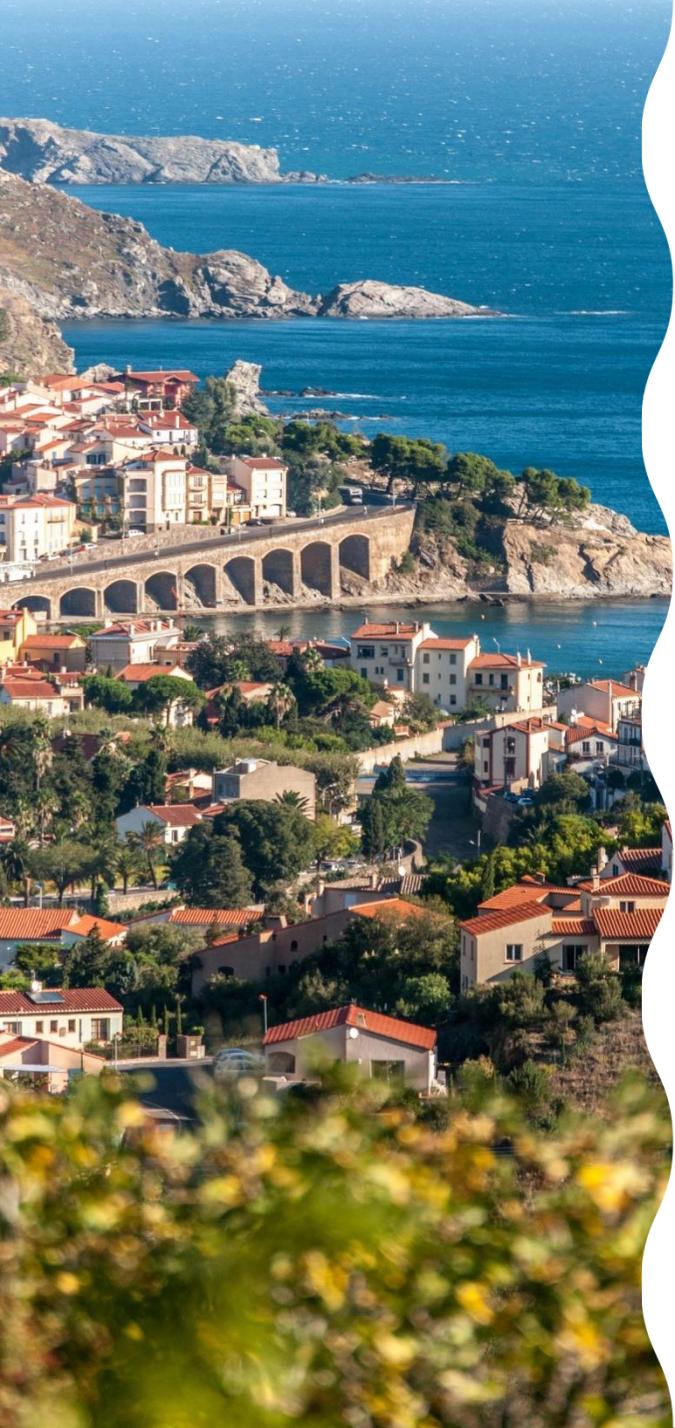




# **BILAN FIN DE SAISON 2024**

*Et projets pour 2025*

16 / 01 / 2025



**1/ Bilan fréquentation / statistiques 2024 OT et camping**

**2/ Bilan des visites guidées et commentées en 2024 et comparaison avec 2023**

**3/ Animations et projets de la ville pour 2025**

**4/ Questions diverses**  
**- Echanges avec les socioprofessionnels présents**

# 1/ Bilan fréquentation / statistiques de la saison écoulée

## Fréquentation à l'accueil de l'office de tourisme

Statistiques fréquentation Accueil Office de Tourisme

Mois / Année	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Janvier	1581	<b>1799</b>	593	875	1073	1341
Février	<b>2521</b>	2430	1117	1579	1447	1942
Mars	<b>2775</b>	1001	1432	1981	2268	2649
Avril	<b>5299</b>	40	629	4001	4428	4302
Mai	<b>5302</b>	338	2486	4913	5129	4581
Juin	<b>6549</b>	1774	3352	5255	5465	5067
Juillet	<b>12790</b>	4226	6844	10360	10261	9785
Août	<b>17314</b>	5752	7799	11814	12186	11262
Septembre	<b>8416</b>	4274	4935	6873	7151	7783
Octobre	<b>6551</b>	2452	4576	6766	6847	7027
Novembre	<b>1947</b>	200	1513	1674	1616	1352
Décembre	<b>2403</b>	729	1240	1802	1730	1571
<b>TOTAL</b>	<b>73448</b>	<b>25015</b>	<b>36516</b>	<b>57893</b>	<b>59601</b>	<b>58662</b>

Variation 2019 / 2024
<b>-15,18%</b>
<b>-22,97%</b>
<b>-4,54%</b>
<b>-18,81%</b>
<b>-13,60%</b>
<b>-22,63%</b>
<b>-23,49%</b>
<b>-34,95%</b>
<b>-7,52%</b>
<b>4,36%</b>
<b>-30,56%</b>
<b>-34,62%</b>
<b>-20,13%</b>

Variation 2023 / 2024
<b>24,98%</b>
<b>34,21%</b>
<b>16,80%</b>
<b>-2,85%</b>
<b>-10,68%</b>
<b>-7,28%</b>
<b>-4,64%</b>
<b>-7,58%</b>
<b>8,84%</b>
<b>2,63%</b>
<b>-16,34%</b>
<b>-9,19%</b>
<b>-1,58%</b>

# 1/ Bilan fréquentation / statistiques de la saison écoulée

## Fréquentation à l'accueil de l'office de tourisme

### La répartition français/étrangers :

**74 % français 26% étrangers** (22% en 2023)  
4% d'étrangers en + ont fréquenté l'OT cette année.

### Top 5 régions :

<b>1- Occitanie*</b>	<b>28,3%</b>
2- Auvergne Rhône Alpes	13,6 %
3- Nouvelle Aquitaine	12,0 %
4- Ile de France	8,9 %
5- Pays de Loire	6,9 %
Autres	30,3 %

**\* TO de proximité + tarif transport attractif (train 1€ en Occitanie les 1ers WE du mois hors J & A).**

### Top 5 pays :

<b>1- Royaume-Uni</b>	<b>31,7%</b>
2-Espagne	24,9%
3-Allemagne	17,9%
4-Belgique	15,3%
5-Canada	2,8%
Autres	7,4%

**Présence des touristes internationaux dans le top 5** (Ce qui n'était pas arrivé depuis 4 ans).

### Top 5 des activités en vente à l'OT

(Accueil + web)

En fonction du CA

<b>1-Promenades en mer*</b> (Nautica 60,9%/ CTM CMRC 37,82%/Navivoile 1,22%)	<b>51,6%</b>
2- <b>Visite OT</b> de Patricia	23,1%
3- Atelier du goût	14,1%
4- Apéritif vigneron	7,6%
5- Randonnées familiales	2,3%
Autres (côté thalasso, trottinette)	1,3%

**\* P en M départ Banyuls fort appréciées** (depuis + de 10 ans dép. PV) représente la moitié des ventes.

Retours très + sur les visites guidées = ¼ des recettes billetteries.

### Top 5 des produits en vente boutique hors VEF :

<b>1- Affiches et CP Hello Terroir</b>	<b>18,5%</b>
2-Guide sentier littoral	14,7%
3- Affiches et CP Foliove	13,8%
4-Guide Randonnées Banyuls	13,3%
5-Ecusson	9,5%
Autres (objets souvenirs, livres, sacs, bijoux, bâtons de marche...).	30,2%

### **Produits rando en top 5**

# 1/ Bilan fréquentation / statistiques de la saison écoulée

## Le comportement du visiteur :

### **Consommation :**

Dans ce contexte économique difficile la boutique de l'OT affiche une baisse **de 18,9%\* sur les ventes boutique** et une augmentation **+ 36,1%\* sur les ventes de billetteries** par rapport à 2023. (\*de mai à septembre ventes **2023** boutique = **9194,80€** ventes boutique **2024 = 7452,70€**/Ventes billetterie **2023 = 15763,90€** ventes billetterie **2024 = 21453.50€**).

Panier moyen sur la saison (mai à septembre) est en hausse de 26% = 19,30€ (15,31€ en 2023).

Nombre moyen de produits/panier = 1,95

En 2024 offre boutique étoffée avec de nouveaux produits : magnets de Banyuls, affiche et CP Banyuls et Département (Le pays de Zoé Virginie Vals illustratrice numérique, artiste peintre) TOUS issus de l'artisanat local.

### **Durée du séjour :**

Venant d'Occitanie :

Court séjour WE/long WE : tourisme de proximité

Affluence les 1ers WE du mois avec le train à 1€

Réservation de dernière minute en fonction de la météo.

Autres régions :

Séjour d'1 à 2 semaines

### **Qui ?**

Essentiellement des familles en juillet et août et pendant les vacances scolaires. Le reste du temps des couples (45-70 ans Actifs ou jeunes retraités).

Des randonneurs : solo, couple ou petit groupe.

# 1/ Bilan fréquentation / statistiques de la saison écoulée

---

## **Compréhension de la destination :**

Les visiteurs viennent à Banyuls-sur-Mer pour échapper aux destinations touristiques de masse. Ils recherchent une authenticité, une connexion avec les locaux et l'opportunité de découvrir des lieux moins fréquentés. Notre village est particulièrement apprécié pour son atmosphère sereine, loin des foules des stations balnéaires voisines.

## **Pourquoi le visiteur vient à l'OT ? :**

L'OT joue un rôle clé pour ceux qui n'ont pas trouvé l'information en ligne ou qui n'ont pas accès à Internet. Les demandes principales concernent :

1. Les horaires de transports
2. Les itinéraires de randonnées à pied et à vélo (label accueil vélo depuis 1 an)
3. Les animations et activités locales
4. Les incontournables et conseils pour un séjour réussi
5. L'hébergement et la restauration
6. Un service, une aide sociale en dehors des horaires des bureaux France Services.

## **Remarques/Suggestions des visiteurs :**

- Transports /mobilité
- Accès
- Sensibilisation pour réduire les mégots
- Animations/Activités

# 1/ Bilan fréquentation / statistiques de la saison écoulée

---

## **La satisfaction client :**

Nous sommes très heureux de constater que notre engagement envers la Qualité de l'accueil est reconnu avec une note de 4,3/5 sur Google my Business et tripadvisor 4, 5/5 avec de très bons commentaires y compris sur les QS sur tablette.

Ces évaluations témoignent de notre démarche continue de progrès dans le cadre de notre politique « d'Accueil d'Excellence » visant à offrir à nos visiteurs une expérience inoubliable.

## **Conclusion :**

Une fréquentation à l'OT globalement stable.

La saison touristique 2024 marquée par une météo défavorable sur les ailes de saison (avril-mai-juin-septembre),

Une saison qui a eu du mal à démarrer.

