



**EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS
DU CONSEIL D'ADMINISTRATION
D'ARCACHON EXPANSION
Vendredi 6 mars 2026**

ETAIENT PRESENTS :

Mr. LUMMEAUX (1^{er} Vice-président),
MME MARESCOT (3^{ème} Vice-présidente),

Mesdames BORDEDEBAT, CASSOT, CAUSSARIEU, MAUPILE, THE

Messieurs CAVOLI, FANARA, MONS, PUJOL, SCAPPAZZONI, TREUIL, MARTINERIE, DAVID, DELEPAUX

A titre consultatif :

Mme. DUGENY Directrice Générale d'Arcachon Expansion,
Mme MIREMONT Responsable RH, Administratif et Finances.
Mme DREAN, Directrice Animation-Evènementiel
Mr DISSAUX, Directeur Culture.

ETAIENT EXCUSES :

Mr FOULON Président d'Arcachon Expansion,
Mr. SOULIER (2^{ème} Vice-président)

Mesdames LAFONTAINE, DUBROCA, FOULON
Mr BONNIN, SEGURA

A titre consultatif :

Mr MASSONNET Directeur Général des Services Mairie,
Mr PIERRE-EDOUARD DROGUET responsable par intérim du Service de Gestion Comptable

EXTRAIT DE DELIBERATION N°2026030604 : BILAN MORAL ET SOCIAL 2025

L'article 34 des statuts d'Arcachon Expansion précise qu'un « rapport d'activités de la structure et de ses services doit être transmis à la Ville d'Arcachon après son approbation par le Conseil d'Administration ».

Aussi, après avoir examiné le bilan moral et le bilan social 2025 d'Arcachon Expansion annexés à la présente délibération.

Cette délibération n'appelant aucune observation, **B. LUMMEAUX**, demande au conseil d'administration de bien vouloir :

➤ **APPROUVER le bilan moral et le bilan social d'Arcachon Expansion**

Le conseil d'administration approuve à l'unanimité la délibération n°4 concernant le bilan moral et social 2025.

Frédérique DUGENY
Secrétaire de séance



Pour extrait certifié conforme
Arcachon, le vendredi 6 mars 2026
Bernard LUMMEAUX
1^{er} vice-président de la Régie Arcachon
Expansion



Envoyé en préfecture le 11/03/2026

Reçu en préfecture le 11/03/2026

Publié le

S²LOW

ID : 033-439504960-20260306-2026030604-DE

BILAN MORAL

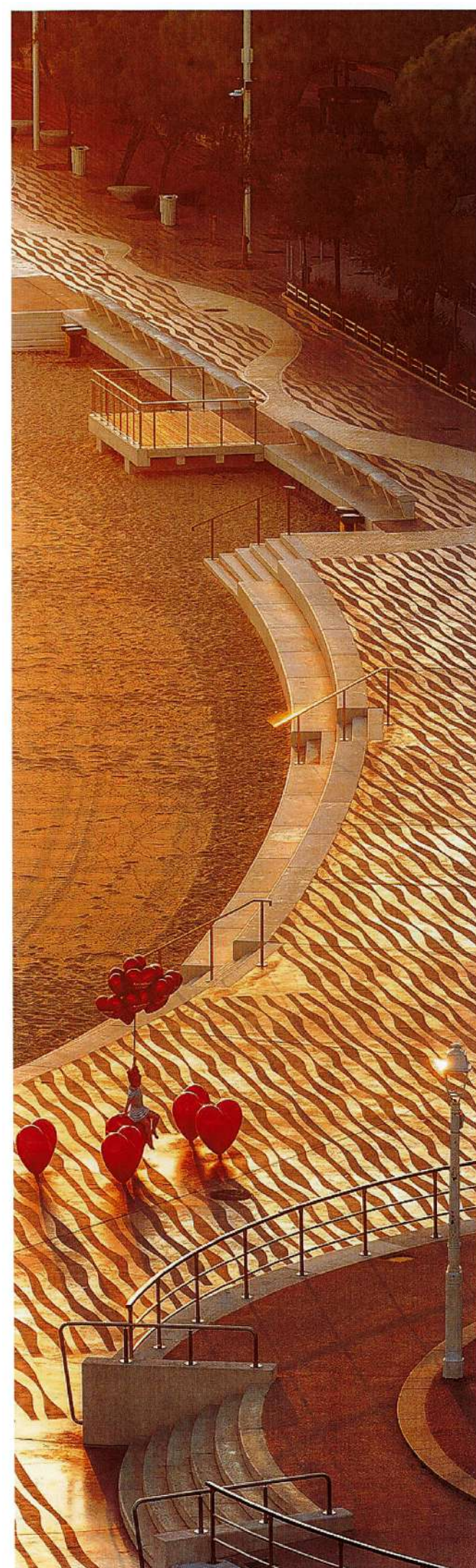
2025

ANNÉE



Arcachon
expansion

TOURISME - CONGRÈS - ANIMATION - CULTURE - COMMERCE



Tourisme

Office de Tourisme

1ère catégorie

L'Office de Tourisme d'Arcachon poursuit, année après année, une politique exigeante de qualification et de montée en gamme de la destination. Le classement en catégorie I, l'obtention des labels nationaux et le classement d'Arcachon en station classée de tourisme témoignent d'un travail collectif constant, mené en étroite collaboration avec la Ville, les partenaires institutionnels et les professionnels du territoire.



Ces reconnaissances constituent un cadre structurant qui guide durablement notre action et traduisent un engagement fort pour :

- ♦ un accueil professionnel
- ♦ une offre touristique diversifiée et animée toute l'année
- ♦ la préservation du cadre de vie et de l'environnement
- ♦ des infrastructures adaptées aux attentes des visiteurs
- ♦ le développement économique local dans une logique responsable.

À travers ces engagements, l'Office de Tourisme affirme son positionnement vers la destination d'excellence, où qualité d'accueil, respect du territoire et dynamisme économique vont de pair.

Contexte touristique et grandes tendances observées

L'année écoulée s'inscrit dans un contexte désormais stabilisé après plusieurs périodes marquées par différents événements. Elle confirme des évolutions de fond qui transforment durablement les pratiques touristiques :

- ♦ Le retour affirmé des clientèles étrangères

Un signe encourageant pour les professionnels du secteur : les touristes internationaux sont bel et bien de retour, notamment les nord-européens.

- ♦ Des réservations à la dernière minute

L'incertitude économique, la météo et les nouvelles habitudes de consommation poussent toujours les vacanciers à privilégier l'ultra dernière minute pour organiser leur séjour.

- ♦ Un tourisme de proximité solidement ancré

Un grand nombre de néo-aquitains fréquentent notre destination

Face à ces évolutions, l'Office de Tourisme fait évoluer ses outils, ses messages et ses modes d'accompagnement afin de renforcer l'attractivité d'Arcachon tout au long de l'année. La valorisation des expériences locales, la montée en gamme des prestations, le développement du tourisme quatre saisons et l'adaptation continue aux nouvelles attentes des visiteurs structurent l'ensemble des actions menées pour affirmer Arcachon comme une destination de référence, quelle que soit la période de l'année.

Nos missions :

Informier, conseiller et accueillir les visiteurs tout au long de l'année

Promouvoir et commercialiser la destination Arcachon

Animer, fédérer et accompagner les acteurs du tourisme local

Analyser, structurer et développer une offre touristique qualitative et durable

Piloter et faire vivre les démarches de qualité et de classement

Tourisme

suite

Autres actions phares de l'année

(actions intégrées dans les enjeux Destination)

Envoyé en préfecture le 11/03/2026

Reçu en préfecture le 11/03/2026

Publié le

S'LO

ID : 033-439504960-20260306-2026030604-DE

Projet Habitants

Grâce au projet « Arcachon pour Nous », l'Office de Tourisme renforce le lien avec les Arcachonnais en leur proposant un programme diversifié, personnalisé et continuellement renouvelé pour (re)découvrir leur ville et ses environs. Cette action, attendue et plébiscitée, s'inscrit pleinement dans une démarche de tourisme de proximité et s'appuie sur une communauté de participants fidèles, et de nouveaux inscrits.



Engagements durables

Dans une démarche durable déployée tout au long de l'année, l'Office de Tourisme agit à la fois sur l'accompagnement des visiteurs et sur ses pratiques internes.

Nous diffusons, sur nos supports imprimés, notre site web et nos réseaux sociaux, des informations sur la sensibilité du territoire et des recommandations encourageant l'usage des mobilités durables. En parallèle, nous privilégions des fournisseurs écoresponsables pour la boutique : 88 % des produits sont issus de circuits courts, dont 69 % d'origine française et 19 % européenne.



Des visites toute l'année

L'Office de Tourisme d'Arcachon invite les visiteurs à redécouvrir la ville autrement à travers « 12 mois, 12 visites », un programme mensuel qui met en lumière les trésors méconnus d'Arcachon.

Tout au long de l'année, nous dynamisons également les visites guidées plus traditionnelles, désormais considérées comme un incontournable pour les vacanciers, et enrichissons notre offre en intégrant les animations et visites proposées par les associations historiques, autour de la thématique de la Ville Impériale, label obtenu en 2025. Cette démarche permet à chacun de profiter d'une expérience complète et diversifiée, en découvrant la richesse culturelle et patrimoniale de la ville.



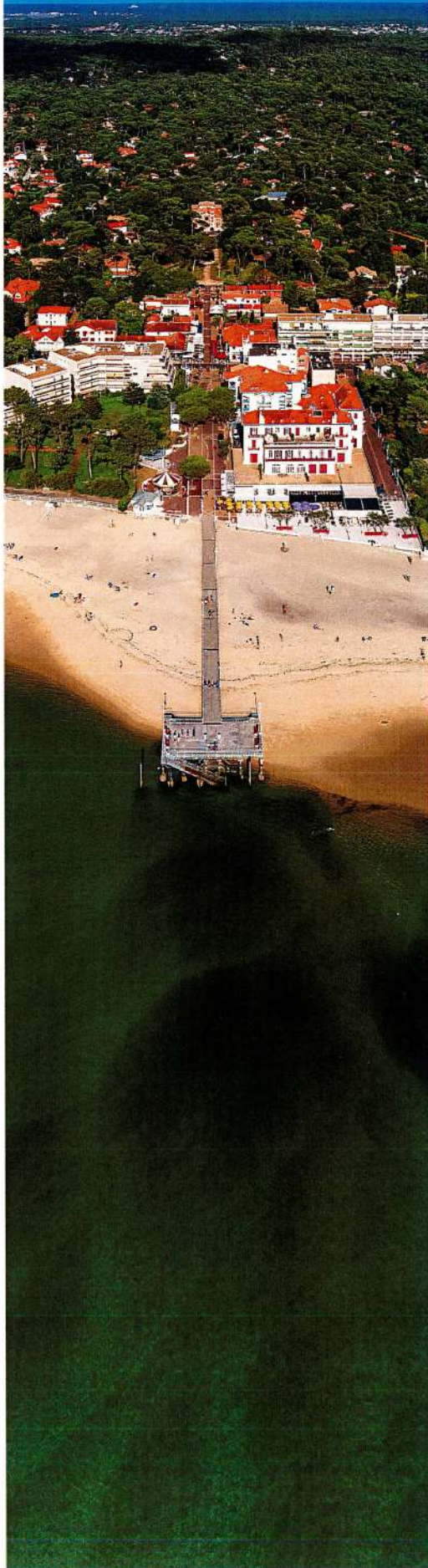
Tourisme pour tous

Dans le cadre de notre engagement pour le tourisme accessible et de notre labellisation « Tourisme & Handicap », l'Office de Tourisme a réalisé un travail approfondi d'inventorisation et d'intégration des informations utiles afin de garantir une expérience accessible, claire et de qualité pour les personnes en situation de handicap.

Parallèlement, nos contenus ont été enrichis pour mieux répondre aux besoins des clientèles étrangères, en lien avec les actions de promotion menées et la présence croissante de ces visiteurs, afin d'offrir à tous une expérience personnalisée et complète.

Tourisme

suite



Mesure et analyse de l'activité / fréquenta

Envoyé en préfecture le 11/03/2026

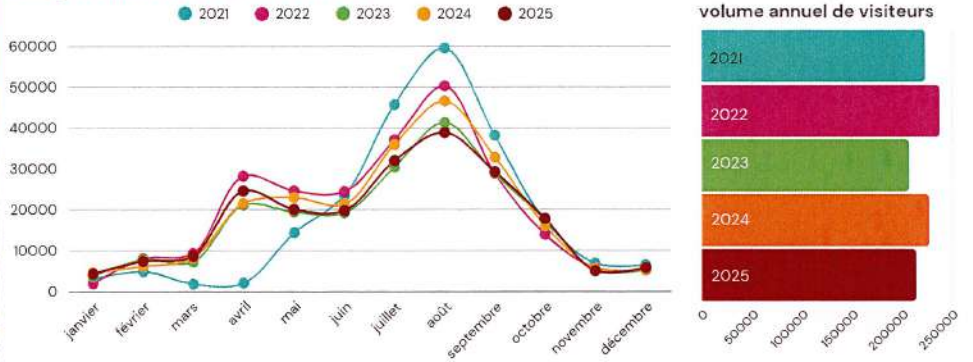
Reçu en préfecture le 11/03/2026

Publié le

ID : 033-439504960-20260306-2026030604-DE

ÉVOLUTION ANNUELLE DE LA FREQUENTATION

comparatif avec 2019 - 2021 et 2022



CHIFFRES ANNÉE



214 015 visiteurs
-6% vs 2024



22 209 appels
(nouvel outil de comptabilisation des appels : pas de comparaison possible vs 2024)



3 216 emails envoyés
-9% vs 2024



855 courriers envoyés
-16% vs 2024



Diffusion du road book
3 555 carnets créés
7 542 contacts

Modes de contact clients :

comptoir : 66%
téléphone : 30%
email : 3.7%
réseaux sociaux : 0.3%

Une baisse de fréquentation cohérente avec notre stratégie

- Les chiffres 2025 confirment l'évolution souhaitée de notre modèle d'accueil : moins de fréquentation au profit d'un accompagnement plus qualitatif.
- L'optimisation digitale porte ses fruits : 3 555 roadbooks créés, baisse des emails (-9%) et courriers (-16%) témoignent d'une meilleure autonomie des visiteurs en amont. Le contact humain reste privilégié avec 66% d'accueil au comptoir et 30% par téléphone.
- La qualité prime sur la quantité : malgré la baisse estivale de fréquentation (juillet -17%, août -14%), nos ventes de visites guidées et produits boutique sont en hausse, confirmant que nous touchons mieux notre cible de visiteurs engagés, prêts à investir dans leur découverte du territoire.
- Clientèle internationale : si nous accueillons 19% d'étrangers sur l'année, cette proportion monte à 21% d'avril à octobre, avec une forte présence nord-européenne.

