

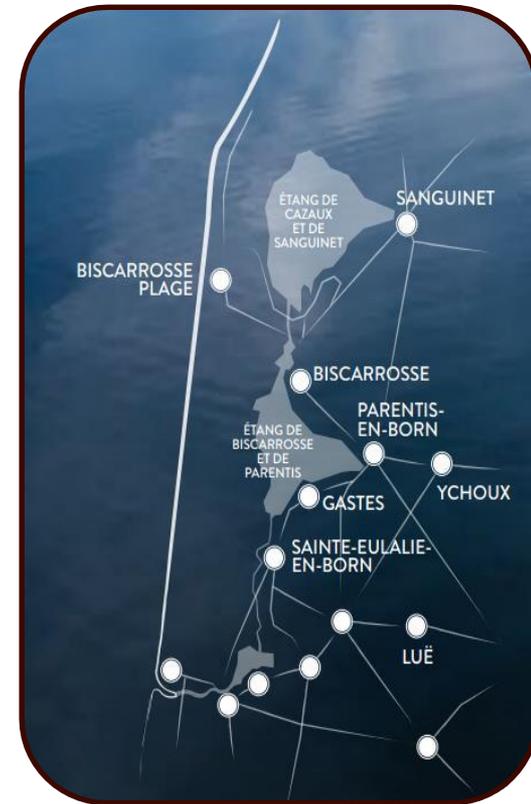
BILAN MORAL 2017

OFFICE DE TOURISME
DES GRANDS LACS



#BISCA

BISCARROSSE
GASTES
LUË
PARENTIS-EN-BORN
SAINTE-EULALIE-EN-BORN
SANGUINET
YCHOUX



LE PERSONNEL



13 permanents
23 saisonniers
1 contrat de remplacement

16,12 ETP



FREQUENTATION DES BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE

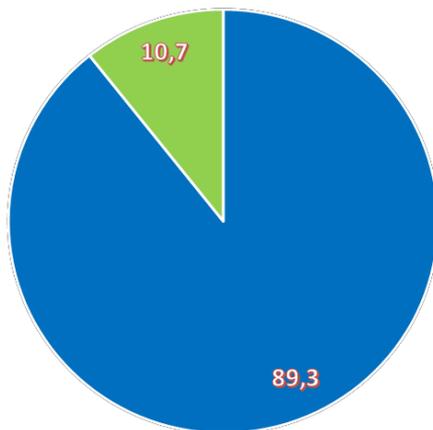


Fréquentation Bureaux de Biscarrosse

	COMPTEURS DE PORTE	PERSONNES RENSEIGNÉES AU COMPTOIR	TOTAL PERSONNES RENSEIGNÉES (comptoir, tel, mail)
Biscarrosse Plage	115 731	36 105	43 541
Biscarrosse Ville <i>(Juillet/août)</i>		3 102	/

PROVENANCE / RÉGION	
Nouvelle Aquitaine	23%
Auvergne Rhône Alpes	15%
Occitanie	13%
Ile de France	13%
Pays de la Loire	7%
Autres	29%

