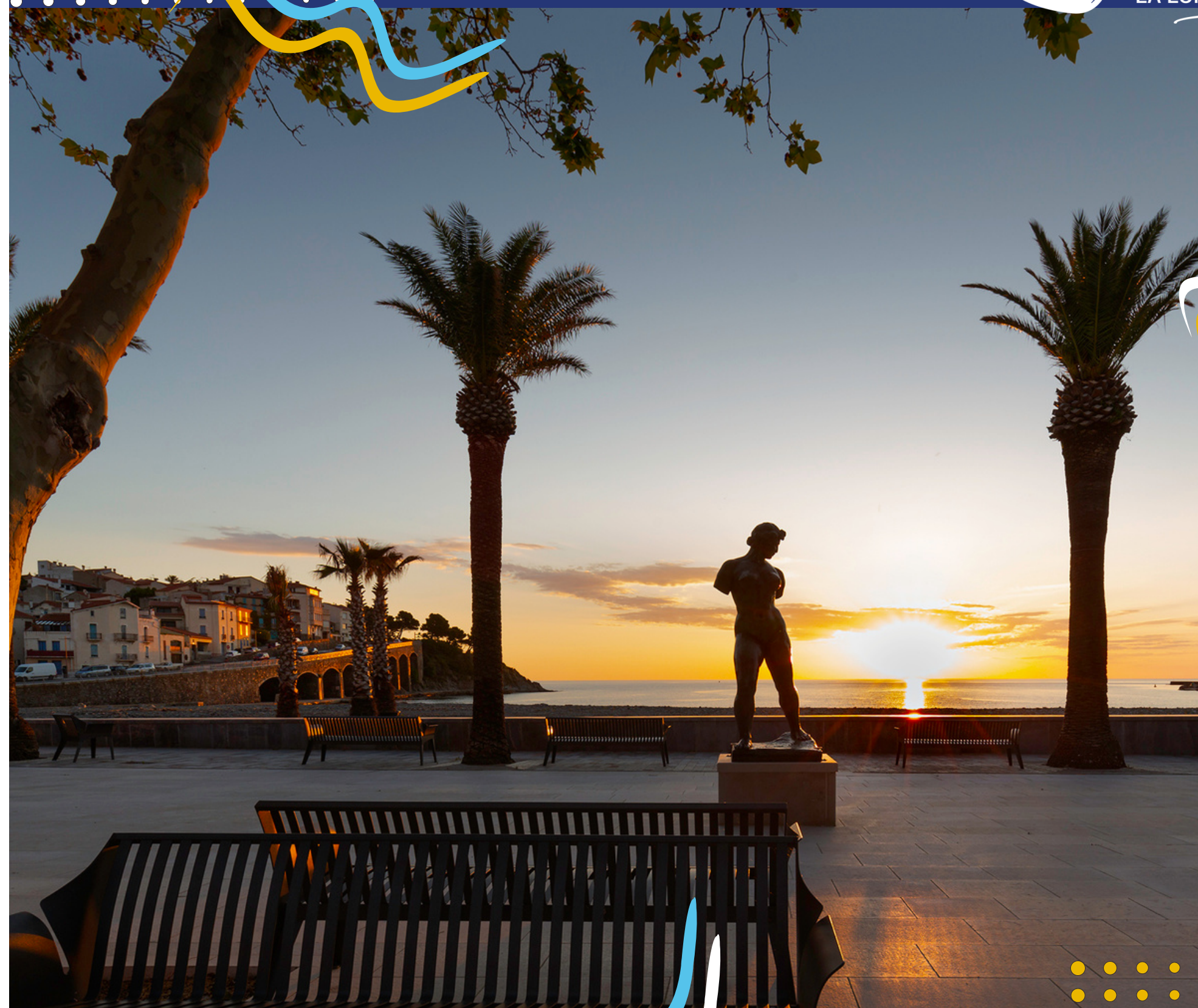


# RAPPORT D'ACTIVITÉ

EPIC OFFICE DE TOURISME  
DE BANYULS-SUR-MER

2025



Réalisé en février 2026

[www.banyuls-sur-mer.com](http://www.banyuls-sur-mer.com)

# SOMMAIRE

## RAPPORT D'ACTIVITÉ 2025

|                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1/ PRINCIPALES ACTIONS REALISEES EN 2025                                        | 3  |
| 2/ CHIFFRES DE FREQUENTATION ET RESERVATIONS<br>VIA L'OBSERVATOIRE G2A          | 10 |
| 3/ STATISTIQUES NUITEES 2025                                                    | 21 |
| 4/ BILAN DE L'ACCUEIL À L'OFFICE DE TOURISME                                    | 24 |
| 5/ BILANS PARTENARIATS, VENTES BOUTIQUE ET<br>VISITES GUIDEES 2025              | 26 |
| 6/ BILAN FINANCIER 2025                                                         | 30 |
| 7/ BILAN 2025 CAMPING LA PINEDE                                                 | 36 |
| 8/ PROJETS / PLAN D'ACTION 2026                                                 | 41 |
| 9/ SUIVI MARQUE QUALITE ET EVOLUTION VERS<br>"DESTINATION D'EXCELLENCE" EN 2026 | 44 |

The background of the slide is a photograph of a coastal park. In the foreground, there are vibrant yellow and pink flowers. Behind them, a bronze statue of a reclining nude woman is visible. In the background, there is a stone structure with arches, possibly a bridge or a wall, and a palm tree on the left. The sky is clear blue.

# **1/ PRINCIPALES ACTIONS REALISEES PAR L'OFFICE DE TOURISME EN 2025**

# 1/ PRINCIPALES ACTIONS REALISEES PAR L'OFFICE DE TOURISME EN 2025

## AI MISSIONS REGALIENNES DE L'OFFICE DE TOURISME



1

Accueil / Information /  
Conseil en Séjour toute  
l'année (7 j/7 en juillet août  
et 6 j/7 le reste de l'année)  
+ Diffusion de  
l'Information sur les  
différents supports

2

Mises à jour de  
l'information touristique  
pour préparation /  
élaboration des magazines  
et flyers touristiques

3

Observatoire Touristique  
et statistiques  
(réservations et  
fréquentation) avec  
l'observatoire G2A  
Consulting

4

Gestion annuelle des  
déclarations en mairie et  
adhésions des  
propriétaires en meublés

5

Visites de prestataires et  
de nouveaux propriétaires  
meublés toute l'année

6

Gestion des déclarations  
et suivi des taxes de  
séjours pour encaissement  
par la commune

# 1/ PRINCIPALES ACTIONS REALISEES PAR L'OFFICE DE TOURISME EN 2025

## B/ LES SERVICES DE L'OT

### Développement des services de l'Office de Tourisme

- Poursuite des actions liées au référentiel Destination d'Excellence et formalisation de la stratégie cadre de l'OT
- Mise en place d'une nouvelle politique partenariale incluant la diffusion sur les écrans de l'OT et du camping
- Suite à la convention signée en 2024 :
  - Gestion du dossier logement et accueil des travailleurs saisonniers
  - Recensement de logements dédiés aux saisonniers via le parc communal
  - Participation aux réseaux professionnels et partenaires sur cette thématique
- Fort succès des visites guidées en 2025 et création d'une nouvelle visite ludique à thème environnemental, destinée aux familles et jeunes publics
- Dans le cadre de la gestion du camping municipal La Pinède par l'EPIC :
  - Supervision générale de la direction
  - Appui aux services RH, comptabilité et communication



# 1/ PRINCIPALES ACTIONS REALISEES PAR L'OFFICE DE TOURISME EN 2025

## C/ PROMOTION / COMMUNICATION / MARKETING / WEB



## Promotion – Communication – Marketing – Web

- Participation, pour la 4<sup>e</sup> année consécutive, aux actions de communication collective menées avec le CRTL Occitanie et les stations classées du littoral
  - Contribution aux comités techniques France et marchés internationaux (Allemagne, Grande-Bretagne, Belgique, Suisse, Espagne)
  - Campagnes digitales, vidéos promotionnelles et formats « minute voyage »
- Adhésion au Club des Organismes d'Événements Sportifs du CRTL et valorisation de la destination lors de plusieurs événements sportifs majeurs (Swimrun Côte Vermeille, Oceanman, Madeloc Sky trail, Courses des vendanges etc...)
- Représentation de la commune aux Convergences Touristiques Régionales à Nîmes (novembre 2025) et participation aux ateliers thématiques
- Communication conjointe OT / Mairie sur les actions de développement durable (zéro mégots par terre, nettoyage des plages, Banyuls s'engage...)
- Diffusion 24h/24 des animations et événements via les écrans numériques de l'OT, du camping et le panneau extérieur digital
- Participation de l'OT et du camping au Salon International de la Plongée à Paris
  - Valorisation de la destination écoresponsable et de la Réserve Naturelle Marine Cerbère-Banyuls
  - Retombées positives en termes de notoriété et de réservations

# 1/ PRINCIPALES ACTIONS REALISEES PAR L'OFFICE DE TOURISME EN 2025

CI PROMOTION / COMMUNICATION /  
MARKETING / WEB



- Engagement dans la démarche Green Destination en partenariat avec l'OTI Pyrénées Méditerranée et la Ville d'Argelès-sur-Mer. Labellisation en juillet 2025.
- Participation au Salon du Randonneur à Lyon
  - Clientèle à fidéliser et à développer
  - Banyuls-sur-Mer, seule destination littorale du département représentée
- Participation à la Bourse d'Échange du Réseau des Offices de Tourisme des Pyrénées-Orientales
- Présence sur deux workshops professionnels à Agen et Gérone (CE, MICE, presse, agences), avec accueil de médias catalans à l'issue

## Accueils presse, médias et éductours

- Accueil de plusieurs journalistes français et internationaux tout au long de l'année (presse écrite, agences internationales, œnotourisme, tourisme durable)
- Organisation de visites, hébergements, rencontres professionnelles et découvertes du territoire en lien avec les partenaires locaux
- Accueil institutionnel de responsables touristiques régionaux

# 1/ PRINCIPALES ACTIONS REALISEES PAR L'OFFICE DE TOURISME EN 2025

CI PROMOTION / COMMUNICATION /  
MARKETING / WEB 



## Développement durable – Environnement – RSE

- Participation active au dossier Green Destination et obtention du label en juillet 2025.
- Travail approfondi sur le pilier Développement Durable du label Destination d'Excellence
- Suivi de la politique RSE de l'Office de Tourisme en lien avec la Communauté de Communes
- Lancement du recensement des actions écoresponsables des socio-professionnels, hébergeurs et prestataires d'activités

## Observatoire touristique

- Traitement et diffusion bimensuelle des données touristiques (taux d'occupation, nuitées, prévisions) auprès des socio-professionnels et élus
- Présentation détaillée du bilan de saison lors de la réunion de fin d'année 2024
- Envoi d'un récapitulatif mensuel via la newsletter touristique
- Préparation d'une convention avec Flux Vision (Orange) prévue en 2026 pour le suivi en temps réel des excursionnistes
  - Outil d'aide à la décision pour les services municipaux, commerçants et organisateurs d'événements

# 1/ PRINCIPALES ACTIONS REALISEES PAR L'OFFICE DE TOURISME EN 2025

CI / PROMOTION / COMMUNICATION /  
MARKETING / WEB 



## Animations et événementiel

- Organisation de Vendanges en Fête 2025 (8 au 11 octobre) en partenariat avec la Ville et le syndicat du cru Banyuls-Collioure
  - Coordination administrative, financière et logistique
  - Gestion des contrats artistiques, prestataires, autorisations et budgets
- Organisation des Apéritifs Vignerons les lundis soirs en avant et arrière-saison
  - 12 caves partenaires
  - Plus de 300 participants en 2025
  - Format qualitatif et à jauge limitée autour des accords mets et vins



## 2/ CHIFFRES DE FREQUENTATION ET RESERVATIONS VIA L'OBSERVATOIRE G2A<sup>3</sup>



## BILAN SAISON 2025

BILAN FIN DE SAISON 2025  
BANYULS-SUR-MER  
LES CHIFFRES CLÉS - VOLUMÉTRIE & ÉVOLUTIONS

LE STOCK

NOMBRE DE LITS

|                                                 | ÉTÉ 2024 | ÉTÉ 2025 |  ÉVO<br>LUTION<br>(en nb lits) |  ÉVO<br>LUTION<br>(en %) |
|-------------------------------------------------|----------|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 🏠 HÔTELS                                        | 623      | 621      | -2                                                                                                               | -0,3%                                                                                                       |
| 🏠 LITS PRO                                      | 2 101    | 2 071    | -30                                                                                                              | -1,4%                                                                                                       |
| 🏠 LITS PAP (DE<br>PARTICULIER À<br>PARTICULIER) | 2 780    | 2 825    | 45                                                                                                               | 1,6%                                                                                                        |
| 🏠 LITS NON<br>COMMERCIALISÉS                    | 8 596    | 8 513    | -83                                                                                                              | -1,0%                                                                                                       |

LES PERFORMANCES

TAUX DE REMPLISSAGE

|  | ÉTÉ 2024 | ÉTÉ 2025 |  ÉVO<br>LUTION<br>(en pts) |
|--|----------|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | 47,6%    | 47,6%    | -0,1                                                                                                          |
|  | 31,5%    | 32,1%    | 0,6                                                                                                           |
|  | 35,5%    | 36,2%    | 0,7                                                                                                           |
|  | 35,9%    | 36,2%    | 0,3                                                                                                           |

LES RÉSULTATS

NOMBRE DE NUITÉES

|  | ÉTÉ 2024 | ÉTÉ 2025 |  ÉVO<br>LUTION<br>(en nb de nuitées) |  ÉVO<br>LUTION<br>(en %) |
|--|----------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | 62 283   | 62 011   | -272                                                                                                                    | -0,4%                                                                                                       |
|  | 139 116  | 139 722  | 606                                                                                                                     | 0,4%                                                                                                        |
|  | 207 269  | 214 961  | 7 692                                                                                                                   | 3,7%                                                                                                        |
|  | 647 714  | 646 617  | -1 097                                                                                                                  | -0,2%                                                                                                       |

PART D'ETRANGERS

|  | ÉTÉ 2024 | ÉTÉ 2025 |  ÉVO<br>LUTION<br>(en pts) |
|--|----------|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | 8,5%     | 8,5%     | 0,1                                                                                                           |
|  | 8,8%     | 9,4%     | 0,6                                                                                                           |

|                             | ÉTÉ 2024 | ÉTÉ 2025 |  ÉVO<br>LUTION<br>(en nb lits) |  ÉVO<br>LUTION<br>(en %) |
|-----------------------------|----------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 🏠 LITS ENQUÊTÉS             |          |          |                                                                                                                    |                                                                                                               |
| 🛏️ FRÉQUENTATION<br>GLOBALE | 13 477   | 13 409   | -68                                                                                                                | -0,5%                                                                                                         |

|  | ÉTÉ 2024 | ÉTÉ 2025 |  ÉVO<br>LUTION<br>(en pts) |
|--|----------|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | 35,1%    | 35,6%    | 0,4                                                                                                             |

|  | ÉTÉ 2024 | ÉTÉ 2025  |  ÉVO<br>LUTION<br>(en nb de nuitées) |  ÉVO<br>LUTION<br>(en %) |
|--|----------|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | 994 100  | 1 001 300 | 7 200                                                                                                                     | 0,7%                                                                                                          |