CHIFFRES SAISON



70 964 visiteurs
-14% vs 2024

juillet

32 033 visiteurs
-11%

août

38 931 visiteurs
-17%



7 121 appels
(nouvel outil de comptabilisation des appels : pas de comparaison possible vs 2024)

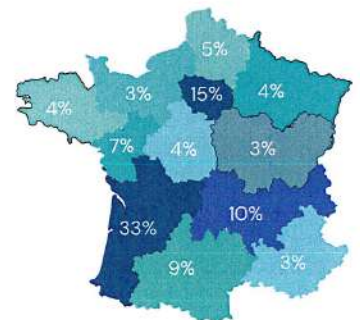
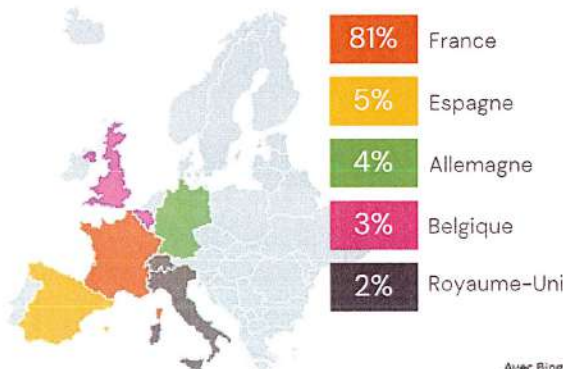
juillet

3 416 appels

août

3 705 appels

ORIGINES GÉOGRAPHIQUES



Tourisme suite

SATISFACTION CLIENTÈLE (source : Fairgusto)

Envoyé en préfecture le 11/03/2026

Reçu en préfecture le 11/03/2026

Publié le

S²LOW

ID : 033-439504960-20260306-2026030604-DE



- réponse systématique aux avis
- remarques constructives
- avis positifs motivants



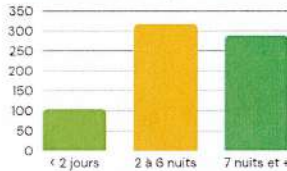
atteignant "50" reflète une forte fidélité et un attachement marqué de nos clients satisfaits, qui seront particulièrement enclins à nous recommander.

NPS calculé sur les avis des 3 dernières années



TPOLOGIE CLIENTÈLE (source : saisie roadbook)

Combien de temps restent-ils ?



Quel hébergement ont-ils choisi ?



Top 10 des demandes du RoadBook :



Commercialisation : boutique

La boutique de l'Office de Tourisme affiche un bilan positif en 2025 grâce à une bonne avant-saison et un été solide, malgré un ralentissement en arrière-saison.

Le chiffre d'affaires, les marges et le panier moyen progressent globalement, bien que le volume des dépenses clients diminuent en été et arrière-saison.

CA ANNUEL
48 048€ TTC

+6% vs 2024

Point fort :

le développement de la gamme de produits priorisant le circuit court et la fabrication en France.

69% de produits origine France
19% des produits origine Europe

MARGE
14 353€ HT
équivalent vs 2024

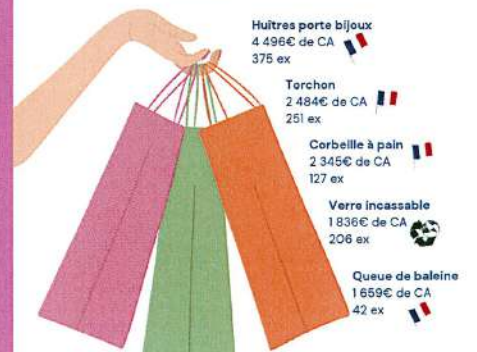
panier moyen
16.70€ TTC
17.06€ en 2024

1.44
Produits par panier
1.44 en 2024

3 012
paniers
2 667 en 2024

diversité offre
103 références
(équivalent à 2024, mais beaucoup de nouveautés)

Top 5 des ventes en CA



Tourisme

suite

Commercialisation : billet

Envoyé en préfecture le 11/03/2026

Reçu en préfecture le 11/03/2026

Publié le visites

S'LOW

ID : 033-439504960-20260306-2026030604-DE

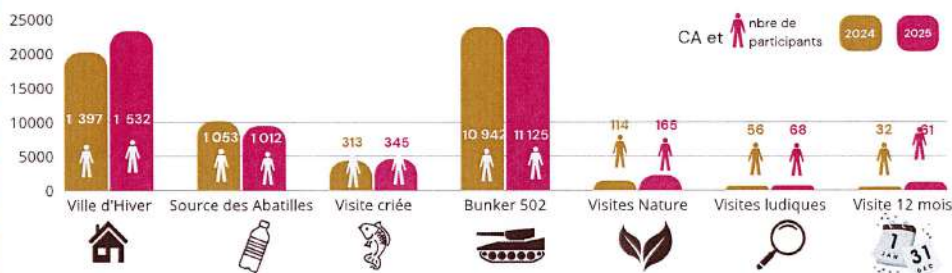
CA ANNUEL 62 752€ TTC +8% vs 2024

MARGE 32 943€ TTC +8% vs 2024

Les chiffres des visites guidées montrent en 2025 :

- une croissance globale de la fréquentation et du CA
- une rentabilité en hausse
- un été dynamique, moteur principal de la saison
- une bonne résistance en après-saison, qui témoigne d'une demande plus étalée dans le temps.

Le seul point faible reste l'avant-saison, en retrait sur les deux offres (Bunker + visites guidées). Toutefois, la progression estivale compense largement ce démarrage timide.



Commercialisation : autres produits

Billetteries pour le compte de prestataires

Ciné conférences : **16 322€ TTC**
Concerts : **4 985€ TTC**
Pass bus Baïa : **36 863€ TTC**
Salon Nautique : **352 599€ TTC**

Service de mise en ligne des locations

Particuliers : **4 680€ TTC**
Professionnels : **750€ TTC**

Service aux pros

Régie publicitaire : **4 882€ TTC**

Commercialisation groupes – service réceptif

CA 2025 251 039€ TTC **-13%** vs 2024

MARGE NET 45 308€ HT **-11%** vs 2024

19% de marge nette

Afin de répondre aux attentes des clientèles désireuses de découvrir et de séjourner sur le territoire, Arcachon Expansion s'appuie sur un service réceptif intégré. À ce titre, la chargée de mission conçoit et commercialise des visites, circuits et séjours à destination des clientèles « groupes », des clientèles « individuelles » à travers des offres clé en main, ainsi que des clientèles « affaires », en étroite collaboration avec les professionnels partenaires du territoire.

Inscrit dans la stratégie globale de l'Office de Tourisme, le service réceptif s'appuie sur un cahier des charges précis encadrant le choix des produits et des fournisseurs, garantissant un haut niveau de qualité et de cohérence de l'offre.

Tourisme suite

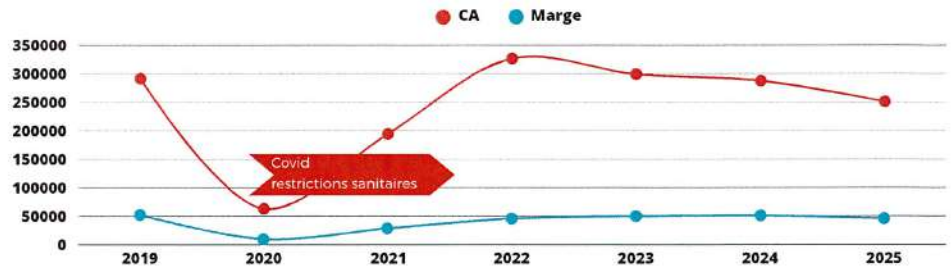
Dans un contexte économique et concurrentiel, le service connaît toutefois, d'année en année, une érosion progressive du chiffre d'affaires. Celle-ci s'explique notamment par la baisse du pouvoir d'achat des clientèles et par la hausse continue des coûts d'achat auprès des fournisseurs, qui pèsent durablement sur l'équilibre économique du service.

Envoyé en préfecture le 11/03/2026

Reçu en préfecture le 11/03/2026

Publié le

ID : 033-439504960-20260306-2026030604-DE



Analyse de la concrétisation des dossiers

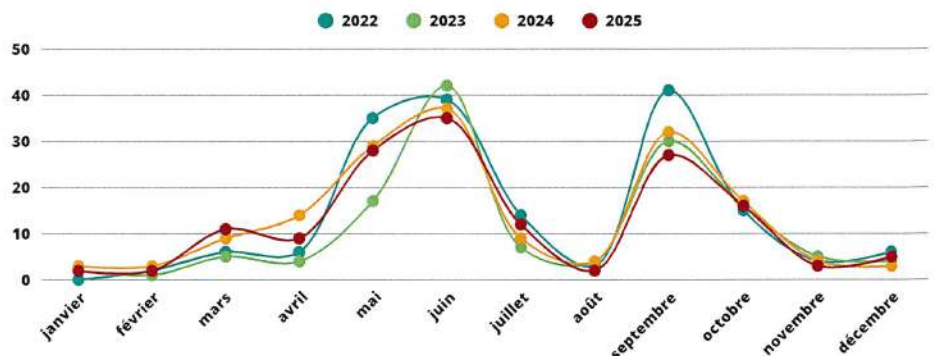
Nombre de dossiers confirmés par année :



La baisse du nombre de dossiers est cohérente avec la baisse du CA. Elle n'est pas compensée par une hausse suffisante du panier moyen, puisque le CA recule plus fortement que le volume. Le service a donc fonctionné en 2025 avec moins de dossiers, et des dossiers globalement un peu moins générateurs de chiffre.

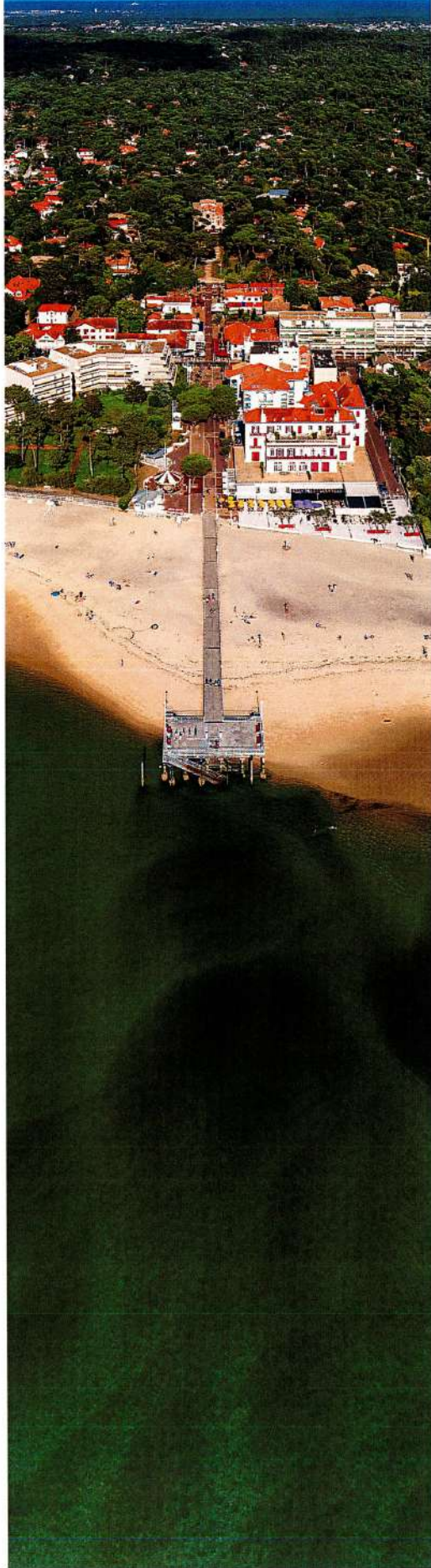
Le modèle demeure économiquement viable, toutefois le niveau d'activité atteint en 2025 appelle une vigilance accrue. Dans ce contexte, une réflexion stratégique sur le positionnement et les modalités de commercialisation a été engagée au cours de l'année, afin de déployer et d'éprouver une nouvelle approche dès 2026.