CLIENTELE



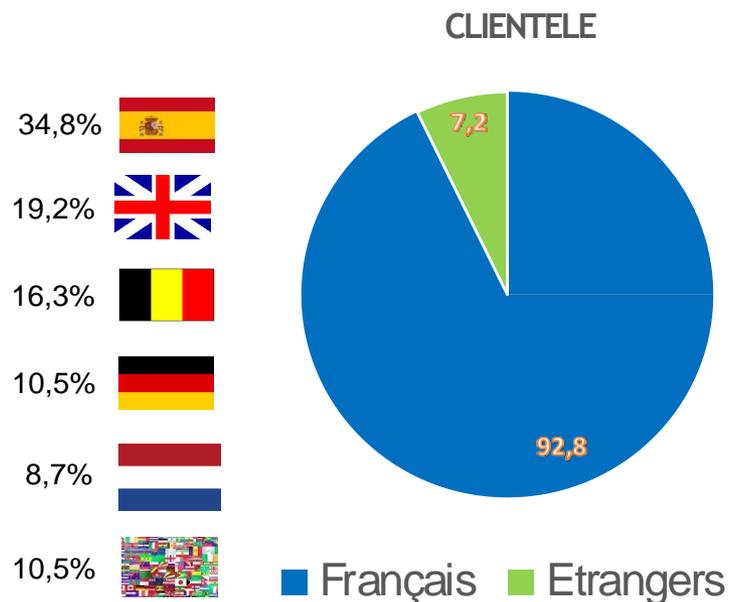
■ Français ■ Etrangers



Fréquentation Bureau de Sanguinet

	PERSONNES RENSEIGNÉES AU COMPTOIR	TOTAL PERSONNES RENSEIGNÉES (comptoir, tel, mail)
Sanguinet	12 627	14 202

PROVENANCE / RÉGION	
Nouvelle Aquitaine	29%
Pays de la Loire	11%
Ile de France	10%
Auvergne Rhône Alpes	10%
Hauts de France	8%
Autres	32%



Fréquentation Bureau de Parentis-en-born

	PERSONNES RENSEIGNÉES AU COMPTOIR	TOTAL PERSONNES RENSEIGNÉES (comptoir, tel, mail)
Parentis en Born	11 433	12 532

PROVENANCE / RÉGION	
Nouvelle Aquitaine	41%
Ile de France	10%
Pays de la Loire	9%
Auvergne Rhône Alpes	8%
Occitanie	7%
Autres	25%