Glissement d'une partie des vacanciers de juin et juillet vers septembre

La baisse du pouvoir d'achat qui induit des changements de comportements de consommation : les vacanciers privilégient activités gratuites et font de plus en plus attention à leurs dépenses.

L'augmentation des courts séjours.



# BILAN SAISON ESTIVALE 2024

16 JANVIER 2025

# NOTRE MÉTHODOLOGIE



# CLASSIFICATION DES LITS TOURISTIQUES

LITS PROFESSIONNELS

2 058 LITS

LITS DE PARTICULIER À  
PARTICULIER

2 780 LITS

LITS NON COMMERCIALISÉS

8 596 LITS

CAPACITÉ TOURISTIQUE TOTALE

13 434 LITS

**Forte exposition  
commerciale**

- Hôtel
- Résidence de tourisme
- Village vacances
- Centre de vacances

**Exposition  
commerciale  
modérée**

- Centrale de réservation
- Agence immobilière
- Résidence en multipropriété
- Camping

En direct (mail, tél, visites), en «passerelle»  
ou «flux», par les opérateurs nationaux  
Des visites terrain 2 à 3 fois par an

**Lits tièdes à exposition  
commerciale modérée**

- Gîtes de France
- Clé Vacances
- Offre C2C
- Liste des loueurs

En «passerelle» par Likibu

**Lits froids « sans exposition  
commerciale»**

- Résidence  
secondaire

Par les indicateurs généraux  
(production d'ordures ménagères,  
consommation d'eau)

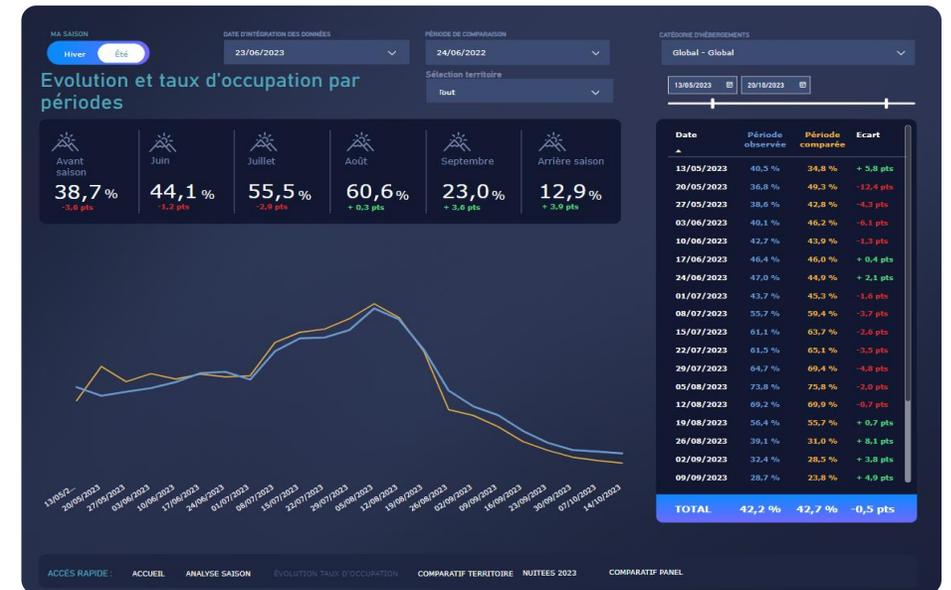
# LES DONNÉES STATISTIQUES PASSERELLES AUTOMATIQUES

Une collecte automatisée des réservations via les logiciels de plannings et réservations des hébergeurs professionnels de la destination

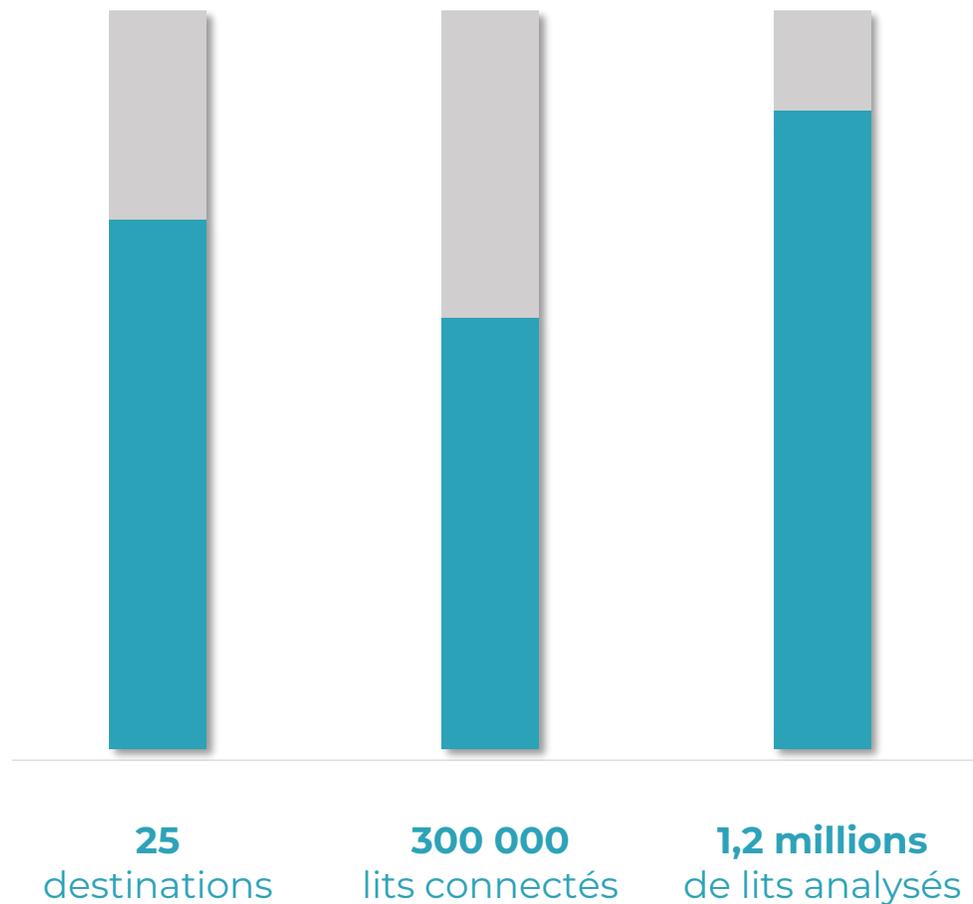
Une mise à jour hebdomadaire des données

Une analyse en temps réel de l'offre de particulier à particulier via les grandes plateformes internet (Airbnb, Abritel, Le bon Coin...)

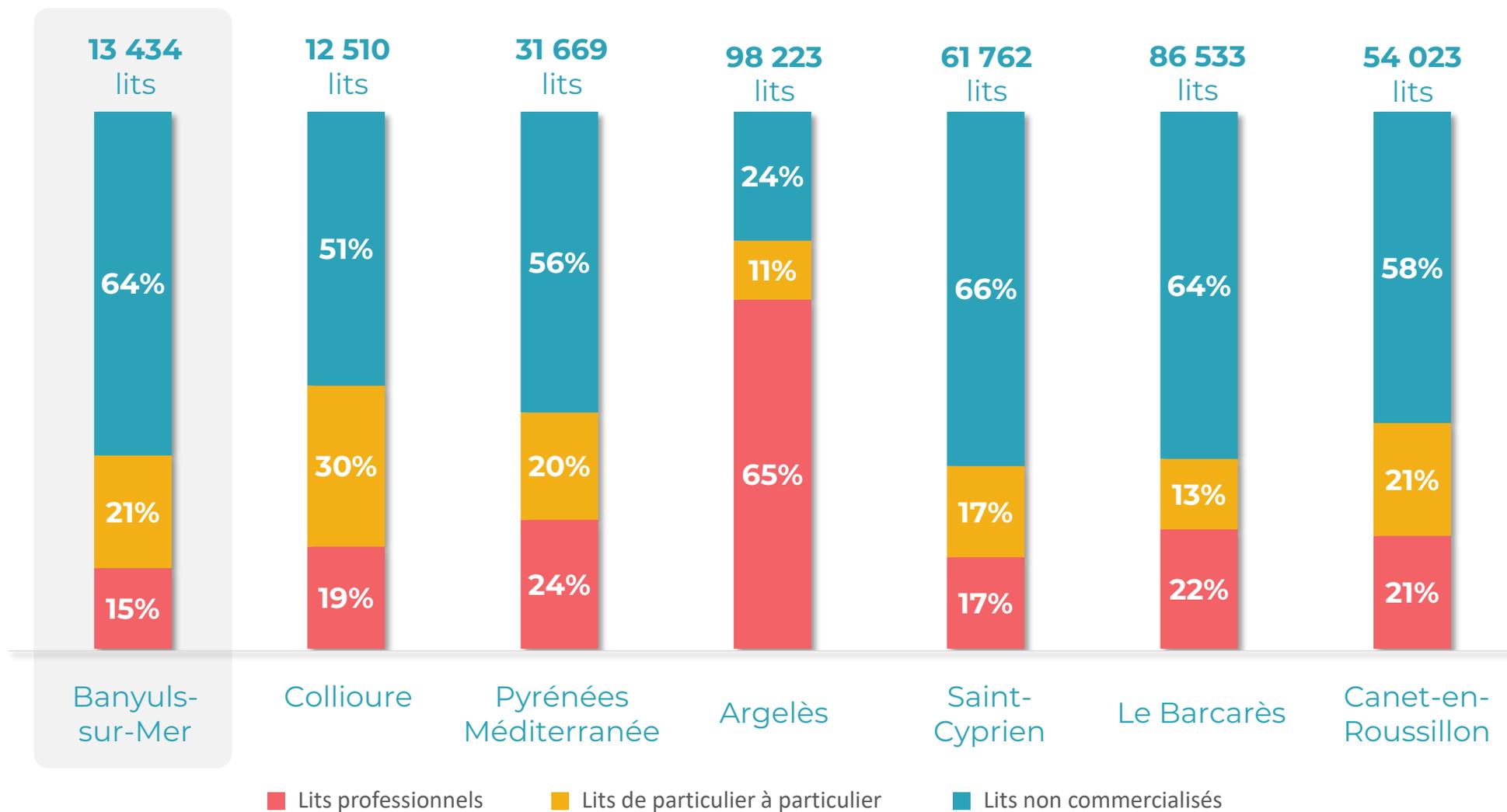
A Banyuls-sur-Mer, **86% des lits marchands** de la destination sont en passerelle automatisée



