUX	Présentation du rôle, des missions d'un sauveteur	Carrousel
22	PLAGES	Activités autorisées et interdites sur les plages	Carrousel



S E P T E M B R E

CALENDRIER

LUNDI

MARDI

MERCREDI

JEUDI

VENDREDI

SAMEDI

DIMANCHE

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
						1
2	3	4 <i>POST 23</i>	5	6 <i>POST 24</i>	7	8
9	10	11 <i>POST 25</i>	12	13 <i>POST 26</i>	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29

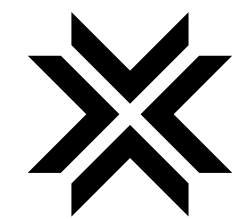


S E P T E M B R E

PROPOSITIONS DE POSTS

N°	Thématique	Sujet	Format : post simple, carrousel
23	GESTION ET PROTECTION ENVIRONNEMENTALE	Se rendre à la plage en transports en commun	Carrousel
24	SURVEILLANCE ET DRAPEAUX	Saison de surveillance terminée	Post simple
25	PLAGES	Spotlight des meilleures photos de la saison sur les plages du littoral	Carrousel
26	GÉNÉRAL	Remerciements et clôture de la saison	Post simple





INSTAGRAM & FACEBOOK

**Posts chauds selon l'actualité
(jusqu'à 10 posts dans la saison)**

Duplication du contenu sur les 2 plateformes

**TEMPLATES
POSTS
« ALERTES »**

Canicule

Bânes

Incendies

**Baignade
interdite**

Tempête





THE KUB
AGENCE DE COMMUNICATION

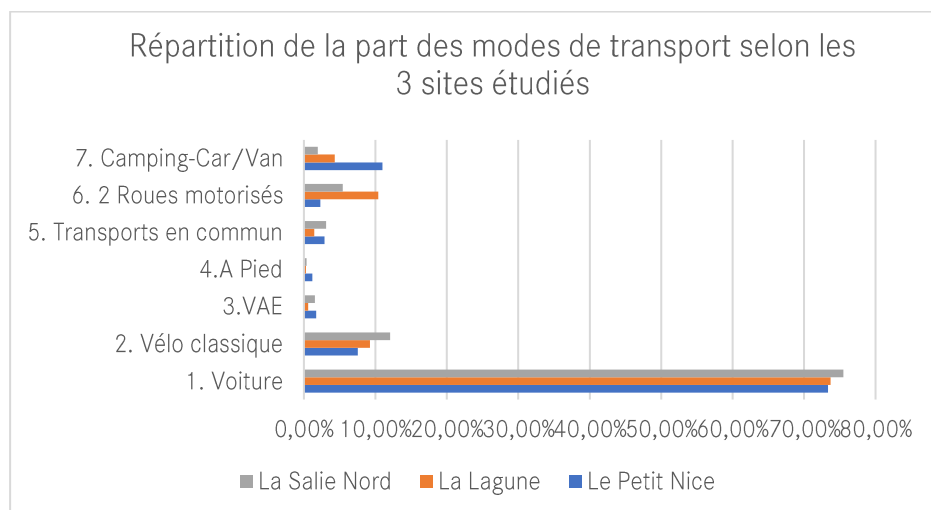
M E R C I

5 RUE DE LA ROUSSELLE
33000 BORDEAUX

05 24 99 15 00

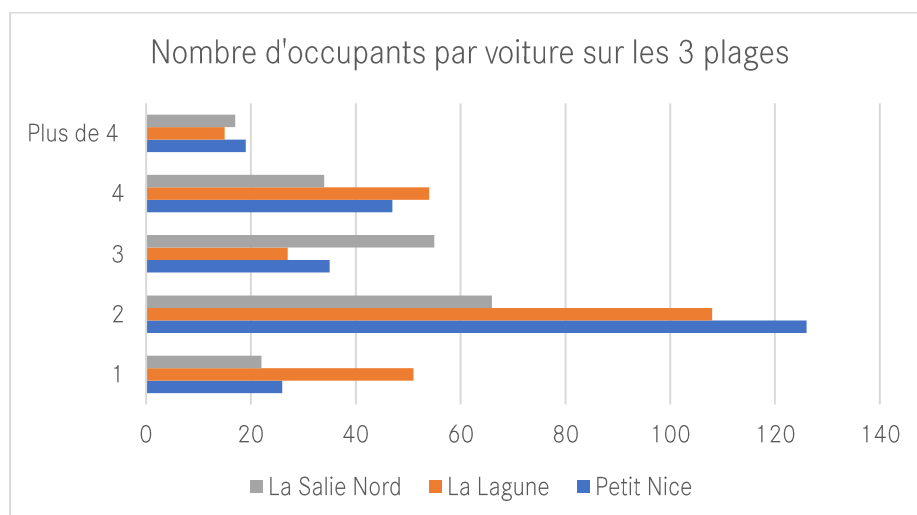
Annexe 2 : Suite des résultats de l'enquête origine/Destination de La Teste de Buch (été 2024)

Modes de déplacement privilégiés selon les sites



- La voiture reste le mode premier d'accès aux plages océanes de la Teste
- Part des transports en commun reste faible sur les 3 sites
- Vélo ressort davantage sur Salie Nord et La Lagune, qui sont pourtant plus éloignés que Petit Nice
- Un nombre plus important de camping cariste sur le site du Petit Nice par rapport aux autres sites (11%)