Activité du service réceptif par nombre de dossiers



Tourisme

suite



Analyse de l'activité et la typologie clients

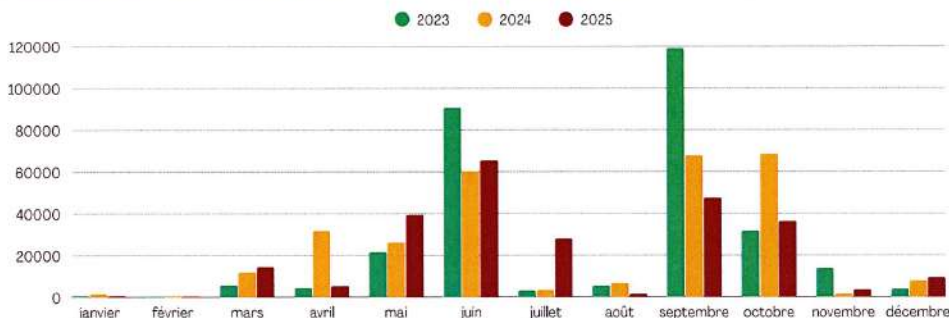
Envoyé en préfecture le 11/03/2026

Reçu en préfecture le 11/03/2026

Publié le

ID : 033-439504960-20260306-2026030604-DE

Valeur de CA enregistré mensuellement

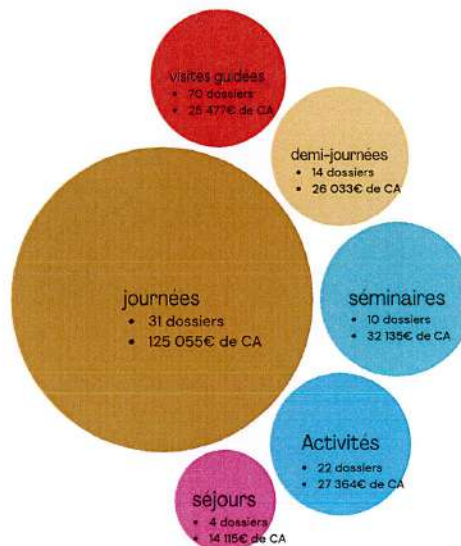


Les chiffres mensuels révèlent plusieurs points :

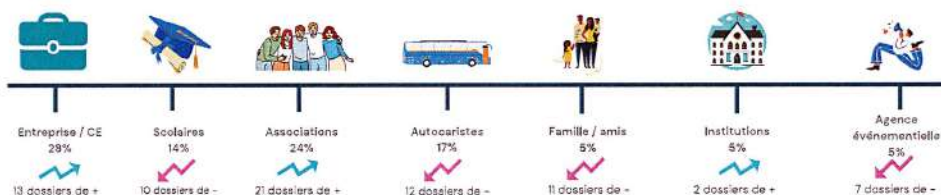
- Le mois d'avril représente la contre-performance majeure de l'année avec un recul net par rapport à 2024
- La période mai-juin affiche une certaine résilience : mai progresse même légèrement, tandis que juin, bien que solide, demeure sous le seuil de 2023
- Le traditionnel rebond d'automne fait défaut : la baisse de septembre ne trouve pas de compensation en octobre
- La fin d'année connaît une embellie relative en novembre-décembre, l'activité restant néanmoins toujours très contenue sur la fin d'année

Sectorisation des dossiers et de leur chiffre d'affaire :

- les formats les plus nombreux (visites guidées) génèrent le moins de valeur
- Les formats les plus rentables (séminaires, séjours) méritent d'être plus exploités
- Les journées portent une grande partie de l'activité à elles seules



Typologie clients (pourcentage de dossiers par typologie)



Le segment B2B (Entreprises/CE) compense partiellement la perte des autres segments, suggérant une réorientation nécessaire vers le corporate.

Répartition du CA par catégorie de produits vendus



La restauration reste le pilier de l'activité, représentant plus d'un quart du CA. Les prestations nautiques et culturelles (bateau + visites = 35%) constituent également un axe majeur.

Tourisme

suite

Service réceptif : actions

Envoyé en préfecture le 11/03/2026

Reçu en préfecture le 11/03/2026

Publié le

ID : 033-439504960-20260306-2026030604-DE

Communication

Actions commerciales

- prospection fichier client en début d'année pour connaître les nouvelles attentes (agences de voyages / autocariste, club / association / entreprise)
- enquête auprès de la clientèle pour connaître les nouvelles attentes et le positionnement sur les cibles principales (segment BtoB)
- démarchage des socio-professionnels du territoire pour de nouvelles collaborations, et renforcer l'image du service

- mise à jour des deux brochures groupes : entreprises et loisirs
- e-mailing réparti sur 2 grandes périodes de l'année, et proposant une sélection de 6 produits de saison (envoi à 1500 adresses clients abouties / 36% de taux d'ouverture / 24% de taux de réactivité).
- mise à jour du module groupe : réflexion aboutie sur une nouvelle arborescence à mettre en place en 2025
- communication du séjour bas carbone : sur le site de Gironde Tourisme + offices de tourisme partenaires + home page de notre site internet
- mention du service groupes dans le magazine touristique

Satisfaction client



Sur 151 dossiers, 16 organisateurs ont retourné un mail de remerciement avec ou sans questionnaire complété soit 10% de retour écrit.

Presse

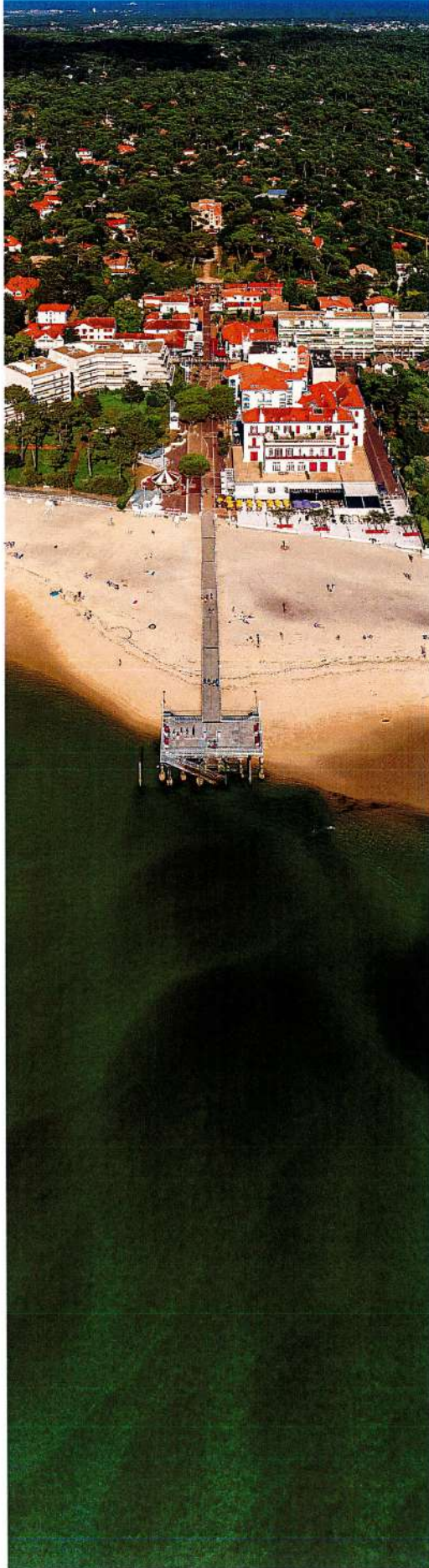
Contactés directement ou par nos partenaires institutionnels (SIBA, Gironde Tourisme, CRT Nouvelle-Aquitaine, Bordeaux Métropole), nous organisons des éductours et accueils presse ciblés en cohérence avec notre positionnement de destination balnéaire quatre saisons.

En 2025, nous avons mobilisé les acteurs locaux pour proposer aux journalistes des programmes d'immersion valorisant l'authenticité du territoire. Ces relations presse renforcées assurent une couverture médiatique qualitative qui contribue au rayonnement et à l'attractivité touristique d'Arcachon..

- France 2 – reportage sur la Ville d'Hiver et le Moulleau
- France 3 (mars 2025) : Émission "Des racines & des ailes" dans la collection "Passion patrimoine" – focus sur les villas balnéaires
- Aussi : TVBA, France Bleu Gironde, France 3 Nouvelle-Aquitaine : Couverture continue tout au long de 2025 avec des sujets sur le patrimoine et l'environnement (émission "on vous emmène").

Tourisme

suite



Envoyé en préfecture le 11/03/2026

Reçu en préfecture le 11/03/2026

Publié le

ID : 033-439504960-20260306-2026030604-DE

Promotion nationale et internationale

internationale S'LOW

La promotion touristique d'Arcachon est basée sur une action globale et territoriale, axée sur l'accompagnement de la politique stratégique du SIBA, mais toujours en partenariat avec les institutionnels de la région : le CRTNA, Gironde Tourisme et Bordeaux Métropole.

CONTRAT DESTINATION BORDEAUX

Marché britannique

Des actions, menées en partenariat avec Atout France, intégrées au dispositif Explore France 2023.



Giant sand dunes, splash parks and cycle paths: discover family-friendly adventure beyond Bordeaux



Campagne BtoC avec The Guardian et Brittany Ferries

- Dispositif Print & Online avec The Guardian
 - 4 doubles pages dans le Saturday Magazine (710 818 exemplaires diffusés en août)
 - 4 articles immersifs en ligne redirigeant vers une landing page Brittany Ferries
 - Résultats online : 19 millions d'impressions, 49 186 visiteurs uniques, 57 944 pages vues

Performance notable : L'article le plus lu portait sur Arcachon : "Giant sand dunes, splash parks and cycle paths: discover family-friendly adventure beyond Bordeaux" avec 25 632 visiteurs

Landing page intemporelle

- Page dédiée sur le site Brittany Ferries centralisant :
- Informations pratiques d'accès via liaisons maritimes
- Contenu sur chaque destination dont Arcachon
- Présentation de l'offre ferries + séjours
- Visibilité pérenne au-delà de la campagne

Campagne Social & Display avec Brittany Ferries

- Volet Social – du 12 septembre au 5 octobre
 - Ciblage : couples actifs/retraités hors saison (sud de l'Angleterre)
 - Carrousel 1 avec Arcachon en visuel principal : 1,5 million d'impressions, 303 réservations de ferry
 - Résultats globaux : 2,4 millions d'impressions, 4 236 clics, 507 réservations

CONTRAT DESTINATION CÔTE ATLANTIQUE

Relations presse

Multi-marchés

Des actions mutualisées avec le SIBA, également partenaires du Contrat Destination Côte Atlantique

- 70 retombées médiatiques (vs 84 en 2024)
- 14 communiqués de presse (4 dédiés + 10 mutualisés)
- Participation à la tournée médiatique Atout France en Allemagne (Munich et Düsseldorf) : 18 médias rencontrés
- Participation au workshop "Art de vivre et gastronomie" à Amsterdam : 15 médias touchés

Marché

Belgique flamande

- Campagne digitale – Meta Gîtes de France : 1,27 million de vues, 25 850 clics

Marché

Pays-Bas

- Action publi-rédactionnelle sur portail ACSI Free Life (hôtellerie de plein air) : 167 000 impressions

Marché

Allemagne

- Campagne digitale sur 4 médias (partenariat Atout France)
- 1,9 million d'utilisateurs touchés
- Préparation early booking 2026
- Site web allemand : 132 000 visites (-12% vs 2024)

Autres actions

valorisées

- Accueils de presse : The Holland Herald, Rettig/MSV Verlag, Golf Magazin
- Coopération blogueurs : Weltreize & Nikolos Reiseblog
- Étude de sensibilité de la clientèle néerlandaise au tourisme durable



OCA

Envoyé en préfecture le 11/03/2026

Reçu en préfecture le 11/03/2026

Publié le

ID : 033-439504960-20260306-2026030604-DE

S²LOW

Office de Commerce et de l'Artisanat

L'OCA L'Office du commerce a continué à fédérer les acteurs économiques et à animer le centre-ville.

L'année 2025 confirme une dynamique positive et une offre commerciale plus visible.

La piétonnisation

Pour mettre en valeur le centre-ville, améliorer le confort des piétons et dynamiser les commerces, la Ville a décidé de rendre le cœur de ville piéton pendant l'été.

Des animations musicales déambulent trois fois par semaine sur ce périmètre, et des décorations ainsi que des photobooths ont été installés à des points clés.

Le dispositif a été mis en place à partir du 5 juillet date d'inauguration du Front de mer et s'est clôturé le 24 août après la braderie.

Animations commerce

Le lancement de saison

Une conférence réunissant près d'une centaine de commerçants a eu lieu le 18 mars à 19h à la Mairie.

Moment d'échange et de convivialité autour de Pierre Eloy, conseiller stratégique et opérationnel de commerçants, pour une intervention dédiée à la qualité de l'accueil des visiteurs, suivie d'un partage avec la salle sur les préoccupations des commerçants.

La soirée s'est terminée autour d'un cocktail servi dans la Halle d'Arcachon par les commerçants du marché.



**Le Rendez-Vous
du Commerce
et de l'Économie**
Arcachon, tous acteurs
d'une saison réussie !

18 Mardi 19h Salon d'honneur
Mairie de la Ville

Yves Foulon
Maire d'Arcachon
a le plaisir de convier les commerçants, hôteliers,
artisans et acteurs économiques de la Ville à un
moment d'échange et de convivialité.

• Partagez des expériences et des initiatives
innovantes

• Découvrez les nouveautés de la saison estivale
2025 et les animations mises en place pour
dynamiser la ville.

• Échangez sur votre quotidien et les enjeux de
votre métier

Programme

18h : Accueil des participants

18h15 : Ouverture par Yves Foulon

18h30 : Intervention de Pierre Eloy

Conseiller stratégique et opérationnel des professionnels

20h : Conclusion et échanges avec la salle

20h30 : Apéritif aux Halles d'Arcachon

Merci de confirmer votre présence avant le 10 mars

en cliquant ici ou au 06 35 04 72 62

Mairie d'Arcachon

OCA

Suite

Les braderies et déballages

Les braderies, évènements importants pour les commerçants et la Ville, ont été organisées avec des commerçants non sédentaires, en février et août 2025

Deux week-end de déballage ont été organisés en juin et en novembre pour permettre aux commerçants arcachonnais de déstocker en extérieur pendant 3 jours.

Le service Occupation du Domaine Public a été associé à l'organisation de la braderie d'été ce qui a significativement simplifié l'installation des commerçants non-sédentaires. La décision a été prise d'amplifier le travail de collaboration entre l'OCA et l'ODP pour les prochaines braderies, et de réaliser le recrutement et le placement des commerçants non-sédentaires sans sous-traitance

Ces évènements sont des moments forts et essentiels commercialement.