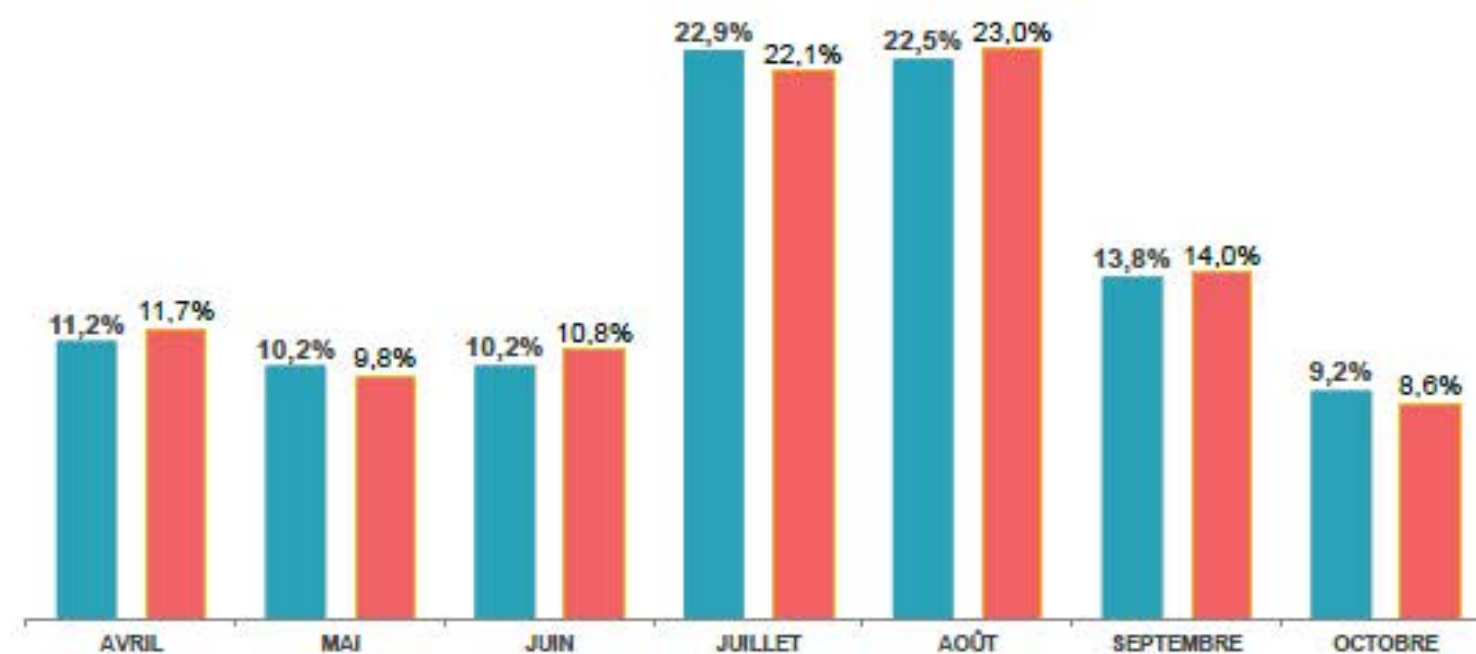
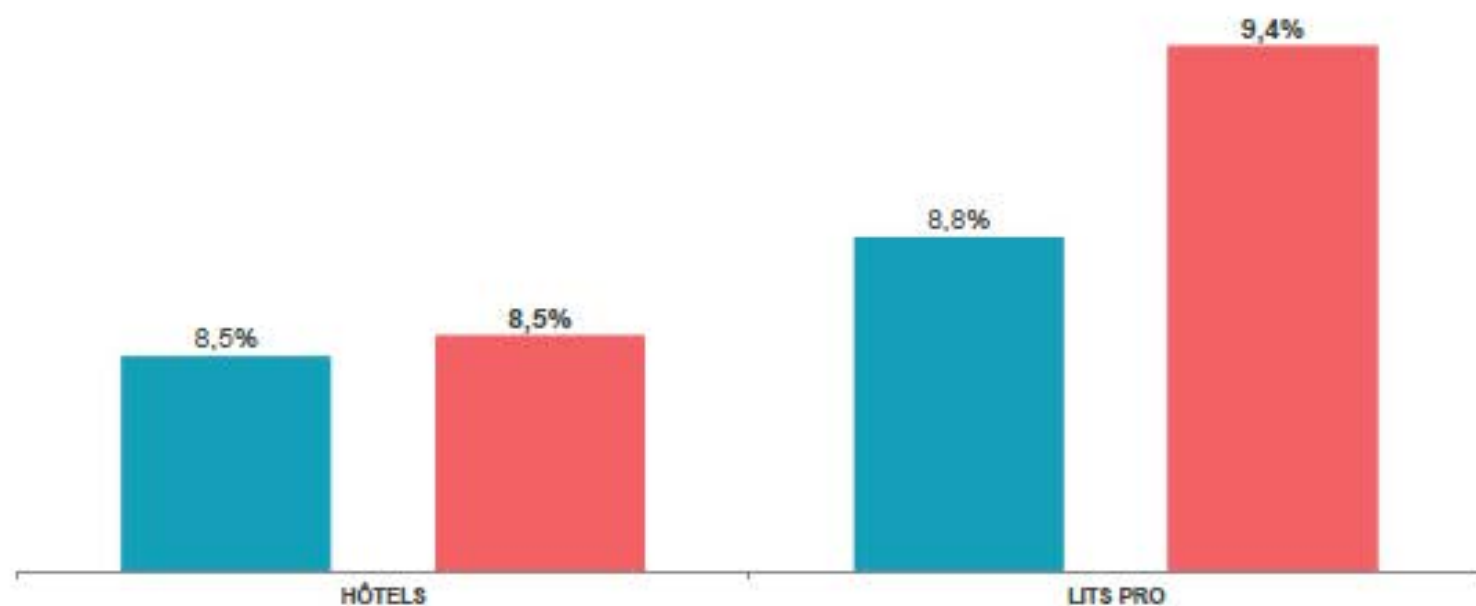
\* OCCUPATIONS PROPRIÉTAIRES INCLUSES

|                                                             | ÉTÉ 2024 | ÉTÉ 2025 |
|-------------------------------------------------------------|----------|----------|
| TAUX DE RÉPONSE DES ÉTABLISSEMENTS ENQUÊTÉS (en % des lits) | 91%      | 91%      |

BILAN FIN DE SAISON 2025  
BANYULS-SUR-MER

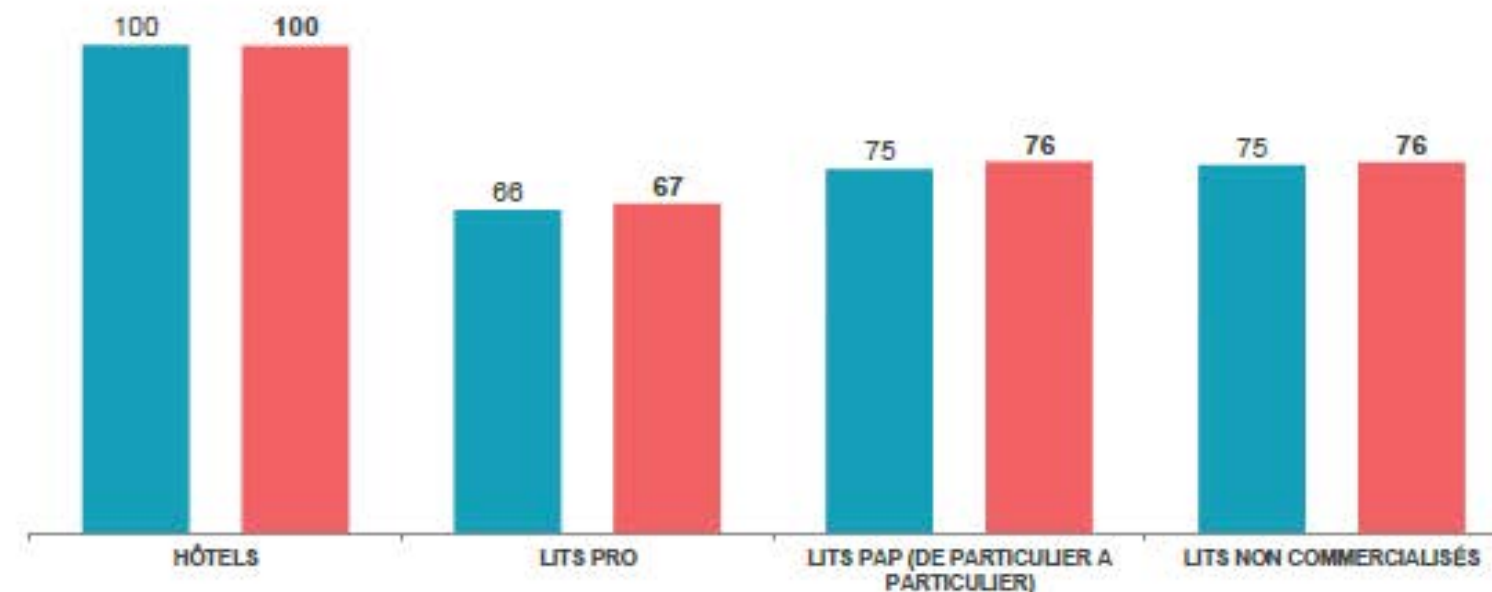
## LES CHIFFRES CLÉS - PERFORMANCES

POIDS DES PÉRIODES COMMERCIALES

■ ÉTÉ 2024 ■ ÉTÉ 2025  
POIDS DE LA CLIENTÈLE ÉTRANGÈRE

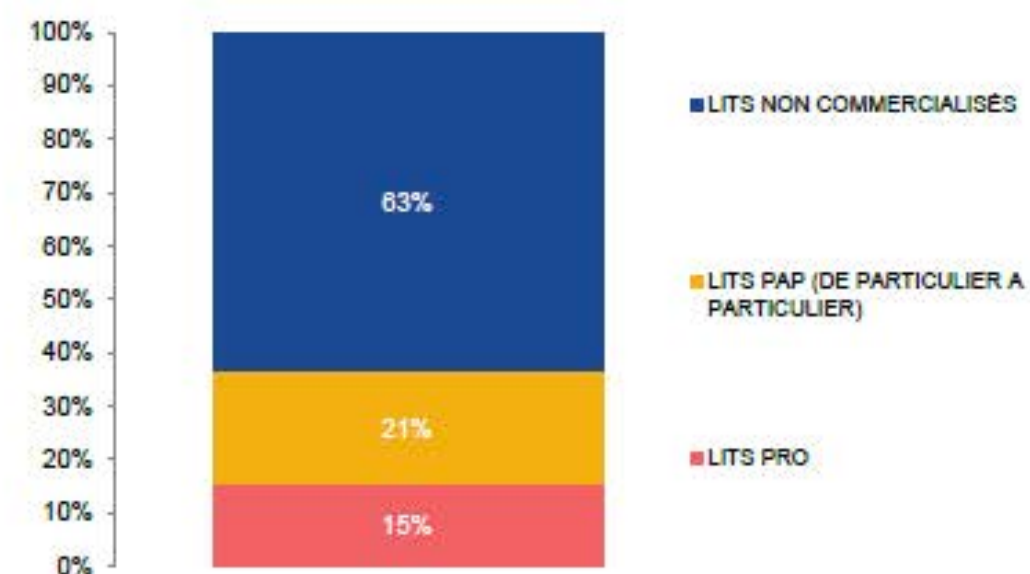
■ ÉTÉ 2024 ■ ÉTÉ 2025

NUITÉES AU LIT

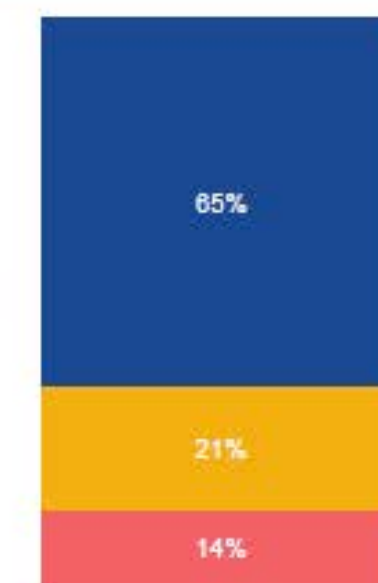
*\*Nombre moyen de nuitées générées par lit, par catégorie, sur l'ensemble de la période d'observation.*

■ ÉTÉ 2024 ■ ÉTÉ 2025

POIDS DES LITS PAR CATÉGORIE



POIDS DES NUITÉES PAR CATÉGORIE



FRÉQUENTATION GLOBALE : LITS PRO + PAP + NON COMMERCIALISÉS

Pour cette saison estivale 2025, BANYULS-SUR-MER enregistre 1 001 300 nuitées pro + pâp + non commercialisées sur l'ensemble de la période. La semaine 33 est le pic de la saison avec un volume de 62 200 nuitées. En moyenne, un lit station réalise 75 nuitées sur l'ensemble de la saison. A date, BANYULS-SUR-MER enregistre une hausse de nuitées de 0,7% (soit +7 200 nuitées) par rapport à l'année 2024.

|         | ÉTÉ 2024 | ÉTÉ 2025 |
|---------|----------|----------|
| NB LOTS | 524      | 523      |
| NB LITS | 2 101    | 2 071    |



|         | ÉTÉ 2024 | ÉTÉ 2025 |
|---------|----------|----------|
| NB LOTS | 530      | 540      |
| NB LITS | 2 750    | 2 825    |



| Date & N° sem.              |
|-----------------------------|
| 05/04-11/04 S15             |
| 12/04-18/04 S16             |
| 19/04-25/04 S17             |
| 26/04-02/05 S18             |
| 03/05-09/05 S19 - Mai       |
| 10/05-16/05 S20             |
| 17/05-23/05 S21             |
| 24/05-30/05 S22             |
| 31/05-06/06 S23 - Juin      |
| 07/06-13/06 S24             |
| 14/06-20/06 S25             |
| 21/06-27/06 S26             |
| 28/06-04/07 S27 - Juillet   |
| 05/07-11/07 S28             |
| 12/07-18/07 S29             |
| 19/07-25/07 S30             |
| 26/07-01/08 S31             |
| 02/08-08/08 S32 - Août      |
| 09/08-15/08 S33             |
| 16/08-22/08 S34             |
| 23/08-29/08 S35             |
| 30/08-05/09 S36 - Septembre |
| 06/09-12/09 S37             |
| 13/09-19/09 S38             |
| 20/09-26/09 S39             |
| 27/09-03/10 S40             |
| 04/10-10/10 S41 - Octobre   |
| 11/10-17/10 S42             |
| 18/10-24/10 S43             |
| 25/10-31/10 S44             |

| GLOBAL - LITS PRO |          |            |
|-------------------|----------|------------|
| ÉTÉ 2024          | ÉTÉ 2025 | EVO en pts |
| 30%               | 24%      | -5,8       |
| 34%               | 29%      | -5,3       |
| 31%               | 35%      | 3,3        |
| 23%               | 34%      | 10,5       |
| 47%               | 41%      | -5,6       |
| 32%               | 31%      | -0,9       |
| 38%               | 39%      | 0,8        |
| 30%               | 43%      | 12,4       |
| 32%               | 39%      | 7,2        |
| 38%               | 49%      | 11,1       |
| 51%               | 52%      | 0,5        |
| 50%               | 52%      | 1,9        |
| 41%               | 44%      | 2,6        |
| 49%               | 52%      | 2,6        |
| 61%               | 63%      | 2,0        |
| 66%               | 63%      | -3,1       |
| 70%               | 70%      | 0,4        |
| 89%               | 86%      | -3,0       |
| 93%               | 92%      | -0,7       |
| 87%               | 84%      | -2,9       |
| 72%               | 66%      | -5,8       |
| 60%               | 58%      | -2,6       |
| 68%               | 64%      | -4,0       |
| 57%               | 55%      | -1,4       |
| 53%               | 48%      | -5,1       |
| 36%               | 27%      | -9,0       |
| 38%               | 32%      | -6,2       |
| 33%               | 30%      | -3,1       |
| 27%               | 26%      | -1,1       |
| 17%               | 20%      | 2,4        |

| LITS PAP |          |            |
|----------|----------|------------|
| ÉTÉ 2024 | ÉTÉ 2025 | EVO en pts |
| 35%      | 38%      | 3,8        |
| 45%      | 42%      | -2,9       |
| 39%      | 48%      | 9,7        |
| 34%      | 44%      | 10,1       |
| 51%      | 42%      | -9,3       |
| 30%      | 21%      | -8,3       |
| 38%      | 25%      | -12,2      |
| 31%      | 38%      | 7,2        |
| 32%      | 33%      | 0,6        |
| 39%      | 42%      | 3,0        |
| 38%      | 40%      | 2,2        |
| 42%      | 46%      | 4,0        |
| 40%      | 41%      | 1,0        |
| 48%      | 54%      | 5,7        |
| 64%      | 63%      | -1,1       |
| 70%      | 70%      | -0,5       |
| 72%      | 74%      | 2,1        |
| 80%      | 83%      | 3,0        |
| 80%      | 86%      | 5,5        |
| 61%      | 63%      | 2,0        |
| 59%      | 45%      | -14,8      |
| 49%      | 52%      | 3,5        |
| 40%      | 44%      | 4,4        |
| 35%      | 39%      | 3,6        |
| 26%      | 35%      | 8,3        |
| 36%      | 36%      | 0,8        |
| 37%      | 37%      | 0,0        |
| 42%      | 42%      | 0,8        |
| 41%      | 44%      | 3,4        |