Nombre d'occupants par voiture

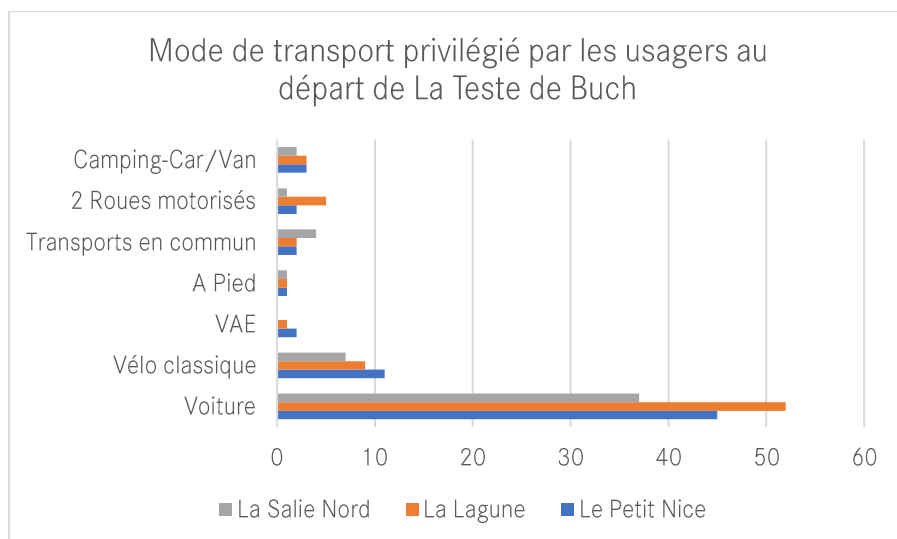


Le nombre moyen d'occupants par véhicules est de :

- 2.68 personnes sur le Petit Nice
- 3.01 sur La Lagune
- 3.36 sur La Salie Nord

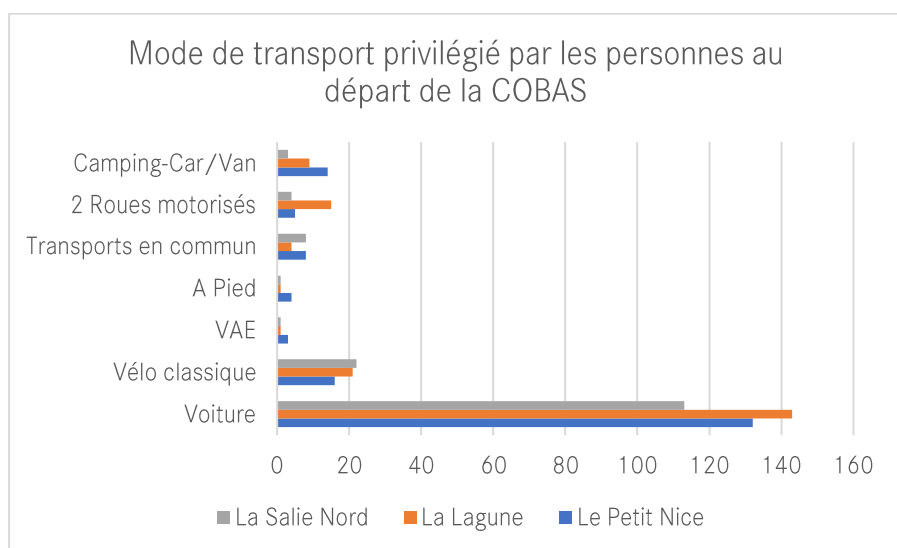
Modes de transports privilégiés des usagers de proximité

Mode de transport privilégié par les personnes au départ de La Teste



Au départ de La Teste, la voiture reste le mode de transport principal avec 70.2% des personnes qui privilégient ce mode de transport (moins qu'au global néanmoins 74%). Le recours au vélo est également supérieur : 15,7 % (contre 10.7) et le recours au transport en commun également : 4.2 % (contre 2,4% au global)

Au départ de la COBAS :



GIP LITTORAL

2030



MEMBRES DU GIP

Services de l'Etat en région, conseil régional Nouvelle-Aquitaine, conseil départemental de la Charente-Maritime, conseil départemental de la Gironde, conseil départemental des Landes, conseil départemental des Pyrénées-Atlantiques, communauté d'agglomération de La Rochelle, communauté d'agglomération Rochefort Océan, communauté d'agglomération Royan Atlantique, communauté d'agglomération du Bassin d'Arcachon Nord, communauté d'agglomération Bassin d'Arcachon Sud, communauté d'agglomération Pays Basque, communauté de communes de l'île de Ré, communauté de communes de l'île d'Oléron, communauté de communes Bassin de Marennes, communauté de communes Médoc Atlantique, communauté de communes de la Médullienne, communauté de communes des Grands Lacs, communauté de communes de Mimizan, communauté de communes Côte Landes Nature, communauté de communes Marenne Adour Côte Sud, communauté de communes du Seignanx

GIP LITTORAL

11, avenue Pierre Mendès-France 33700 MÉRIGNAC

T. + 33 (0)5 56 13 26 28

contact@giplittoral.fr

www.giplittoral.fr