# VOS VOISINS DU LITTORAL OCCITAN



# VOS VOISINS DU LITTORAL OCCITAN



# LES RÉSULTATS DE L'ÉTÉ 2024



**994 100** +1,2% vs 2023

**Nuitées touristiques** *d'avril à octobre 2024*

LITS PROFESSIONNELS

**136 449 NUITÉES**

**13,7%** +4,5% vs N-1

LITS DE PARTICULIER À  
PARTICULIER

**207 269 NUITÉES**

**20,8%** +6,0% vs N-1

LITS NON COMMERCIALISÉS

**650 381 NUITÉES**

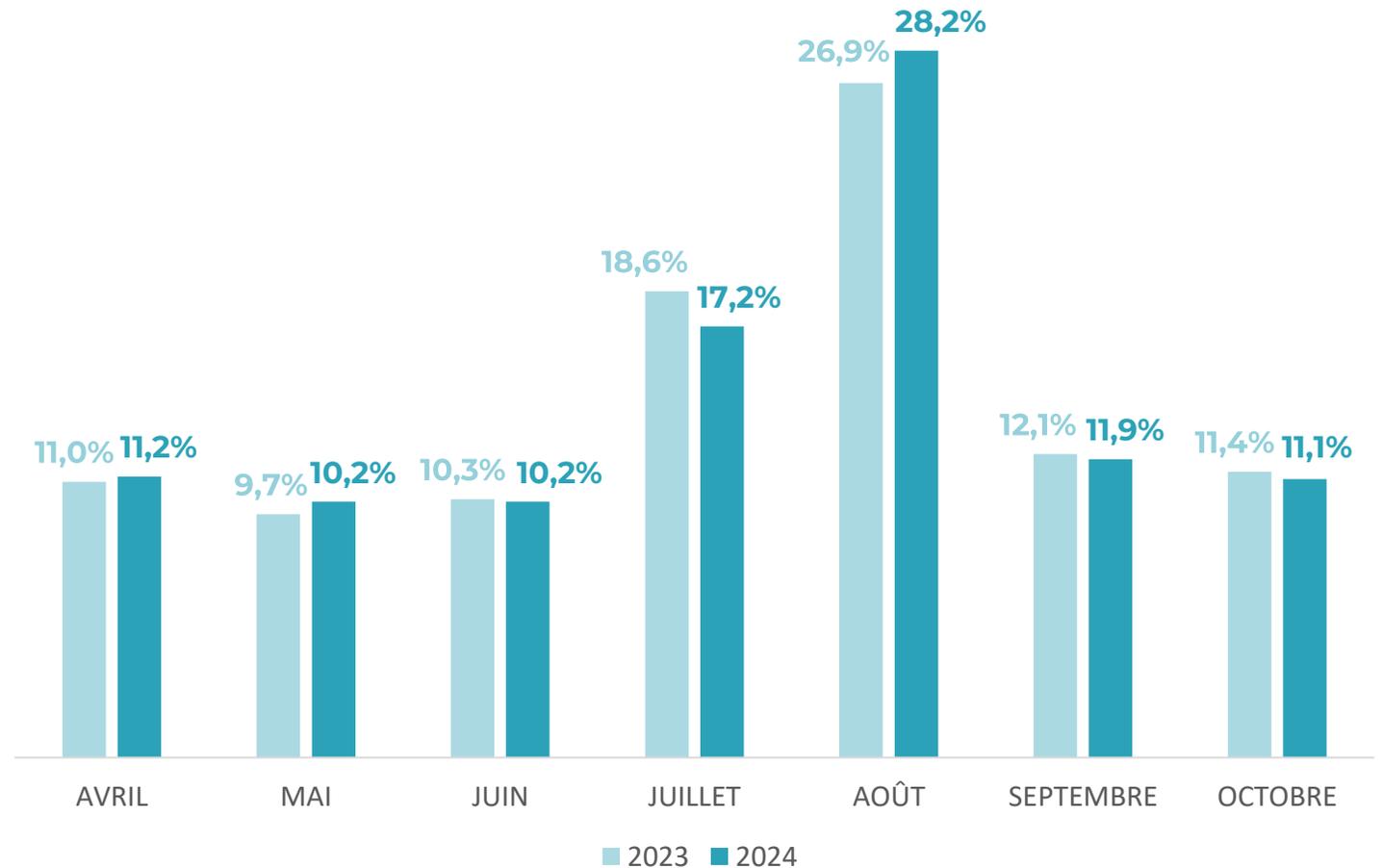
**65,5%** -0,9% vs N-1

# FRÉQUENTATION TOURISTIQUE QUEL POIDS POUR JUILLET & AOÛT ?

**53,4%**

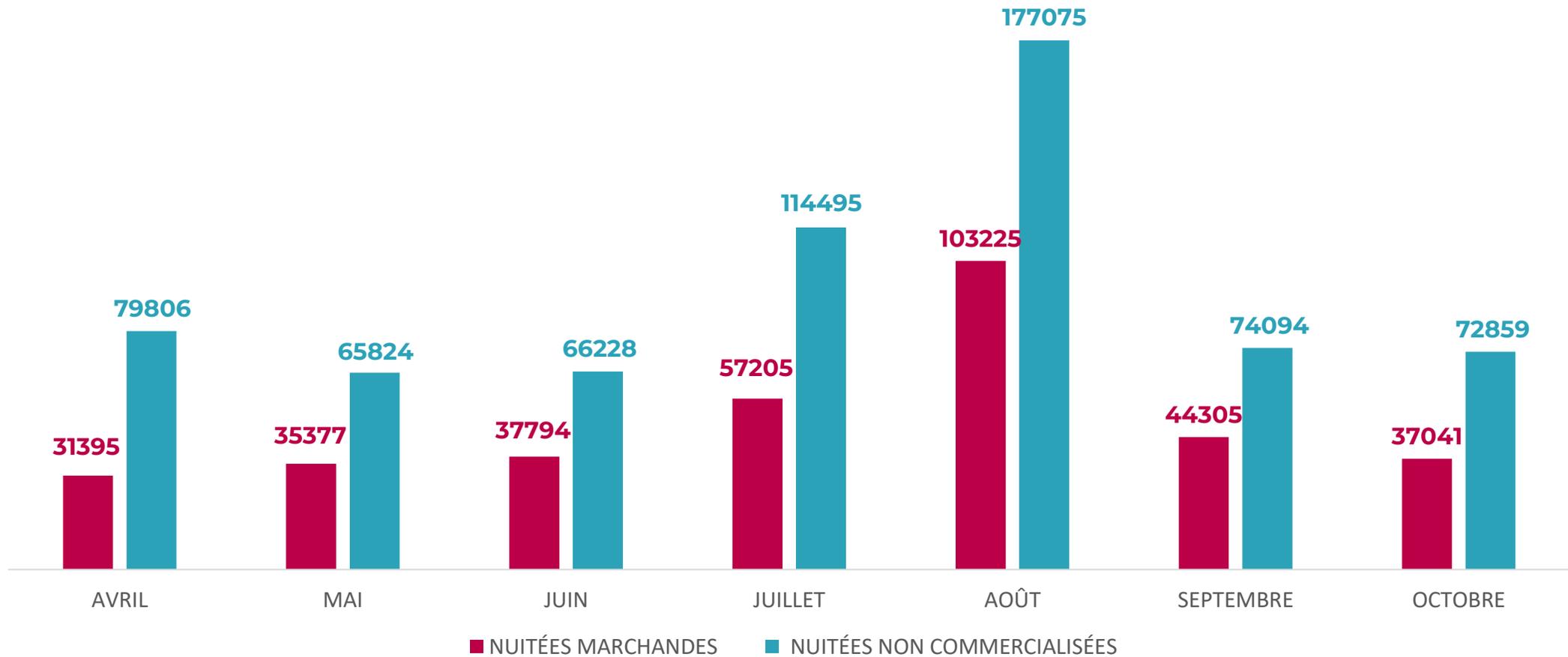
-0,1pt vs 2023

des nuitées touristiques globales

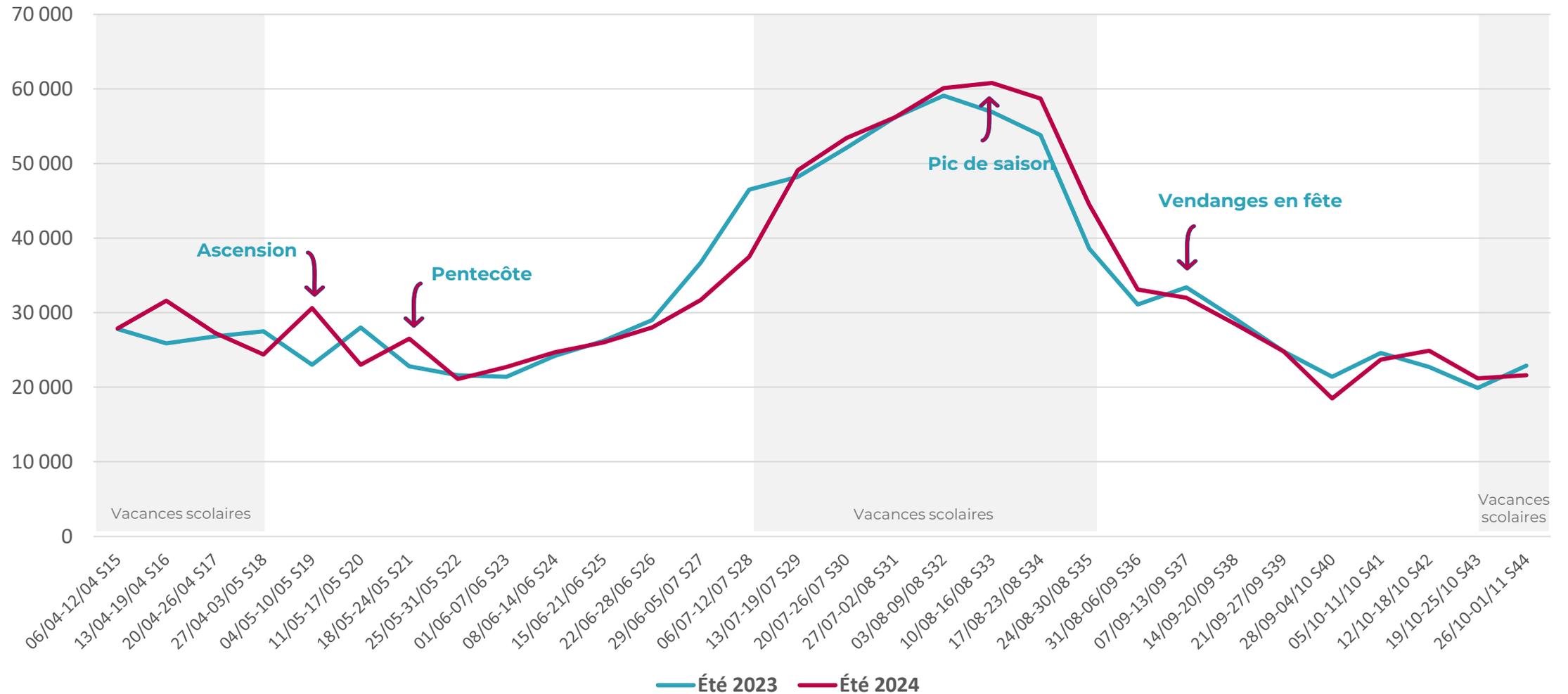


# FRÉQUENTATION TOURISTIQUE

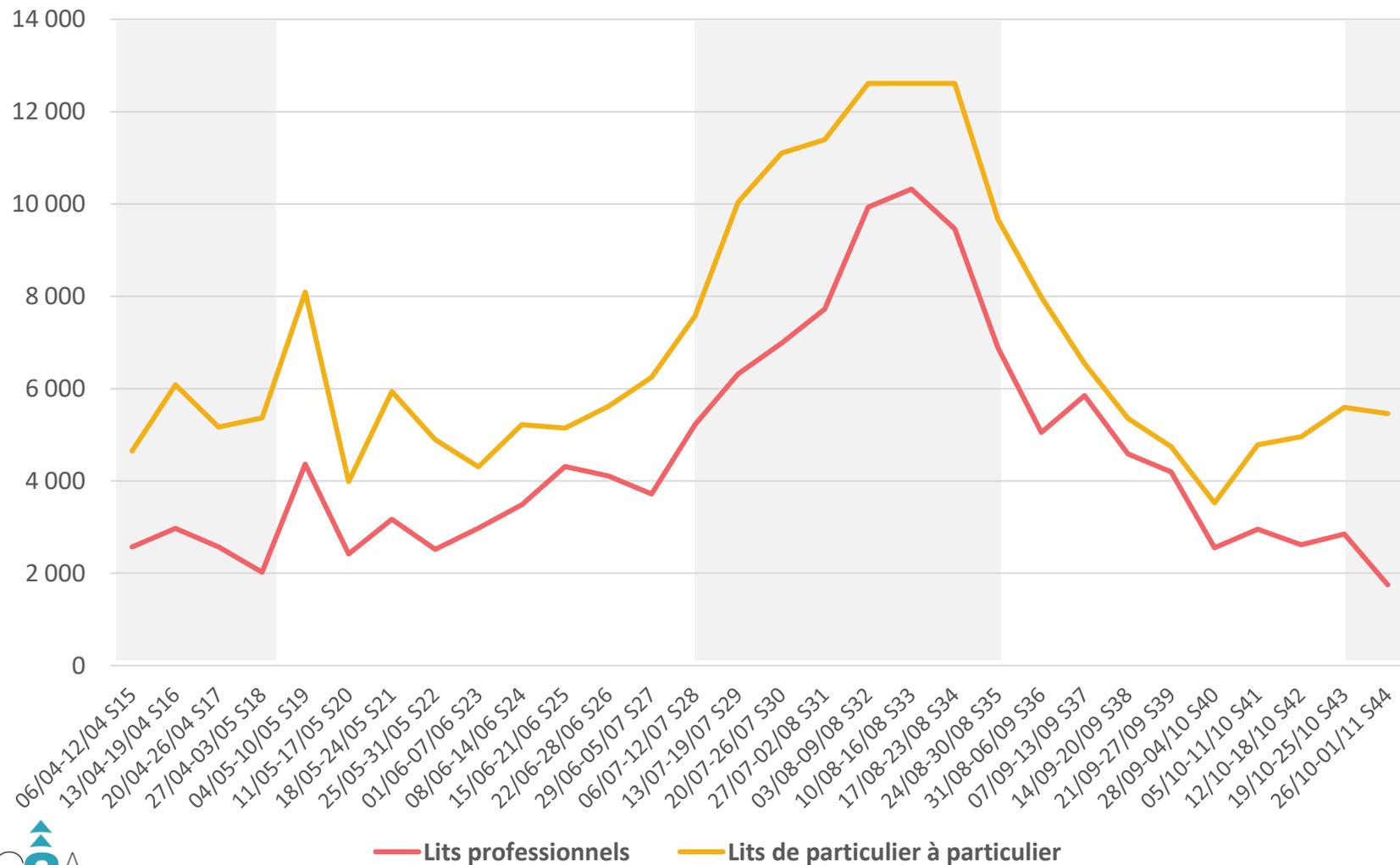
## NUITÉES PAR CATÉGORIE



# FRÉQUENTATION TOURISTIQUE EN NUITÉES PAR SEMAINE



# FRÉQUENTATION TOURISTIQUE COMPARATIF PAR CATÉGORIE MARCHANDE



LITS PROFESSIONNELS

**136 449 NUITÉES**

**48,5%** +2,6pts  
d'occupation moyenne vs N-1

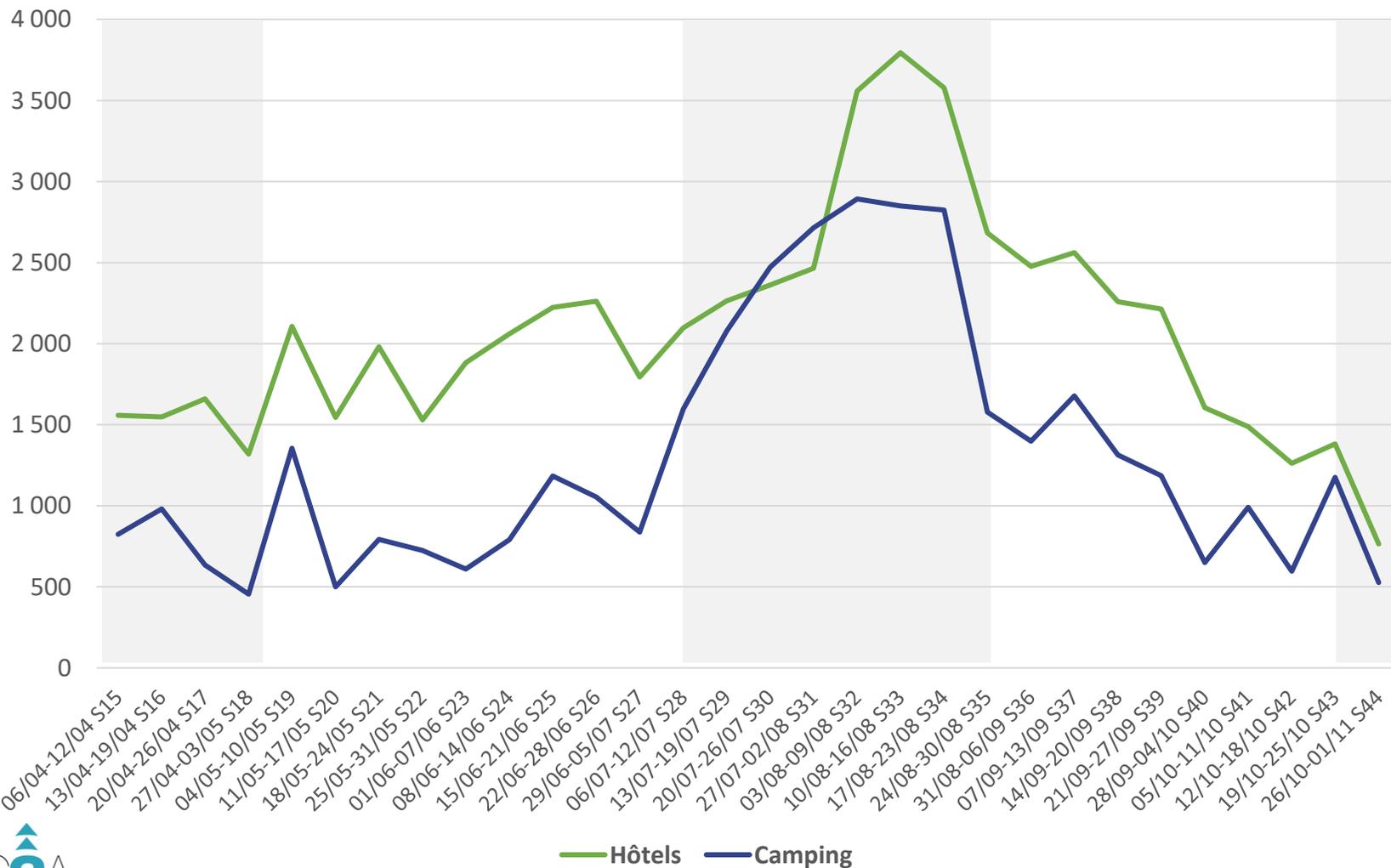
LITS DE PARTICULIER À PARTICULIER

**207 269 NUITÉES**

**47,1%** -0,2pt  
d'occupation moyenne vs N-1

# FRÉQUENTATION TOURISTIQUE

## COMPARATIF PAR CATÉGORIE PROFESSIONNELLE

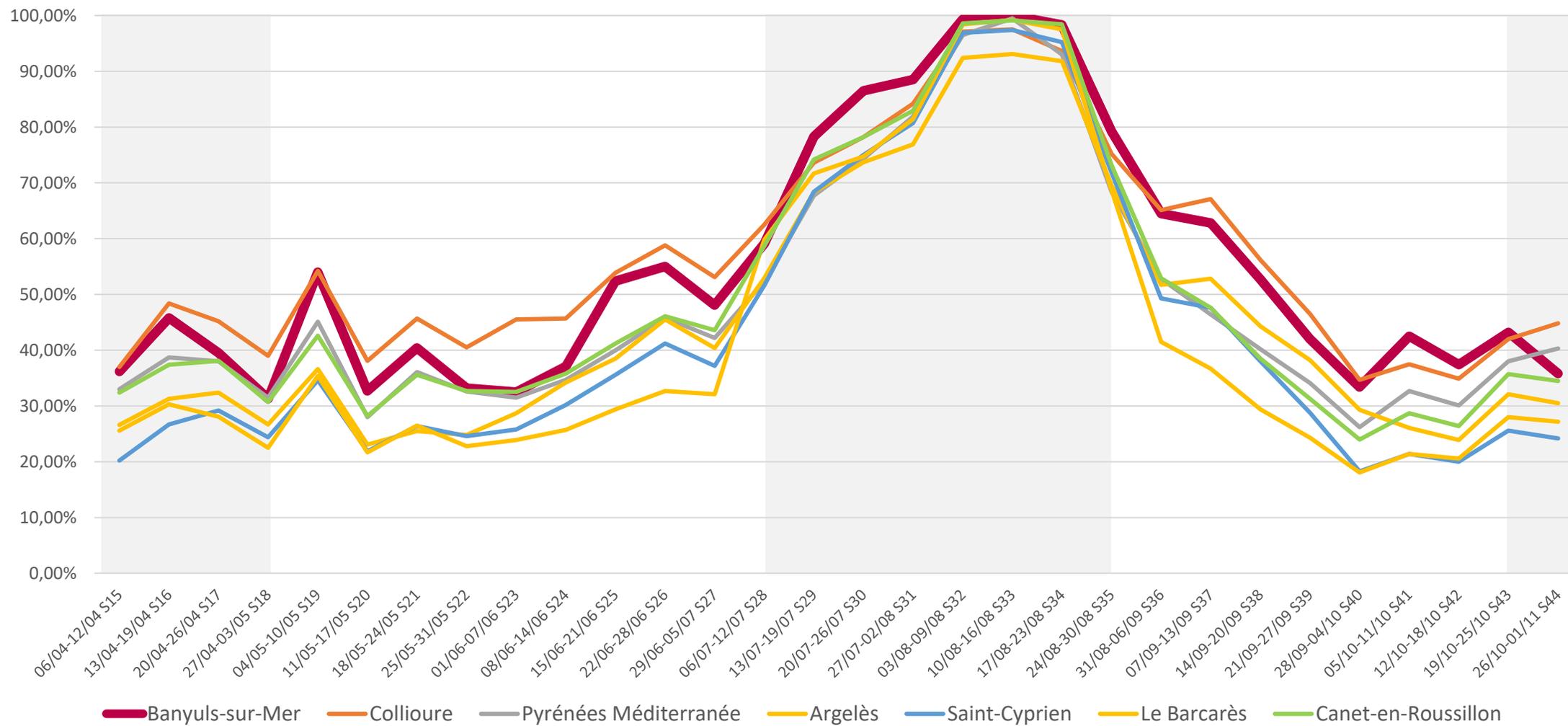


**HÔTELS**  
**62 283 NUITÉES**  
 +5,2% vs N-1

**CAMPING**  
**39 253 NUITÉES**  
 -0,1% vs N-1