TAUX D'OCCUPATION DES LITS PRO



■ ÉTÉ 2024

■ ÉTÉ 2025

TOTAL

48,5% 48,3% -0,3

47,1% 48,4% 1,3

JUILLET / AOÛT

69,7% 68,8% -0,9

66,2% 68,6% 2,4

VACS SCOLAIRES  
(S26 A S35)

73,3% 72,0% -1,3

69,5% 72,1% 2,6

|                     | ÉTÉ 2024 | ÉTÉ 2023 | ÉVOLUTIONS |
|---------------------|----------|----------|------------|
| NOMBRE DE LIT\$     | 2 101    | 2 071    | -1,4%      |
| PART D'ÉTRANGER\$   | 8,8%     | 8,4%     | 0,8 p(t)   |
| TAUX DE REMPLISSAGE | 31,5%    | 32,1%    | 0,6 p(t)   |
| TAUX DE RÉPONSE     | 79%      | 78%      |            |

POIDS DES LITS SUR LE STOCK STATION



LITS PRO • RÉSIDENCES DE TOURISME • HÔTELS • AGENCES IMMOBILIÈRES • CAMPINGS

| Date & N° sem.              | ÉTÉ 2024 | ÉTÉ 2025 | ÉTÉ 2024 | ÉTÉ 2025 | Différence |           |
|-----------------------------|----------|----------|----------|----------|------------|-----------|
| 05/04-11/04 S15             | 18%      | 16%      | 2 626    | 2 146    | -18,3%     | 2,2%      |
| 12/04-18/04 S16             | 21%      | 17%      | 3 037    | 2 636    | -16,6%     |           |
| 19/04-25/04 S17             | 18%      | 20%      | 2 610    | 2 863    | 13,2%      |           |
| 26/04-02/05 S18             | 14%      | 20%      | 2 051    | 2 918    | 42,2%      |           |
| 03/05-09/05 S19 - Mai       | 30%      | 27%      | 4 458    | 3 918    | -12,1%     | MAI       |
| 10/05-16/05 S20             | 17%      | 18%      | 2 453    | 2 818    | 14,9%      | 8,4%      |
| 17/05-23/05 S21             | 22%      | 24%      | 3 222    | 3 426    | 6,3%       |           |
| 24/05-30/05 S22             | 17%      | 28%      | 2 564    | 3 728    | 45,6%      |           |
| 31/05-06/06 S23 - Juin      | 21%      | 24%      | 3 022    | 3 483    | 15,6%      | JUIN      |
| 07/06-13/06 S24             | 24%      | 30%      | 3 535    | 4 374    | 23,7%      | 13,8%     |
| 14/06-20/06 S25             | 30%      | 32%      | 4 393    | 4 876    | 8,4%       |           |
| 21/06-27/06 S26             | 28%      | 32%      | 4 181    | 4 880    | 12,2%      |           |
| 28/06-04/07 S27 - Juillet   | 26%      | 27%      | 3 776    | 3 984    | 5,6%       | JUILLET   |
| 05/07-11/07 S28             | 36%      | 38%      | 5 326    | 5 678    | 4,7%       | -0,8%     |
| 12/07-18/07 S29             | 44%      | 46%      | 6 460    | 6 617    | 0,9%       |           |
| 19/07-25/07 S30             | 49%      | 48%      | 7 152    | 6 870    | -6,7%      |           |
| 26/07-01/08 S31             | 54%      | 63%      | 7 908    | 7 864    | -3,2%      |           |
| 02/08-08/08 S32 - Août      | 69%      | 88%      | 10 132   | 9 818    | -5,1%      | AOUT      |
| 09/08-15/08 S33             | 72%      | 70%      | 10 517   | 10 164   | -3,5%      | -4,7%     |
| 16/08-22/08 S34             | 66%      | 83%      | 9 649    | 8 128    | -5,4%      |           |
| 23/08-29/08 S35             | 48%      | 48%      | 6 993    | 6 830    | -5,2%      |           |
| 30/08-05/09 S36 - Septembre | 35%      | 38%      | 5 147    | 5 263    | 2,0%       | SEPTEMBRE |
| 06/09-12/09 S37             | 41%      | 41%      | 5 963    | 5 948    | -0,3%      | 0,8%      |
| 13/09-19/09 S38             | 32%      | 34%      | 4 677    | 4 872    | 6,3%       |           |
| 20/09-26/09 S39             | 29%      | 30%      | 4 274    | 4 281    | 0,2%       |           |
| 27/09-03/10 S40             | 18%      | 18%      | 2 599    | 2 348    | -9,7%      |           |
| 04/10-10/10 S41 - Octobre   | 21%      | 18%      | 3 020    | 2 788    | -8,3%      | OCTOBRE   |
| 11/10-17/10 S42             | 18%      | 18%      | 2 656    | 2 808    | -1,7%      | -10,2%    |
| 18/10-24/10 S43             | 20%      | 18%      | 2 929    | 2 286    | -22,7%     |           |
| 25/10-31/10 S44             | 12%      | 12%      | 1 786    | 1 880    | -5,4%      |           |

|                              |       |       |         |         |       |           |
|------------------------------|-------|-------|---------|---------|-------|-----------|
| TOTAL                        | 31,5% | 32,1% | 139 116 | 138 722 | 0,4%  | EVOLUTION |
| JUILLET / AOUT               | 51,3% | 60,6% | 67 514  | 86 814  | -2,8% |           |
| VACS COLAIRES<br>(828 A 836) | 54,5% | 63,4% | 64 138  | 81 960  | -3,4% |           |

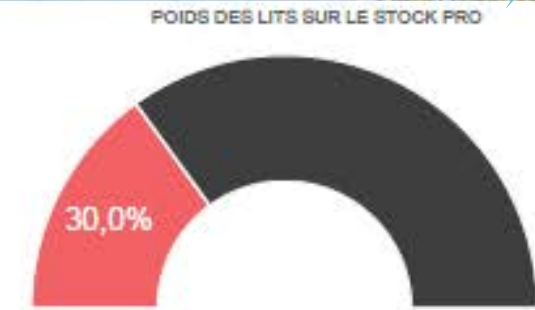
ÉVOLUTION DES NUITÉES PAR PÉRIODES COMMERCIALES (EN %)



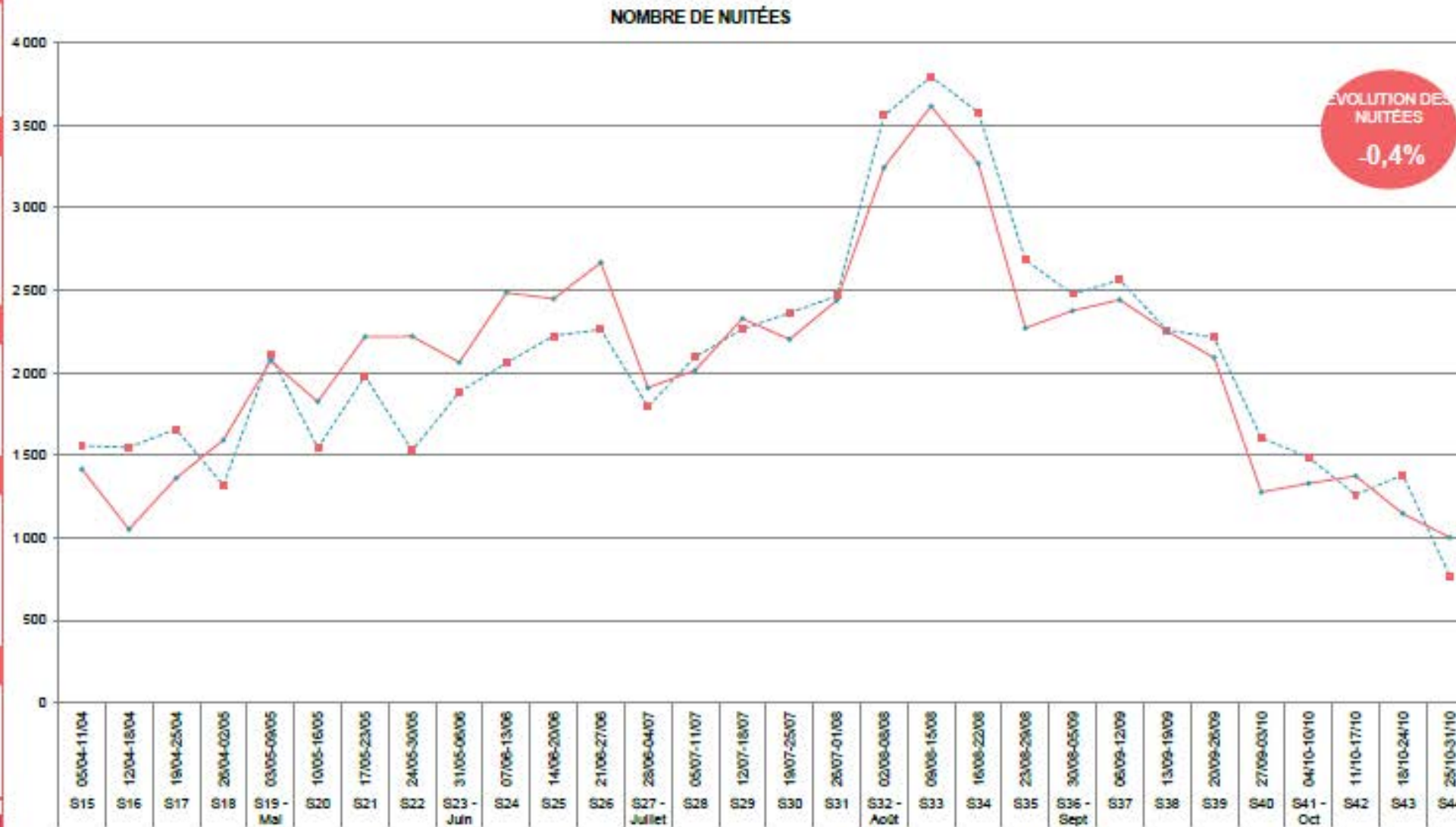
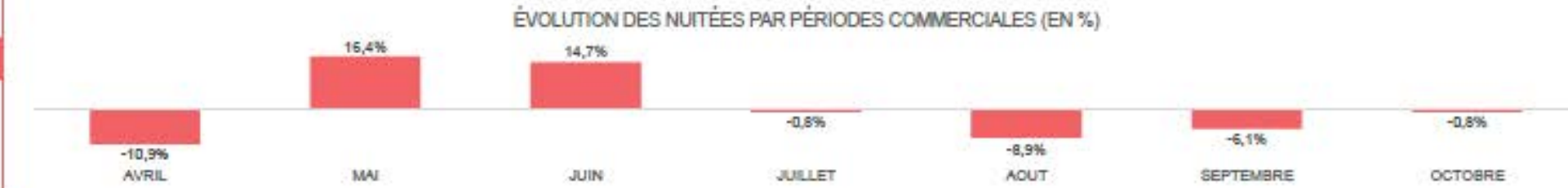
NOMBRE DE NUITÉES



|                     | ÉTÉ 2024 | ÉTÉ 2025 | ÉVOLUTIONS  |
|---------------------|----------|----------|-------------|
| NOMBRE DE LITS      | 623      | 621      | -0,3%       |
| PART D'ÉTRANGERS    | 9,5%     | 8,6%     | 0,1 pts(e)  |
| TAUX DE REMPLISSAGE | 47,6%    | 47,8%    | -0,1 pts(e) |
| TAUX DE REPONSE     | 91%      | 82%      |             |



| Date & N° sem.              | ÉTÉ 2024 | ÉTÉ 2025 | ÉTÉ 2024 | ÉTÉ 2025 | EVOL.  |           |
|-----------------------------|----------|----------|----------|----------|--------|-----------|
| 05/04-11/04 S15             | 36%      | 33%      | 1 558    | 1 418    | -9,1%  | -10,9%    |
| 12/04-18/04 S16             | 36%      | 24%      | 1 548    | 1 061    | -32,1% |           |
| 19/04-25/04 S17             | 38%      | 31%      | 1 659    | 1 382    | -17,9% |           |
| 26/04-02/05 S18             | 30%      | 37%      | 1 318    | 1 683    | 20,9%  |           |
| 03/05-09/05 S19 - Mai       | 48%      | 48%      | 2 107    | 2 073    | -1,6%  | MAI       |
| 10/05-16/05 S20             | 35%      | 42%      | 1 544    | 1 826    | 18,2%  | 18,4%     |
| 17/05-23/05 S21             | 45%      | 61%      | 1 981    | 2 217    | 12,0%  |           |
| 24/05-30/05 S22             | 35%      | 61%      | 1 529    | 2 221    | 45,3%  |           |
| 31/05-06/06 S23 - Juin      | 43%      | 47%      | 1 883    | 2 083    | 9,6%   | JUIN      |
| 07/06-13/06 S24             | 47%      | 67%      | 2 060    | 2 486    | 20,6%  | 14,7%     |
| 14/06-20/06 S25             | 51%      | 68%      | 2 224    | 2 448    | 10,1%  |           |
| 21/06-27/06 S26             | 52%      | 61%      | 2 262    | 2 888    | 17,9%  |           |
| 28/06-04/07 S27 - Juillet   | 41%      | 44%      | 1 795    | 1 808    | 0,4%   | JUILLET   |
| 05/07-11/07 S28             | 48%      | 48%      | 2 097    | 2 018    | -3,9%  | -0,8%     |
| 12/07-18/07 S29             | 52%      | 64%      | 2 264    | 2 328    | 2,8%   |           |
| 19/07-25/07 S30             | 54%      | 61%      | 2 362    | 2 202    | -6,8%  |           |
| 26/07-01/08 S31             | 57%      | 68%      | 2 465    | 2 438    | -1,1%  |           |
| 02/08-08/08 S32 - Août      | 82%      | 76%      | 3 559    | 3 244    | -8,9%  | AOUT      |
| 09/08-15/08 S33             | 87%      | 83%      | 3 795    | 3 818    | -4,7%  | -8,9%     |
| 16/08-22/08 S34             | 82%      | 76%      | 3 578    | 3 288    | -8,7%  |           |
| 23/08-29/08 S35             | 62%      | 62%      | 2 683    | 2 271    | -15,4% |           |
| 30/08-06/09 S36 - Septembre | 57%      | 66%      | 2 477    | 2 377    | -4,0%  | SEPTEMBRE |
| 06/09-12/09 S37             | 59%      | 68%      | 2 562    | 2 442    | -4,7%  | -8,1%     |
| 13/09-19/09 S38             | 52%      | 62%      | 2 259    | 2 263    | -0,3%  |           |
| 20/09-26/09 S39             | 51%      | 48%      | 2 214    | 2 082    | -5,5%  |           |
| 27/09-03/10 S40             | 37%      | 28%      | 1 605    | 1 277    | -20,4% |           |
| 04/10-10/10 S41 - Octobre   | 34%      | 31%      | 1 488    | 1 330    | -10,6% | OCTOBRE   |
| 11/10-17/10 S42             | 29%      | 32%      | 1 261    | 1 376    | 8,0%   | -0,8%     |
| 18/10-24/10 S43             | 32%      | 28%      | 1 381    | 1 147    | -16,9% |           |
| 25/10-31/10 S44             | 18%      | 23%      | 764      | 1 002    | 31,1%  |           |
| TOTAL                       | 47,6%    | 47,8%    | 62 283   | 82 011   | -0,4%  | EVOLUTION |
| JUILLET / AOUT              | 62,7%    | 68,6%    | 24 599   | 23 283   | -5,3%  |           |
| VACS SCOLAIRES (S23 A S36)  | 65,4%    | 61,6%    | 22 804   | 21 384   | -6,2%  |           |