Les forum commerçants

Le 5 décembre 2025, s'est tenu un séminaire réunissant près de 80 commerçants au Palais des Congrès.

Plusieurs thèmes ont été abordés comme la cybercriminalité et les difficultés d'entreprises, avec des intervenants spécialistes. Des réponses concrètes ont été apportées aux commerçants concernant la pose d'enseigne ou les modifications de façade en général.

Les formations

Dans le prolongement du Forum de 2024 qui avait pour thème l'Intelligence Artificielle, deux ateliers ont été mis en place en mars 2025 avec Frédéric Ruault, expert de l'IA.

- Boostez votre communication avec ChatGpt & Canva, Optimisez vos réseaux sociaux en un clin d'œil
- Chat Gpt pour gagner en efficacité, en temps et en client

Réunissant 12 commerçants, chaque atelier a abordé de façon très pratique l'utilisation de l'intelligence artificielle.



OCA

Suite

Le marché d'Arcachon

Envoyé en préfecture le 11/03/2026

Reçu en préfecture le 11/03/2026

Publié le

S'LO

ID : 033-439504960-20260306-2026030604-DE

En 2025, l'OCA a continué son accompagnement des commerçants du marché et auprès du délégataire pour développer l'attractivité du marché.

Au delà des traditionnelles soirées tapas, les commerçants ont aussi organisé une soirée de diffusion de la finale du Top 14 de rugby en juin qui a connu un fort succès auprès du public

Le délégataire a également mis en place un marché des producteurs en novembre en partenariat avec la chambre d'Agriculture de Gironde . Une quinzaine de producteurs locaux ont participé. Les clients étaient au rendez-vous pour cette offre différente et attractive.

Association des commerçants

L'OCA a accompagné dans le cadre du dispositif 1 euro/ 1 euro les associations de commerçants qui ont proposé des animations tout au long de l'année.

- l'association Arcachon Plein Coeur
- l'association des commerçants du marché d'Arcachon
- l'association A l'aiguillon
- l'association Arcachon Bonjour.

Cette dernière a été récompensée par la CCI Bordeaux Gironde pour l'organisation de son loto guinguette en juin 2025..



Veille sur les locaux vacants

L'OCA assure une veille sur les locaux vacants et les commerces à céder. L'objectif est de maintenir le taux de vacance commerciale au plus bas et d'anticiper au mieux l'arrivée de nouveaux commerces sur la Ville.



PDC

Envoyé en préfecture le 11/03/2026

Reçu en préfecture le 11/03/2026

Publié le

ID : 033-439504960-20260306-2026030604-DE



S²LO

Palais des Congrès

Orientations et contexte : un maintien des volumes avec une sécurisation des dossiers récurrents et une meilleure performance des activités

- Nous constatons l'atteinte d'un seuil d'activité, avec un volume réalisé très proche de 2023 et 2024, mais avec une part de clients récurrents plus importante (28% contre 21% en volume du CA en 2024). Le segment des entreprises a eu tendance dès début 2025 à se resserrer avec des options non confirmées et des projets finalement reportés ou annulés.
- Un chiffre d'affaires global qui dépasse 1 600 000 euros
- Le chiffre d'affaires généré par les prestations de services a augmenté de +5% par rapport à 2024, alors qu'on observe un volume de mise à disposition d'espaces en légère baisse par rapport à l'année passée. Les apports d'affaires et redevances ont augmenté de +5%.
- Une optimisation du locatif avec moins d'espaces occupés mais plus de prestations externes vendues. Il y a donc une performance accrue des événements accueillis avec une capillarité plus forte, des événements qui se déploient sur multi-sites et des retombées économiques plus grandes sur la destination. Exemples : BEL/LNA SANTE (soirées au Marché d'Arcachon et autres restaurants locaux) et une occupation plus importante de la salle du Tir au Vol (11 fois contre 5 en 2024).
- Le double positionnement sur le segment BtoB des « congrès régionaux et nationaux » et du corporate (séminaires, conventions, workshops...) continue de nourrir la filière touristique et événementielle en termes de retombées et de valeurs ajoutées, et tout particulièrement les prestataires touristiques (hôtellerie, restauration, commerces de proximité). Le principal levier reste les congrès grâce à une durée du séjour plus longue et des tailles d'événements plus conséquentes.

Un engagement toujours plus important dans la RSE

- 2025 était l'année 2 de l'audit de suivi de la certification ISO 20121 Système de Management Responsable obtenu en 2024 pour les activités événementielles, qui vient conforter l'engagement de tous les collaborateurs dans l'attention portée à l'impact positif de leurs activités, assortie de formations notamment sur la communication responsable et l'inclusion.
- En avril 2025, la ville d'Arcachon a obtenu le label Destination Innovante et Durable piloté par Arcachon Expansion et porté avec des partenaires locaux (Le Syndicat Intercommunal du Bassin d'Arcachon, La ville d'Arcachon, le Port d'Arcachon, Ecotours, Hôtel Thalazur, Restaurant le Patio).

Les chiffres clés

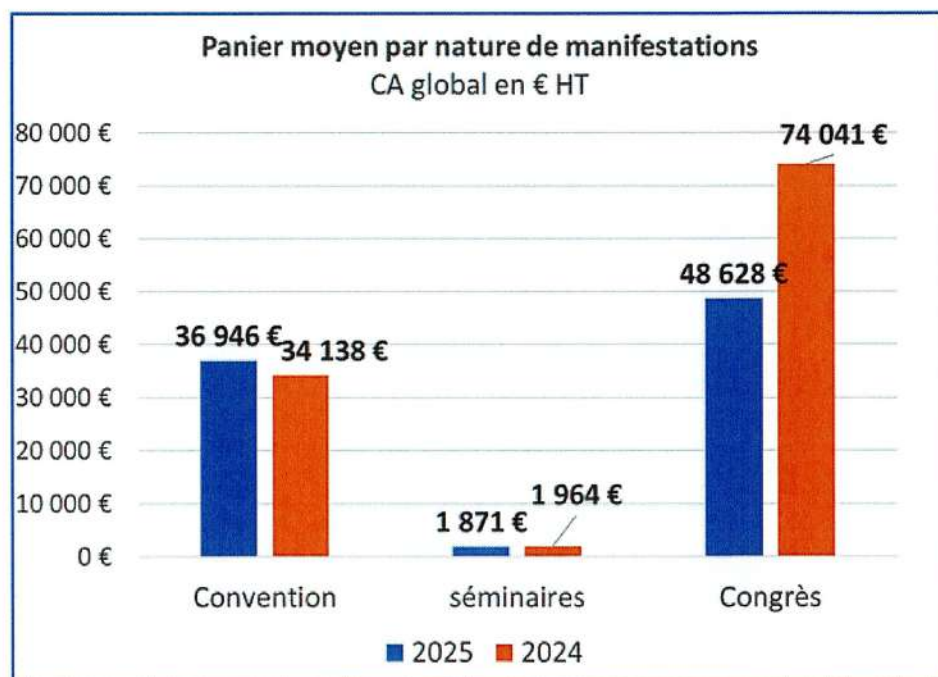
- Dépassement des objectifs commerciaux en 2025 : +11% en locatif, + 9% en prestations de services et +11% d'apport d'affaires.
- 44 % sont issues d'actions directes de prospection commerciale contre 8% en 2019.
- 34% sont des colloques/conférences, 33% sont des congrès, 21% des conventions
- 89% sont des évènements de plus de 100 personnes

Activités 2025

- 76 dossiers accueillis pour 13810 visiteurs
- Augmentation du panier moyen 21 213 € HT/ manifestation en 2025 contre 17 521 € HT en 2024.
- Plus de de la moitié du chiffre d'affaires est représenté par des manifestations de plus de 250 personnes

Les typologies d'événements accueillis

Importance de l'accueil des évènements dits « congrès » dans le CA HT du Palais des Congrès :



PDC Suite

Envoyé en préfecture le 11/03/2026

Reçu en préfecture le 11/03/2026

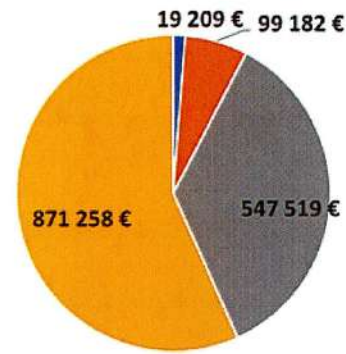
Publié le

S²LOW

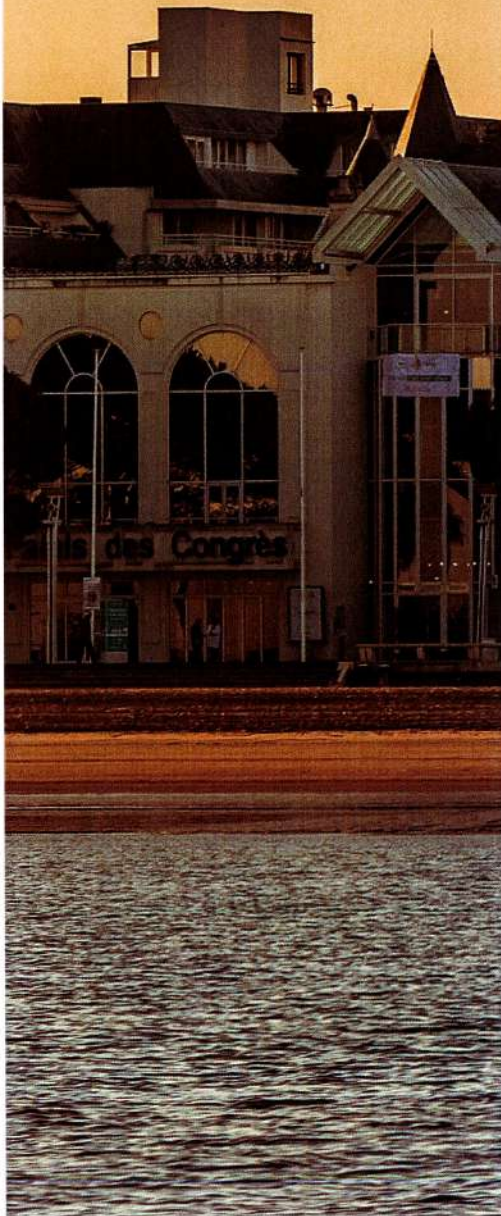
ID : 033-439504960-20260306-2026030604-DE

Répartition du CA 2025 par nombre de participants

En % du CA des dossiers confirmés



- Moins de 50 participants
- de 51 à 100 participants
- de 101 à 249 participants
- de 250 à 900 participants



Avril 2025 - 200 personnes - international - Soirée au Tir au Vol Conférence européenne sur la restauration des herbiers marins

Deux cents scientifiques européens ont échangé sur leurs travaux de restauration des herbiers marins. Une conférence organisée par l'association ESRA (European seagrass restoration alliance), avec le soutien du Parc naturel marin du Bassin d'Arcachon.

Mai 2025 - 300 personnes -international - Soirées au Tir au Vol et Marché d'Arcachon

Conference on Flight Vehicles, Aerothermodynamics and Re-entry Missions Engineering

Lors de cet événement organisé par l'Agence spatiale européenne (ESA) en collaboration avec d'autres agences spatiales mondiales et partenaires institutionnels, dont l'association HyFAR-ARA (HyFAR-ARA), le CNES, le CEA et le Deutsches Zentrum für Luft und Raumfahrt. (DLR), les participants ont présentés leurs dernières conceptions architecturales, analyses et évaluations techniques. Les domaines abordés sont l'ingénierie des véhicules spatiaux, la physique du vol, l'aérodynamique, la thermodynamique et l'ingénierie de la dynamique des fluides pour le transport spatial, la (r)entrée atmosphérique et les véhicules d'exploration.

Juillet 2025 - 170 personnes - national

Séminaire Office Français de la Biodiversité - Outre-mer

Organisé pour raconter les territoires ultramarins et travailler à des solutions de résilience, au bénéfice de la biodiversité et des habitants dans les Outre-mer.

Octobre 2025 - plus de 5000 personnes- régional

Arcachon Game Show

2ème édition de l'**Arcachon Game Show**, rendez-vous du Jeu Vidéo, Esport et Pop Culture, avec au programme un espace Gaming avec de nombreux exposants, des tournois, des animations Intergénérationnelles, des rencontres, conférences et ateliers, le tout ouvert au public.

Août 2025 - 250 personnes - national

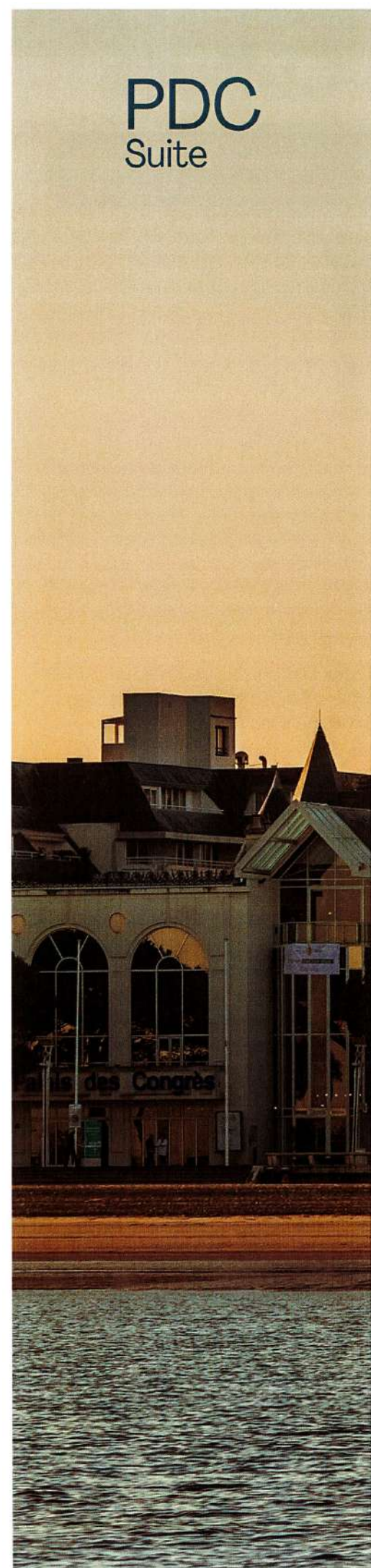
Convention UPSA

Cet évènement a rassemblé 250 collaborateurs en fin d'été avec au programme une soirée au tir au Vol et une soirée au Marché d'Arcachon.