# FRÉQUENTATION TOURISTIQUE EN TAUX D'OCCUPATION PAR SEMAINE

Données issues de la plateforme G2A



# FRÉQUENTATION TOURISTIQUE

## LES NATIONALITÉS ÉTRANGÈRES



**3 879** nuitées



**1 801** nuitées



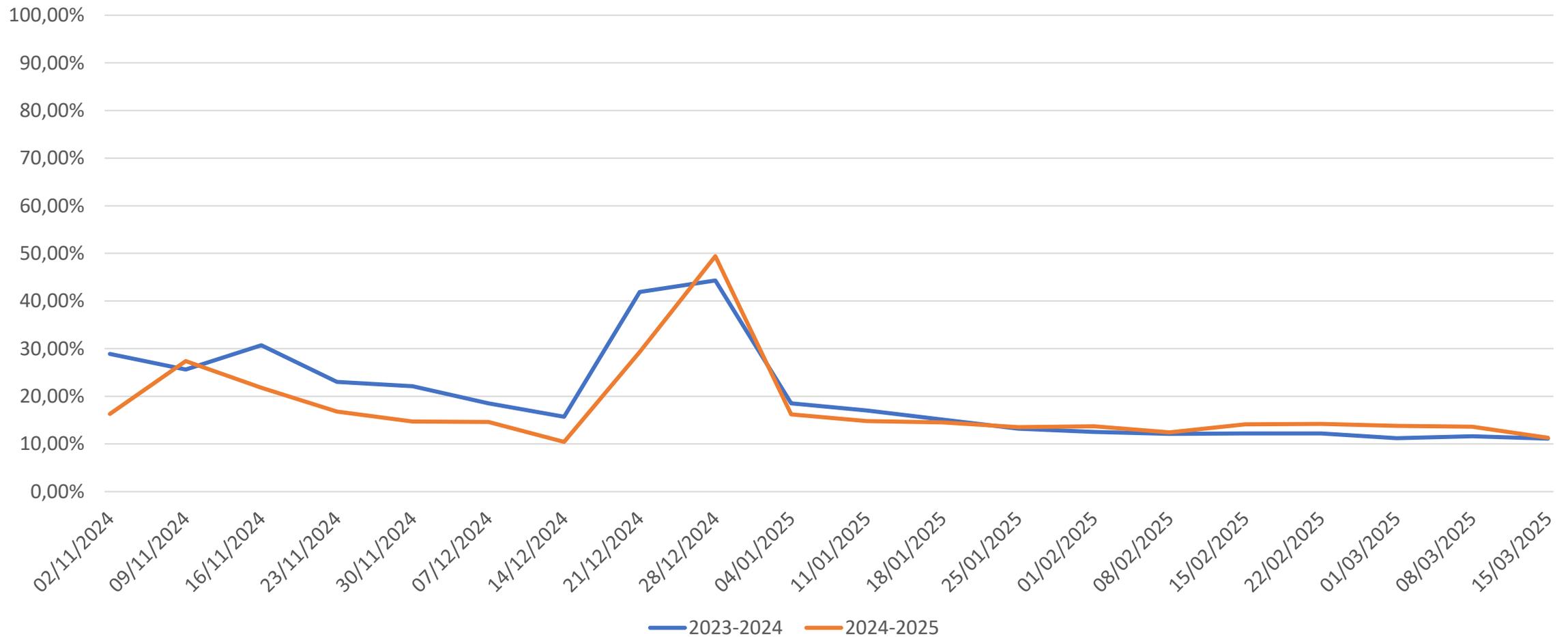
**1 666** nuitées

# SAISON HIVER 2024-25



# FRÉQUENTATION TOURISTIQUE EN TAUX D'OCCUPATION PAR SEMAINE

Données issues de la plateforme G2A



ÉTÉ 2025



# SAISON ESTIVALE 2025

## CALENDRIER SCOLAIRE



05.04 au 11.04	Blue	Red		Yellow	Purple	Green	
12.04 au 18.04	Blue	Red		Yellow	Purple	Green	Light Blue
19.04 au 25.04	Blue			Yellow	Purple	Green	
26.04 au 02.05	Blue		Orange	Yellow	Purple	Green	
03.05 au 09.05			Orange	Yellow	Purple	Green	
10.05 au 16.05			Orange	Yellow	Purple	Green	
17.05 au 23.05			Orange	Yellow	Purple	Green	
24.05 au 30.05	Blue	Red	Orange	Yellow	Purple	Green	
31.05 au 06.06			Orange	Yellow	Purple	Green	
07.06 au 13.06	Blue		Orange	Yellow	Purple	Green	
14.06 au 20.06			Orange	Yellow	Purple	Green	
21.06 au 27.06			Orange	Yellow	Purple	Green	Light Blue
28.06 au 04.07			Orange	Yellow	Purple	Green	Light Blue
05.07 au 11.07	Blue		Orange	Yellow	Purple	Green	Light Blue
12.07 au 18.07	Blue		Orange	Yellow	Purple	Green	Light Blue
19.07 au 25.07	Blue	Red	Orange	Yellow	Purple	Green	Light Blue
26.07 au 01.08	Blue	Red	Orange	Yellow	Purple	Green	Light Blue
