



Bisca
Grands
Lacs

Concentré des Landes

Assemblée Générale Ordinaire

Lundi
28 septembre
2020

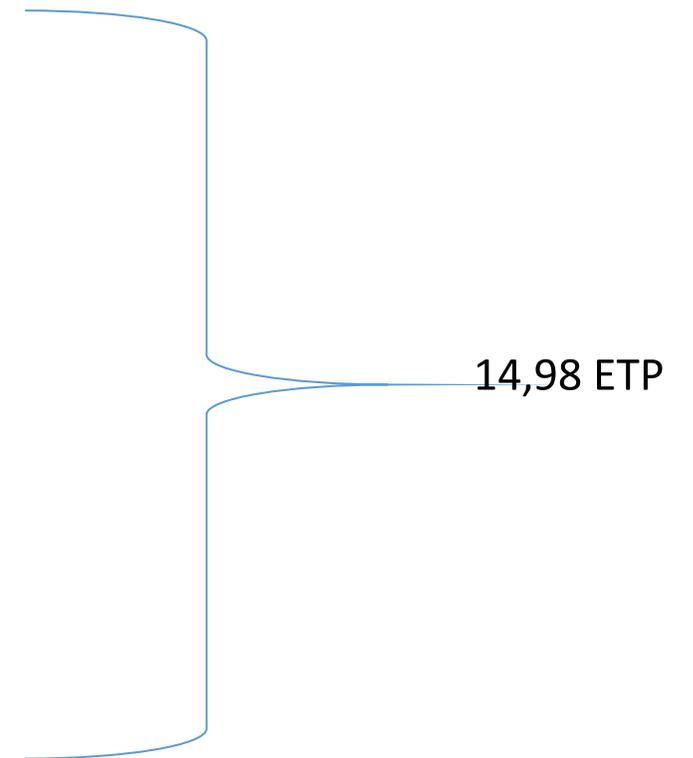
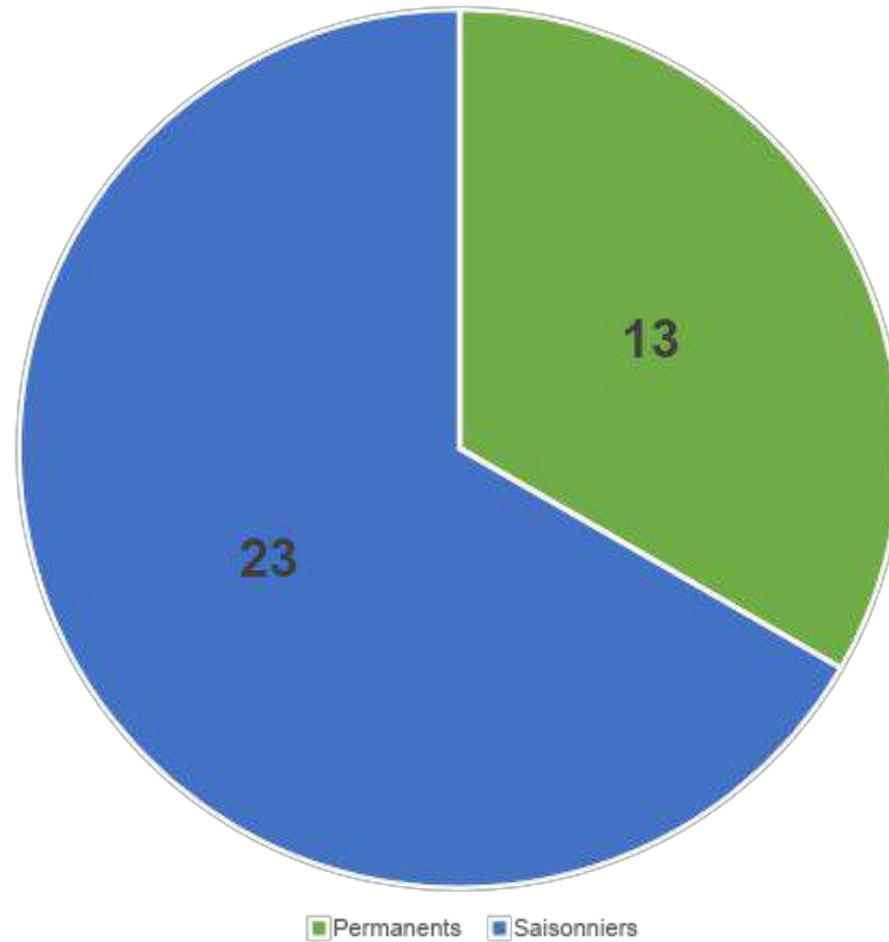