→ ÉTÉ 2024

+ÉTÉ 2025



| Date & N° sem.                          | FRANCE  | ÉTRANGERS | TOTAL   |
|-----------------------------------------|---------|-----------|---------|
| 05/04-11/04 S15                         | 2 021   | 116       | 2 137   |
| 12/04-18/04 S16                         | 2 412   | 107       | 2 519   |
| 19/04-25/04 S17                         | 2 775   | 175       | 2 950   |
| 26/04-02/05 S18                         | 2 757   | 161       | 2 918   |
| 03/05-09/05 S19 - Mai                   | 3 783   | 124       | 3 907   |
| 10/05-16/05 S20                         | 2 657   | 152       | 2 809   |
| 17/05-23/05 S21                         | 3 099   | 306       | 3 405   |
| 24/05-30/05 S22                         | 3 389   | 345       | 3 734   |
| 31/05-06/06 S23 - Juin                  | 3 045   | 441       | 3 486   |
| 07/06-13/06 S24                         | 3 934   | 425       | 4 360   |
| 14/06-20/06 S25                         | 4 159   | 498       | 4 657   |
| 21/06-27/06 S26                         | 4 000   | 678       | 4 678   |
| 28/06-04/07 S27 - Juillet               | 3 400   | 553       | 3 952   |
| 05/07-11/07 S28                         | 5 145   | 429       | 5 574   |
| 12/07-18/07 S29                         | 6 018   | 486       | 6 503   |
| 19/07-25/07 S30                         | 6 083   | 577       | 6 660   |
| 26/07-01/08 S31                         | 6 933   | 702       | 7 635   |
| 02/08-08/08 S32 - Août                  | 8 588   | 1 012     | 9 600   |
| 09/08-15/08 S33                         | 9 532   | 616       | 10 148  |
| 16/08-22/08 S34                         | 8 700   | 416       | 9 116   |
| 23/08-29/08 S35                         | 6 115   | 497       | 6 612   |
| 30/08-05/09 S36 - Septembre             | 4 476   | 760       | 5 235   |
| 06/09-12/09 S37                         | 4 976   | 952       | 5 927   |
| 13/09-19/09 S38                         | 4 188   | 780       | 4 968   |
| 20/09-26/09 S39                         | 3 423   | 845       | 4 268   |
| 27/09-03/10 S40                         | 2 037   | 307       | 2 344   |
| 04/10-10/10 S41 - Octobre               | 2 459   | 297       | 2 757   |
| 11/10-17/10 S42                         | 2 388   | 209       | 2 597   |
| 18/10-24/10 S43                         | 2 181   | 71        | 2 252   |
| 25/10-31/10 S44                         | 1 596   | 91        | 1 687   |
| Total                                   | 126 267 | 13 127    | 139 394 |
| Part de marché<br>(sur les nuitées pro) | 90,6%   | 9,4%      |         |
| Evolution nuitées N vs N-1              | -0,4%   | 9,6%      |         |

| Part FR | Part étrangers |
|---------|----------------|
| 94,6%   | 5,4%           |
| 95,8%   | 4,2%           |
| 94,1%   | 5,9%           |
| 94,5%   | 5,5%           |
| 96,8%   | 3,2%           |
| 94,6%   | 5,4%           |
| 91,0%   | 9,0%           |
| 90,8%   | 9,2%           |
| 87,4%   | 12,6%          |
| 90,2%   | 9,8%           |
| 89,3%   | 10,7%          |
| 85,5%   | 14,5%          |
| 86,0%   | 14,0%          |
| 92,3%   | 7,7%           |
| 92,5%   | 7,5%           |
| 91,3%   | 8,7%           |
| 90,8%   | 9,2%           |
| 89,5%   | 10,5%          |
| 93,9%   | 6,1%           |
| 95,4%   | 4,6%           |
| 92,5%   | 7,5%           |
| 85,5%   | 14,5%          |
| 83,9%   | 16,1%          |
| 84,3%   | 15,7%          |
| 80,2%   | 19,8%          |
| 86,9%   | 13,1%          |
| 89,2%   | 10,8%          |
| 92,0%   | 8,0%           |
| 96,8%   | 3,2%           |
| 94,6%   | 5,4%           |
| 90,6%   | 9,4%           |

|        |           |          |
|--------|-----------|----------|
| 2      | 1         | 3        |
| Suisse | Allemagne | Belgique |

LES NATIONALITÉS NE PRENNENT PAS EN COMPTE  
CELLES DES PROPRIÉTAIRES

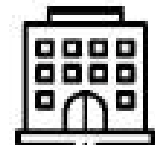
| UK    | CH    | NL    | IT   | BE    | DE    | USA  | IRL  | LU   | ES    | PORT | DK   | FIN  | SW   | NOR  | HU | CZ   | PL    | RU   | PECO | CAN  | AUTRES |
|-------|-------|-------|------|-------|-------|------|------|------|-------|------|------|------|------|------|----|------|-------|------|------|------|--------|
| 9     | 20    | 11    |      | 25    | 23    |      |      |      | 27    |      |      |      |      |      |    |      |       |      |      |      |        |
|       | 15    | 23    |      |       | 30    |      |      | 12   | 26    |      |      |      |      |      |    |      |       |      |      |      |        |
| 12    | 48    | 9     |      | 11    | 58    |      |      |      | 36    |      |      |      |      |      |    |      |       |      |      |      |        |
| 12    | 22    | 22    |      | 6     | 30    | 6    |      |      | 40    |      |      |      |      |      |    |      |       | 11   |      |      | 11     |
|       | 11    | 17    |      | 14    | 46    | 6    |      |      | 18    |      |      |      |      |      |    | 11   |       |      |      |      |        |
| 7     |       | 41    |      | 13    | 65    |      |      |      | 21    |      |      |      | 6    |      |    |      |       |      |      |      |        |
| 23    | 21    | 18    |      | 34    | 157   | 6    |      |      | 21    |      |      |      | 21   |      |    |      |       |      |      | 5    |        |
| 42    | 29    | 42    |      | 13    | 133   | 8    | 10   | 6    | 22    |      | 20   |      |      |      |    |      | 20    |      |      |      |        |
| 21    | 34    | 23    | 5    | 151   | 124   |      | 5    |      | 38    |      | 14   |      |      |      |    | 5    |       |      |      |      | 21     |
| 110   | 62    | 46    |      | 50    | 84    |      |      |      | 37    | 6    | 7    |      |      |      |    |      |       |      |      | 8    | 16     |
| 55    | 48    | 46    |      | 54    | 120   | 9    |      |      | 56    |      |      |      | 101  |      |    |      |       |      |      |      | 8      |
| 67    | 122   | 77    |      | 39    | 158   | 30   |      |      | 97    |      | 10   |      | 43   | 24   |    |      |       |      |      |      | 10     |
| 95    | 156   | 30    | 72   | 37    | 72    | 19   |      |      | 42    |      | 9    |      |      | 21   |    |      |       |      |      |      |        |
| 49    | 42    | 34    | 60   | 61    | 85    | 5    |      |      | 57    |      | 15   |      | 11   | 10   |    |      |       |      |      |      |        |
| 44    | 53    | 50    |      | 66    | 86    | 14   | 8    |      | 107   |      |      |      | 23   | 15   |    |      |       | 16   |      |      | 5      |
| 68    | 66    | 73    | 7    | 139   | 75    | 11   | 18   |      | 56    |      | 7    |      | 8    |      |    | 9    | 35    |      | 5    |      |        |
| 48    | 46    | 123   |      | 146   | 111   | 7    | 8    |      | 41    |      |      |      |      |      |    |      | 172   |      |      |      |        |
| 65    | 115   | 111   | 23   | 288   | 184   | 6    |      | 11   | 57    |      |      |      |      |      |    |      | 142   | 9    |      |      |        |
| 68    | 162   | 45    | 63   | 41    | 133   | 7    | 6    | 7    | 85    |      |      |      |      |      |    |      |       |      |      |      |        |
| 28    | 66    | 33    |      | 15    | 124   |      | 8    | 19   | 82    | 14   |      |      |      | 5    |    |      |       | 14   |      |      | 9      |
| 25    | 28    | 20    |      | 29    | 327   |      |      | 9    | 51    |      |      |      |      |      |    |      |       |      |      |      | 9      |
| 35    | 44    | 36    | 9    | 50    | 475   |      | 13   | 24   | 66    |      |      |      |      |      |    |      |       |      |      |      | 8      |
| 17    | 27    | 44    |      | 47    | 667   |      | 19   | 35   | 48    |      | 9    |      | 15   |      |    |      |       |      |      | 18   | 6      |
| 43    | 54    | 81    | 20   | 24    | 327   |      | 10   |      | 25    |      | 7    | 7    | 167  |      |    |      |       |      |      | 6    | 10     |
| 58    | 111   | 52    | 13   | 31    | 336   |      | 6    |      | 35    |      |      |      | 196  |      |    |      |       |      |      | 7    |        |
| 34    | 59    | 18    |      | 10    | 124   | 8    | 9    |      | 23    |      | 12   |      | 11   |      |    |      |       |      |      |      |        |
| 33    | 47    | 28    |      | 16    | 113   | 20   |      | 12   | 16    |      |      |      | 7    |      |    |      |       |      |      | 7    |        |
| 34    | 12    | 9     |      | 19    | 99    | 13   |      |      | 7     |      |      |      | 5    |      |    |      |       |      |      | 10   |        |
|       |       |       |      | 32    | 32    | 7    |      |      |       |      |      |      |      |      |    |      |       |      |      |      |        |
|       |       | 54    |      | 23    |       |      |      |      | 7     |      |      |      |      |      |    |      | 7     |      |      |      |        |
| 1 101 | 1 523 | 1 214 | 273  | 1 483 | 4 397 | 181  | 121  | 135  | 1 245 | 19   | 109  | 7    | 614  | 75   |    | 25   | 376   | 51   | 5    | 60   | 113    |
| 0,8%  | 1,1%  | 0,9%  | 0,2% | 1,1%  | 3,2%  | 0,1% | 0,1% | 0,1% | 0,9%  | 0,0% | 0,1% | 0,0% | 0,4% | 0,1% |    | 0,0% | 0,3%  | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,1%   |
| 9%    | 32%   | -34%  | 86%  | -13%  | 10%   | 30%  | 12%  | -1%  | 1%    | -24% | 32%  | 83%  | 250% | 128% | 0% | 28%  | 1458% | 16%  | -5%  | 15%  | 7%     |



## BILAN FIN DE SAISON 2025

BANYULS-SUR-MER

### LISTE DES RÉPONDANTS



**Hôtels : 82% de taux de réponse**

HOTEL SPA LE CATALAN  
HOTEL COTE THALASSO  
HOTEL LES ELMES  
HOTEL LA CASA DINA  
HOTEL CHEZ CAMILLE  
HOTEL LE MANOIR  
HOTEL LES PECHEURS  
HOTEL SOL HOTEL

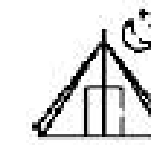
| Rép | N. Rép |
|-----|--------|
| X   |        |
| X   |        |
| X   |        |
| X   |        |
| X   |        |
|     | X      |
|     | X      |
|     | X      |



**Agences : 62% de taux de réponse**

AGENCE FONCIA VERMEILLE IMMOBILIER  
BARRIO IMMOBILIER

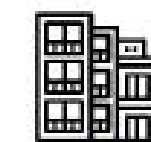
| Rép | N. Rép |
|-----|--------|
| X   | X      |



**Campings : 100% de taux de réponse**

CAMPING MUNICIPAL LA PINEDE

| Rép | N. Rép |
|-----|--------|
| X   |        |



**Résidences : 0% de taux de réponse**

RESIDENCE LA GRANDE VOILE

| Rép | N. Rép |
|-----|--------|
|     | X      |

NOMBRE DE LITS  
NUITÉES AU LIT  
TAUX DE REMPLISSAGE  
TAUX DE REPONSE

ÉTÉ 2024  
ÉTÉ 2025  
ÉVOLUTIONS

1,8%  
2,1%  
0,7 pts

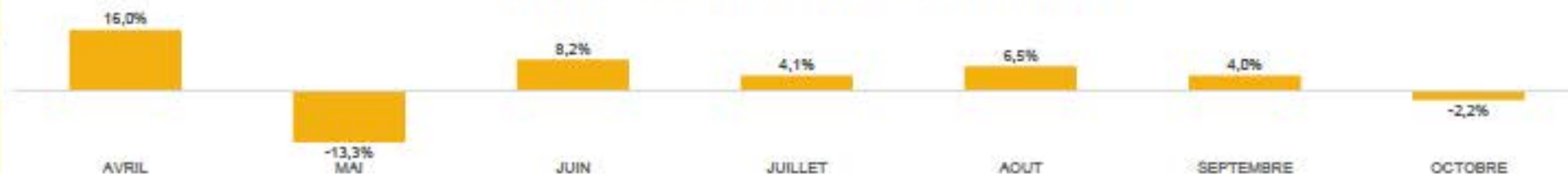
POIDS DES LITS SUR LE STOCK STATION

21,1%

LITS PAP (DE PARTICULIER A PARTICULIER) = C2C

| Date & N° sem.              | ÉTÉ 2024 | ÉTÉ 2025 | ÉTÉ 2024 | ÉTÉ 2025 | ÉVOLUTION | ÉVOLUTION |
|-----------------------------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|
| 05/04-11/04 S15             | 24%      | 27%      | 4 647    | 6 246    | 12,9%     | 18,0%     |
| 12/04-18/04 S16             | 31%      | 28%      | 6 083    | 6 782    | -4,8%     |           |
| 19/04-25/04 S17             | 27%      | 33%      | 5 170    | 8 671    | 27,1%     |           |
| 26/04-02/05 S18             | 28%      | 38%      | 5 367    | 7 087    | 31,7%     |           |
| 03/05-08/05 S19 - Mai       | 42%      | 34%      | 8 093    | 8 732    | -16,8%    | MAI       |
| 10/05-16/05 S20             | 20%      | 16%      | 3 987    | 2 821    | -28,7%    | -13,3%    |
| 17/05-23/05 S21             | 31%      | 21%      | 5 938    | 4 083    | -31,2%    |           |
| 24/05-30/05 S22             | 25%      | 31%      | 4 893    | 8 122    | 26,1%     |           |
| 31/05-06/06 S23 - Juin      | 22%      | 28%      | 4 305    | 4 481    | 3,6%      | JUIN      |
| 07/06-13/06 S24             | 27%      | 28%      | 5 222    | 6 711    | 9,4%      | 8,2%      |
| 14/06-20/06 S25             | 26%      | 28%      | 5 144    | 6 626    | 7,4%      |           |
| 21/06-27/06 S26             | 29%      | 32%      | 5 617    | 8 280    | 11,4%     |           |
| 28/06-04/07 S27 - Juillet   | 32%      | 33%      | 6 248    | 8 611    | -4,2%     | JUILLET   |
| 05/07-11/07 S28             | 39%      | 44%      | 7 575    | 8 807    | 13,8%     | 4,1%      |
| 12/07-18/07 S29             | 52%      | 61%      | 10 041   | 10 028   | -0,1%     |           |
| 19/07-25/07 S30             | 57%      | 67%      | 11 101   | 11 204   | 0,9%      |           |
| 26/07-01/08 S31             | 59%      | 80%      | 11 397   | 11 811   | -4,6%     |           |
| 02/08-08/08 S32 - Août      | 65%      | 87%      | 12 610   | 13 298   | 5,4%      | AOUT      |
| 09/08-15/08 S33             | 65%      | 88%      | 12 610   | 13 480   | 6,7%      | 8,6%      |
| 16/08-22/08 S34             | 65%      | 88%      | 12 610   | 13 888   | 8,6%      |           |
| 23/08-29/08 S35             | 50%      | 61%      | 9 671    | 10 161   | 5,0%      |           |
| 30/08-05/09 S36 - Septembre | 41%      | 31%      | 7 984    | 8 081    | -23,7%    | SEPTEMBRE |
| 06/09-12/09 S37             | 34%      | 38%      | 6 542    | 7 130    | 8,0%      | 4,0%      |
| 13/09-19/09 S38             | 28%      | 31%      | 5 355    | 8 037    | 12,7%     |           |
| 20/09-26/09 S39             | 24%      | 27%      | 4 743    | 6 304    | 11,8%     |           |
| 27/09-03/10 S40             | 18%      | 24%      | 3 524    | 4 714    | 33,8%     |           |
| 04/10-10/10 S41 - Octobre   | 25%      | 26%      | 4 784    | 4 874    | -4,0%     | OCTOBRE   |
| 11/10-17/10 S42             | 25%      | 28%      | 4 959    | 6 044    | 1,7%      | -2,2%     |
| 18/10-24/10 S43             | 29%      | 22%      | 5 593    | 4 303    | -23,1%    |           |
| 25/10-31/10 S44             | 28%      | 30%      | 5 458    | 8 011    | 10,1%     |           |
| TOTAL                       | 35,5%    | 38,2%    | 207 269  | 214 981  | 3,7%      | ÉVOLUTION |
| JUILLET / AOUT              | 53,6%    | 66,6%    | 93 863   | 88 886   | 5,3%      |           |
| VACS SCOLAIRES (S28 A S36)  | 56,3%    | 68,4%    | 87 615   | 82 364   | 6,4%      |           |