Fin novembre 2025 - 220 personnes - national

Universités d'automne - GITES DE FRANCE

Un temps de travail propice aux échanges et à l'établissement des orientations du réseau. 80 départements étaient représentés par plus de 200 participants soit environ 1/3 des collaborateurs ; le Bassin d'Arcachon, plus grand territoire de la Gironde pour Gîtes de France. L'audit de suivi année 1 de la norme ISO 20121 obtenu par le Palais des Congrès en 2024, s'est déroulé durant cet évènement.



Saison Culturelle



- L'année 2025 confirme la dynamique particulièrement intense de l'ensemble des activités déployées par Arcachon Culture et en particulier par le Théâtre Olympia, scène conventionnée d'intérêt National dont la convention a pris fin le 31 décembre 2024.
- Le nouveau projet a fait l'objet d'une longue concertation avec la DRAC tout au long de l'année. La demande officielle de renouvellement de l'appellation du Théâtre Olympia a été transmise en décembre.
- La richesse, la diversité et la qualité des projets ont suscité un intérêt croissant des publics. Avec une cinquantaine de spectacles en danse, cirque, théâtre et musique ainsi que le Festival Cadences, la saison 2025 a attiré plus de 30 000 spectateurs dont environ 5000 scolaires.
- Nous avons également constaté une augmentation notable du nombre de spectateurs venant bien au-delà du bassin d'Arcachon, preuve d'une curiosité grandissante pour notre programmation.
- En plus des rendez-vous incontournables comme le festival de musique de chambre en avril et le festival Cadences en septembre, l'événement « Arcachon Jazz festival » qui s'étend sur 3 jours connaît une montée en puissance et s'affirme comme un rendez-vous incontournable de fin d'année.
- Le travail initié en 2021 avec la création du comité de coopération pour répondre au volet territorial de notre label continue de porter ses fruits. En 2025, le nombre de communes du bassin s'associant à nos côtés dans le développement notamment de projets chorégraphiques ne cesse de croître.
- Pour améliorer encore un peu plus la cohérence des différentes programmations avec les lieux les plus proches, nous avons animé pour la deuxième année consécutive un « comité de pilotage » avec la ville de Gujan. Cette collaboration nous permet de mieux travailler sur les différents projets et calendriers pour les saisons futures. La Ville de La Teste montre toujours son intérêt pour intégrer ce comité.
- De nombreux artistes de notoriété ont été invités au Théâtre Olympia dans l'année 2025 confortant ainsi la notoriété du lieu mais aussi l'accueil de belles découvertes qui lui permet de s'affirmer comme un lieu fédérateur et audacieux.
- Les tarifs sont restés également très accessibles en direction de tous les publics, malgré la création en 2025 d'un tarif hors catégorie pour accueillir les artistes de grande notoriété. Nous œuvrons sans relâche pour que le Théâtre Olympia soit un lieu d'accueil, d'expression et de dialogue, reflétant la diversité et la richesse de notre territoire.

Culture

suite

Résidences – Médiation

Envoyé en préfecture le 11/03/2026

Reçu en préfecture le 11/03/2026

Publié le



ID : 033-439504960-20260306-2026030604-DE s

- En 2025, le Théâtre Olympia a continué de proposer aux scolaires du territoire les propositions de spectacles en temps et hors temps scolaires. Le travail de l'équipe de médiation a permis en 2025 d'accueillir 2829 spectateurs en abonnements scolaires et près de 2201 jeunes.
- Des ateliers de pratique pour le Théâtre et la danse se poursuivent tout au long de l'année. Des rencontres pour mettre en perspectives les spectacles de la saison ont aussi souvent été organisés.
- A l'issue de certains spectacles des « bords de plateau » ont aussi été organisés. Notamment pour le public scolaire qui a fréquenté de nombreuses soirées.
- Les propositions de programmation en temps scolaire ou à tarifs préférentiels en soirée sont destinées à l'ensemble des établissements scolaires du bassin d'Arcachon.
- Cette année encore des ateliers en direction des pratiques amateurs ont été proposés, une vingtaine d'heures en direction d'élèves du Conservatoire de danse de Bordeaux, PESMD, enfants du centre social et écoles de danse.
- Nous accueillons régulièrement des associations culturelles locales, des écoles de danse ainsi que des actions ponctuelles coorganisées avec les écoles de musique, écoles de chant pour leurs propositions artistiques.

Festival Cadences

Le festival poursuit son développement au niveau national ! Le Festival Cadences a fermé ses portes, dimanche 23 septembre 2025 après la représentation de la CIE AMALA DIANOR « Dub ».

Le public a largement répondu présent et s'est enthousiasmé pour la programmation de cette 23ème édition.

Cette année a été marquée par le déploiement du Festival qui continue d'étendre son rayonnement sur le territoire. Un seul but : promouvoir la danse sous toutes ses formes. Des compagnies aux styles et écritures aussi riches que variées se sont produites en plein air devant plus de 15 000 festivaliers. La fréquentation démontre l'intérêt grandissant du public pour Cadences qui confirme plus que jamais son ancrage territorial.

13 lieux ont accueilli les escales chorégraphiques :

Andernos-les-Bains (250 spectateurs), Audenge (300 spectateurs), Biganos (150 spectateurs), Lège-Cap-Ferret (200 spectateurs), Mios (250 spectateurs), Marcheprime (150 spectateurs), Le Teich (200 spectateurs), Saint Jean d'Illac (100 spectateurs), Gujan-Mestras (650 spectateurs), La Teste de Buch (500 spectateurs), Le Bouscat (300 spectateurs), Bordeaux (1100 spectateurs).

Le public était nombreux dans les rues d'Arcachon pour assister aux spectacles des 12 écoles de danse du Bassin qui participent au Festival.

Les principaux chiffres :

- 8 500 billets vendus
- 8 jours de festival
- 20 compagnies
- 76 % de taux de fréquentation au Théâtre Olympia et 80% au Théâtre de la Mer
- 7000 spectateurs dans les rues
- 210 artistes
- 40 bénévoles
- 12 écoles de danse

Culture

suite

Envoyé en préfecture le 11/03/2026

Reçu en préfecture le 11/03/2026

Publié le

S²LO

ID : 033-439504960-20260306-2026030604-DE

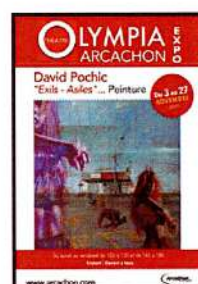
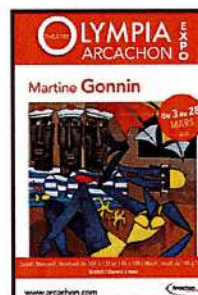
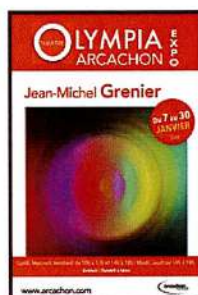
Mécénat

Le Fonds de Dotation Culturel d'Arcachon a donné mandat à Arcachon Expansion pour gérer un don de 59 755€ dédié à la programmation du Théâtre de la Mer et des actions sur le territoire durant le Festival Cadences 2025. Cette mission a été confiée à Arcachon Culture

Exposition au Théâtre

9 expositions d'artistes locaux ont été organisées au Théâtre Olympia

- Janvier : Jean-Michel Grenier
- Février : Dominique Dorié
- Mars : Martine Gonnin
- Avril : Nathalie Vareille Sorbac
- Mai : Ambre B. (Michèle Bély)
- Septembre : Kate Sparrow & Lucie Llong
- Octobre : M'Do Pomparat
- Novembre : David Pochic
- Décembre : Delphine Portier



Visites d'expositions à Bordeaux

En 2025, deux nouvelles visites clef en main de l'exposition « L'Égypte des pharaons - L'expérience immersive » et « Océan - Immersion dans le monde sous-marin » aux Bassins de Lumières à Bordeaux ont été organisées le 10 mars et le 1er décembre 2025. Cette formule inclut la visite et le transport depuis Arcachon : 80 personnes ont découvert ces expositions immersives monumentales.

La Plage aux Ecrivains

La Plage aux Ecrivains fête ses 20 ans cette année : trente et un auteurs ont été accueillis encore cette année dont l'invité d'honneur était Irène FRAIN. Près de 10 500 visiteurs ont fréquenté l'événement. Partenariat réussi avec la Librairie Générale.

Pour 2026, des auteurs de haut niveau qui font l'actualité seront au programme de la manifestation qui aura lieu le samedi 02 et le dimanche 03 mai !

Le Grand Débat

Le Grand Débat s'est déroulé du 21 au 22 novembre 2025. Animé pour la première fois par la journaliste et musicologue Laure DAUTRICHE, plusieurs personnalités, politologues, écrivains ont rencontré au Théâtre Olympia sur 2 jours plus de 3050 personnes.

Invités cette année : Alain BAUER, Agnès BUZYN, Denis BROGNIART, Marc TREVIDIC et Alain JUPPE. La librairie générale était présente sur place.

Le Grand Débat en 2026 aura lieu vendredi 06 et samedi 07 novembre selon le même format.

Parcours Chorégraphique

L'équipe du Théâtre Olympia n'a cessé de se réinventer afin de proposer la culture « hors les murs ».

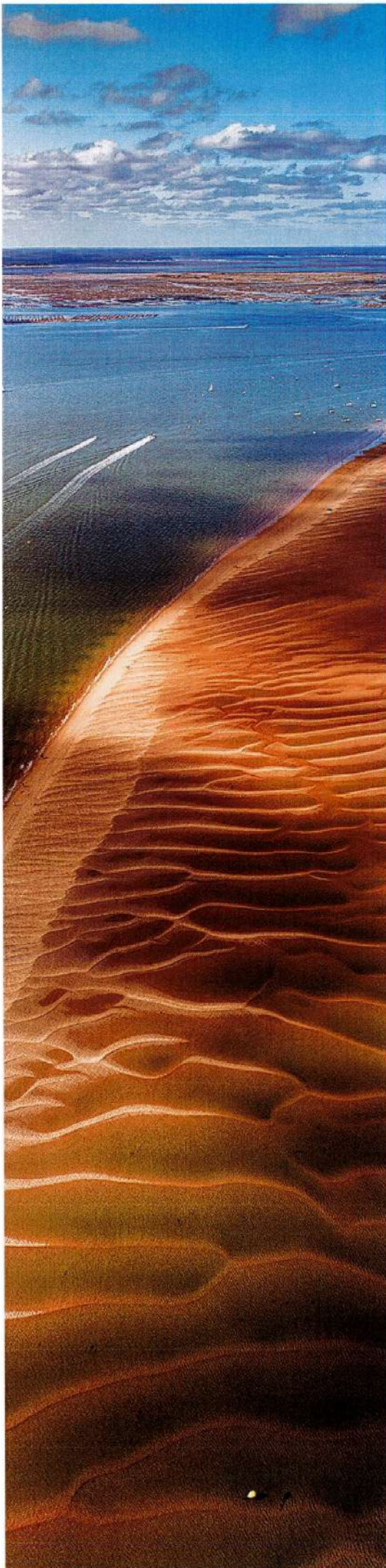
Après le succès de la deuxième édition, pour des cohérences de calendrier et d'homogénéité sur la saison, rendez-vous est pris avec les communes partenaires au mois de janvier 2026. L'ensemble du programme alliant diffusion et actions culturelles sur le territoire a été finalisé en 2025. Le choix s'est porté sur la compagnie S'POART dirigée par Mickael LE MER qui a toujours le souci de casser les codes du hip-hop.

Service Événementiel

L'année 2025 a été, dans la continuité des trois dernières années, particulièrement riche en rendez-vous ayant permis aux Arcachonnais comme aux visiteurs de se divertir tout au long de l'année. Le planning d'animations variées a su toucher tous les publics et tous les âges, tout en poursuivant l'objectif d'attirer une clientèle extérieure. Cette dynamique a permis de générer un flux de visiteurs bénéfique pour la consommation locale et pour l'ensemble des acteurs économiques du territoire.