**Bisca
Grands
Lacs**

Concentré des Landes

Le personnel

Répartition du personnel





**Bisca
Grands
Lacs**

Concentré des Landes

La fréquentation

FREQUENTATION 2019

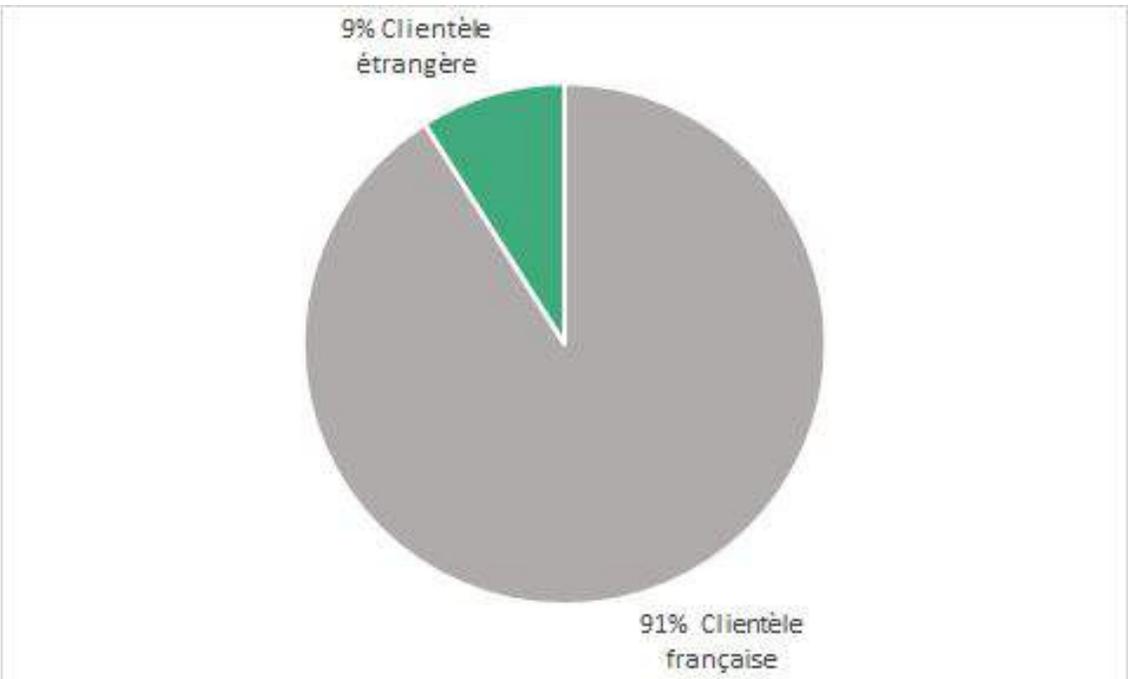
	Compteurs de porte	Personnes renseignées au comptoir	Total personnes renseignées (comptoir, tel, mail)
Biscarrosse Plage	61 256 (-47%)	39 813 (+15%)	44 834
Biscarrosse Ville (01/07-31/08)	/	4 350 (+31%)	/
Sanguinet	/	10 755 (+12%)	12 144
Parentis en Born	/	8 379 (+10%)	8 874
Sorties triporteur Hors les Murs sur les marchés			
Sainte Eulalie en Born (6 sorties)			187
Gastes (6 sorties)			596
TOTAL			66 635





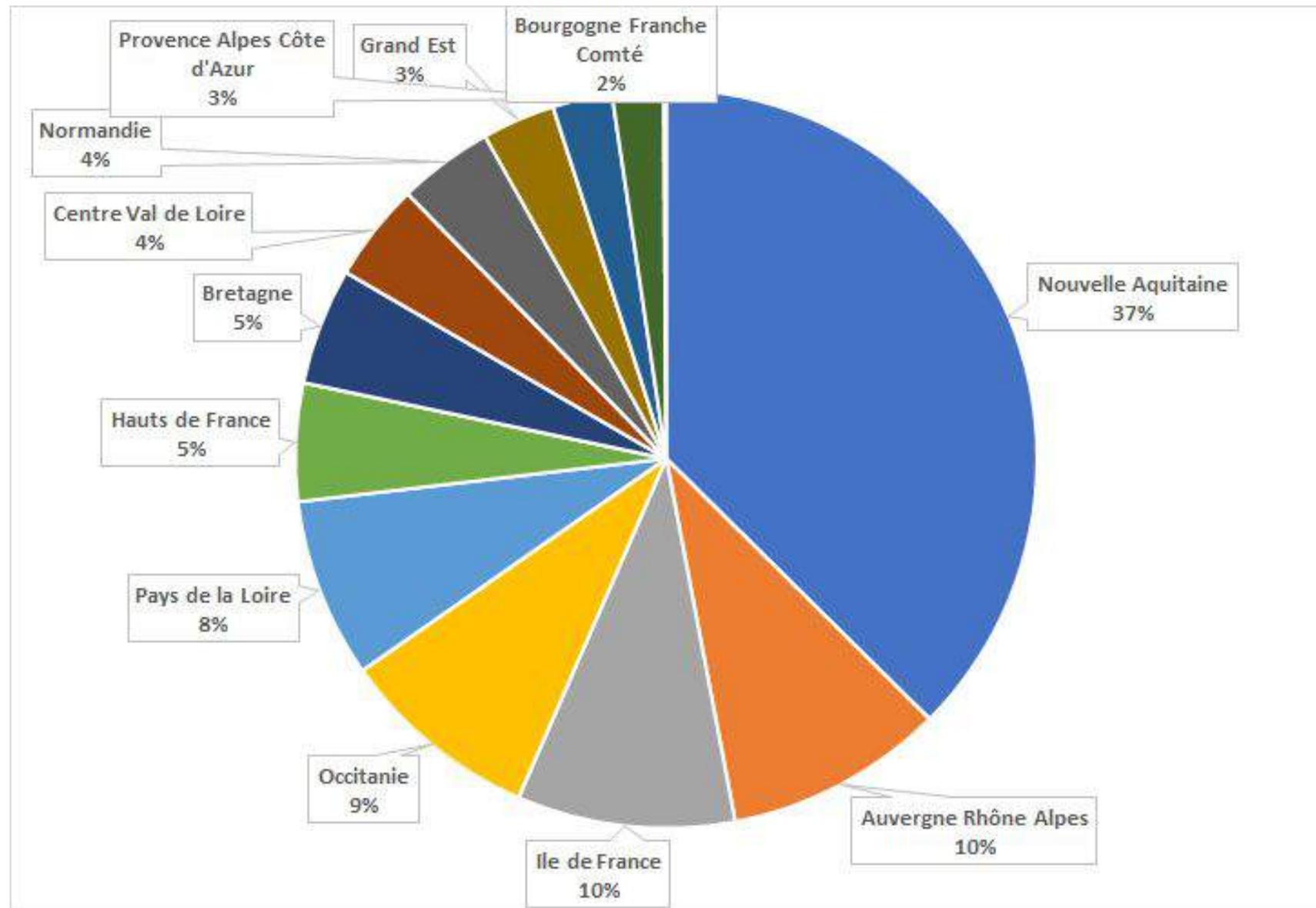
PROVENANCE DES CLIENTELES ETRANGERES 2019

- 1  **27,90%**
- 2  **20,80%**
- 3  **16,50%**
- 4  **16,30%**
- 5  **6,50%**
- AUTRES** **12,00%**



TOP 3 PAR BUREAU	1	2	3
Biscarrosse	 25,00 %	 21,00 %	 17,00 %
Sanguinet	 23,00 %	 22,50 %	 18,00 %
Parentis	 26,00 %	 24,70 %	 15,80 %

PROVENANCE DES CLIENTELES FRANCAISES 2019





**Bisca
Grands
Lacs**

Concentré des Landes

Le site internet



Site internet

www.biscagrandslacs.com

	Nb de visites	Nb pages vues	Temps moyen passé
biscagrandslacs.com	558 100	1 567 935	2,27 mn
Versions GB, DE, ES	26 900	76 992	2,26 mn
Total sites FR, GE, DE, ES	585 000	1 644 927	2,25 mn



Site internet

www.biscagrandslacs.com

Provenance géographique des visiteurs (Top 5)

PAYS		▼ VISITES
 France		526 352
 Allemagne		11 688
 Belgique		7 863
 Espagne		7 524
 Royaume-Uni		5 759
RÉGION		▼ VISITES
 Nouvelle-Aquitaine, France		178 059
 Île-de-France, France		97 359
 Inconnu		92 409
 Occitanie, France		50 385
 Auvergne-Rhône-Alpes, France		29 979



**Bisca
Grands
Lacs**

Concentré des Landes

Développement



NOTT

Volet I, Professionnalisation

Objectif 1 : Accompagner les personnels des offices dans l'évolution de leurs missions.