CLIENTELE

25,2% 

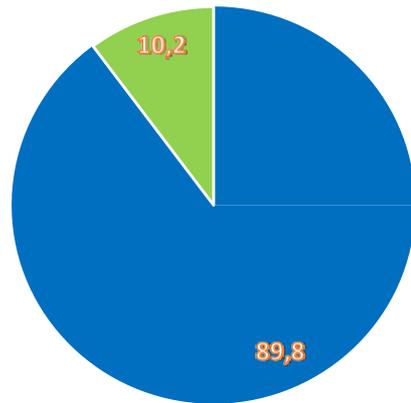
24,8% 

24,3% 

9,1% 

7,4% 

9,2% 



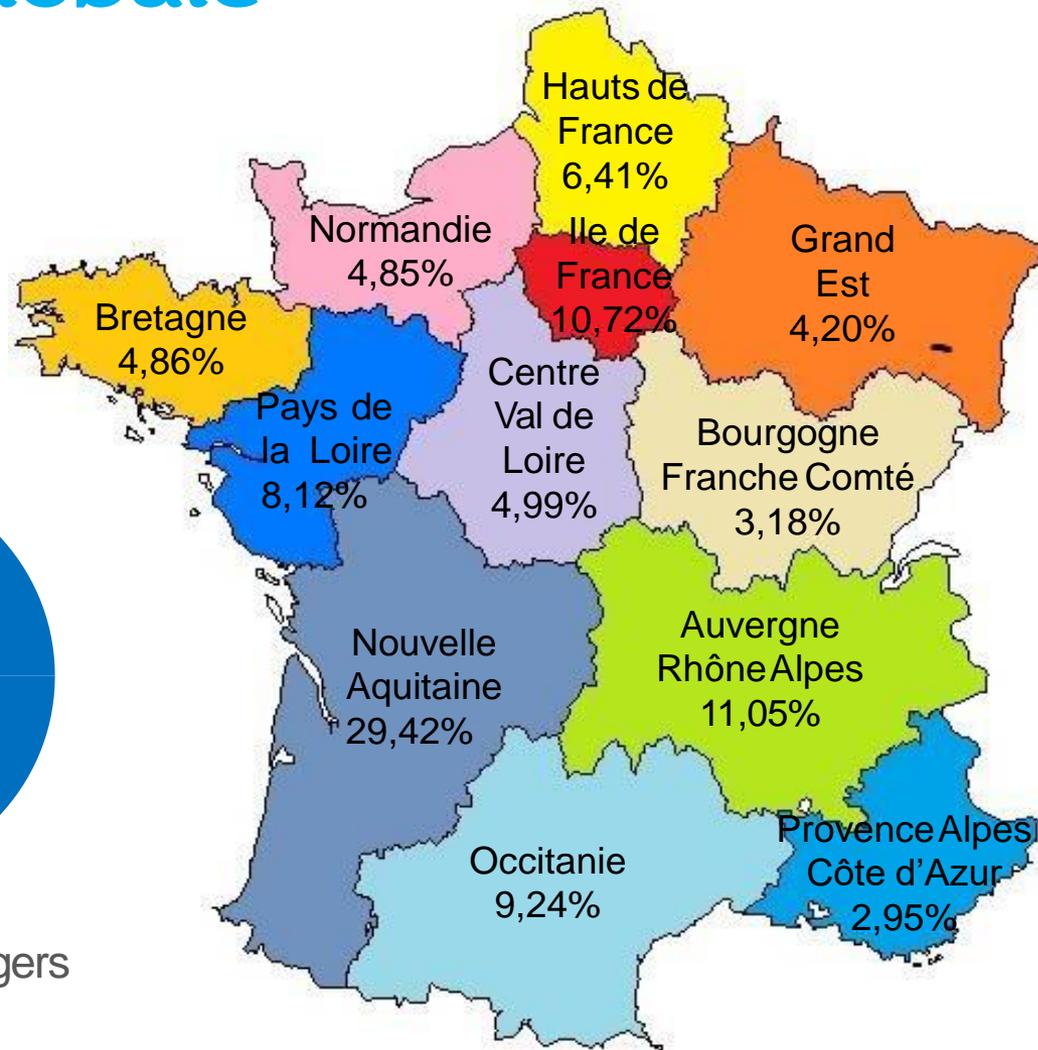
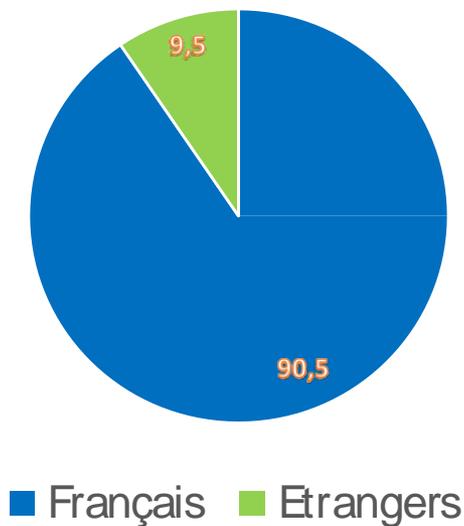
■ Français ■ Etrangers



Fréquentation Globale Grands Lacs

RÉPARTITION CLIENTELES

CLIENTELE



Accueils hors les murs

VILLES	NB DE SORTIES	NB DE CONTACT	COMMENTAIRES
Biscarrosse	5	42	- Aires de camping-cars de Navarrosse
Gastes	6	348	- Marché du mardi matin
Luë	3	27	- Auberge Landaise
Parentis	4	56	- Club de voile
Ste Eulalie	9	192	- Marché du lundi matin
Sanguinet	6	148	- Lac et foire du lac
Ychoux	3	17	- Gare et Ball Trap

LES SITES INTERNET



Fréquentation des sites internet

	NB DE VISITES (2017)	Nombre de pages vues	Temps moyen passé
Biscarrosse.com	679 905	2 708 317	2,53 min
Biscarrosse.uk	17 491	62 172	2,08 min
Biscarrosse.es	9 875	41 010	2,27 min
Biscarrosse.de	12 221	47 952	2,13 min
Sanguinet.com	N.C	N.C	
Tourisme.parentis	27 690	87 892	2,26 min