Parmi les événements phares organisés par le service animation, citons :

- La Fête d'Arcachon
- Le buffet d'huîtres géant
- La Soirée Blanche
- La Fête de la musique
- Les Feux d'Artifices du 14 juillet et du 15 août
- La décoration et l'animation des rues commerçantes dans le cadre de la Piétonnisation estivale du Cœur de Ville
- Les concerts de l'été sur la Place Thiers
- Les traditionnelles Fêtes de la Mer
- La 3ème édition de la Soirée Mauresque
- La 4ème édition de la Plage aux entrepreneurs
- Les journées du Patrimoine
- la 2ème édition de l'Arcachon Game Show
- Arcachon Fête Halloween
- Arcachon Game Show
- Les festivités de Noël
- Les illuminations de la ville
- Tout l'accompagnement administratif et technique aux associations pour la bonne réalisation de leurs événements dont le Comité des fêtes de l'Aiguillon, le Jumping, le CVA dont certaines que nous subventionnons
- La gestion de tous les dossiers événementiels demandant l'utilisation du domaine public, notamment la troisième édition du Marathon d'Arcachon et du Festival Akupana, la Waterman Cup, le Spot Festival, les expositions des Artisans d'art et de la Promenade des Arts, l'action de sensibilisation aux « Gestes qui sauvent », l'accueil de la Grande roue mais aussi les nombreuses « Tournées d'été » dont le Beach Rugby Tour du Groupe Sud-Ouest, les Mini sauveteurs avec la SNSM, la Camion du Livre de poche, la Tournée des plages de la COBAS ...
- La coordination des séances du programme « Arcachon en forme » toutes les semaines, tout au long de l'année



Envoyé en préfecture le 11/03/2026

Reçu en préfecture le 11/03/2026

Publié le

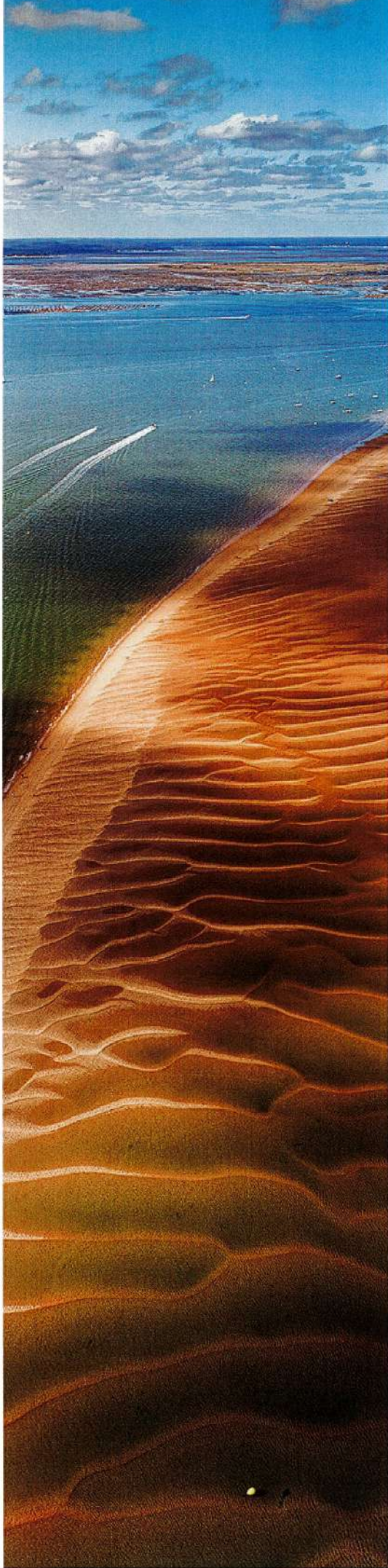
ID : 033-439504960-20260306-2026030604-DE

S²LOW

Service Événementiel

En 2025, Arcachon a vécu deux temps forts marquants. Le 2 mai, son intégration au réseau des Villes Impériales a confirmé la valeur de son héritage du Second Empire et renforcé son positionnement culturel et touristique. Mais c'est surtout le 5 juillet que la ville a connu un moment emblématique avec l'ouverture du nouveau Front de Mer : une transformation majeure pour l'attractivité et la qualité de vie locale. Cette inauguration, célébrée par un programme festif mêlant spectacle de fumigènes, déambulations géantes, animations musicales et la traversée spectaculaire du funambule Nathan Paulin, a symbolisé une nouvelle étape pour Arcachon, affirmant son ambition de modernité, d'élégance et de dynamisme pour les années à venir.

Ces événements sont l'aboutissement d'un travail de collaboration particulièrement transversal, mobilisant non seulement de nombreux partenaires mais aussi la quasi-totalité des services municipaux. Cette coordination étroite permet de renforcer l'image d'Arcachon comme une ville dynamique et accueillante toute l'année, en créant des rendez-vous attendus qui favorisent le partage et la convivialité. En 2025, le service animation s'est inscrit pleinement dans cette démarche en développant de nouvelles initiatives et en imaginant des temps forts inédits, participant ainsi au rayonnement culturel et à l'attractivité de la ville.



La création de nouveaux

2 mai Ville Impériale

Le 2 mai 2025, Arcachon a rejoint le cercle des Villes Impériales. Ce label met en lumière les communes dont l'histoire reste profondément marquée par le Second Empire. Il vient consacrer la richesse patrimoniale, architecturale et historique d'Arcachon, tout en renforçant sa visibilité nationale. L'intégration à ce réseau a donné lieu à un événement fédérateur qui a rassemblé habitants, acteurs culturels et visiteurs autour de l'héritage impérial de la ville. Ce moment fort a également permis de mettre en valeur la politique patrimoniale engagée par la municipalité et d'ouvrir de nouvelles perspectives d'échanges, de coopération culturelle et de rayonnement touristique.

La journée du 2 mai et les nombreuses activités proposées ont rencontré un franc succès. De mai à septembre, de nombreuses animations autour de cette thématique ont été mises en place par les associations patrimoniales arcachonnaises jusqu'aux Journées du Patrimoine.



5 Juillet Inauguration du nouveau Front de Mer

Le 5 juillet 2025 le nouveau Front de Mer s'est ouvert au public.

Cette métamorphose élégante et durable a été célébrée à travers un programme d'animations festives au fil de l'eau, pensé pour tous les âges : un discours inaugural sur la Place Thiers suivie d'une animation inédite sur la Jetée Thiers avec des fumigènes déployant les couleurs du drapeau d'Arcachon.

Des déambulations de poupées géantes hautes en couleurs, le funambule Nathan Paulin qui a relevé le défi de relier la Jetée Thiers et la Jetée Pierre Lataillade en équilibre au-dessus du Bassin, ainsi que de nombreuses animations musicales tout au long de la journée.

Ce type d'événement pose les bases d'une nouvelle dynamique pour Arcachon, en renforçant son attractivité, en installant de nouveaux repères festifs et en ouvrant la voie à des projets futurs qui continueront de valoriser le front de mer et de fédérer la population.



L'organisation des événements récurrents



Toute l'année Arcachon en forme

Arcachon en forme connaît un succès toujours grandissant.

Au programme : tai-chi, yoga, footing, remise en forme, marche aquatique l'été et marche nordique l'hiver

7 cours et environ 350 personnes par semaine

Cette année, pour la première fois, des cours ont également eu lieu au Parc Mauresque.

22 mars Fête d'Arcachon

À l'occasion de la fête patronale, une journée d'animations a rythmé les rues commerçantes du Centre-ville et des quartiers, mêlant artistes de rue et rendez-vous musicaux. La journée s'est achevée par une grande soirée sur la Place des Marquises, avec tapas, concert, mapping inédit sur la façade du Résidhome puis DJ set. Plus de 5 000 personnes se sont réunies pour partager un moment chaleureux et convivial.

Octobre/novembre Grande Roue

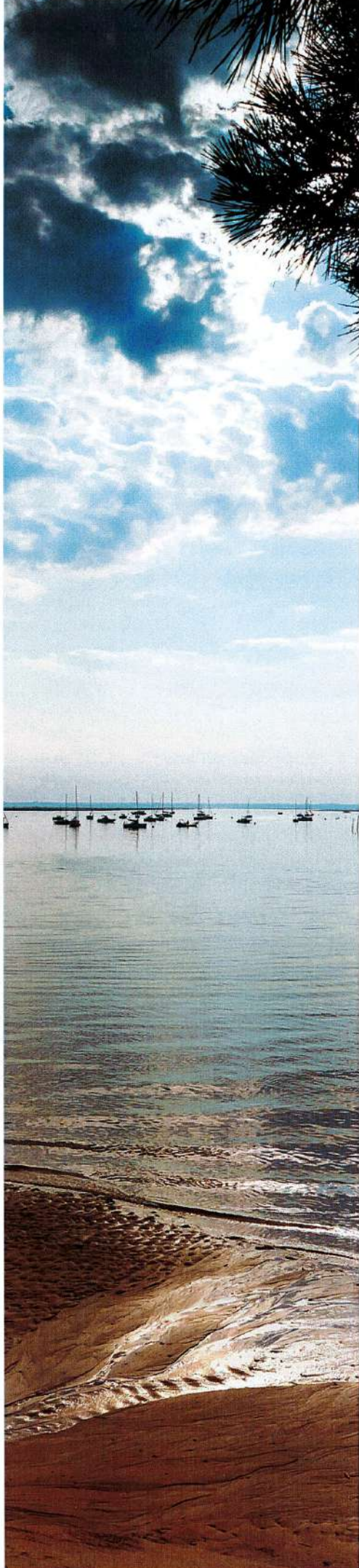
Le service animation s'est chargé de faire revenir la grande roue cette année à l'automne.

3 mai Buffet d'Huîtres

Le traditionnel « Buffet Géant d'Huîtres » a pris place sur le Front de Mer lors de la manifestation littéraire « La Plage aux Écrivains ». Cet instant convivial a marqué le début de la saison en réunissant auteurs, associations, habitants et visiteurs autour des huîtres du Bassin.

13 juin La Soirée Blanche

La Soirée Blanche d'Arcachon a de nouveau investi la plage Pereire pour sa 9^e édition. Face au Bassin d'Arcachon, les participants, tous vêtus de blanc selon le dress code, se sont retrouvés autour d'un grand pique-nique les pieds dans le sable. Dans ce cadre idyllique, l'événement a une fois de plus rassemblé petits et grands dans une ambiance conviviale, festive et chaleureuse.





Evénements récurrents

Envoyé en préfecture le 11/03/2026

Reçu en préfecture le 11/03/2026

Publié le

S'LO

ID : 033-439504960-20260306-2026030604-DE

21 juin

Fête de la musique

Trois concerts ont été organisés cette année : sur le parvis du MA-AT, à l'Aiguillon et sur la Place Thiers.

En complément, de nombreuses animations musicales ont animé les différents quartiers, offrant une ambiance festive et chaleureuse qui a fait vibrer toute la ville le temps d'une soirée.

Tous les vendredis en juillet/août

Concert Thiers

Le service animation programme et organise ces concerts qui se déroulent tous les vendredis soirs de juillet et août.

Des centaines de personnes chaque soir.

Juillet/Août

La Piétonnisation du Centre-ville



Le service animation, en collaboration avec l'OCA a porté le projet de décoration et d'animation des rues dans le cadre de la Piétonnisation estivale du Cœur de Ville avec la programmation d'artistes musiciens, l'installation de l'espace Biblio'Piéto et de nombreux décors « instagrammables » qui ont su surprendre le public et augmenter la visibilité sur les réseaux sociaux.

14 juillet et 15 août

Les Feux d'artifices

En 2025, Arcachon a de nouveau fait vibrer le ciel au rythme de ses feux d'artifice, offrant aux habitants et aux visiteurs de superbes spectacles pyrotechniques à l'occasion des grandes célébrations nationales et des rendez-vous locaux.

Ces animations très attendues ont une fois encore renforcé l'attractivité touristique de la ville et perpétué des traditions festives chères au public. Alliant créativité, prouesses techniques et mise en scène soignée, les shows ont su émerveiller petits et grands, créant des instants de partage et de convivialité qui contribuent pleinement au dynamisme culturel d'Arcachon.



Événements récurrents

14 et 15 août Fêtes de la mer

Les participants, vêtus du traditionnel foulard jaune, qui s'est renouvelé cette année avec deux nouveaux visuels, se sont retrouvés le 14 au soir sur le Front de Mer pour partager un repas dans une ambiance chaleureuse, animée par des fanfares et une soirée DJ sur la plage.

Le 15 août a débuté par la messe en plein air, suivie de la bénédiction de la mer et du défilé nautique. La journée s'est conclue par un feu d'artifice tiré depuis la Jetée Thiers, clôturant en beauté ce rendez-vous incontournable.



11 septembre La Plage aux Entrepreneurs

Cet événement national dédié au « Made in France », est coorganisé avec Origine France Garantie. Il rassemble, tous les ans, au Palais des Congrès, 500 professionnels autour de l'innovation et des savoir-faire français pour favoriser les synergies et offrir aux entrepreneurs inspiration et élan pour la rentrée.



12 septembre La Soirée Mauresque

Une troisième édition réussie pour cet événement dans l'écrin de verdure du parc Mauresque. De la décoration, des tenues chics et élégantes pour un moment de partage en famille et entre amis.

Pique-nique, spectacle et DJ ont rythmé la soirée. Plus de 5 000 personnes ont eu le plaisir de profiter de ce moment hors du temps.



Événements récurrents

20 et 21 septembre

Journées Européennes du Patrimoine

Ces journées sont une nouvelle fois l'occasion de se replonger dans l'histoire de notre ville à travers visites, balades, rencontres, spectacles et conférences. Cette année, la programmation a également mis à l'honneur la thématique "Ville Impériale", Arcachon ayant récemment rejoint ce cercle prestigieux, offrant ainsi un éclairage particulier sur son héritage lié au Second Empire.

25 octobre

Arcachon Fête Halloween

Rendez-vous très attendu auprès des enfants avec ces différentes animations, jeux, et ateliers de cirque, dans le cadre magique du Parc Mauresque.

Une fréquentation toujours grandissante qui tient à son contenu et à son caractère familial.



25 et 26 octobre

Arcachon Game Show

L'Arcachon Game Show, c'est le rendez-vous Jeu Vidéo, Esport et Pop Culture en Nouvelle-Aquitaine, coorganisé avec e-artsup au Palais des Congrès.

!Au programme : des challenges, des animations, des ateliers, des rencontres, des conférences...



Événements récurrents ()

Du 13 décembre au 4 janvier
Noël

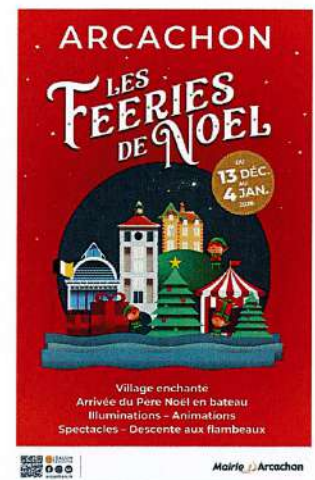
L'ouverture des festivités de Noël a débuté avec l'arrivée du Père Noël en Bac à voile et son traditionnel Bain !
Cette année encore : 2 lieux d'animation !