ÉVOLUTION DES NUITÉES PAR PÉRIODES COMMERCIALES (EN %)



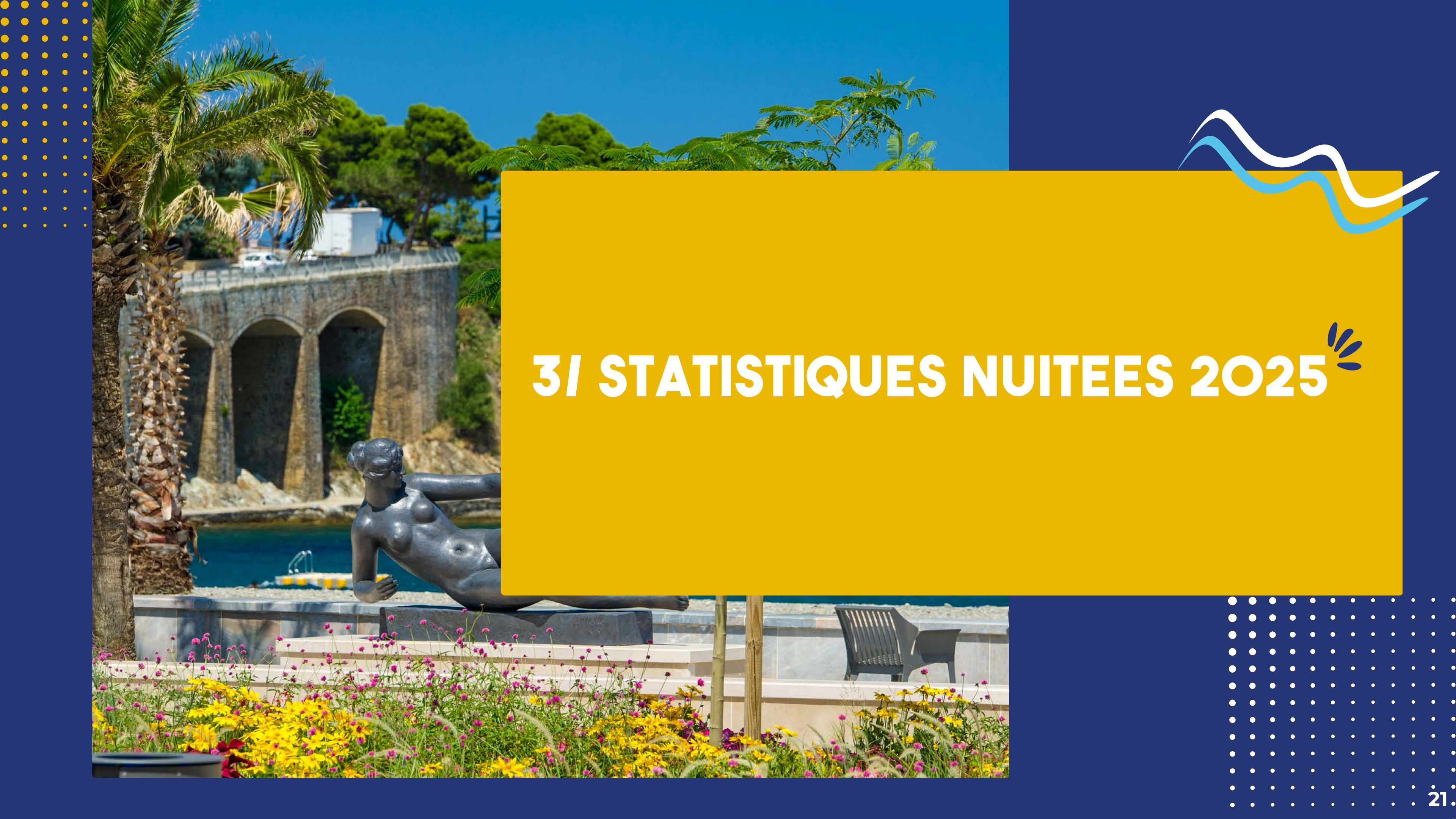
NOMBRE DE NUITÉES



ÉVOLUTION DES NUITÉES  
3,7%

ÉTÉ 2024

ÉTÉ 2025

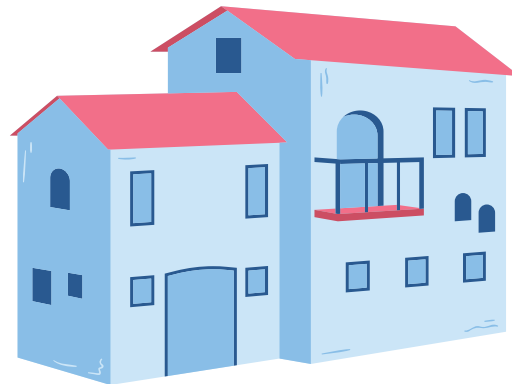


# 3/ STATISTIQUES NUITEES 2025

## Pour rappel:



8 hôtels  
★★★★★ : 3  
★★★★ : 2  
non-classés : 3



1 résidence  
de tourisme



1 camping ★★★



595 meublés  
dont 185 classés



8 chambres  
d'hôtes

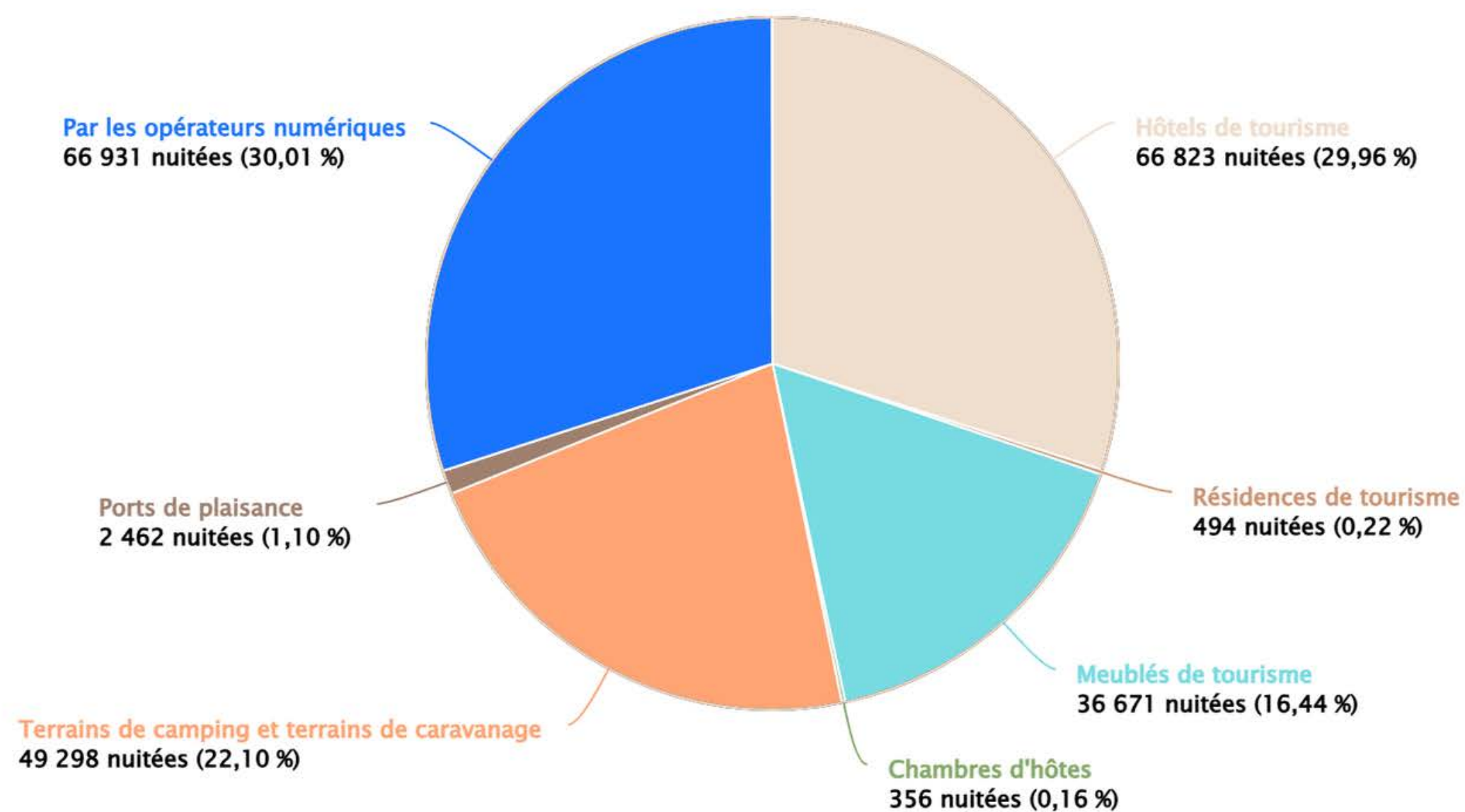


1 port  
de plaisance

**2025: 223 035 nuitées**

Nombre de nuitées déclarées en direct et par les opérateurs numériques

Total : 223 035 nuitées



The background of the slide features a vibrant coastal scene. In the foreground, there is a lush garden with yellow and pink flowers. Behind the flowers, a bronze statue of a reclining nude woman is visible. In the background, a stone building with arched openings stands near a body of water, with palm trees and other greenery surrounding it. The sky is clear and blue.

# 4/ BILAN DE L'ACCUEIL À L'OFFICE DE TOURISME

# ACCUEIL DE L'OFFICE DE TOURISME

## FRÉQUENTATION

- 45 803 visiteurs d'avril à octobre (-5,96 %)
- 50 705 visiteurs de janvier à octobre (-7,2 %)
- Plus de 50 000 visiteurs avec les accueils hors murs

Avant-saison dynamique : avril +13 %, mai +9,5 %

Baisse à partir de juin (juillet -12,2 %, août -6,2 %), liée à une évolution des comportements (préparation du séjour en amont).

## CLIENTÈLE

- 75 % Français / 25 % étrangers
- Top régions : Occitanie (28,1 %), Nouvelle-Aquitaine (12,6 %), Auvergne-Rhône-Alpes (11,9 %), Île-de-France (9,3 %), Pays de Loire (6,5 %)
- Top pays : Royaume-Uni (23,8 %), Espagne (21,2 %), Allemagne (16,9 %), Belgique (14,6 %), Pays-Bas (6,7 %)



The background image shows a scenic coastal park. In the foreground, there are vibrant yellow and pink flowers. Behind them, a bronze statue of a reclining nude woman is visible. In the background, a stone structure with three arches stands near the sea, with palm trees and other greenery around it. The sky is clear blue.

# **5/ BILANS PARTENARIATS, VENTES BOUTIQUE ET VISITES GUIDEES 2025**

# 4/ BILANS PARTENARIATS, VENTES BOUTIQUE ET VISITES GUIDEES 2025

## AI PARTENARIATS

En 2025, nous avons poursuivi le travail de proximité avec les socio-professionnels de Banyuls-sur-Mer.

Le réseau compte 220 partenaires : hébergeurs, meublés de tourisme, commerces et acteurs locaux.

Notre action s'est concentrée sur :

- l'accompagnement des partenaires,
- la mise à jour et la fiabilité des informations touristiques,
- la visibilité de l'offre locale auprès des visiteurs.

Tout au long de l'année, nous avons valorisé les partenaires via nos supports de communication, l'accueil et les événements, afin de proposer une offre cohérente et qualitative, en lien avec les attentes des visiteurs.

Ce partenariat, basé sur l'échange et la confiance, reste un levier essentiel de l'attractivité de la destination et une base solide pour faire évoluer nos actions collectivement.



# GUIDE DU PARTENAIRE

*Office de Tourisme  
de Banyuls-sur-Mer*

**2026**

**ESPACE BOUTIQUE**



# 4/ BILANS PARTENARIATS, VENTES BOUTIQUE ET VISITES GUIDEES 2025

## BI VENTES BOUTIQUE

TABLEAU COMPARATIF DES VENTES TTC 2024 – 2025

| Catégorie                   | 2024         | 2025         | Evolution en valeur | Evolution en % |
|-----------------------------|--------------|--------------|---------------------|----------------|
| Produits VEF                | 83 158,50 €  | 107 754,50 € | 24 596,00 €         | 29,58%         |
| Visites Guidées             | 5 769,50 €   | 6 901,00 €   | 1 131,50 €          | 19,61%         |
| Croisières                  | 11 114,00 €  | 7 383,00 €   | -3 731,00 €         | -33,57%        |
| Ventes pour compte de tiers | 4 029,50 €   | 7 091,50 €   | 3 062,00 €          | 75,99%         |
| Sorties Trottinettes        | 246,00 €     |              | -246,00 €           | -100,00%       |
| Produits boutique           | 8 310,80 €   | 8 180,70 €   | -130,10 €           | -1,57%         |
| Apéritifs Vignerons         | 1 564,00 €   | 1 806,00 €   | 242,00 €            | 15,47%         |
| Total général               | 114 192,30 € | 139 116,70 € | 24 924,40 €         |                |

### Top 5 Ventes

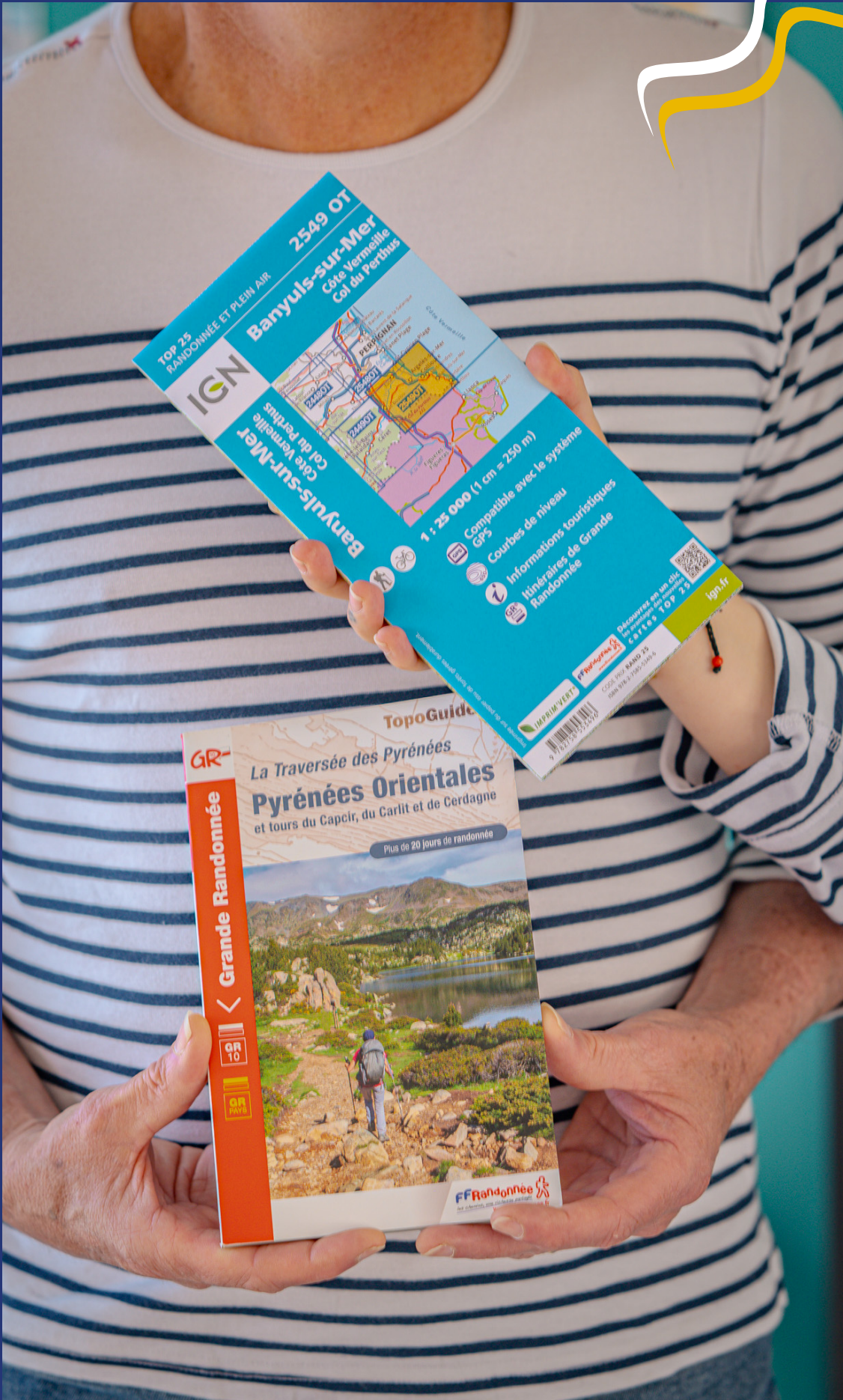
#### Activités (Accueil + Web)