02.08 au 08.08	Blue	Red	Orange	Yellow	Purple	Green	Light Blue
09.08 au 15.08	Blue	Red	Orange	Yellow	Purple	Green	Light Blue
16.08 au 22.08	Blue	Red	Orange	Yellow	Purple	Green	Light Blue
23.08 au 29.08	Blue	Red	Orange	Yellow	Purple	Green	Light Blue
30.08 au 05.09			Orange	Yellow	Purple	Green	Light Blue
06.09 au 12.09			Orange	Yellow	Purple	Green	
13.09 au 19.09			Orange	Yellow	Purple	Green	
20.09 au 26.09			Orange	Yellow	Purple	Green	
27.09 au 03.10			Orange	Yellow	Purple	Green	
04.10 au 10.10			Orange	Yellow	Purple	Green	
11.10 au 17.10			Orange	Yellow	Purple	Green	
18.10 au 24.10			Orange	Yellow	Purple	Green	
25.10 au 31.10	Blue	Red	Orange	Yellow	Purple	Green	
01.11 au 07.11			Orange	Yellow	Purple	Green	

LUNDI DE PÂQUES  
21 AVRIL 2025

ASCENSION  
29 MAI 2025

PENTECÔTE  
9 JUIN 2025

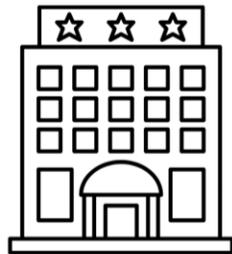
14 JUILLET  
UN LUNDI EN 2025

AOÛT 2025  
5 SEMAINES

# 1/ Bilan fréquentation / statistiques de la saison écoulée

## Statistiques Taxe de Séjour 2024

Pour rappel:



8 hôtels  
4 étoiles : 3  
3 étoiles : 2  
Non-classés : 3



1 résidence  
de tourisme  
meublés  
3 et 4 étoiles



1 camping  
3 étoiles



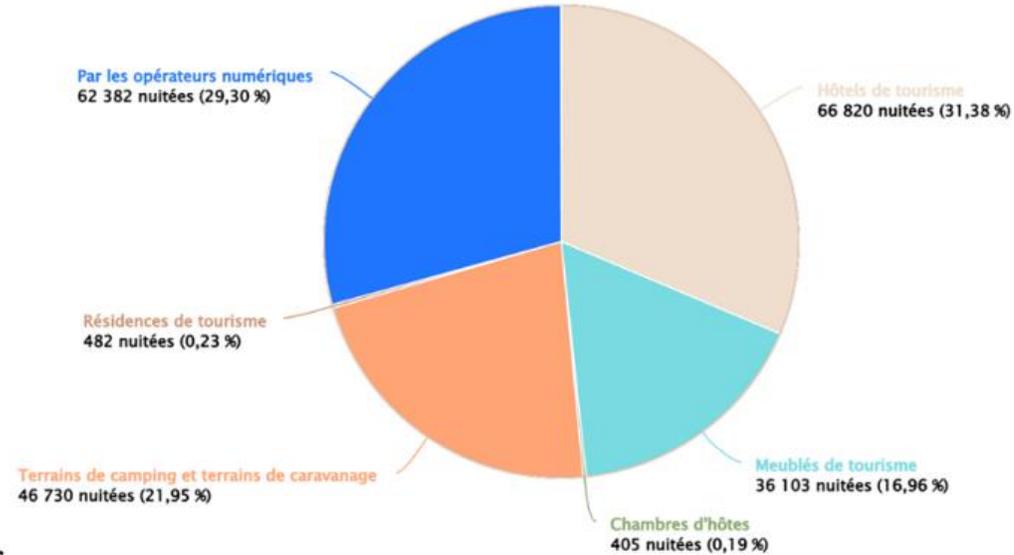
608 meublés  
dont 164 classés



8 chambres  
d'hôtes

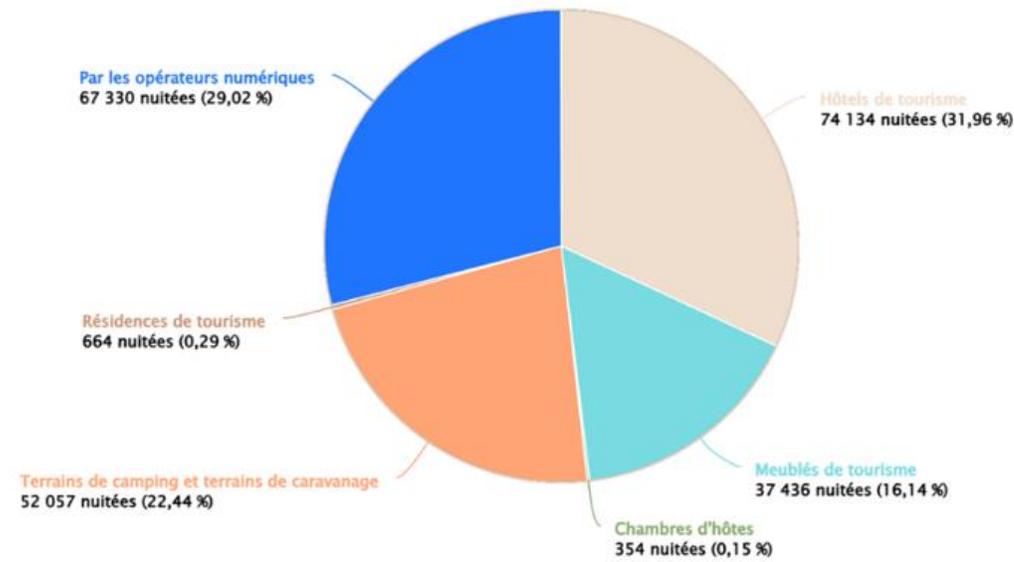
# 1/ Bilan fréquentation / statistiques de la saison écoulée