- **Le Village féérique de Noël / Place des Marquises**

Cette année, une ambiance cirque s'est invitée sur le village de Noël avec des décors et des animations pour petits et grands.

- **Place Thiers**

Avec une vue imprenable sur le Bassin, cette place a accueilli un chalet gourmand et des décors de Noël, offrant aux visiteurs une expérience festive unique.



Dès le 28 novembre 2025, la ville s'est parée de ses plus belles illuminations, transformant Arcachon en un véritable écrin de lumière pour les fêtes de fin d'année.

Le Village de Noël d'Arcachon a su, une fois de plus, émerveiller les visiteurs par sa diversité d'activités et son ambiance féérique, faisant de cette période un moment inoubliable pour tous.

Accompagnement et soutien à d'autres animations

9 mars

La 3ème édition du Marathon

Un événement sportif et un rendez-vous incontournable pour les passionnés de course à pied.

Le tracé a permis aux coureurs de découvrir la diversité architecturale et paysagère de la ville, tout en relevant le défi marathonien.

21 avril, 13 juillet, 15 août

Comité des Fêtes de l'Aiguillon

Accompagnement de l'association dans la reprise de leurs animations incontournables : l'omelette pascale et les traditionnelles sardinades du 13 juillet et du 15 août.

6 avril

Frappadingue

La deuxième édition de cette course à obstacles complètement déjantée a une nouvelle fois conquis Arcachon ! Fort du succès inaugural, l'événement est revenu encore plus dynamique et festif, offrant aux participants une expérience sportive et ludique renouvelée. Cette course unique en son genre a proposé des parcours truffés de défis et d'embûches, permettant à chacun de se dépasser dans une ambiance aussi conviviale qu'explosive.

21 juin

Waterman Cup

La deuxième édition de cet événement sportif éco-responsable a confirmé son ambition de réunir sports de glisse et engagement écologique. Cette année encore, paddle, wingfoil et kayak étaient à l'honneur, avec des compétitions dynamiques et accessibles à tous. L'événement a poursuivi sa mission de sensibilisation à la protection de l'environnement, invitant participants et spectateurs à adopter des pratiques plus respectueuses du littoral et de l'océan.

Du 12 au 15 juin

Jumping des sables



Différentes épreuves de sauts d'obstacles ont lieu au Centre équestre d'Arcachon.

Rendez-vous sur la plage Pereire pour le Derby : l'épreuve mythique et spectaculaire.

Le service animation a fait le relai entre l'association et les différents services de la ville.



Envoyé en préfecture le 11/03/2026

Reçu en préfecture le 11/03/2026

Publié le

ID : 033-439504960-20260306-2026030604-DE



Accompagnement et sou animations (suite)

26 et 27 juin
Spot Festival

Accompagnement de la cinquième édition du rendez-vous des professionnels de la communication audiovisuelle.

5 et 6 juillet
18h à la voile

Accompagnement du Cercle de la Voile dans l'organisation de la célèbre régata de voiliers.

30 août
TransOstrea

Accompagnement du Comité Moulleau Village dans l'organisation d'une nouvelle édition de la traversée du Bassin à la nage.

Juillet/Août
Soirées et Rencontres artistiques de la Promenade des Arts

En soirée, ces expositions reposent sur la réalisation d'œuvres en public par des artistes locaux. Au programme peintures, dessins, portraits qui attirent toujours beaucoup de spectateurs.

Le service animation est le contact privilégié de l'association organisatrice.

Juillet/Août
Artisans Créateurs d'Art Del País

Des artisans locaux viennent proposer leurs créations artisanales diverses et variées. Les lundis, mercredis et vendredis chaque été le long du Front de Mer. Le service animation est le contact privilégié de l'association organisatrice.



Envoyé en préfecture le 11/03/2026

Reçu en préfecture le 11/03/2026

Publié le

ID : 033-439504960-20260306-2026030604-DE

S²LO

Accompagnement et soutien à d'autres animations (suite)

Du 15 juillet au 14 août

Les Gestes qui sauvent

Accompagnement pour une nouvelle édition des ateliers de formation au secourisme proposés au grand public l'été sur la plage.

18 et 19 juillet

Tournée Sud-ouest Beach Rugby

La troisième édition du Beach Rugby d'Arcachon s'est tenue sur la plage Pereire, consolidant cet événement comme un rendez-vous estival majeur pour les amateurs de rugby et de convivialité.

31 août

Akupana

Cet éco festival en plein air se distingue propose des concerts et DJ sets alimentés par un système sonore fonctionnant à l'énergie solaire. Cette approche vise à réduire l'empreinte carbone de l'événement tout en sensibilisant le public à l'importance des énergies renouvelables.

4 et 5 octobre

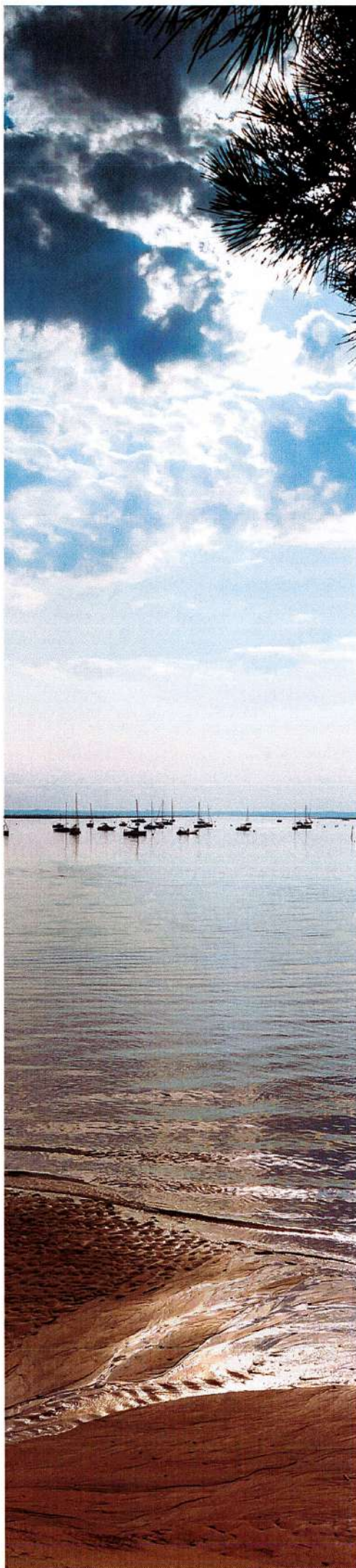
Parcours des Ateliers

Un parcours est proposé lors d'un week-end aux Arcachonnais pour les inciter à pousser les portes des ateliers d'Artistes de la ville.

6 décembre

Téléthon

Un programme riche en animations proposé par les associations arcachonnaises pour une journée sous le signe de la générosité et de la convivialité, sous la Halle du Port de pêche. Le service animation apporte son soutien à la coordinatrice locale pour l'organisation de ce rendez-vous.



Service Communication

Le service communication, entité transversale d'Arcachon Expansion, définit et pilote les stratégies de communication et conçoit l'ensemble des supports pour :

- l'Office de Tourisme,
- l'OCA,
- la Culture,
- le Palais des Congrès,
- l'animation, en lien étroit avec la Ville d'Arcachon pour une partie des actions.

À travers ses actions, Arcachon Expansion poursuit plusieurs objectifs majeurs :

- Dynamiser l'image de la ville,
- Renforcer et faire rayonner la notoriété d'Arcachon,
- Générer des retombées économiques pour le commerce local,
- Accroître la fréquentation des événements,
- Positionner Arcachon comme une destination d'affaires attractive,
- Affirmer Arcachon comme une référence culturelle en matière de danse, en tant que Scène conventionnée nationale « Art en territoire » à dominante danse, reconnue à l'échelle locale, nationale et au-delà.

Com. Tourisme

Envoyé en préfecture le 11/03/2026

Reçu en préfecture le 11/03/2026

Publié le



ID : 033-439504960-20260306-2026030604-DE

Tourisme

Côté tourisme, les actions menées ont



NUMÉRIQUE : SITE WEB

La fréquentation du site www.arcachon.com baisse sensiblement. Référencements, métabalises, mots clés, actualités continuent d'être optimisés en fonction des saisons et des événements.

- **Nombre de sessions au 31/12/2025 : 1 357 694**
- **-32 650 sessions par rapport à 2024 soit -2.35% ce qui est une baisse faible compte tenu :**
 - de l'explosion de l'IA,
 - des mutation des moteurs,
 - de l'évolution des usages. En effet, les internautes recherchent de plus en plus les infos sur les réseaux sociaux et fréquentent donc moins le site.



RÉSEAUX SOCIAUX,



ABONNÉS AU 31/12/2025 : 9.3K FOLLOWERS
soit +24 % par rapport à 2024



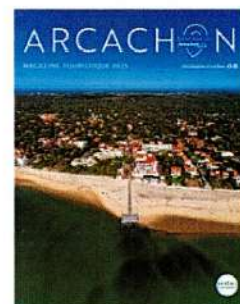
INSTAGRAM : 3022 ABONNÉS AU 31/12/2025
soit +82 % par rapport à 2024



MAGAZINE TOURISTIQUE

Ce magazine a vocation à séduire le lecteur par la qualité des articles, des thématiques présentés et la sélection des visuels. Nous avons choisi un magazine plus intemporel où le contenu n'est pas daté et un renvoi vers notre site internet (via QRcodes) pour les listings de prestataires. Le magazine traite les quartiers de la ville et les types d'expériences.

Tirage : 21 000 exemplaires



PLANS DE VILLE

Un seul format de plan en A3 a été distribué à l'accueil de l'OT et auprès des professionnels du tourisme.

Tirage plan Arcachon seul : 50 000 exemplaires



PRESSE

L'attractivité d'Arcachon auprès des médias ne se dément pas. L'augmentation de sa notoriété se traduit par une hausse des demandes d'accueil presse, d'éductours, de bloggeurs, d'influenceurs du « Tourisme », (life style, voyages....).

Beaucoup d'accueils presse sont gérés en collaboration avec le SIBA. Au-delà des médias traditionnels, nous notons une augmentation du nombre d'accueils d'influenceurs.

ARCACHON THÉÂTRE OLYMPIA

SAISON 2025/26



Les outils de communication créés pour présenter la saison culturelle ont vocation à :

- asseoir le rayonnement du Théâtre Olympia au-delà d'Arcachon,
- mettre la culture à la portée de tous,
- générer des réservations et des abonnements.

PROGRAMME

La plaquette de présentation de la saison culturelle comptait cette année 74 pages. Elle a été éditée à **3 000 ex.** et diffusée aux abonnés du Théâtre Olympia lors de la présentation de saison, dans les points d'accueil municipaux et dans les lieux culturels du territoire ainsi que sur la Métropole.

Nous avons édité également une petite plaquette de 24 pages qui a été imprimée à **50 000 ex** et largement diffusée dans les boîtes aux lettres du Bassin d'Arcachon, Mios, Salles.

FACEBOOK

Nombre d'abonnés au 31/12/2025 : 4 500

soit une augmentation de +9,8 % par rapport à 2024

Le compte présente la programmation ainsi que l'actualité du Théâtre. Afin de d'accroître le taux de remplissage des spectacles, nous programmons des campagnes ads, sur une zone géographique de 80 kms autour d'Arcachon ou plus et sur un public ciblé, pour les représentations dont le taux de remplissage est faible

INSTAGRAM

Nombre d'abonnés au 31/12/2025 : 2 063

soit une augmentation de +41 % par rapport à 2024

CAMPAGNES D'AFFICHAGES ANNUELLES 120X176

Réparties sur le sud Bassin, les **15 faces** du réseau Citiz (ex Clearchannel) mettent en exergue les spectacles dont il faut augmenter le taux de remplissage. Dans cette même logique, nous utilisons également le réseau Decaux de la Mairie d'Arcachon ainsi que le réseau Decaux Bordeaux Métropole lors du lancement de la saison culturelle.

CRÉATION DE FILMS PUBLICITAIRES POUR LE CINÉMA

Création **2 fois dans l'année** d'un film de présentation de la saison culturelle.

- Un premier pour la période, d'octobre à décembre,
- un deuxième qui prend le relais de janvier à avril.

Ils sont diffusés dans toutes les salles des cinémas d'Arcachon et La Teste.

Com.
Culture

Cadences

Envoyé en préfecture le 11/03/2026

Reçu en préfecture le 11/03/2026

Publié le

S²LO

ID : 033-439504960-20260306-2026030604-DE



L'objectif de la stratégie de communication est de :

- renforcer la notoriété du Festival,
- susciter des réservations pour les spectacles du Théâtre Olympia, du Théâtre de la Mer et des villes partenaires,
- mettre en avant la richesse et le dynamisme de la programmation au niveau régional et au-delà,
- développer l'implantation du Festival sur le territoire.



PROGRAMME

Édité à **5 000 exemplaires**, il est diffusé dans les points municipaux, les commerces du Sud Bassin / du Nord des Landes et dans les principaux centres culturels bordelais.



CAMPAGNES D'AFFICHAGE 120X176

- Sur le sud Bassin sur le réseau Clearchannel avec ses **15 faces**,
- Sur le réseau Decaux d'Arcachon,
- Sur le réseau Decaux Bordeaux Métropole (+120 faces) et une dizaine de faces à Paris (réseau Premium de Decaux : Champs Elysées, Opéra...).

Format numérique, diffusion d'un teaser sur les panneaux numériques situées promenade Sainte Catherine, à Bordeaux



DISTRIBUTION D'AFFICHETTES DANS LES COMMERCES

Action menée pour informer le public des dates du Festival et déclencher des réservations.