- 1.Promenades en mer – 40,1 %
- 2.Visites guidées de Patricia – 26,7 %
- 3.Atelier du goût – 16,2 %
- 4.Apéritif vigneron – 7,4 %
- 5.Coffrets bien-être Côté Thalasso – 3,4 %

#### Boutique (hors VEF)

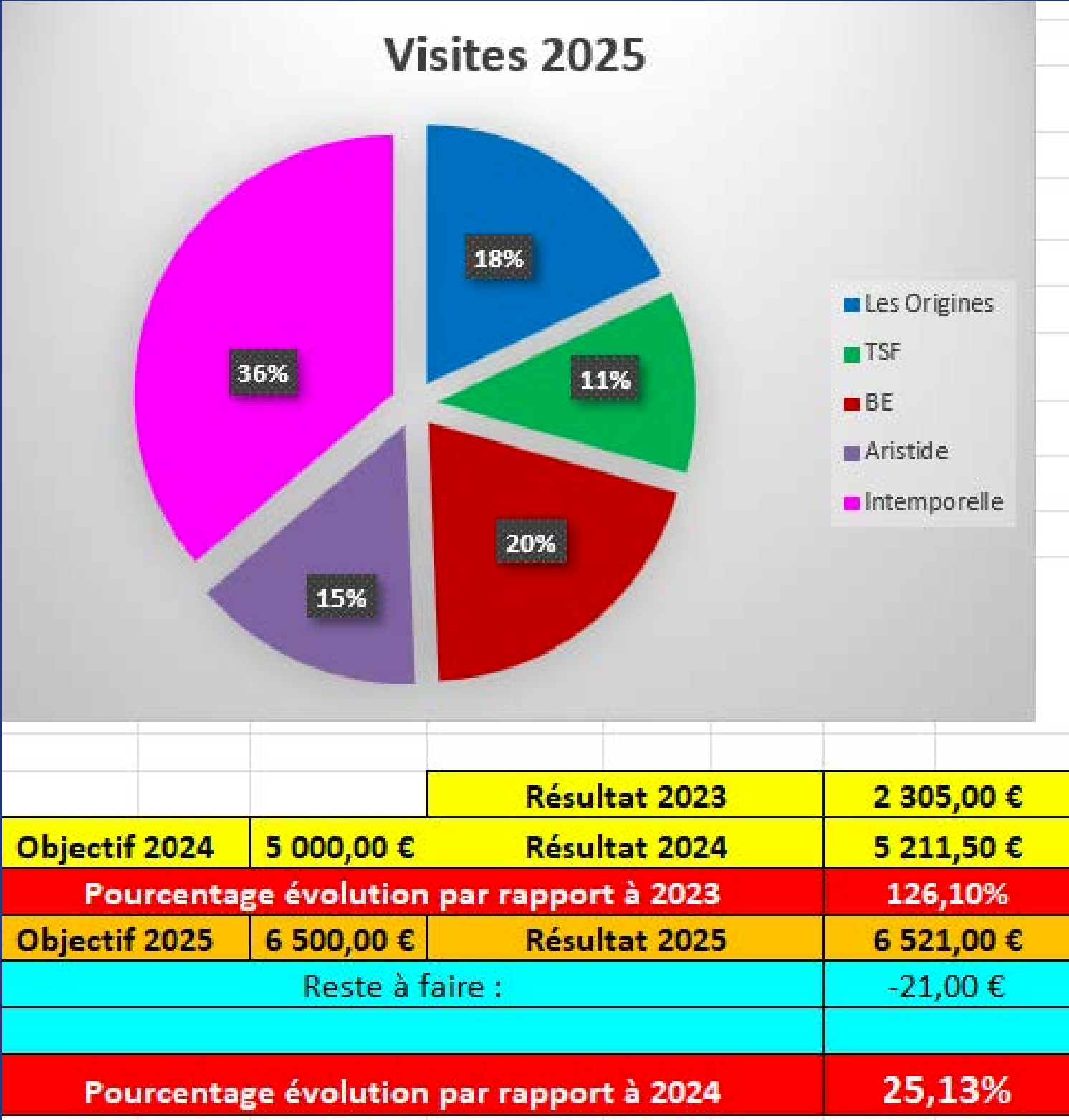
- 1.Guide Randos Banyuls – 16,08 %
- 2.Guide sentier littoral – 15,65 %
- 3.Affiches & CP Hello Terroir – 12,49 %
- 4.Affiches & CP Pays de Zoé – 10,12 %
- 5.Écusson GR10 – 8,28 %

Panier moyen : 16,21 € (16,83 € en 2024, -3,7 %)



# 4/ BILANS PARTENARIATS, VENTES BOUTIQUE ET VISITES GUIDEES 2025

## CI VISITES GUIDEES



The background of the slide is a photograph of a coastal park. In the foreground, there are vibrant yellow and pink flowers. Behind them is a bronze statue of a reclining nude woman. In the background, there is a stone structure with three large arches, possibly a bridge or a wall, and a palm tree on the left. The sky is clear blue.

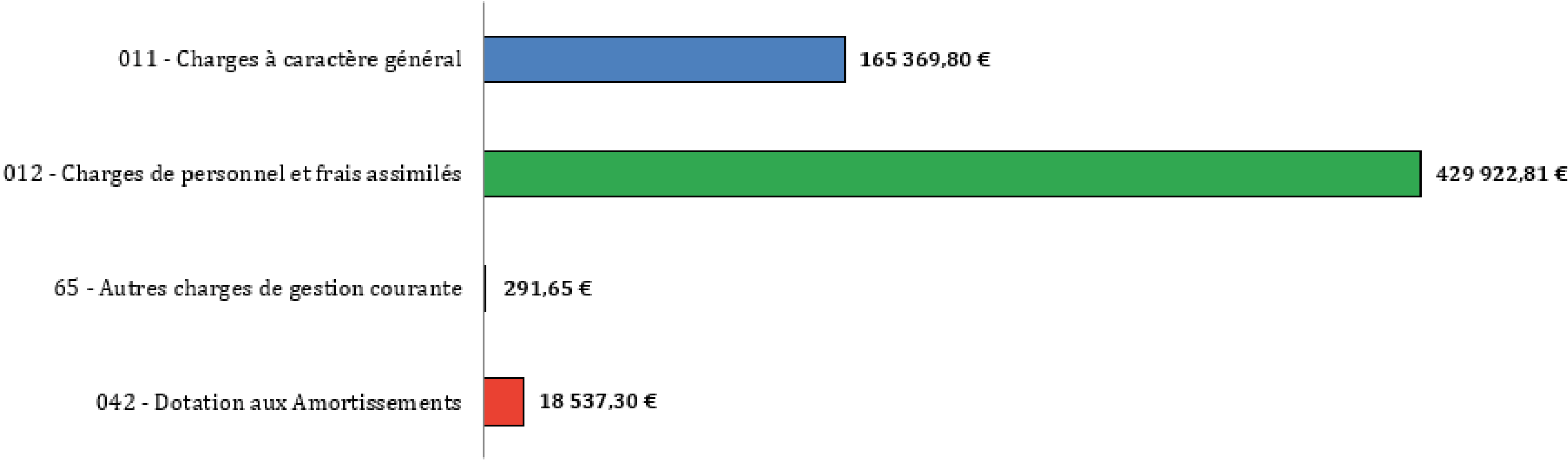
# 6/ BILAN FINANCIER 2025<sup>6</sup>

5/ BILAN FINANCIER  
2025

AI DEPENSES DE  
FONCTIONNEMENT

| ARTICLE                                       | Ordonnancé 2025 |
|-----------------------------------------------|-----------------|
| 011 - Charges à caractère général             | 165 369,80 €    |
| 012 - Charges de personnel et frais assimilés | 429 922,81 €    |
| 65 - Autres charges de gestion courante       | 291,65 €        |
| 042 - Dotation aux Amortissements             | 18 537,30 €     |
| TOTAL DEPENSES DE FONCTIONNEMENT              | 614 121,56 €    |

DEPENSES DE FONCTIONNEMENT 2025

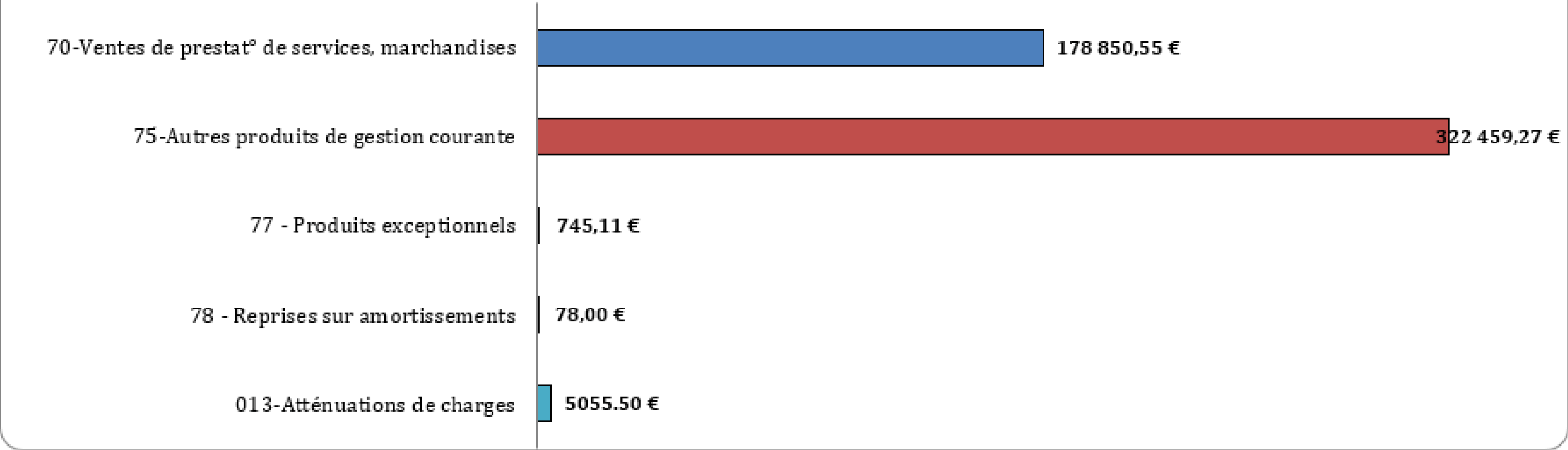


5/ BILAN FINANCIER  
2025

BI RECETTES DE  
FONCTIONNEMENT

| ARTICLE                                         | Ordonné 2025 |
|-------------------------------------------------|--------------|
| 70-Ventes de prestat° de services, marchandises | 178 850,55 € |
| 75-Autres produits de gestion courante          | 322 459,27 € |
| 77 - Produits exceptionnels                     | 745,11 €     |
| 78 - Reprises sur amortissements                | 78,00 €      |
| 013-Atténuations de charges                     | 5 055,50 €   |
| TOTAL RECETTES DE FONCTIONNEMENT                | 507 188,43 € |

RECETTES DE FONCTIONNEMENT 2025



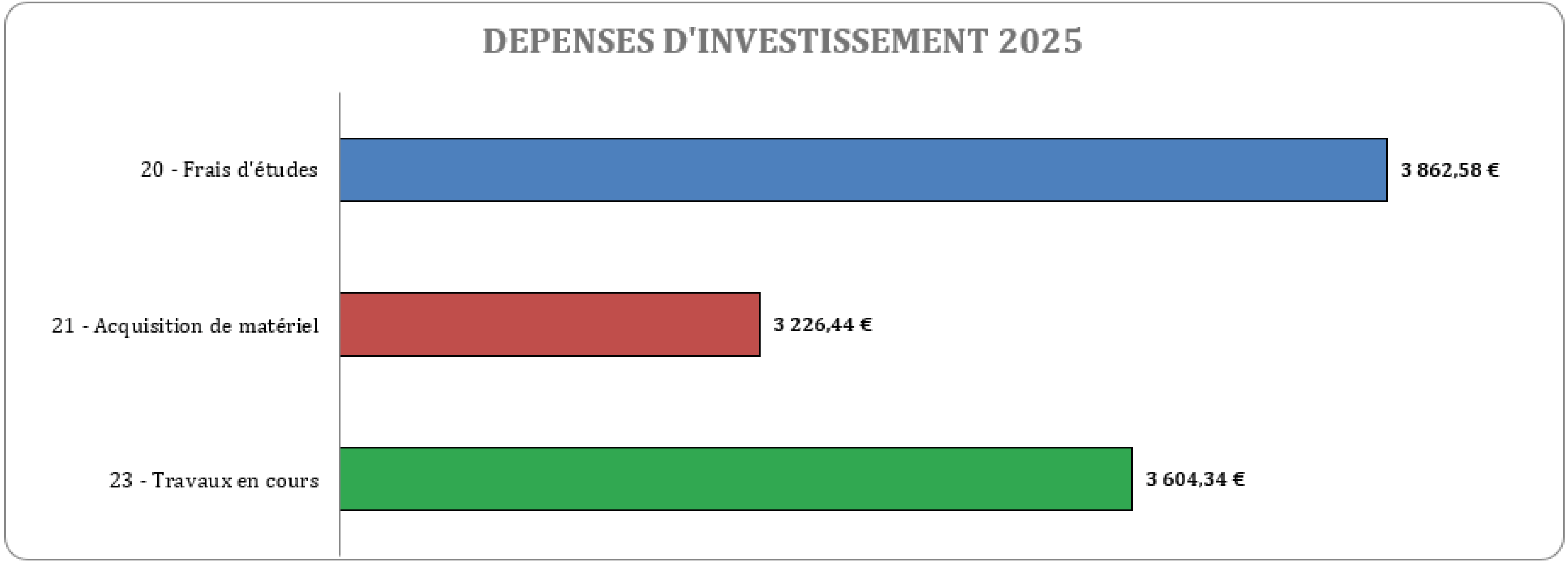
RESULTAT DE L'EXERCICE SECTION DE FONCTIONNEMENT (A)

-106 933,13 €

5/ BILAN FINANCIER  
2025

CI/ DEPENSES  
D'INVESTISSEMENT

| ARTICLE                         | Ordonnancé 2025 |
|---------------------------------|-----------------|
| 20 - Frais d'études             | 3 862,58 €      |
| 21 - Acquisition de matériel    | 3 226,44 €      |
| 23 - Travaux en cours           | 3 604,34 €      |
| TOTAL DEPENSES D'INVESTISSEMENT | 10 693,36 €     |



5/ BILAN FINANCIER  
2025

DI RECETTES  
D'INVESTISSEMENT 

| ARTICLE                            | Ordonnancé 2025 |
|------------------------------------|-----------------|
| 10 - Dotations                     | 0,00 €          |
| 040 - Dotations aux Amortissements | 18 537,30 €     |
| TOTAL RECETTES D'INVESTISSEMENT    | 18 537,30 €     |

RECETTES D'INVESTISSEMENT 2025



|                                                     |            |
|-----------------------------------------------------|------------|
| RESULTAT DE l'EXERCICE SECTION D'INVESTISSEMENT (B) | 7 843,94 € |
|-----------------------------------------------------|------------|

## 5/ BILAN FINANCIER 2025

### E/ DETERMINATION DU RESULTAT

#### DETERMINATION DU RESULTAT

|                                        |              |
|----------------------------------------|--------------|
| RESULTAT DE L'EXERCICE (C) = (A) - (B) | -99 089,19 € |
| RESULTAT DE FONCTIONNEMENT REPORTE N-1 | 195 015,37 € |
| RESULTAT D'INVESTISSEMENT REPORTE N-1  | 8 074,25 €   |
| TOTAL RESULTAT REPORTE (D)             | 203 089,62 € |
| RESULTAT TOTAL = (C) + (D)             | 104 000,43 € |

The background image shows a coastal scene. On the left, a palm tree stands next to a stone bridge with three arches. In the foreground, a bronze statue of a reclining nude woman is visible. The ground is covered with yellow and pink flowers. A large yellow rectangle is overlaid on the right side of the image, containing the title text. The top right corner of the yellow rectangle features a white and blue wavy line graphic. The bottom right corner of the slide has a dark blue background with a white grid of dots.