## Statistiques Taxe de Séjour 2024



2023 :  
212 922 nuitées

Comparatif des nuitées  
2023/2024



2024 :  
231 975 nuitées

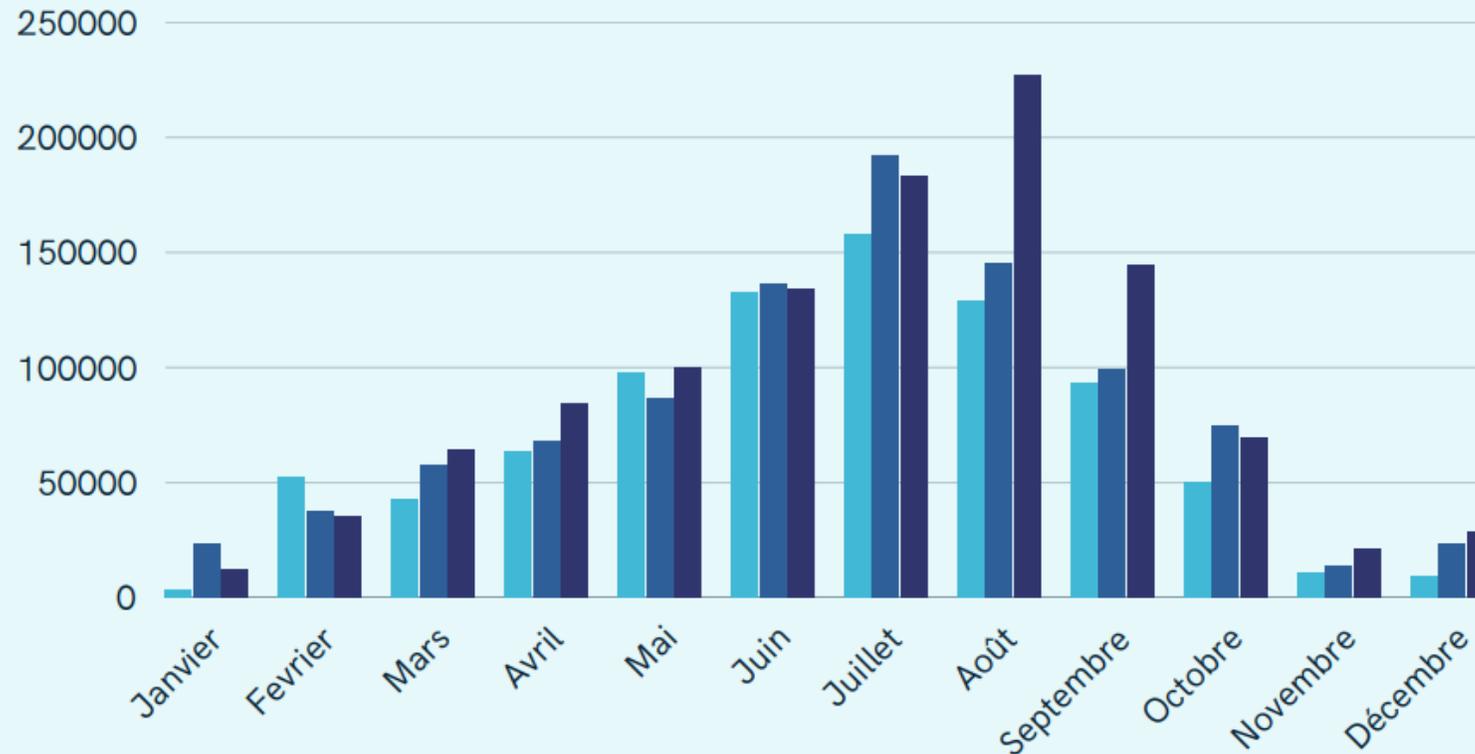
# 1/ Bilan fréquentation / statistiques de la saison écoulée

## Bilan Camping

### Evolution chiffre d'affaire de 2022 à 2024

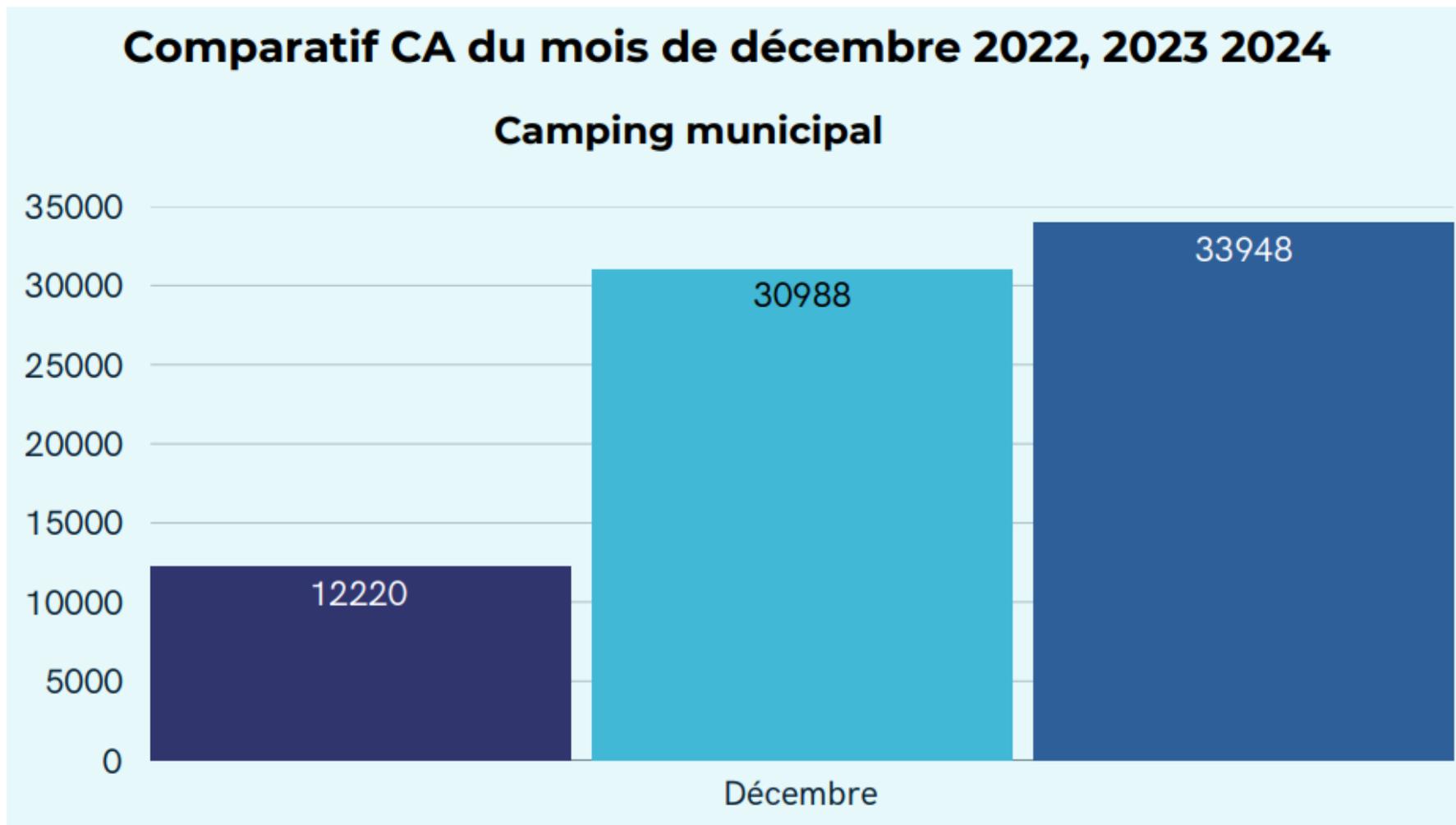
#### Camping municipal

2022 2023 2024



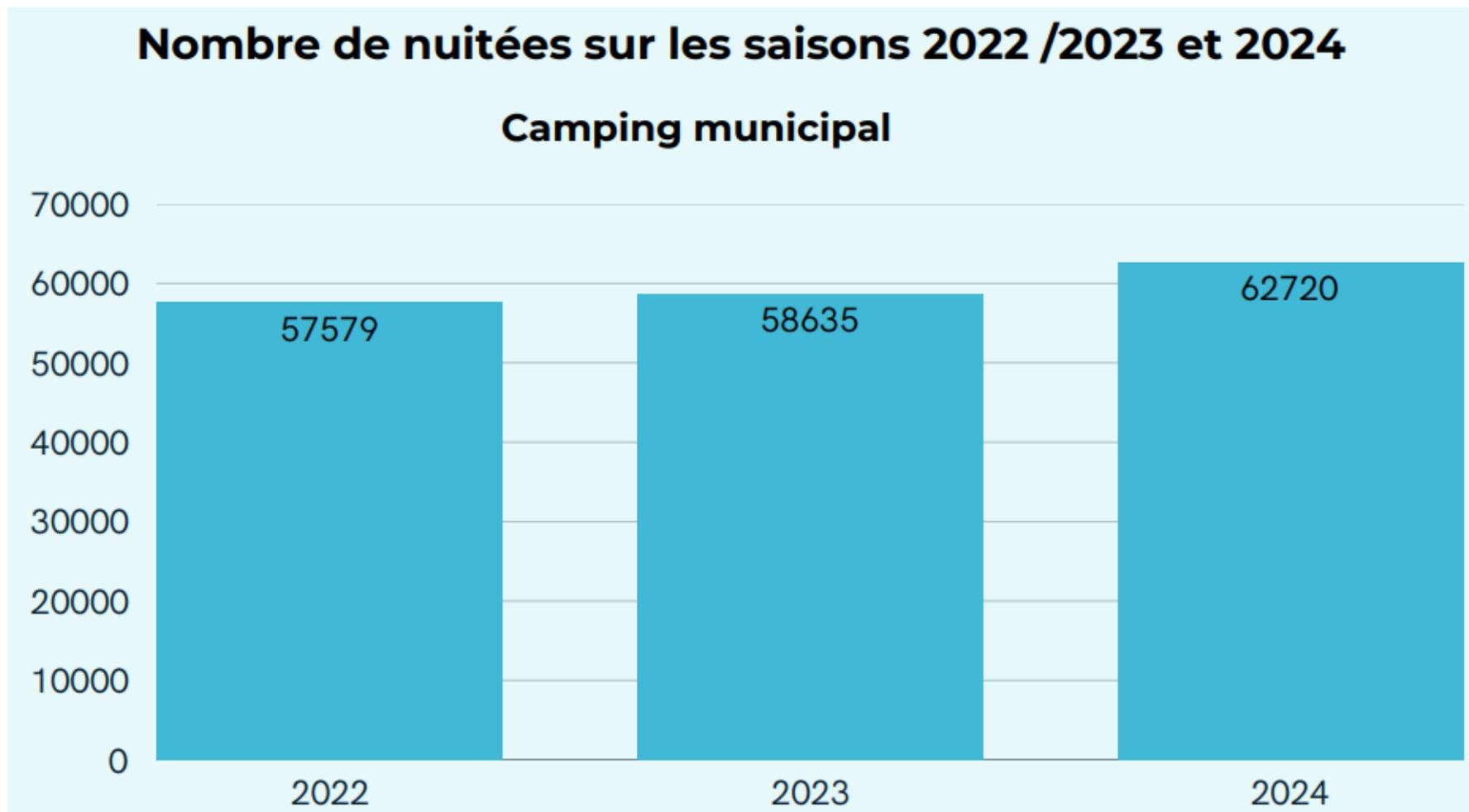
# 1/ Bilan fréquentation / statistiques de la saison écoulée