CRÉATION DE FILM PUBLICITAIRE POUR LE CINÉMA

Création d'un film / teaser de 1 minute diffusé dans toutes les salles des cinémas d'Arcachon et La Teste ainsi que dans toutes les salles de cinéma du réseau groupe Grand Ecran en Nouvelle-Aquitaine.

Com. Culture

Envoyé en préfecture le 11/03/2026

Reçu en préfecture le 11/03/2026

Publié le

ID : 033-439504960-20260306-2026030604-DE



Cadences (suite)



PRESSE

Nous avons renouvelé notre collaboration avec l'agence de relations presse et social media "Overjoyed" sur :

- l'organisation d'une conférence de presse à Paris, au Théâtre Chaillot
- la gestion des relations presse et l'accueil de journalistes lors de l'événement
- le développement de partenariats médias : la Terrasse, Télérama
- la gestion des réseaux sociaux
- la revue de presse
- la gestion des accréditations

Un partenariat a été mis en place avec le SIBA pour organiser l'accueil de journalistes et d'influenceurs durant la durée du Festival



PUBLICITES, PRINT

Junk Page, Sud-Ouest et les publications municipales



PUBLICITES, NUMÉRIQUE

diffusion d'un interstitiel en ouverture de l'application sud-Ouest



FACEBOOK

Nombre d'abonnés au 31/12/2025 : 3 000 abonnés
soit une augmentation de **+3,4 % par rapport à 2024**



INSTAGRAM

Nombre d'abonnés au 31/12/2025 : 1 392
soit une augmentation de **38% par rapport à 2024**

Com. Culture

Envoyé en préfecture le 11/03/2026

Reçu en préfecture le 11/03/2026

Publié le

S²LO

ID : 033-439504960-20260306-2026030604-DE

Expositions temporaires



EXPOSITIONS MENSUELLES DU THEATRE

- Des flyers présentant la biographie et le parcours des artistes sont diffusés au Théâtre
- Communiqués et invitations presse lors de l'inauguration, en présence de l'artiste diffusés à la presse quotidienne régionale, à la presse nationale et spécialisée.



EXPOSITION "ARCACHON VILLE IMPÉRIALE" AU PARC MAURESQUE

Le 2 mai, la Ville d'Arcachon a officiellement intégré le réseau des Villes Impériales, qui distingue les communes dont l'histoire est étroitement liée au Second Empire.

À cette occasion, une exposition inédite a été conçue et réalisée en partenariat avec les associations historiques locales. Installée au Parc Mauresque de mai à octobre 2025, Elle met en lumière les grandes figures de l'histoire arcachonnaise : fondateurs, promoteurs, médecins pionniers des bains de mer, ainsi que les médecins militaires dont l'engagement a durablement marqué l'histoire de la ville.

Com. Palais

Palais des Congrès

Envoyé en préfecture le 11/03/2026

Reçu en préfecture le 11/03/2026

Publié le

S'LO

ID : 033-439504960-20260306-2026030604-DE



DÉVELOPPER LES RELATIONS ET LES PARTENARIATS EN ADHÉRANT À DES RÉSEAUX PROFESSIONNELS DU MICE

- **COESIO** : les rencontres d'affaires de Coesio ont pour objectif des discussions en face à face entre organisateurs et destinations de congrès pour de futurs événements. Participation à l'assemblée générale de COESIO réunissant les destinations francophones de congrès et des organisateurs d'événements.
- **UNIMEV/UMENA**



PRÉSENCE SUR DES SALONS PROFESSIONNELS ET WORKSHOP DANS UNE DÉMARCHE PRO-ACTIVE

- Salon Heavent Meeting à Cannes
- Salon Pure Events à Paris
- Coesio déploie ses ailes



PROSPECTION ET FIDÉLISATION DES CLIENTS GRANDS COMPTES

- Prospection et déplacements régionaux, à Paris et autres régions (objectif : région Rhône-Alpes en juin-juillet 2025),
- Eductour fédérations / associations organisant des congrès + éductours d'agences parisiennes (en collaboration avec le SIBA),
- Repérage clients sur site (associations, entreprises et agences),
- Prospection d'une clientèle médicale (permanence au CHU de Bordeaux pour toucher un public de médecins et professeurs),
- Invitation des clients fidèles grands comptes « Nos ambassadeurs ».



PRINT ET PHOTOS

- Réimpression de la carte postale promotionnelle en remplacement de l'ancienne brochure. Le point de vue aérien permet de mettre en exergue la localisation idéale du Palais.
- Affichage Cityz 120*176 sur les 15 faces La Teste et Gujan Mestras lors des grands ponts de mai.
- Conception de kakémonos de table pour les salons pro
- Nouveau reportage photo / portraits d'équipe



NUMÉRIQUE : OUTILS ET STRATÉGIES

Stratégie digitale et numérique

- **Site web** : dans le cadre de la labélisation DID de la Destination, le contenu du site web du Palais a été entièrement revu et modifié dans une logique RSE.
- **LinkedIn** : 1768 abonnés soit +13 % par rapport à 2024. création d'une stratégie de contenu orientée RSE (posts hebdomadaires sur des thématiques variées) et travail de fond sur une audience qualifiée,
- **Instagram** : 1 674 followers soit +7% par rapport à 2024
- Insertion dans les newsletters France Congrès via SIBA
- Conception d'une nouvelle vidéo promotionnelle, supports numériques
- Adaptation de tous nos supports commerciaux avec mise en avant de la politique RSE

Com. Palais

Envoyé en préfecture le 11/03/2026

Reçu en préfecture le 11/03/2026

Publié le

S²LOW

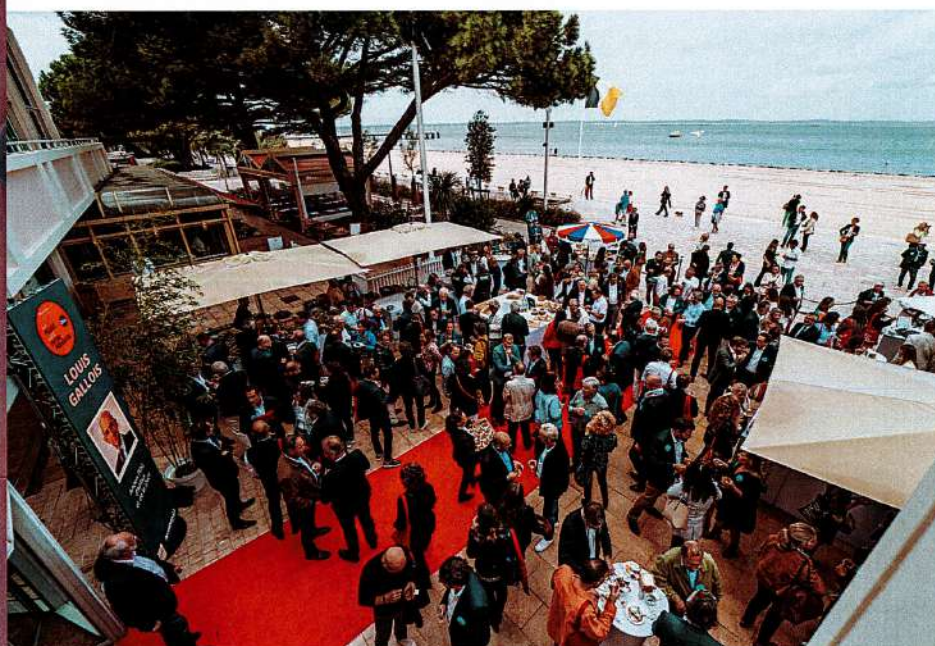
ID : 033-439504960-20260306-2026030604-DE

La Plage aux Entrepreneurs

Le Palais des Congrès a accueilli la 4ème édition de La Plage aux Entrepreneurs, organisé en collaboration avec Origine France Garantie. Cet événement consacré au « Made in France », réservé aux professionnels, était parrainé, cette année, par Pierre Gattaz. Cette édition a rassemblé 500 entrepreneurs.

Côté communication :

- Page LinkedIn : 50 post publiés pour l'édition 2025
Nombre abonnés : 3171 (+ 48,5 %)
- Un mini-site web en ligne sur www.arcachon.com
- Inscriptions sur billeweb
- Campagnes emailing
- Conférence de presse, organisée en collaboration avec Flag, agence de relations presse d'Origine France garantie. .
- Partenariat Médias : Les déviations, L'Express, Le Figaro, Fait en France



Com. Palais

Arcachon Game Show

Envoyé en préfecture le 11/03/2026

Reçu en préfecture le 11/03/2026

Publié le

S'LO

ID : 033-439504960-20260306-2026030604-DE

Le Palais des Congrès a accueilli la 2ème édition de Arcachon Game Show, un événement dédié au gaming et réservé au Grand Public, les 25 et 26 octobre en même temps qu'Halloween.

Côté communication :



CAMPAGNES D'AFFICHAGE 120X176

Sur le réseau Decaux d'Arcachon et sur le réseau Cityz



PRESSE

- Création du dossier de presse,
- point presse en amont de la manifestation avec la presse locale
- envoi du dossier de presse à un fichier de journaliste de la presse généraliste et spécialisée.



INSTAGRAM

Nombre d'abonnés au 31/12/2025 : 743
+32,9 % par rapport à 2024.



TWITCH

streaming pendant les différents tournois de la manifestation



Com. OCA

Envoyé en préfecture le 11/03/2026

Reçu en préfecture le 11/03/2026

Publié le

S²LOW

ID : 033-439504960-20260306-2026030604-DE

Office de Commerce et de l'Artisanat

L'OCA est au cœur de la politique d'accompagnement des commerçants. A ce titre, il a mené de multiples actions pour soutenir le commerce local, tout au long de l'année.



PIETONNISATION

Au-delà des traditionnelles animations menées par l'OCA, la saison estivale a été marquée par la piétonnisation du centre-ville de juin à août et son animation.

La communication a relayé cette opération par :

- de l'affichage,
- de la signalétique dans toute la ville,
- des flyers,
- les réseaux sociaux.



CAMPAGNES D'AFFICHAGES ANNUELLES 120X176

La communication des actions de l'OCA a été renforcée par de l'affichage sur :

- Les braderies
- Les animations de Noël



RENCONTRE AVEC LES COMMERCANTS

ORGANISATION D'UN LANCEMENT DE SAISON

Participation à l'organisation du nouvel événement de lancement de saison des commerçants en avril, avec Pierre Eloy, conseiller stratégique et opérationnel, en présence d'une centaine de commerçants.



FORUM DES COMMERCANTS

Tous les ans, l'OCA organise le forum des commerçants, un séminaire réunissant près de 80 commerçants au Palais des Congrès

- Des vidéos présentant les actions menées par les Associations de commerçants (montage de films, diaporama) y sont diffusées.

TYPE DE CONTRATS	NBRE
Contrats à Durée Indéterminée	36
Contrats à Durée Déterminée	4
	40
Contrat saisonniers	5
	45

REPARTITION (hors personnel saisonnier)	NBRE
Hommes	8
Femmes	32
	40

CATEGORIES (hors personnel saisonnier)	NBRE
CADRE HOMME	1
CADRE FEMME	4
NON CADRE HOMME	7
NON CADRE FEMME	28
	40

EFFECTIFS 2025

Equivalent temps plein 2025 Arcachon Expansion	37.86
Equivalent temps plein 2025 personnel mis à disposition Ville d'Arcachon	2
Equivalent temps plein 2025 personnel mis à disposition COBAS	3.85
Total équivalent temps plein	43.71

CONTRATS EXTERIEURS

Contrats intermittents spectacle	369
Rémunération intermittents spectacles	236 729 €

MOUVEMENT DE PERSONNEL

CDI sortis en 2025	3
CDI entrés en 2025	2

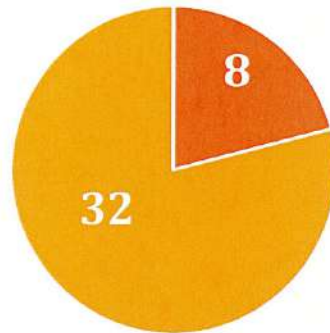
CHIFFRES CLES 2025

Total rémunération annuelle brute	1 608 117 €
Remboursement charges personnel Ville d'Arcachon (estimatif chiffre définitif non transmis au 31/01/2024)	101 863 €
Valorisation salaires COBAS	110 000 €
Nombre de personne employée comme personnel remplaçant mis à disposition du centre de gestion	0
Charges sociales patronales	641 262 €
Charges Salariales	439 411 €
Heures Maladie	3 304
Heures accident du travail	0
Jours Maternité/ Paternité/parental	211 jours
Jours absence congés spéciaux	8
Jours absence congés enfant malade	14.5
Heures nuits	487
Heures de dimanches	686
Heures de jours fériés	225
Heures supplémentaires	141.29
Nombre d'agent mis en chômage partiel	0
Nombre d'heures de chômage partiel	0 heures
Nombre d'agent exerçant leur fonction à temps complet dans le cadre du télétravail (hors période de confinement)	0
Nombre d'heures de télétravail	277
Nombre d'heures de formation	157.45
Nombre de réunion CSE	12

FORMATIONS PROFESSIONNELLES ET INTERNES

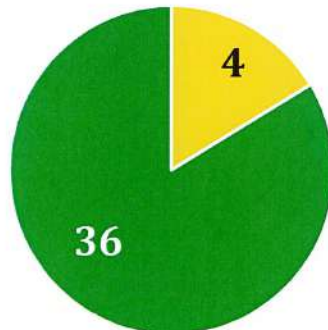
SERVICE	D'HEURES
OFFICE DE TOURISME	178.45
PALAIS DES CONGRES	72.30
CULTURE	197
DIRECTION GENERALE	42
COMMUNICATION	52.15
ANIMATION	73.30
OCA	0

Répartition hommes/Femmes 2025



■ Hommes ■ Femmes

Répartition contrats 2025
(hors personnel saisonnier)



■ CDD ■ CDI