LES RESEAUX SOCIAUX



facebook

37 044 fans



Biscarrosse Tourisme ✓
@Biscarrosse Tourisme

Accueil
Publications
Avis

Vidéos
Photos
À propos
Communauté
Pinterest
Instagram feed

#BISCA

J'aime déjà Déjà abonné(e)

4,7 ★ 4,7 étoiles sur 5
143 avis

5 étoiles	118
4 étoiles	17
3 étoiles	4
2 étoiles	1
1 étoile	3

1 683 fans



SANGUNET
DESTINATION NATURE

Tourisme Sanguinet
@officedetourismedesanguinet

Accueil
À propos
Instagram
Avis

Publications
Photos
Vidéos
Pinterest
Communauté

J'aime déjà Déjà abonné(e)

4,9 ★ 4,9 étoiles sur 5
27 avis

5 étoiles	24
4 étoiles	2
3 étoiles	1
2 étoiles	
1 étoile	



Office de Tourisme de Parentis en Born
@Parentistourisme

Accueil
À propos
Évènements
Photos
Vidéos
Communauté
Publications
Avis

Créer une Page

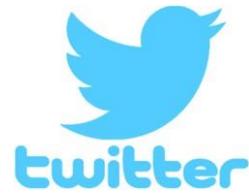
J'aime S'abonner + Créer une

4,5 ★ 4,5 étoiles sur 5
19 avis

5 étoiles	14
4 étoiles	3
3 étoiles	
2 étoiles	1
1 étoile	1

1 830 fans





Accueil À propos



2 060
abonnés

Biscarrosse Tourisme

@BiscaTourisme

Suivez toutes les infos de Biscarrosse twittées par l'Office de Tourisme. Posez-nous vos questions ! Préparez vos vacances sur notre site internet!

Biscarrosse

biscarrosse.com

Inscrit en septembre 2010

131 Photos et vidéos

Accueil À propos



OFFICE DE TOURISME
SANGUINET

TourismeSanguinet

@OTSanguinet

Sanguinet, village au cœur de la forêt des Landes, au bord d'un lac de 5800 hectares. La promesse de vacances, de baignades et de ballades inoubliables !

Sanguinet

sanguinet.com

Inscrit en septembre 2013

Photos et vidéos

463
abonnés





99 700
Vues de
vidéos

The screenshot shows the YouTube channel page for 'Bisca Grands Lacs'. At the top, there is a search bar with the text 'Rechercher' and a magnifying glass icon. Below the search bar is a large banner image of a beach with waves. The channel name 'Bisca Grands Lacs' is displayed in bold, with '267 abonnés' underneath. Below the channel name are navigation tabs: ACCUEIL (selected), VIDÉOS, PLAYLISTS, CHAÎNES, DISCUSSION, and À PROPOS. Below the navigation tabs, there is a section titled 'Vidéos en ligne' with a 'TOUT REGARDER' link. Four video thumbnails are shown in a row, each with a title and view count:

- VOEUX OT 2018**: 166 vues • il y a 4 mois. The thumbnail shows a group of people lying on their backs on a grassy field.
- Vivez #BISCA 2017**: 57 k vues • il y a 11 mois. The thumbnail shows a wave with the text '#SENSATION' overlaid.
- Que faire par temps de pluie en hiver à Biscarrosse ?**: 381 vues • il y a 1 an. The thumbnail shows a woman sitting in a hot tub.
- Voeux 2017 et présentation de l'office de tourisme des...**: 1,5 k vues • il y a 1 an. The thumbnail shows a group of people smiling.