## Bilan Camping



# 1/ Bilan fréquentation / statistiques de la saison écoulée

## Bilan Camping



# 1/ Bilan fréquentation / statistiques de la saison écoulée

## CONCLUSIONS AU BILAN DE FREQUENTATION 2024 A BANYULS-SUR-MER

Sur l'ensemble de la saison (entre les vacances de Pâques et celles de la Toussaint et hors vacances de fin d'année), la destination Banyuls sur mer a enregistré une hausse de **11 800 nuitées** par rapport à 2023 atteignant un total de **994 100 nuitées** soit **+ 1.2%** (plus très loin du million de nuitées !). Dans l'ensemble, la destination Banyuls fait partie des 3 stations balnéaires d'Occitanie où ce pourcentage est en hausse

- Après un mois d'Avril 2024 plutôt en baisse par rapport à 2023, le mois de mai a connu des pics d'affluence en hausse les week-ends de l'Ascension et de Pentecôte.
- Ce mois de mai a expérimenté une hausse de **+ 6.1%** de fréquentation générale sur la station par rapport à 2023.
- En juin, progression plus modérée de la fréquentation avec un + 0.6%
- La haute saison présente des résultats plus contrastés : avec un mois de Juillet légèrement en recul (- 4.9%), lequel a été compensé par le mois d'Août avec un fort afflux de visiteurs sur tout le mois et avec une progression de + 7.5%. La semaine du 10 août (pic de la saison avec 60 800 nuitées) sur Banyuls
- L'arrière-saison a été plus calme par rapport à la même période de 2023 avec une baisse de - 1.4% et notamment ressentie après Vendanges en fêtes et les vacances de la Toussaint.
- Sur le plan de la clientèle étrangère en hébergement sur Banyuls nous avons en 1<sup>er</sup> les allemands avec 3 879 personnes recensées et en 2<sup>ème</sup> les belges et en 3<sup>ème</sup> les britanniques.

Les catalans / espagnols sont en tête en termes de nombre d'excursionnistes (vacanciers venant sur la station passer la journée).

# 1/ Bilan fréquentation / statistiques de la saison écoulée

## STATISTIQUES SITE INTERNET

### Pages les plus vues:

#### Top Pages

[Top Pages](#) [Entry Pages](#) [Exit Pages](#)

Page	Visitors
/nos-webcams/	75.3k
/	72.3k
/agenda-de-la-semaine/agenda/	24.9k
/tourisme/decouvrir/incontournables/	24.4k
/tourisme/banyulspratique/transport-et-stationnements/bus-de-ligne/	20.3k
/tourisme/decouvrir/banyuls-la-mer-...la-mediterranee/sentier-sous-marin/	17.8k
/tourisme/decouvrir/banyuls-la-mer-...a-mediterranee/le-sentier-littoral/	16.9k
/tourisme/banyulspratique/le-marche/	13.7k
/mairie/	12.8k

# 1/ Bilan fréquentation / statistiques de la saison écoulée

## STATISTIQUES SITE INTERNET

Nombre total de visites en 2024 :

<u>UNIQUE VISITORS</u>	TOTAL VISITS	TOTAL PAGEVIEWS	VIEWS PER VISIT	BOUNCE RATE	VISIT DURATION
<b>394k</b> ↗ 55%	<b>455k</b> ↗ 55%	<b>1.8M</b> ↗ 73%	<b>4.13</b> ↗ 12%	<b>5%</b> ↗ 1%	<b>2m 08s</b> ↗ 27%

Nombre de visites en août, mois le plus visité :

<u>UNIQUE VISITORS</u>	TOTAL VISITS	TOTAL PAGEVIEWS	VIEWS PER VISIT	BOUNCE RATE	VISIT DURATION
<b>73.8k</b> ↗ 16%	<b>83.7k</b> ↗ 16%	<b>332k</b> ↗ 14%	<b>3.97</b> ↘ 1%	<b>5%</b> ↔ 0%	<b>1m 58s</b> ↘ 6%

# 1/ Bilan fréquentation / statistiques de la saison écoulée

## NOMBRE DE VUES SUR LA PAGE INSTAGRAM

Abonnés : 4920

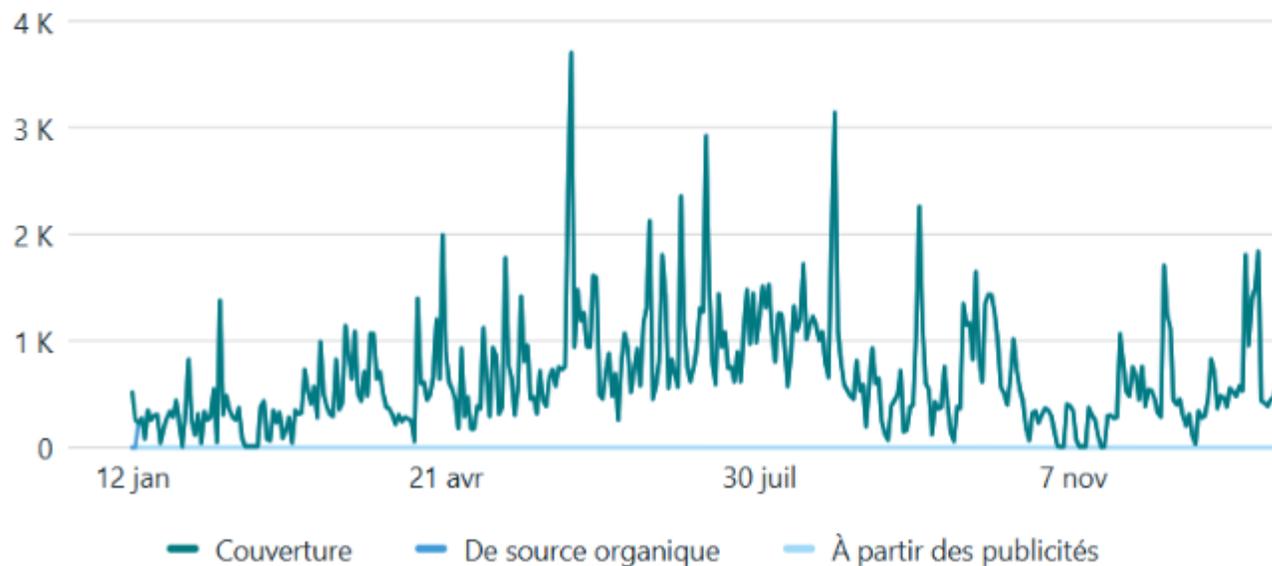
Followers en plus : 1000 par rapport à 2023

Couverture ⓘ

31,4 K ↑ 101,3 %

Interactions avec le contenu ⓘ

8,2 K ↑ 100 %



### Répartition de la couverture ⓘ

12 jan 2024 – 12 jan 2025

Total

31375 ↑ 101,3 %

De source organique

31375 ↑ 100 %

À partir des publicités

0 0 %



# 1/ Bilan fréquentation / statistiques de la saison écoulée

## NOMBRE DE VUES SUR LA PAGE FACEBOOK

Abonnés : 9769 au 13 janvier

Followers en plus : 813 par rapport à 2023

Couverture ⓘ

324,3 K ↑ 131,4 %

Vues de 3 secondes ⓘ

71,6 K ↑ 145,7 %

Vues de 1 minute ⓘ

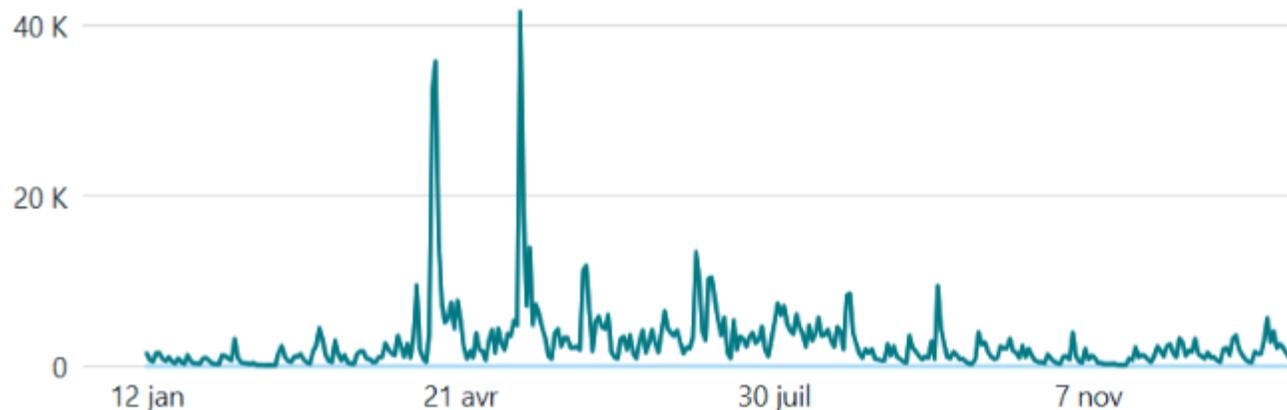
8,2 K ↑ 77 %

Nombre d'interactions avec le contenu ⓘ

24 K ↑ 49,1 %

Durée de...