Objectif 2 : Accompagner les filières professionnelles dans leurs mutations sociales et économiques

Volet II, Stratégie Numérique

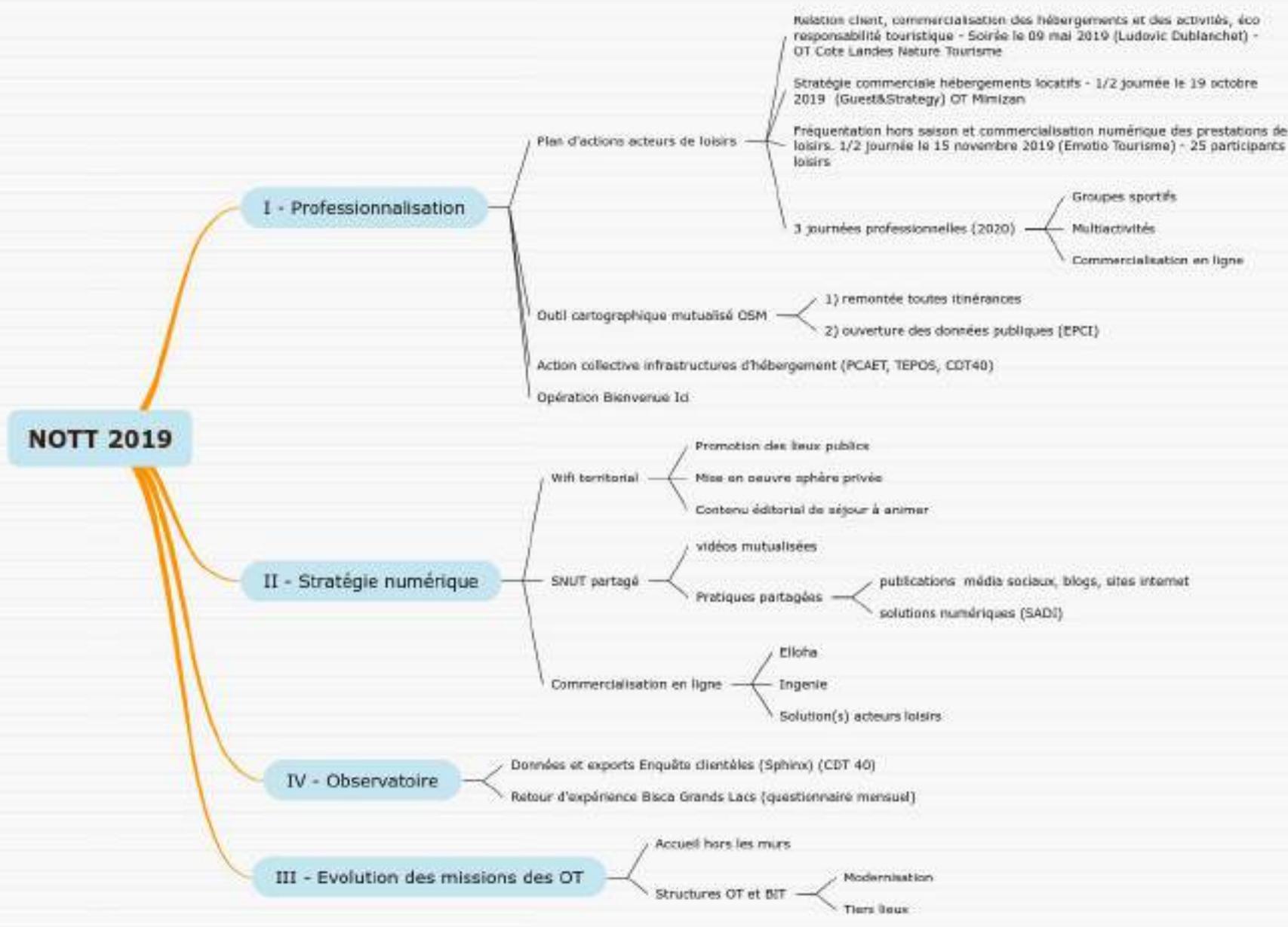
Objectif : Renforcer l'attractivité des territoires

Volet III, Evolution des missions des Offices de Tourisme

Objectif 1 : Moderniser les structures d'accueil touristique

Objectif 2 : Optimisation des ressources et des moyens financiers

Observatoire, qualité



6 porteurs de projets accompagnés en 2019



1

- ❑ Accompagnement à la **récupération de données d'observatoire** (quantitatives et qualitatives) pour :
 - étude de marché
 - étude de (re)positionnement.



2

- ❑ Accompagnement dans l'**étude de marché**



3

- ❑ Accompagnement au montage de **dossiers d'aides** (subventions **tourisme**, Région, Département, Europe)

4

- ❑ Accompagnement et veille sur :
 - les **classements**
 - les **labels et signes de qualité**
 - la **règlementation** en vigueur





permanences communales en 2019

Quoi ?

Optimiser le lien avec le terrain, à l'échelon communal, entre la collectivité et l'office de tourisme par la tenue d'une permanence d'une demi-journée par trimestre ou bimestre par Commune.

Comment ?