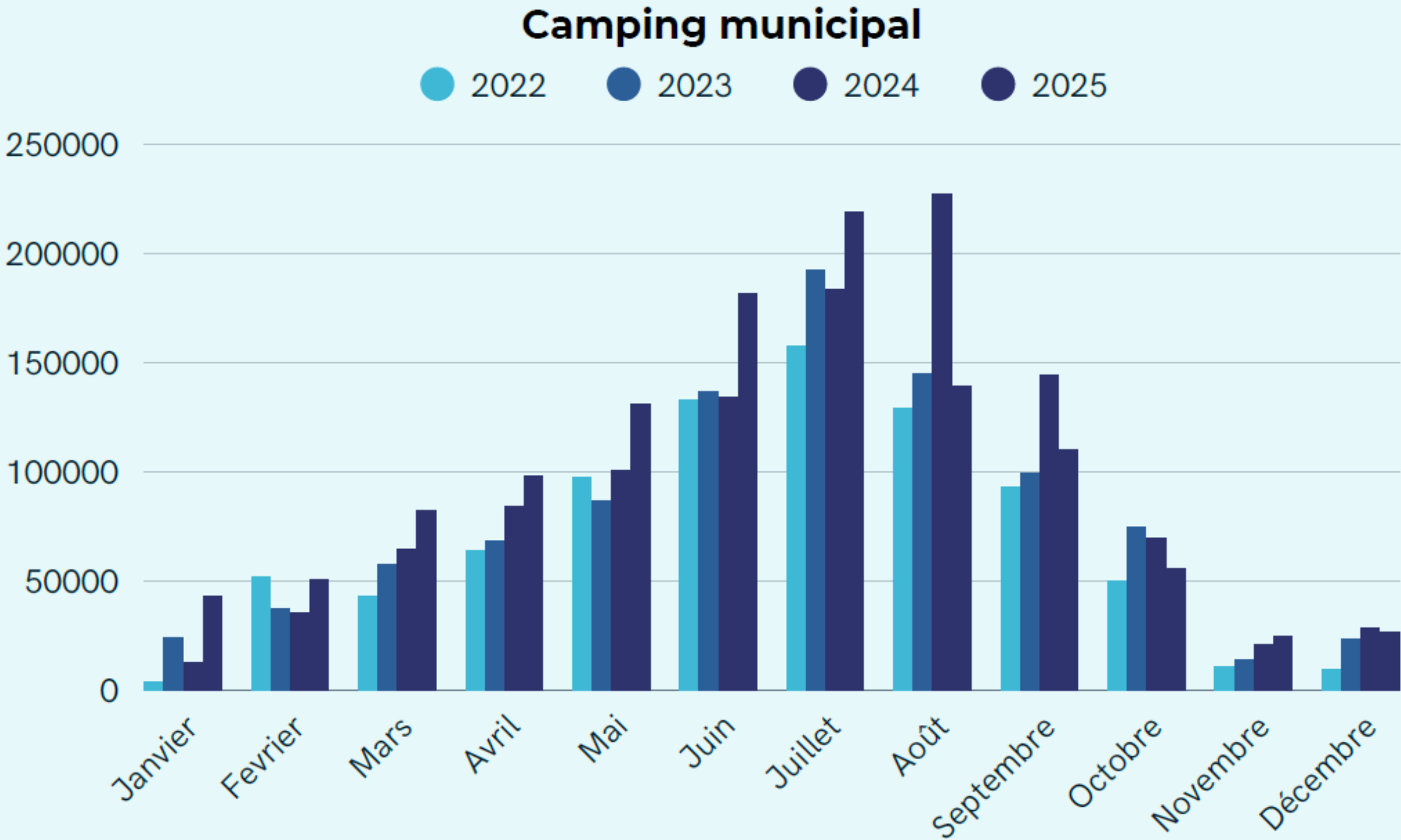
# 71 BILAN 2025 CAMPING LA PINEDE



Banyuls  
sur mer  
LA LUMINEUSE

Camping La Pinede\*\*\*

# Evolution chiffre d'affaire de 2022 à 2025

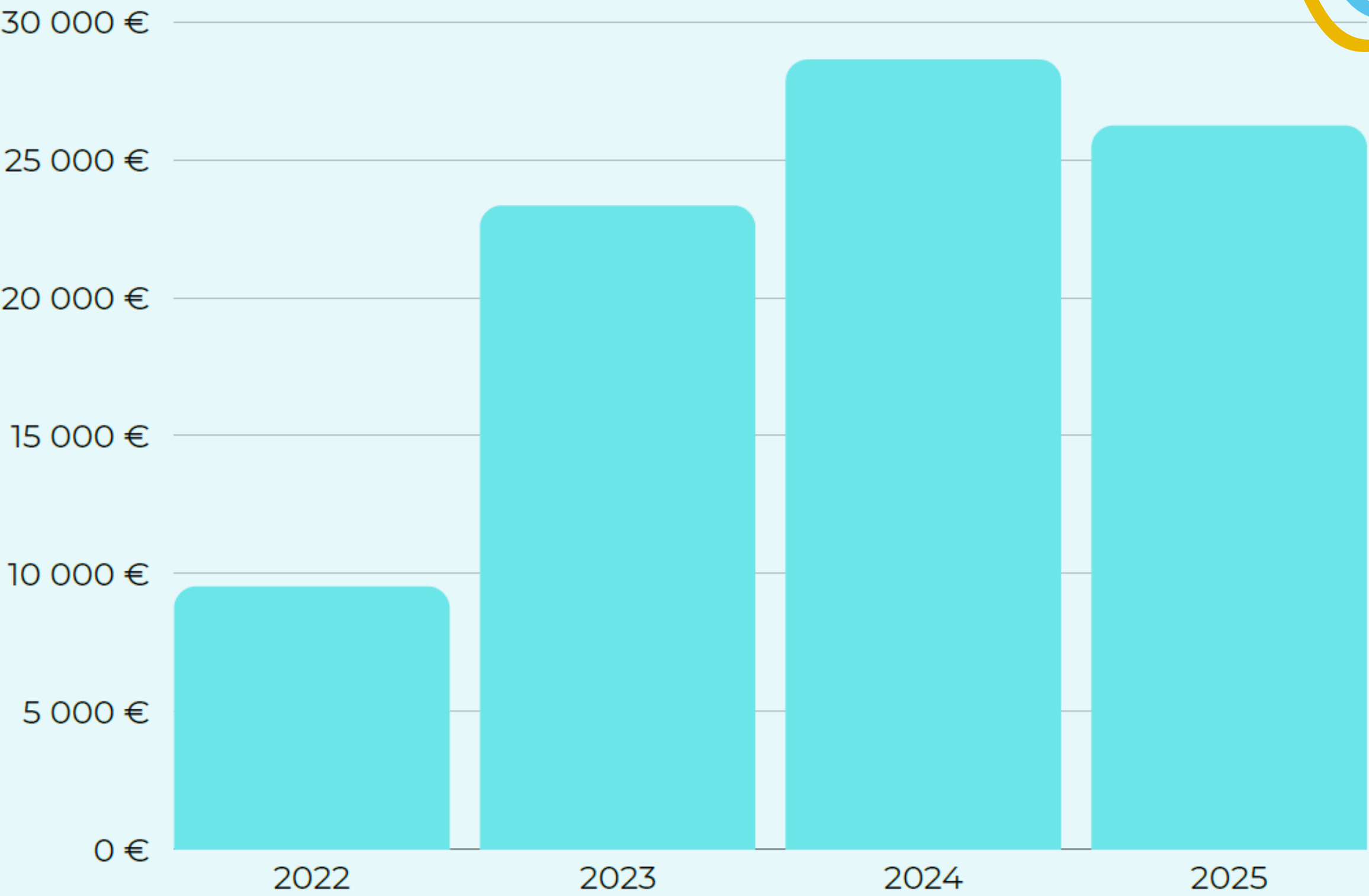


6/ BILAN 2025 CAMPING LA PINEDE



Comparatif CA du mois de décembre 2022, 2023, 2024 et 2025

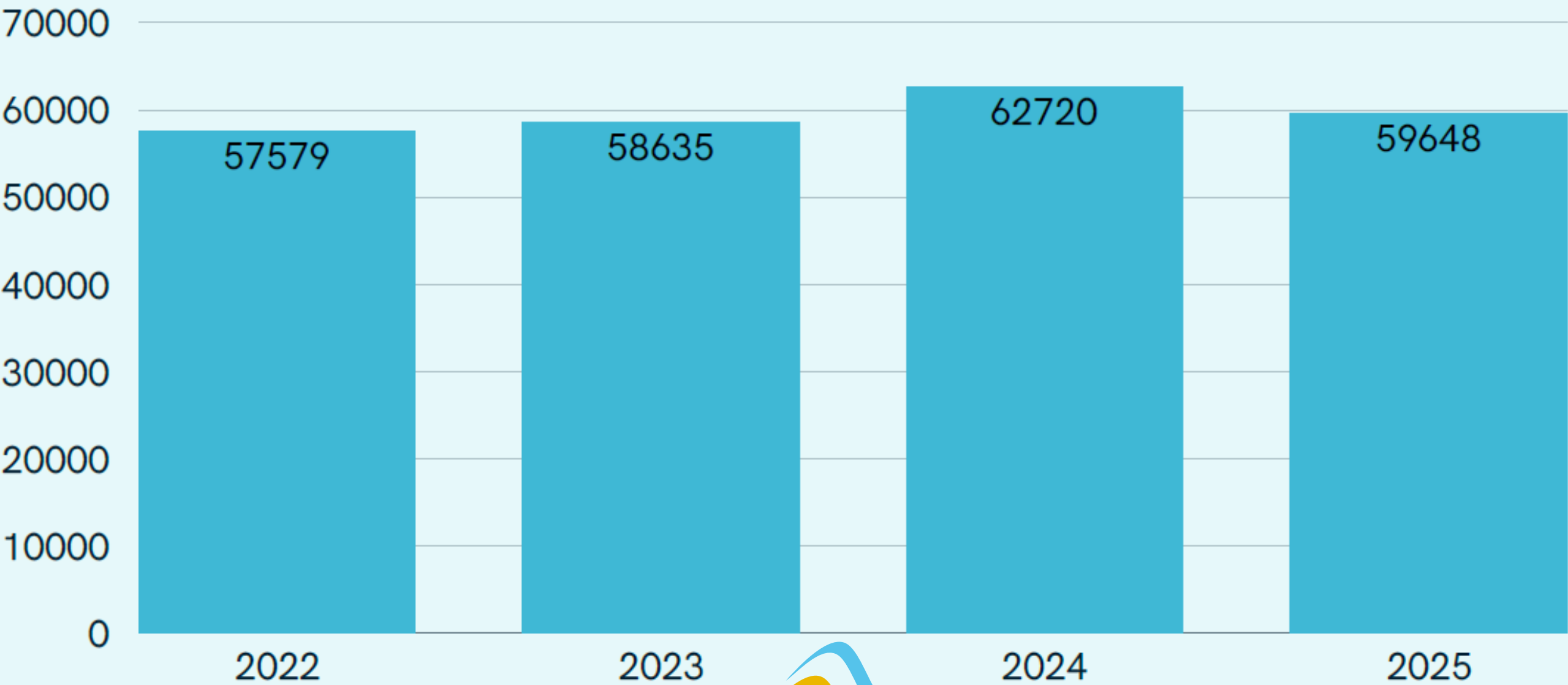
Camping municipal





Nombre de nuitées sur les saisons 2022 /2023 et 2025

Camping municipal



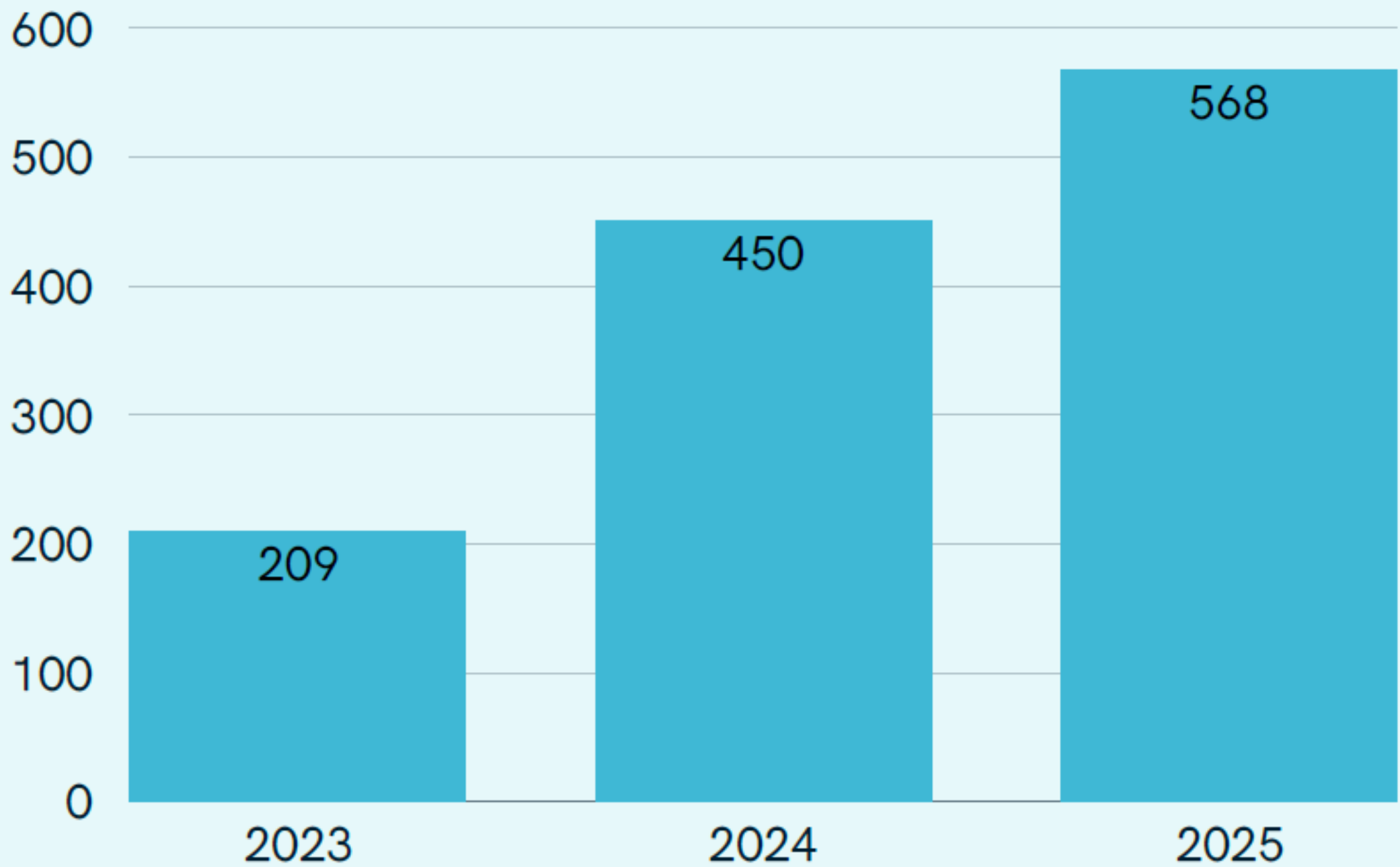
Banyuls  
sur mer  
LA LUMINEUSE

Camping La Pinède\*\*\*



Evolution des séjours groupes depuis 2023 à 2025

Camping municipal





# 8/ PROJETS / PLAN D'ACTION 2026

# 7/ PROJETS / PLAN D'ACTION 2026

## AI STRATEGIE 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.



# 7/ PROJETS / PLAN D'ACTION 2026

## BI/ PLAN D'ACTION OT 2026

1. Réaménagement du hall d'accueil de l'Office de Tourisme
2. Communication & promotion de la destination
3. Observation touristique
4. Organisation événementielle
5. Développement durable & environnement
6. Gestion du Camping municipal « La Pinède » (4e année)



The background image shows a scenic coastal park. In the foreground, there are vibrant yellow and pink flowers. Behind them, a bronze statue of a reclining nude woman is visible. In the background, a stone structure with arches sits on a hillside, with palm trees and other greenery under a clear blue sky.