363 abonnés



4 200 abonnés



Pinterest



 Pinterest

Français ▾

S'inscrire

Se connecter

Biscarrosse Tourisme

186
Abonnés

10
Abonnements

www.biscarrosse.com
Biscarrosse / Biscarrosse est une ville répartie sur 19 000 hectares entre Biscarrosse Ville, le centre administratif et commercial, Biscarrosse Lac et Biscarrosse Plage, la



183
abonnés

Tableaux

Épingles



Biscarrosse nature

42 Épingles



Biscarrosse authentique

19 Épingles



Biscarrosse Atlantique

64 Épingles



Biscarrosse digitale

12 Épingles



CHIFFRE D'AFFAIRES ANT





2 ateliers gratuits
3 ateliers payants
7 structures touchées

CA 480€



L'ANIMATION



3 guides animations 38 173€



12 000 ex



41 000 ex



46 000 ex

Encarts publicitaire
18 340 € CA
- 19,98 % / 2016





Plus de 400 affiches animations

90 affiches 120x176 cm
500 affiches 40x60 cm



LES ANIMATIONS

Biscarrosse

- 73 animations journées / 29 soirées
- 412 animations en « off »
- 14 jours d'accueil « tournée »
- 81 rdv Greeters



Budget animation Biscarrosse

	DEPENSES	RECETTES
PERSONNEL	67 869	
ANIMATION	114 776	
DIVERSES(carnaval, buvettes...)		9 826
SUBVENTION		175 606
Résultat		+ 2 787 €



LES ANIMATIONS



Sanguinet

- 7 animations enfant (mercredi)
- 3 animations « danse »
- 2 soirées (13 Juillet et 15 août)



Budget animation Sanguinet

	DEPENSES	RECETTES
PERSONNEL	2 981	
ANIMATION	8 631	
SUBVENTION		11 612
Résultat	0 €	





400 affiches 600X300 cm
40 000 programmes



- 12 concerts gratuits
- 4 concerts payants (1 182 billets vendus)



Budget animation Jazz in Sanguinet

	DEPENSES	RECETTES
PERSONNEL	22 348	
ANIMATION	117 354	
BILLETERIE		21 156
RESTAURATION-BODEGA		30 514
PARTENARIAT PRIMES		21 494
SUBVENTION CONSEIL REGIONAL+ DEPARTEMENTAL		21 500
SUBVENTION MAIRIE		45 038