- 1) échanger et travailler sur les projets et actions en cours sur la Commune
- 2) informer la Commune des travaux et actions entrepris par l'Office de Tourisme
- 3) systématiser une veille mutuelle permanente avec les Elus désignés, les Services de la Commune ou Référents administratifs
- 4) suivre les porteurs de projets et porteurs d'activités à vocation économique et touristique repérés

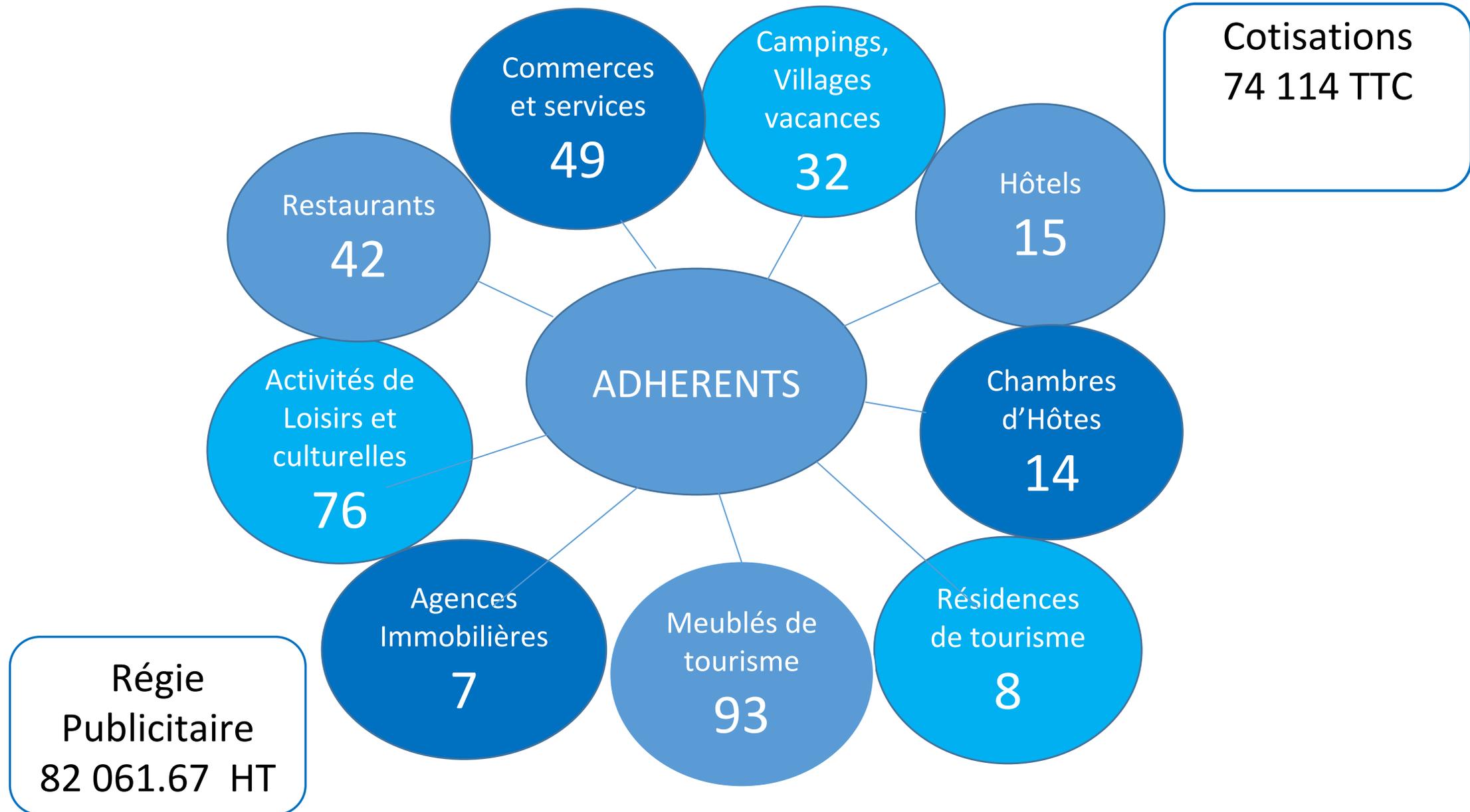


**Bisca
Grands
Lacs**

Concentré des Landes

Cotisations et régie-publicitaire

CHIFFRE COTISATIONS ET REGIE PUBLICITAIRE





**Bisca
Grands
Lacs**

Concentré des Landes

Fiches Loisirs

FICHES LOISIRS

- 18 Fiches Loisirs (coût 2 492€ HT)
- Une diffusion assurée sur la Communauté de Communes.