3,2



— Couverture — De source organique — À partir des publicités

### Répartition de la couverture ⓘ

12 jan 2024 – 12 jan 2025

Total

324 267 ↑ 131,4 %

De source organique

308 276 ↑ 188,2 %

À partir des publicités

0 0 %



## 2/ Bilan des visites guidées et commentées en 2024 et comparaison avec 2023

Visite Les Origines (1)							
Année	2023	2024			2025		
Mois		Ad	Enf	Grpes	Ad	Enf	Grpes
1		10	0	0			
2		26	1	0			
3		0	0	0			
4	34	18	1	120 €			
5	6	28	0	0			
6	28	4	0	0			
7	33	21	0	0			
8	46	20	4	0			
9	25	23	0	0			
Oct 6€	11	3	0	0			
Oct 6.50€	0	0	0	0			
11	5	0	0	0			
12	0	4	0	0			
Total V	188	157	6	1			
Tot 6 €	1 128 €	918 €	27,00 €	120 €			
Tot 6.50€		26,00 €	0,00 €	0 €			
<b>Total 2024</b>			<b>1 091,00 €</b>				

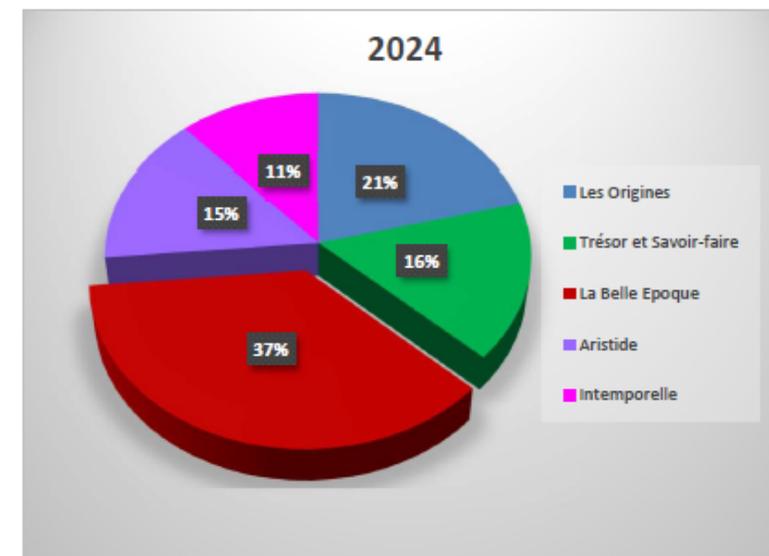
Visite Trésor et Savoir-faire (2)							
Année	2023	2024			2025		
Mois		Ad	Enf	Grpes	Ad	Enf	Grpes
1		16	0	0			
2		32	0	0			
3		19	0	0			
4	3	10	0	0			
5	3	6	0	0			
6	20	2	0	0			
7	17	11	0	0			
8	28	7	0	0			
9	15	27	0	0			
Oct 6€	8	0	0	0			
Oct 6.50€	0	5	1	0			
11	0	0	0	0			
12	0	2	0	0			
Total V	94	137	1	0			
Tot 6€	564 €	780 €	0 €	0 €			
Tot 6.50€		45,50 €	4,50 €	0,00 €			
<b>Total Général 2024</b>			<b>830,00 €</b>				

Visite La Belle Epoque (3)							
Année	2023	2024			2025		
Mois		Ad	Enf	Grpes	Ad	Enf	Grpes
1		0	0	0			
2		19	1	0			
3		15	0	160 €			
4	1	8	0	0			
5	3	48	0	200 €			
6	30	29	1	0			
7	0	28	0	0			
8	0	25	5	0			
9	30	24	0	240 €			
Oct 6€	0	0	0	0			
Oct 6.50€	0	0	0	0			
11	0	0	0	78 €			
12	14	4	0	0			
Total V	78	200	7	4			
Tot 6 €	468 €	1 176 €	31,50 €	600 €			
Tot 6.50€		26,00 €	0,00 €	78 €			
<b>Total Général 2024</b>			<b>1 911,50 €</b>				

## 2/ Bilan des visites guidées et commentées en 2024 et comparaison avec 2023

Visite Aristide se raconte (4)							
Année	2023	2024			2025		
Mois		Ad	Enf	Grpes	Ad	Enf	Grpes
1			0	0			
2			0	0			
3			0	0			
4			0	0			
5		15	0	0			
6		14	0	0			
7		13	1	0			
8		6	0	0			
9		53	1	160 €			
Oct 6€		0	0	0			
Oct 6.50€		0					
11		0	0	0			
12		0	0	0			
Total V	0	101	2	1			
Tot 6 €	0 €	606 €	9 €	160 €			
Tot 6.50€		0,00 €	0,00 €	0,00 €			
<b>Total Général 2024</b>		<b>775,00 €</b>					

Visite Intemporelle (5)							
Année	2023	2024			2025		
Mois		Ad	Enf	Grpes	Ad	Enf	Grpes
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9		0	30	0			
Oct 6€		25	0	0			
Oct 6.50€		14	3				
11		4	0	0			
12		29	0	0			
Total V	0	72	33	0			
Tot 6 €	0 €	150 €	135 €	0 €			
Tot 6.50€		306 €	13,50 €	0,00 €			
<b>Total Général 2024</b>		<b>604,00 €</b>					

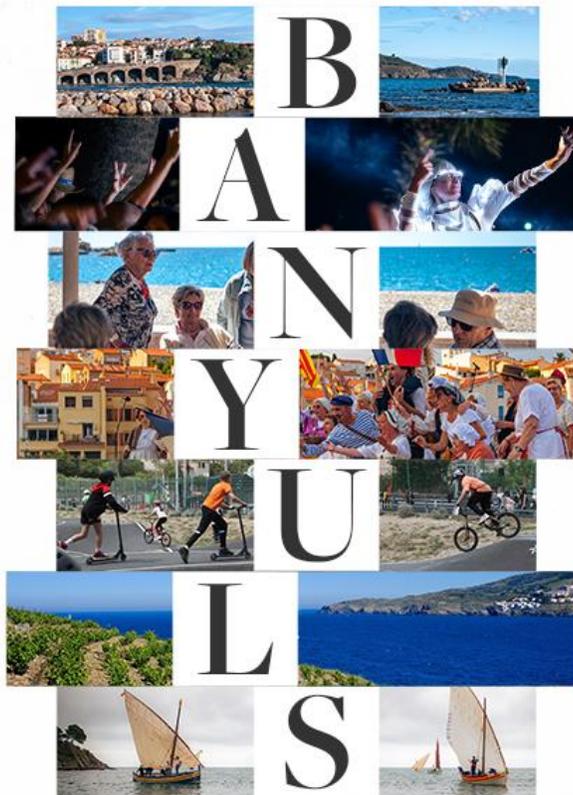


	Objectif 2024	Résultat 2023	Résultat 2024
	5 000,00 €	2 305,00 €	5 211,50 €
<b>Pourcentage évolution par rapport à 2023</b>			<b>126,10%</b>
	Objectif 2025	5 500,00 €	Résultat 2025

### 3/ Animations et projets de la ville pour 2025: Animations PRINCIPALES 2025

Dimanche 20 avril : Banyuls fête Pâques et la Sant Jordi
Lundi 21 avril : Vide-greniers
Du 29 au 31 mai : 15e Festival flamenco Ascension Flamenca
Ven. 6 et sam. 7 juin : Banyuls passe au vert
Lundi 23 juin : Focs de Sant Joan - Saint Jean
Du 23 au 29 juin : Festival photo Imag'in Banyuls
Samedi 28 juin : 1793, la légende du Col de Banyuls
Du 3 au 6 juillet : Festa Catalana
Dimanche 13 juillet : Banyuls by Night
Du 18 au 20 juillet : Fête du Puig del Mas
Ven. 25 et sam. 26 juillet : Sous les galets le Jazz
Du 21 au 24 août : Festa Major - Fête de Banyuls
Du 20 au 24 août : Le Petit Festival de la Côte Vermeille
Samedi 6 septembre : Forum des associations
Dimanche 7 septembre : Vide-greniers
Samedi 20 septembre : Fête de fin d'été de l'UCAB
Du 8 au 12 octobre : 30e Vendanges en fête

**BUDGET TOTAL 206.000€**



*Transmettre aujourd'hui  
pour inspirer demain.*

2025



*Bonne année*

2025

Jean-Michel Solé,  
Maire de Banyuls-sur-Mer  
et son conseil municipal,

vous présentent leurs meilleurs vœux.

**CÉRÉMONIE DES VŒUX**

Vendredi 24 janvier 2025

À partir de 18h

Salle Bartissol



6 av. de la République 66650 BANYULS-SUR-MER  
04 68 88 00 62 - [contact@banyuls-sur-mer.com](mailto:contact@banyuls-sur-mer.com)  
[www.banyuls-sur-mer.com](http://www.banyuls-sur-mer.com)

© Pôle Communication Ville de Banyuls-sur-Mer

# 3/ Animations et projets de la ville pour 2025: les grands projets 2025

---

## **Stratégie de la ville**

Pour renforcer son attractivité, Banyuls s'engage

1. LA PROXIMITÉ : UN LIEN ESSENTIEL À CONSERVER
2. UNE OFFRE DURABLE ET RESPECTUEUSE
3. PROMOUVOIR ET ATTIRER SUR NOTRE DESTINATION
4. LE TOURISME DE DEMAIN SUR NOTRE TERRITOIRE

Ecrin sauvage et terre d'exception

Ville engagée

Ville animée

Ville accessible

Renforcer notre attractivité, notre dynamisme et notre rayonnement, tout en préservant notre identité et notre environnement unique.

# 3/ Animations et projets de la ville pour 2025

## les grands projets 2025

---

### **Stratégie de la ville**

#### **1. METTRE EN AVANT LA VALEUR DE PROXIMITE = MARKETING RELATIONNEL**

*Objectif : Fidéliser les habitants et les visiteurs réguliers et en attirer de nouveaux par le biais d'une communication personnalisée.*

#### **2. PROMOUVOIR LE DEVELOPPEMENT DURABLE ET LES INITIATIVES ECORESPONSABLES**

*Objectif : Positionner Banyuls-sur-Mer comme une destination écoresponsable.*

#### **3. CREATION D'UNE SYNERGIE ENTRE ACTEURS TOURISTIQUES ET HABITANTS**

*Objectif : Mettre en avant la valeur ajoutée de la ville grâce à une synergie commune de tous les acteurs locaux.*

#### **4. RENOUVELER L'IMAGE DE BANYULS POUR ATTIRER UNE CLIENTELE PLUS JEUNE ET SPORTIVE**

*Objectif : Mettre en avant l'authenticité et la richesse des expériences locales.*

#### **5. RENFORCER LA PRESENCE EN LIGNE ET L'ACCESSIBILITE DE BANYULS**

*Objectif : Attirer une audience plus large et spécifique (familles, sportifs, amoureux de la nature, etc.) et accroître la notoriété de Banyuls.*

### 3/ Animations et projets de la ville pour 2025 les grands projets 2025

Travaux rue Saint Sébastien et place du marché



[Lien de la vidéo sur Youtube](#)

## 4/ Questions diverses

---

- Temps d'échange avec les socio-professionnels présents



# Merci de votre attention