Résultat

0 €



CHIFFRE D'AFFAIRES BOUTIQUE BILLETTERIE





**40 599 €
+ 19,01% / 2016**



**14 313€ de
Marge**



CHIFFRE D'AFFAIRES CLASSEMENT DES MEUBLES



8 inspecteurs



**MEUBLÉ
DE TOURISME**



2014 CLASSEMENT VALABLE 5 ANS
MINISTÈRE CHARGÉ DU TOURISME



**88
classements
effectués**

**CA
12 845€
+ 38,71% / 2016**



CHIFFRE D'AFFAIRES COMMERCIAL



**110 dossiers de réservation
hébergement**

116 538 €

**Marge
11 181 €**



LES EDITIONS

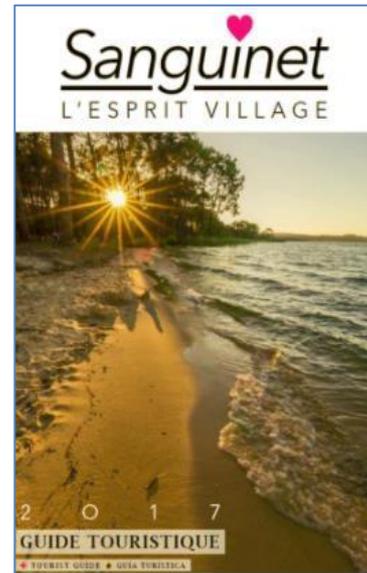


LES EDITIONS

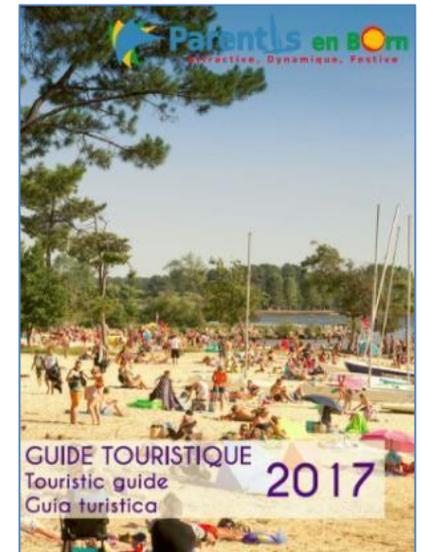
3 magazines / Guides



50 000 ex
1 033 envois



3 800 ex
341 envois



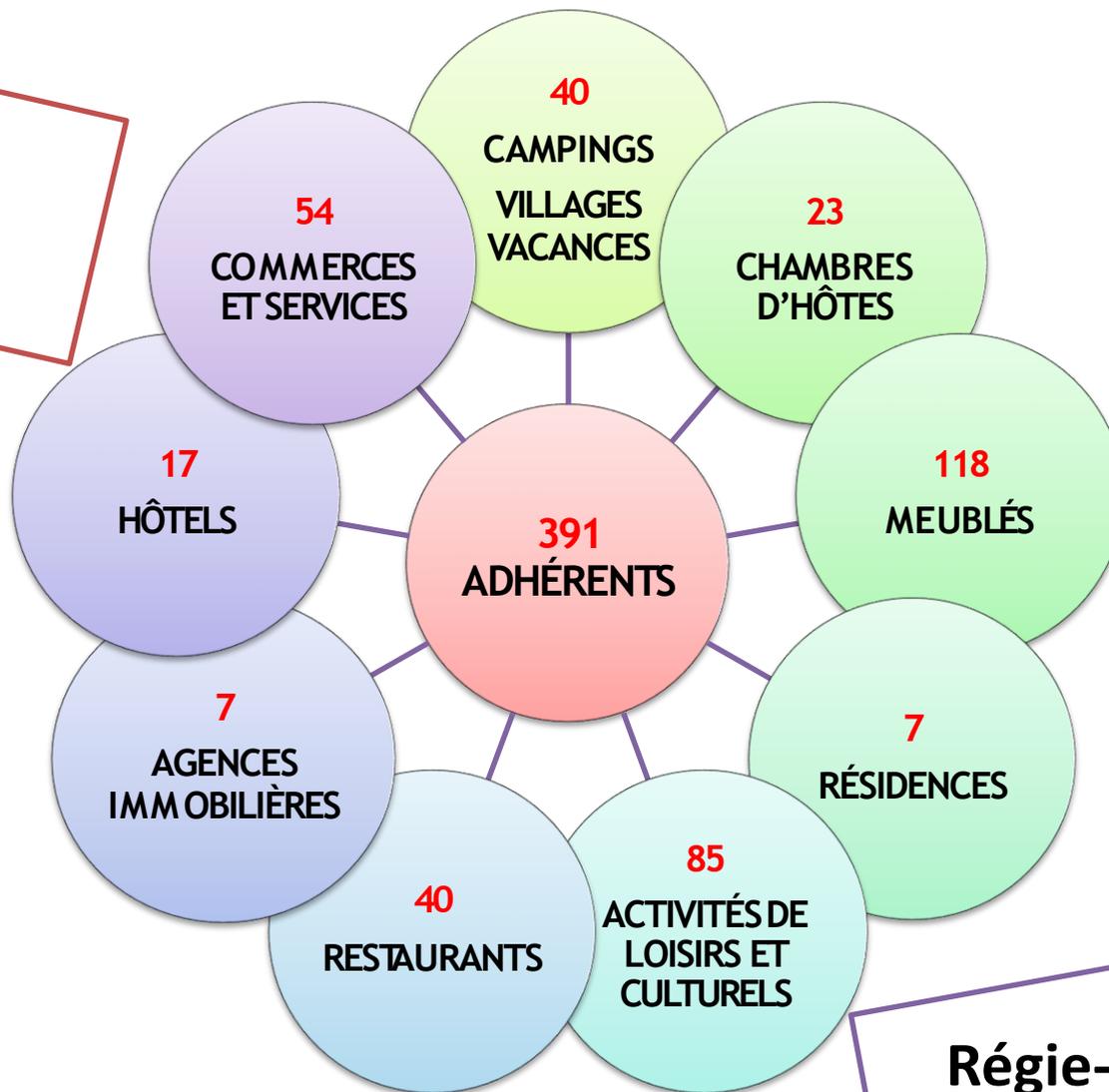
1 500 ex
95 envois



CHIFFRE D'AFFAIRES COTISATIONS ET REGIE-PUBLICITE



Cotisations
79 529 €



Régie-publicité
50 050 €





20 fiches loisirs

5 400€ de chiffre d'affaires

- 4,76 % / 2016



DEVELOPPEMENT





❑ Accompagnement à la récupération de données d'observatoire pour étude de marché (quantitatives et qualitatives), (*base Tourinsoft et autres ressources...*)

❑ Accompagnement dans l'étude de marché (trame marketing prospectif) :

a) concurrence, b) typologie du projet, c) demande, d) stratégie commerciale → 5P

❑ Accompagnement au montage de dossiers d'aides (subventions tourisme, Région, Département, Europe) pour études ou investissements, en lien avec les partenaires concernés (*PETR LNCA, CDC Grands Lacs, CCI, CMA...*) :

- ✓ Hébergements touristiques
- ✓ Equipements touristiques
- ✓ Innovation numérique
- ✓ Conseil (étude de marché, de faisabilité, d'opportunité...)
- ✓ Transmission
- ✓ Ouverture au public dans la visite d'entreprises
- ✓ Démarche qualité
- ✓ E-tourisme