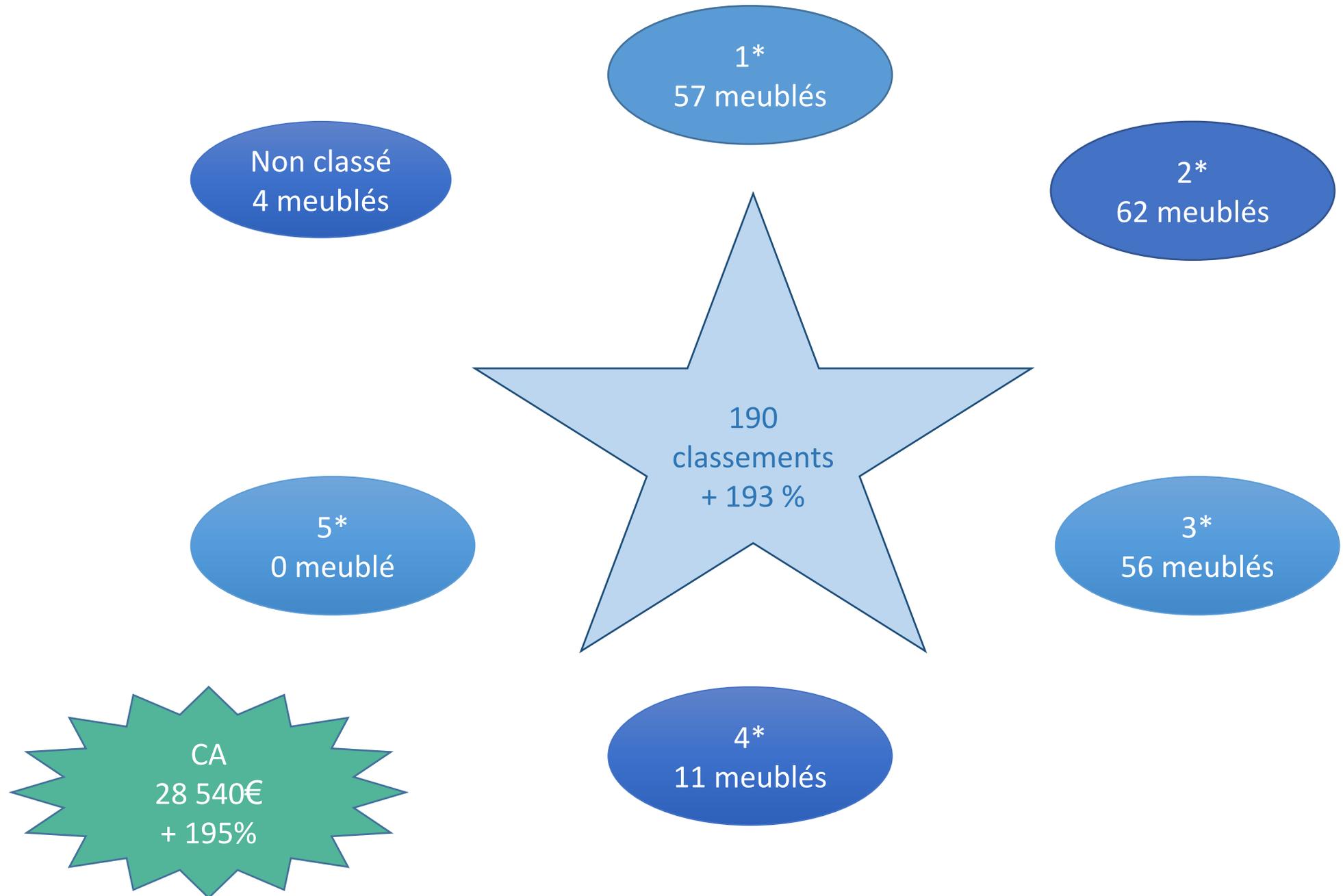
**Chiffre d'Affaires
4 050€ HT**



**Bisca
Grands
Lacs**

Concentré des Landes

Classement des meublés de tourisme





**Bisca
Grands
Lacs**

Concentré des Landes

La boutique



CA 38 275€ HT *

15509€ HT
de Marge



Top 3 des ventes en quantité:

- Textile
- Guides vélo/rando
- Biscuits



*34 269€ HT en
2018



**Bisca
Grands
Lacs**

Concentré des Landes

La Billetterie



CHIFFRE D'AFFAIRE ET MARGE PAR BUREAUX

	BISCARROSSE PLAGE	BISCARROSSE VILLE	PARENTIS	SANGUINET	INTERNET	TOTAL
CA	18279 €	5728 €	14526 €	9237 €	20930 €	68700 €
MARGE	2309 €	528 €	1209 €	834 €	1728 €	6608 €



**Bisca
Grands
Lacs**

Concentré des Landes

Terra aventura



Fréquentation

* De juin à décembre 2019 en nombre de joueurs

Ychoux « La Complainte du Tulipier » : 6999



Biscarrosse « Le Secret du gemmeur » : 5477



Gastes « La Folle Quête de Sainte Quitterie » :
3624



Parentis en Born « L'Or Noir du Pays de Born » :
7134



TOTAL : 23 234 joueurs



**Bisca
Grands
Lacs**

Concentré des Landes

Animation



ANIMATIONS BISCARROSSE

ANIMATIONS :

62 animations journées / 18 soirées

380 groupes accueillis en « off »

CA
19 300€

COMMUNICATION :

Guides animations : Printemps > 7 000 ex. / Juillet > 40 000 ex. / Aout > 45 000 ex.

Affiches : Juillet et Aout > 3 séries affiches 40X60cm / 3 séries d'affiches 120X176cm

Pages Facebook Animations : 1352 abonnés (31/08/2019)

BUDGET :

	DÉPENSES	RECETTES
PERSONNEL	54 387	
ANIMATION	102 108	
DIVERSES (Buvette carnaval ...)		6 479
SUBVENTION		150 016
RÉSULTAT		0



ANIMATIONS SANGUINET

ANIMATIONS :

Juillet / Aout : 16 événements proposés

Septembre : Grands Lacs à Vélo

COMMUNICATION :

Guides animations : Printemps > 7 000 ex. / Juillet > 42 000 ex. / Aout > 45 000 ex.

Affiches : Juillet et Aout > 3 séries affiches 40X60cm

Pages Facebook Animations : 1352 abonnés (31/08/2019)

BUDGET :

	DÉPENSES	RECETTES
PERSONNEL	3 039	
ANIMATION	10 993	
DIVERSES (Buvette, Jazz ...)		1 397
SUBVENTION		12 635
RÉSULTAT		0

JAZZ IN SANGUINET (20^{ème} édition)

14 concerts gratuits – 4 concerts payants (1325 entrées payantes sur 2 jours)

COMMUNICATION :

400 affiches 40x60 cm / 40 000 programmes 16 pages

Partenariat Sud Ouest Publicité et Musique en Live



BUDGET :

	DEPENSES	RECETTES
PERSONNEL	23 614	
ANIMATION	121 191	
BILLETTERIE		25 000
RESTAURATION-BODEGA		28 390
PARTENARIAT PRIVÉS		22 904
SUBVENTION CONSEIL REGIONAL+ DEPARTEMENTAL		17 500
SUBVENTION MAIRIE		51 011
Résultat		0 €

Animation



**Bisca
Grands
Lacs**

Concentré des Landes

Les actions Marketing Digital #BiscaGrandsLacs

Les Ateliers ANT

Objectif : Accompagner les acteurs touristiques locaux dans leur stratégie digitale

- 3 structures accompagnées
- 4 personnes accompagnées
- 2 ateliers payants, 1 atelier gratuit

En 2019, je gère ma présence en ligne !