**9/ SUIVI MARQUE QUALITE ET  
EVOLUTION VERS “DESTINATION  
D’EXCELLENCE” EN 2026<sup>1</sup>**

## 8/ SUIVI MARQUE QUALITE ET EVOLUTION VERS "DESTINATION D'EXCELLENCE" EN 2026

### SYNTHÈSE DES INDICATEURS QUALITÉ :

- **Remarques/Suggestions des visiteurs :**

#### **Environnement et cadre de vie**

- Forte attente autour de la mise en place de composteurs accessibles à tous et de la communication associée.
- Suggestions d'équipements complémentaires : boîte à livres, meilleure valorisation des jeux installés sur le front de mer (tennis de table, babyfoot).
- Problèmes de propreté (déjections canines).

#### **Qualité de l'information**

- Signalétique à revoir (gare, rond-point Carrefour Market, ancien panneau obsolète).
- Décalages ou erreurs d'horaires (cinéma, navette des plages).

#### **Communication numérique**

- Contenus Facebook jugés parfois inadaptés (musique, durée excessive des stories).



## 8/ SUIVI MARQUE QUALITE ET EVOLUTION VERS "DESTINATION D'EXCELLENCE" EN 2026

### SYNTHÈSE DES INDICATEURS QUALITÉ :

- **Remarques/Suggestions des visiteurs :**

#### **Accueil et relation client**

- Déception de visiteurs étrangers face au manque d'adaptation linguistique.
- Besoin d'une meilleure communication et mise en valeur de certains circuits patrimoniaux.

#### **Transports et mobilités**

- Problèmes récurrents avec les bus Lio (terminus non respecté, moteurs laissés allumés).
- Retards ou passages anticipés de la navette des plages.
- Manque d'un abri bus devant l'Office de Tourisme.



## 8/ SUIVI MARQUE QUALITE ET EVOLUTION VERS “DESTINATION D'EXCELLENCE” EN 2026

### SYNTHÈSE DES INDICATEURS QUALITÉ :

- **7 réclamations enregistrées en 2025 :**

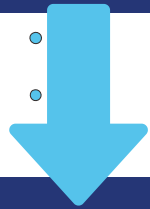
- Les réclamations portent principalement sur un écart entre les prestations annoncées et l'expérience vécue (visites guidées, hébergement), des dysfonctionnements liés aux transports et à l'accessibilité (navette municipale, déplacements difficiles), ainsi que des problèmes de cadre de vie (propreté, nuisances, pratiques dangereuses en mer).

Elles concernent également des sources d'insatisfaction liées à la gestion du stationnement, à la compréhension de la taxe de séjour, et à des situations sanitaires ou de confort jugées inacceptables dans certains hébergements, générant un fort mécontentement et, dans un cas, une démarche auprès des services de l'État.

- **Dysfonctionnements 2025 :**

Les dysfonctionnements internes ont principalement concerné des pannes récurrentes des outils numériques et des équipements techniques (internet, téléphonie, messagerie, logiciels, webcams, écrans et bornes), souvent aggravées par des coupures d'électricité liées aux intempéries.

Ces incidents ont eu un impact direct sur le fonctionnement quotidien de l'Office de Tourisme, la continuité de l'accueil du public, la communication (mails, vidéos, webcams) et certains services annexes (web-boutique, navette municipale, bornes de recharge), nécessitant des interventions répétées et générant des contraintes organisationnelles importantes.



## 8/ SUIVI MARQUE QUALITE ET EVOLUTION VERS "DESTINATION D'EXCELLENCE" EN 2026

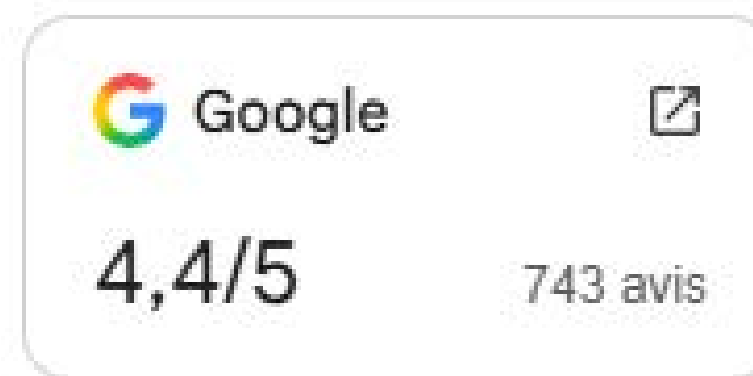


### SYNTHÈSE DES INDICATEURS QUALITÉ :

- **La satisfaction client :**

Nous sommes très heureux de constater que notre engagement envers la Qualité de l'accueil est reconnu avec une note de 4,4/5 sur Google my Business et 4,6/5 sur TripAdvisor, avec de très bons commentaires y compris sur les questionnaires satisfaction 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 .



## Office De Tourisme De Banyuls-sur-mer •

4,6 ●●●●● (40 avis) N° 5 sur 25 activités à Banyuls-sur-mer

## 8/ SUIVI MARQUE QUALITE ET EVOLUTION VERS "DESTINATION D'EXCELLENCE" EN 2026

### SYNTHÈSE DES INDICATEURS QUALITÉ :

- Statistiques site internet : pages les plus vues



#### TOP PAGES ENTRY PAGES EXIT PAGES

| Page                                                 | Visitors |
|------------------------------------------------------|----------|
| /nos-webcams/                                        | 77.3k    |
| /                                                    | 60.7k    |
| /agenda-de-la-semaine/agenda/                        | 23.9k    |
| /tourisme/banyulspratique/transport-et-stationne...  | 17.6k    |
| /tourisme/decouvrir/banyuls-la-mer-...la-mediterr... | 17.1k    |
| /tourisme/decouvrir/incontournables/                 | 16.5k    |
| /tourisme/decouvrir/banyuls-la-mer-...a-mediterr...  | 13.8k    |
| /mairie/                                             | 12k      |
| /tourisme/banyulspratique/le-marche/                 | 11.7k    |

## 8/ SUIVI MARQUE QUALITE ET EVOLUTION VERS "DESTINATION D'EXCELLENCE" EN 2026

### SYNTHÈSE DES INDICATEURS QUALITÉ :

- Statistiques site internet

#### Nombre total de visites en 2025 :

##### UNIQUE VISITORS

**387k** ↘ 4%

##### TOTAL VISITS

**435k** ↘ 7%

##### TOTAL PAGEVIEWS

**2M** ↗ 6%

##### VIEWS PER VISIT

**4.65** ↗ 13%

##### BOUNCE RATE

**6%** ↗ 1%

##### VISIT DURATION

**2m 29s** ↗ 18%

#### Nombre total de visites en août, mois le plus visité :

##### UNIQUE VISITORS

**67.6k** ↗ 12%

##### TOTAL VISITS

**74.7k** ↗ 12%

##### TOTAL PAGEVIEWS

**295k** ↗ 5%

##### VIEWS PER VISIT

**3.95** ↘ 6%

##### BOUNCE RATE

**4%** 0%

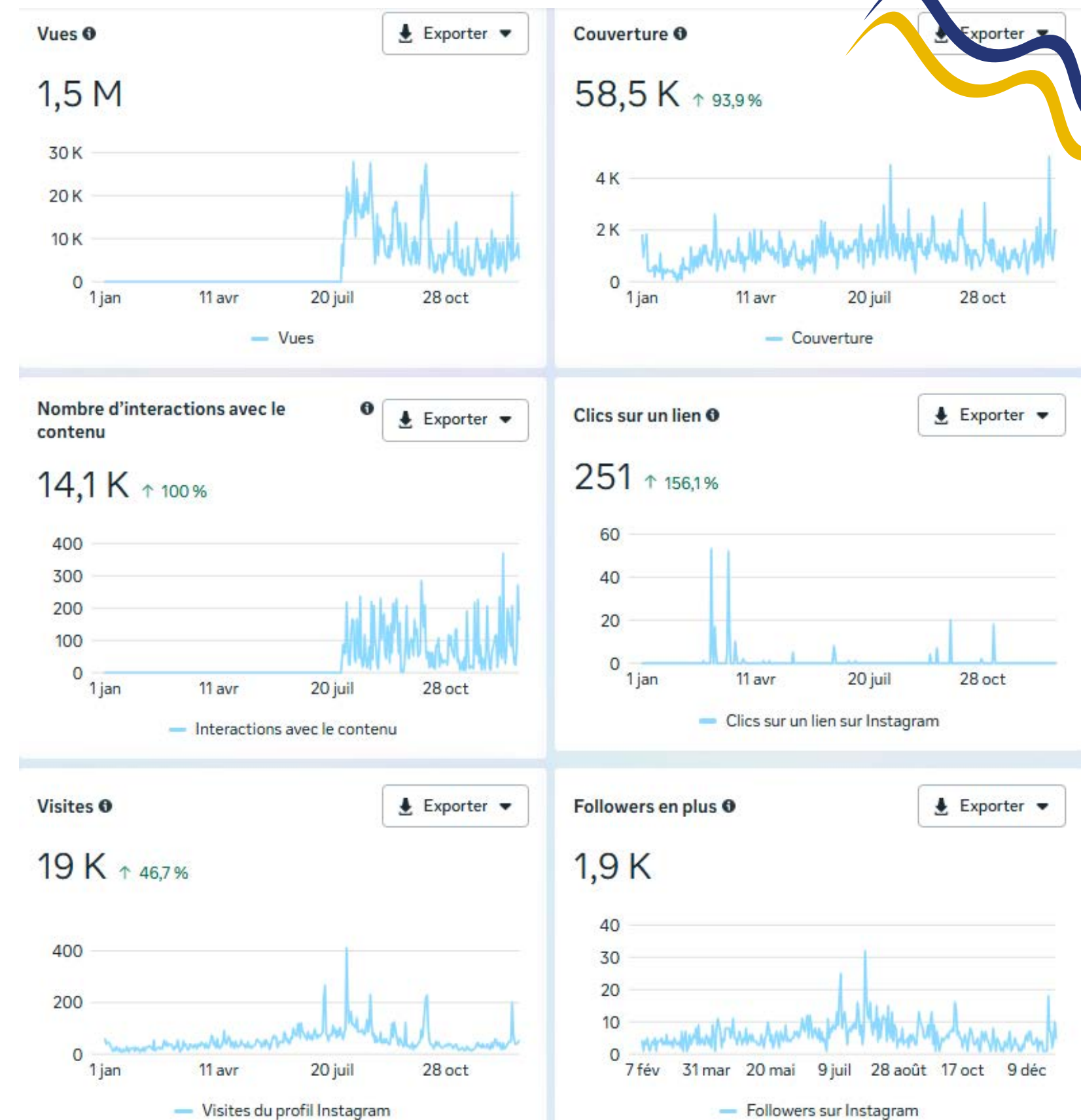
##### VISIT DURATION

**1m 53s** ↘ 8%

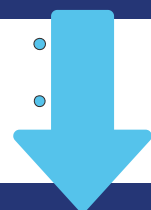
## 8/ SUIVI MARQUE QUALITE ET EVOLUTION VERS "DESTINATION D'EXCELLENCE" EN 2026

### SYNTHÈSE DES INDICATEURS QUALITÉ :

- Statistiques réseaux sociaux: Instagram

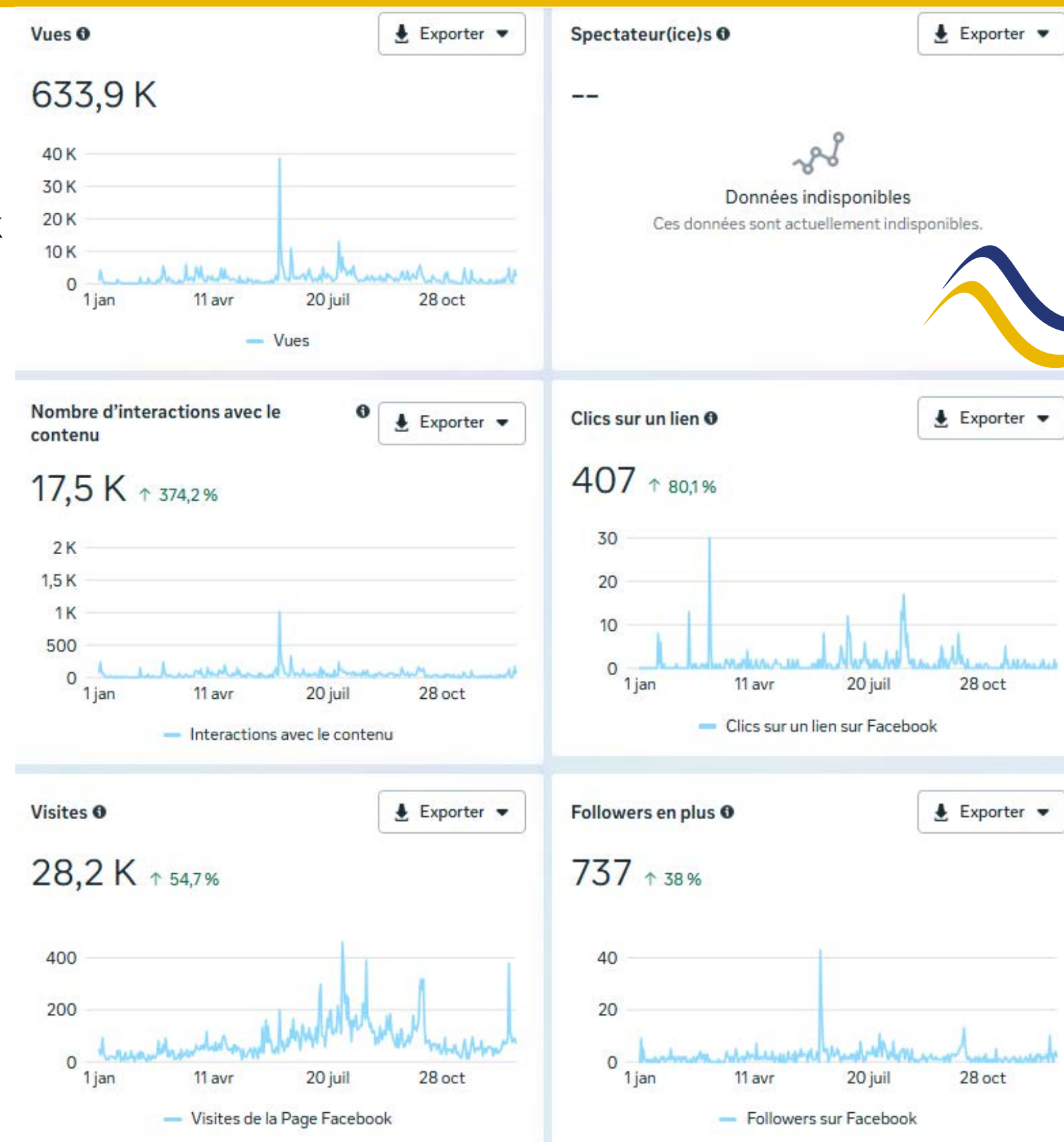


## 8/ SUIVI MARQUE QUALITE ET EVOLUTION VERS "DESTINATION D'EXCELLENCE" EN 2026



### SYNTHÈSE DES INDICATEURS QUALITÉ :

- Statistiques réseaux sociaux: Facebook



MERCI !



# OFFICE DE TOURISME BANYULS-SUR-MER

## RAPPORT D'ACTIVITÉ 2025



[www.banyuls-sur-mer.com](http://www.banyuls-sur-mer.com)



[bienvenue@banyuls-tourisme.com](mailto:bienvenue@banyuls-tourisme.com)



+33 (0)4 68 88 31 58



Banyuls-sur-Mer Tourisme



[banyuls\\_sur\\_mer](https://www.instagram.com/banyuls_sur_mer)

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2025 REALISE EN FEVRIER 2026  
OFFICE DE TOURISME BANYULS-SUR-MER