❑ Accompagnement et veille sur les classements, les labels en vigueur et la réglementation (*exemples réglementation : obligations fiscales, TVA, CET, taxe de séjour, contribution audiovisuelle, législation sociale, fiche individuelle de police, SACEM, réglementation piscine, ERP...*)



14

porteurs de projets accompagnés en 2017

Implantation :

communautaire	communale			
	Biscarrosse	Luë	Parentis en Born	Sanguinet
2	6	1	1	4
14				

Typologie des projets accompagnés :

- ✓ Exploitation de bateaux électriques
- ✓ Rachat de camping
- ✓ Hébergement dédié aux saisonniers
- ✓ Supports de qualification de la filière surf et sports de glisse
- ✓ Brasserie restauration
- ✓ Meublé de tourisme et massage bien être
- ✓ Permaculture et maraichage vente directe

- ✓ Reprise de restaurant
- ✓ Meublé de tourisme grande capacité
- ✓ Développement d'une aire naturelle par de la restauration sur site et à l'extérieur
- ✓ Hébergement insolite
- ✓ Ferme pédagogique
- ✓ Espace muséographique patrimonial





permanences communales en 2017

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



Intégration de l'appel à projet régional Nouvelle Organisation Touristique des Territoires (2017-2020)



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



PROMOTION



Action : Lancement d'un blog de destination

Ceblog a pour objectif de présenter le territoire et son offre de façon expérientielle. Il sera dès 2018 fusionné au site web de destination afin d'offrir plus de contenu aux personnes préparant leur séjour.



Mise en ligne fin
avril

50 articles rédigés

15 000 visiteurs

30% de visiteurs
fidèles



Action : Déploiement d'une stratégie web marketing au niveau du territoire

Cette stratégie avait pour objectif à la fois de mettre en avant le caractère idyllique de la destination notamment par plusieurs entrées (pêche, nautisme, océan...), mais aussi d'optimiser la réservation de biens auprès de la centrale de réservation de l'OT.