Un réseau d'écrans d'information dans les OT et chez les prestataires touristiques

Objectif : Outil de relation client – Diffuser les bonnes informations – Gain de temps pour le personnel

- 4 écrans d'infos répartis sur les 4 bureaux d'information touristique du territoire
- 19 écrans d'informations chez les prestataires touristiques locaux et les mairies :
 - 2 mairies
 - 2 résidences de tourisme
 - 8 campings
 - 3 hôtels
- **NB : si vous êtes intéressés pour le mettre en place, venez me voir**



Création de Contenus Photos

Objectifs : Notoriété et image de la marque – Faire connaître le territoire

- 3 photographes
- Plus de 2 000 photos
- Sur les 7 Villes
- **NB** : des photos sont à disposition des prestataires sur le kit média du blog pro



Création de Contenus Vidéo

Objectifs : Notoriété et image de la marque – Faire connaître le territoire

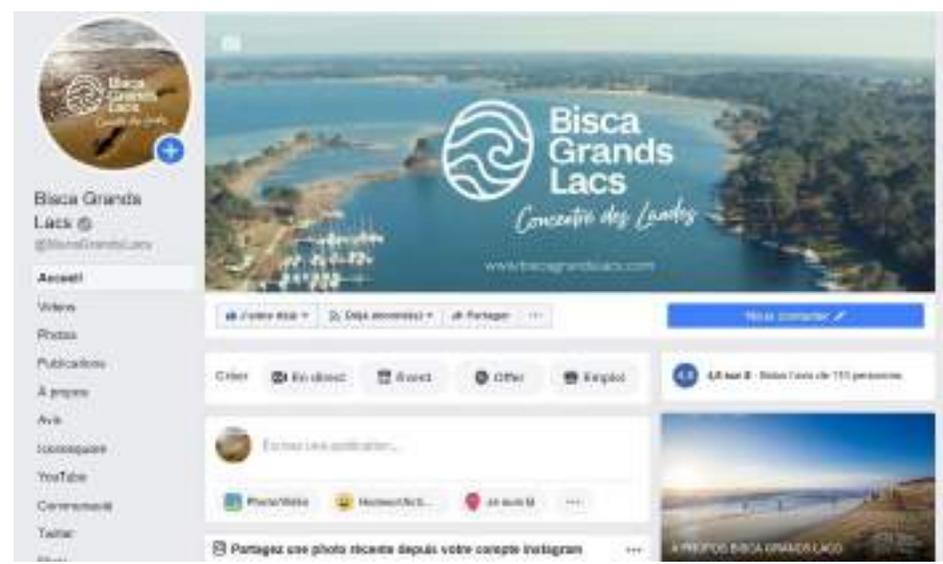
- 1 vidéo promotionnelle longue 2 minutes de la marque sur les réseaux sociaux en cible nationale
- 1 vidéo courte 16 secondes pour campagne cinéma et réseaux sociaux en cibles prioritaires régionales et locales
- 1 vidéo carrée au format Instagram
- Utilisation sur tous les écrans numériques internes et externes (screenlives, bornes...)
- **NB : les vidéos sont à disposition des prestataires sur le kit média du blog pro**





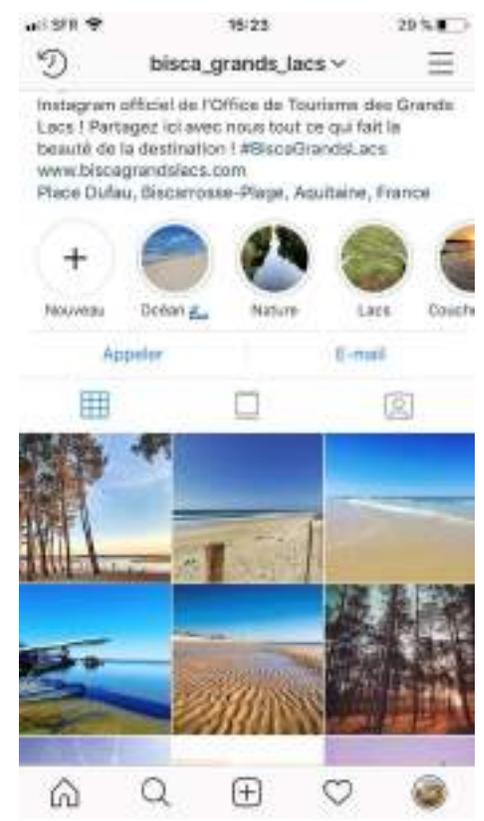
Les Réseaux Sociaux

Objectif : Développer la notoriété de la marque et de la destination - Séduire de nouveaux clients - Fidéliser les fans

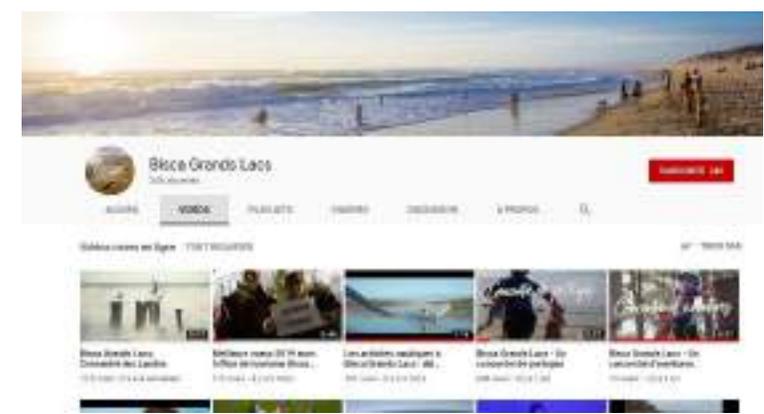


Facebook : 49 300 Fans

Facebook : 15 398 638 millions de personnes atteintes par nos publications en 2019



Instagram : 8 300 abonnés



YouTube : 254 000 vues de nos vidéos

- **Twitter : 2289 abonnés**
- **Pinterest : 176 abonnés**

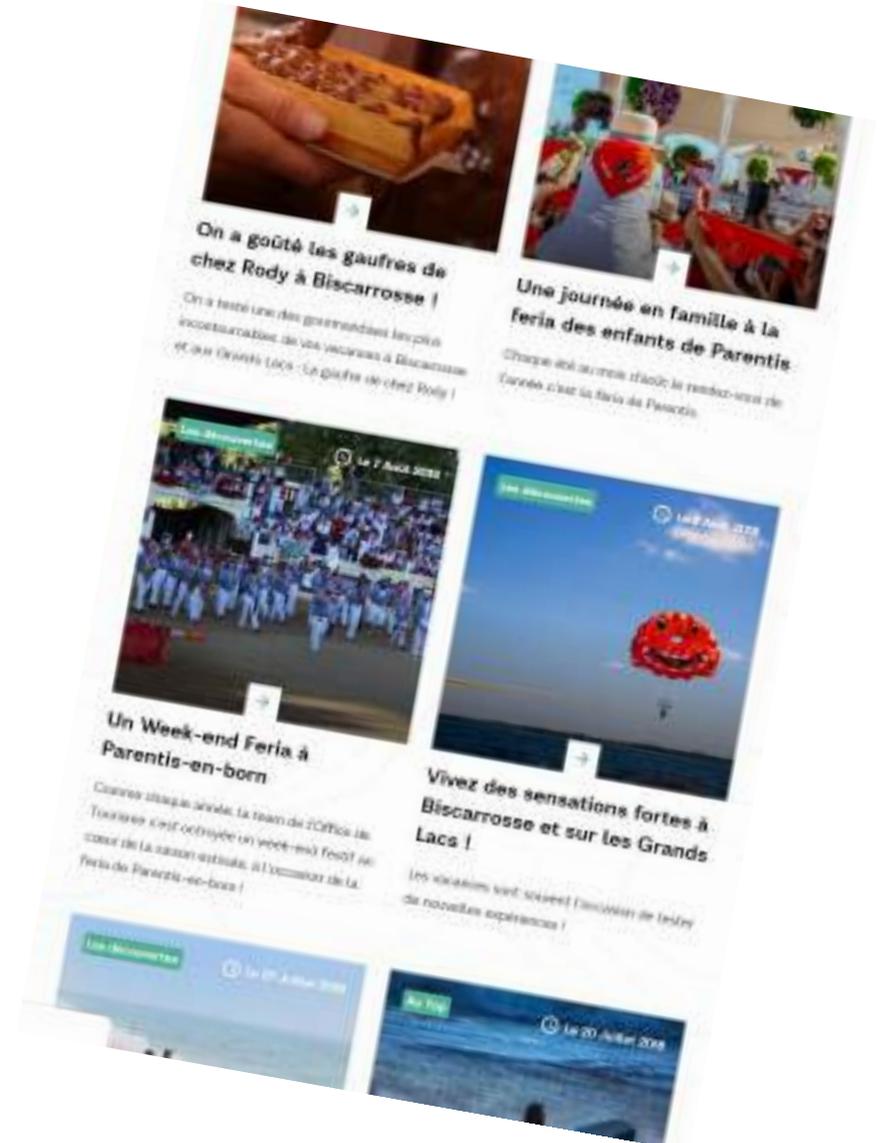
Le blog de destination

Objectif : Accompagner les acteurs touristiques locaux dans leur stratégie digitale

Blog ré-intégré au site internet en octobre 2018

> En 2019 :

- 4 journées de shooting photos
- 22 articles écrits et publiés sur le blog
- 22 Newsletter envoyées à une base de 10 500 personnes
- 94 373 pages vues sur le blog
- 283 386 personnes atteintes via la diffusion des articles sur Facebook



Les campagnes vidéos

Objectif : développer la notoriété de la marque en local et sur les grandes ville

Vidéo promotionnelle
de 16 secondes

Diffusion Cinémas :

Biscarrosse

Le Renoir (4 salles)

3 mois (Avril, Mai, Juin 2019)

Bordeaux

Méga CGR Le Français (12 salles)

1 mois (fin avril à fin mai 2019)

Toulouse Blagnac

Méga CGR (14 salles)

1 mois (fin avril à fin mai 2019)

113 288 entrées



Diffusion ADS
Facebook

126 000 Vues

8 617 interactions

Affichage publicitaire sur Youtube



Diffusion de la vidéo sur Youtube
selon des critères et cibles définis

2 campagnes de 15 jours (en Mai et Juin 2019)

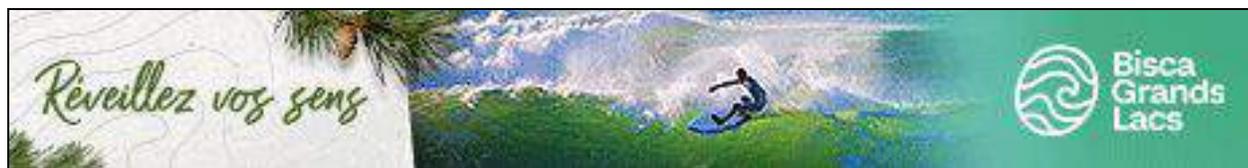
Impressions : 333 448

Les campagnes web marketing

Objectif : Fidélisation de la clientèle estivale et conquête de nouvelles clientèles
Développement de la notoriété de la marque

Google Display

Affichage de bannières pub sur différents sites web définis et ciblé



Google Adwords

Affichage en priorité sur Google selon des mots clés et cibles spécifiques

<u>DISPLAY</u>	
Impressions	1 822 418
Clics	8 728
Taux de clic (CTR)	0.20 %
Coût par clic	0.31 €
Taux de conv.	2 %

<u>SEARCH</u>	
Impressions	251 448
Clics	12 845
Taux de clic (CTR)	5.11 %
Coût par clic	0.57 €
Taux de conv.	0.15 %

La Gestion de la Relation Client

Objectif : Amélioration de la RC - Récupération de données qualifiées – Fidélisation de la clientèle et conquête de nouvelle clientèle

- Mise en place de 6 parcours automatisés pour récolter les données clients à partir de notre site internet (ici le parcours généraliste de demande du magazine)
- Résultats : 4 408 contacts récoltés, 28,7% de taux d'ouverture des mails ensuite
- **Nouveau :** possibilité de mettre en place le parcours généraliste sur le site internet des prestataires touristiques



Bisca Grands Lacs

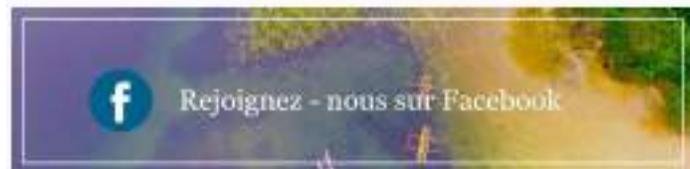
Vous avez demandé notre Magazine 2019 ?
[Téléchargez-le en cliquant ici !](#)

Destination Bisca Grands Lacs !
[Téléchargez le mag](#)

Il vous permettra de préparer au mieux votre séjour à Bisca Grands Lacs. Vous y retrouverez toutes **les activités de loisirs, les restaurants, nos courts séjours** ainsi que **les sites à visiter**.

Retrouvez toutes les informations contenues dans notre magazine et bien plus encore sur le site internet de l'Office de Tourisme.