ET VENEZ PÊCHER EN FAMILLE

> WWW.PARENTIS.COM

<u>DISPLAY</u>	Biscarrosse	Parentis	Sanguinet
Impressions	2 388 473	1 033 973	1 200 899
Clics	11 953	1 569	1 733
CPC	0,13€	0,40€	0,34€



À Sanguinet
SUR UN
SPOT DE
PLANCHE
À VOILE



Action : Déploiement d'une stratégie web marketing au niveau du territoire



<u>YouTube</u>	Biscarrosse
Vues	53 339
CPV	0,02€

<u>SEARCH</u>	Biscarrosse
Position moyenne	1,8
Clics	11 676
CPC	0,67€
Tx de conversion	18%



Action : Réalisation d'un reportage photos à l'échelle de la Communauté de communes

3 photographes

10 missions

Près de 1 500
photos

Sur 7 villes



Action : Réalisation de vidéos promotionnelles

28 vidéos réalisées
en interne

3 vidéos réalisées
par des
prestataires

Utilisations :

- ScreenLive
- Web social
- Communication
externe



Action : Recours à des actions marketing de gestion de la relation client

Cette action vise à entamer les prémices d'une relation personnalisée avec les internautes intéressés par la destination **Bisca Grands Lacs** en proposant du contenu affinitaire.



Livre Blanc

Marketing Automation :

Concept permettant l'automatisation des campagnes marketing et l'optimisation de la relation avec le client par l'envoi de contenu(s) affinitaire(s)

338 téléchargements

7385 contacts



Taux de conversion de 63%



Action : Promotion Infrarégionale via CRT

En 2017, l'office de tourisme a communiqué par l'intermédiaire du Comité Régional du Tourisme auprès d'une clientèle infrarégionale avec pour objectif de booster la fréquentation du territoire en avant et après saison.

The screenshot shows a website for 'BISCA Grands Lacs'. The header includes the logo for 'Région Nouvelle-Aquitaine Comité Régional du Tourisme' and navigation links: 'Bons Plans', 'Actualités', 'Découvrir', 'Activités', 'Newsletter', and 'MA RÉGION S'AGRANDIT. MES HORIZONS AUSSI'. The main content area features a large image of a modern white building with a swimming pool. Below this is a red banner with the text '#BISCA Grands Lacs' and a logo for 'OFFICE DE TOURISME DES GRANDS LACS LANDES'. To the left is a smaller image of a beach with a path leading to the water. To the right is a red promotional box with the text 'OFFRE #BISCA GRANDS LACS LANDES' and 'jusqu'à -30%*' (with '180€-Inuitée' crossed out). Below the box, it says 'Dans la limite des places disponibles' and '*Offre valable jusqu'à épuisement des disponibilités'. At the bottom of the page, there is a red banner with the text 'Obtenez jusqu'à 30% de remise sur de nombreuses locations de vacances entre lacs et océan.'

Bannières web

Insertions presse

Jeux concours web

Vidéo

Cartes postales



Action : Développement de la viralité par les réseaux sociaux sur les 12 comptes du territoire des Grands Lacs

Cette année 2017 a permis un audit interne des pages de réseaux sociaux de la destination. Il a été question d'analyser les réactions des fans en suivant une stratégie d'animation basée sur l'existant, c'est-à-dire sur la stratégie menée les années passées à Biscarrosse.

	FACEBOOK		INSTAGRAM
Biscarrosse	37 044 fans	+10 %	4 200 abonnés
	36 636 <i>Personnes engagées /mois</i>		+51 %
Parentis	1 830 fans	+49 %	Pas de compte
	3 904 <i>Personnes engagées /mois</i>		
Sanguinet	1 683 fans	+179 %	361 abonnés
	2 239 <i>Personnes engagées /mois</i>		+109 %



Actions de Promotion et de valorisation de la destination

Cette année encore, l'office de tourisme a œuvré pour la promotion du territoire à l'extérieur de ce dernier et notamment durant deux journées à Bordeaux au sein de la Promenade Ste Catherine.



2 jours



27 000 visiteurs



Couverture
radio/presse



Goodies



Quelques 10 accueils et conseils « Presse » ont aussi été organisés sur des thématiques diverses et variées



**MERCI DE VOTRE
ATTENTION**