[Accédez au site](#)



f Rejoignez - nous sur Facebook



Bisca Grands Lacs

Vous partez à Bisca Grands Lacs ?
 Voici notre sélection d'hébergements !

HÔTELS

Découvrez notre offre d'hôtels sur Biscarrosse et sur les Grands Lacs pour des vacances au top ! [Découvrez en détail](#)



CHAMBRES D'HÔTES

Besoin de vous détendre ? Partez pour un séjour **100% RC** dans l'une de nos maisons d'hôtes ! [Découvrez en détail](#)



Notre agenda d'animation pour un séjour inoubliable !

Place aux vacances estivales en s'éloignant de la plage et de la mer, voici notre agenda d'activités et d'animations !

Découvrez les animations sportives et les événements culturels

[EN LIRE PLUS](#)



Bisca Grands Lacs

Notre agenda d'animation pour un séjour inoubliable !

Place aux vacances estivales en s'éloignant de la plage et de la mer, voici notre agenda d'activités et d'animations !

Découvrez les animations sportives et les événements culturels

[EN LIRE PLUS](#)



Marchés artisanaux, expositions et visites guidées de la région ? A vous de choisir !

[EN LIRE PLUS](#)



Marchés artisanaux, expositions et visites guidées de la région ? A vous de choisir !

[EN LIRE PLUS](#)

La Gestion de la Relation Client

Objectif : Récupération de données qualifiées – Fidélisation de la clientèle et conquête de nouvelle clientèle



Notre top des pistes cyclables



Notre top des activités sur les lacs



Les 10 activités incontournables des vacances



Notre top des restaurants et gourmandises



Notre top des spots de surf

La Gestion de la Relation Client

Objectif : Amélioration de la RC - Récupération de données qualifiées – Fidélisation de la clientèle et conquête de nouvelle clientèle

- Mise en place d'un parcours automatisé chez les hébergeurs pour améliorer leur relation client auprès des clients ayant déjà réservé, avoir un service à valeur ajoutée
- Mis en place chez 10 hébergeurs.
65,7% de taux d'ouverture des e-mails.
- NB : si vous êtes intéressés pour le mettre en place, venez me voir,



Les actions de communication



**Bisca
Grands
Lacs**

Concentré des Landes

Les autres actions de promotion



Les actions de promotion via le CDT : Club Littoral

Objectif : Fidélisation de la clientèle estivale et conquête de nouvelles clientèles –
Développement de la notoriété du littoral landais

7 axes principaux

1. Visuel - Concept de communication
2. Nouvel environnement www.tourismelandes.com
3. Vidéo de 25"
4. Campagnes Cinéma
5. Opérations de Retargeting Cinéma
6. Campagnes Social Media
7. Animation éditoriale Réseaux Sociaux

2 campagnes d'affichage MÉTRO PARIS | Du 7 au 13 mai + du 3 au 16 juin | 200 faces |
1 campagne d'affichage MÉTRO MADRILÈNE | Du 22 avril au 21 mai 2019 | 3 faces |
Campagne Cinéma | Du 15 au 21 mai 2019 | 23 complexes – 210 salles
Retargeting Cinéma | Du 15 au 28 mai 2019
Une campagne de séduction sur Facebook et Instagram | Fin AVRIL - MAI
Une campagne d'information sur la destination Côte landaise sur Facebook | JUIN
12 publications (Live vidéo, multi-photos, crosspostage ...) | Du 1er avril au 21 juin |



Les accueils Presse via le CDT

Objectif : Développer la notoriété du territoire

Emission : Bougez Vert

Chaîne : Ushuaïa TV

Diffusion : Avril 2019



Ushuaïa TV

Sujet :

Mise en valeur du territoire des Grands Lacs et de la forêt des Landes et du parc régional naturel
Le lac Nord a servi de lieu de tournage tout en navigant en compagnie d'AquiBike (Prestataire local de location de vélos à flotteurs)

Emission : Télématin

Chronique sport

Chaîne : France 2

Date Diffusion : Mai 2019



Sujet :

Le journaliste Grégoire Tournon montera à bord d'un Hydravion d'Aquitaine Hydravion et prendra sa première leçon de pilotage au dessus des Grands Lacs.

Support : Webzine

www.mafamillezen.com

Diffusion : Printemps 2019



Sujet :

Escapade tonique au pays des Grands Lacs
Pour Bisca Grands Lacs il est prévu une nuit au Domaine des Oréades, 2 restaurants et 2 activités à mettre en valeur

Les actions de promotion : Campagne d'affichage Bordeaux

Objectif : Générer des séjours auprès de la clientèle bordelaise

Campagne type Abris-Bus sur un réseau central de Bordeaux – Semaine du 1er au 7 mai 2019

55 faces sur 1 semaine complète *dont 9 faces premium* utilisant un concept innovant de *réalité augmentée*

Concentré de Glisse

Concentré d'Expériences

Concentré de Nature



| PLACE DE LA BOURSE |

| PARVIS DE LA GARE SAINT-JEAN |

| QUAI DES CHARTONS |



Décor

Vidéo

Lien URL

Les actions de promotion : Insertions publicitaires

Objectif : Développer la notoriété de la marque et du territoire, conquérir de nouvelles clientèles

Magazine :
L'incontournable
Edition : Mars/Avril
2019 + Juil/Août 2019
Nbre : 35 000 ex
Diffusion : Thalys et
Eurostar



Magazine : Femme Actuelle
Edition : île de France du 25
au 31 mars 2019
Nbre : 45 000 ex
Diffusion : île de France



Magazine : Greater Paris
Edition : Décembre 2019
Nbre : 250 000 ex
Diffusion : 2250 lieux
touristiques et culturels à
Paris et île de France



Les actions de promotion : diffusion du Magazine de Destination

Objectif : Développer le nouveau positionnement et asseoir la notoriété de la marque

Tirage total : 50 000 exemplaires

10 000 exemplaires diffusés sur **Bordeaux et Toulouse** en **Avril 2019**

Toulouse : 5 825 ex
durant 2 opérations de Street marketing et dépôts comptoir

Bordeaux : 4 175 ex
en dépôts comptoir sur 100 points stratégiques





Bisca
Grands
Lacs

Concentré des Landes

Assemblée Générale Ordinaire

Merci de votre
attention
