

PLAN D'ACTION 2017

Etat des lieux au 7 avril 2017



SOMMAIRE

⇒ **Préambule**

Page 3

→ **AXE 1 : MAINTENIR PRIORITAIREMENT L'ACTIVITE TOURISTIQUE ESTIVALE ET DEVELOPPER LA FREQUENTATION TOURISTIQUE EN HORS SAISON**

Page 4

→ **AXE 2 : MAINTENIR ET ETENDRE A L'ECHELLE DU TERRITOIRE L'IMAGE DE DESTINATION NUMERIQUE IMPULSEE PAR #BISCA**

Page 9

→ **AXE 3 : METTRE EN PLACE UNE CULTURE DE LA GESTION DE LA RELATION CLIENT EN INTERNE ET A L'ECHELLE DU TERRITOIRE**

Page 10

LEGENDE TABLEAUX



Accueil / Information



Promotion / Editions



Coordination des acteurs



Stratégie générale

Pilote(s) :

En **gras souligné** :
Animateur/Référent

AXE 1 : MAINTENIR PRIORITAIREMENT L'ACTIVITE TOURISTIQUE ESTIVALE ET DEVELOPPER LA FREQUENTATION TOURISTIQUE EN HORS

SAISON

OBJECTIFS	TYPE D' ACTIONS	PERIODE	VILLE(S)	CONTENU / COÛT	PILOTE(S)	EVALUATION au 7 Avril
PAR LE DEVELOPPEMENT DU POSITIONNEMENT <i>NATURE / FAMILLE / ACTIVITES / ZEN</i>	-Engager une réflexion sur une marque de destination	Année	TOUTES	=>Accompagnement par un cabinet spécialisé Budget : RH + 17 550 € TTC (*Subventionné à 50%)	<u>Fred</u> <u>Karim</u>	Cf appel à projet régional
	-Prise de parole sur des sujets d'actualités cohérents avec la destination	Année	TOUTES	=>Articles Blog =>Publications Réseaux sociaux => Guides et magazines touristiques Budget : RH	<u>Claude</u> <u>Sabine</u> <u>Caroline</u>	Articles blog : 10 Post Facebook (3 pages) : 79 Articles « Mag Bisca » sur des thématiques communautaires et autres : 16
	-Rédiger le projet de développement touristique de la communauté de communes des grands lacs et clarifier son positionnement	Année	TOUTES	=> Direction Budget : RH	<u>Fred</u> Rémi	A venir...
PAR L'ENRICHISSEMENT DU CONTENU DE LA DESTINATION	- Amélioration du contenu éditorial et graphique des guides touristiques	Janvier	TOUTES	=>Nomenclature communes pour Sanguinet et Parentis =>Intégration de photos qualitatives =>Confortation du mag #BISCA par son contenu éditorial qualitatif Budget : 50 000 € HT (Edition comprise) <i>*Coût amorti par la régie pub</i>	<u>Caroline</u> <u>Karim</u>	Parution des guides (Parentis et Sanguinet) et magazine (Biscarosse) de la destination depuis le début février.

-Intégration d'une page commune au 3 éditions touristiques	Janvier	TOUTES	=>Page explicative du regroupement des offices de tourisme Budget : 50 € HT	<u>Karim</u>	Page intégrée au sein des guides touristiques et du magazine mais aussi plus récemment au sein du guide animation Printemps.
-Intégration d'une création graphique commune sur les sites web, explicative du regroupement des offices de tourisme	Janvier	TOUTES	=>Bannières renvoyant vers une page explicative du regroupement des offices de tourisme Budget : 250 € HT	<u>Karim</u> <u>Claude</u>	Bannières mise en place au mois de février. <u>Nombre de visite de la page web explicative : 998</u>
-Etoffer le contenu éditorial du territoire de la Communauté de communes des grands lacs	Année	TOUTES	=> Rédaction d'articles => Réalisation de vidéos => Prise de photos → Pour blog, édition et réseaux sociaux Budget : ¼ ETP (RH)	<u>Caroline</u> <u>Sabine</u> <u>Claude</u>	- Mise en place d'une stratégie de contenu sur les réseaux sociaux de Sanguinet et Parentis - Rédaction d'articles sur le territoire de la communauté de communes au sein du Mag #BISCA (Jazz in Sanguinet, Féria de Parentis, Musée du lac de Sanguinet, Fontaines guérisseuses..)
-Réalisation d'un reportage photos à l'échelle de la communauté de communes des grands lacs	1 ^{er} semestre	TOUTES	=>En prévision des actions de promotions 2018 (édition, web,...) Budget : 10 000 € HT	<u>Karim</u> Sabine Caroline	- Recensement des besoins réalisés. - Premiers reportages lancés pour les mois d'Avril et Juin - Photothèque centralisée
- Optimiser la fréquence des publications et rendre cohérent les sujets traités via le blog et les réseaux sociaux	Année	TOUTES	=> Mise en place d'un marronnier web éditorial à l'échelle du territoire Budget : RH €	<u>Sabine</u>	-Marronnier validé jusqu'à août -Posts FaceBook Biscarrosse : 37 -Posts FaceBook Parentis : 24 -Posts FaceBook Sanguinet : 18 -10 articles/vidéos blog
-Réalisation de vidéos promotionnelles pour usage interne et web-marketing	1 ^{er} semestre	BISCA	=>Montage vidéo Budget : 1 000 € HT	<u>Sabine</u> <u>Karim</u>	- Vidéo en cours de réalisation pour une parution à la mi-mai sur YouTube

PAR LA MISE EN PLACE D'UN SCHEMA D'ACCUEIL ET DE DIFFUSION DE L'INFORMATION COHERENT SUR LE TERRITOIRE	-Développer l'accueil hors les murs	Saison	TOUTES	=>Assurer des permanences d'accueil en hors les murs (marchés, lieux fréquentés...) avec triporteur ou « bisca-camp » (Besoin d'un véhicule de transport): Budget : 2 500 € + RH (1 saisonnier sur 2 mois)	<u>Rémi</u> Cathy	<ul style="list-style-type: none"> - Le triporteur sera sur le territoire cet été selon un planning qui sera réalisé courant Mai/juin. - Un pré-accueil sera aussi assuré à l'entrée de l'OT de Biscarosse plage - Une proposition d'accompagnement des personnels d'accueil sera aussi proposée aux hébergeurs du territoire
	-Optimiser la diffusion des différents supports de communication par le recours à des outils PLV spécifiques	Saison	TOUTES	=>Extension des Totems de l'info et des présentoirs en carton Budget : 2 000 € HT	<u>Cathy</u> <u>David</u>	La priorité a été donnée aux présentoirs en carton qui seront livrés en juin chez les hébergeurs et loisirs du territoire.
	-Edition de plans de ville et réflexion pour 2018	Janvier	BISCA SANGUINET	=>Plan de ville par ville =>Réflexion sur une harmonisation en 2018 Budget : 4 000 € HT + RH	<u>Caroline</u>	<ul style="list-style-type: none"> - Plan de ville 2017 disponibles au sein de chaque OT. - Réflexion 2018 en cours
	-Réédition des plans liasses	1 ^{er} semestre	TOUTES	=>Plan des pistes cyclable et présentation des incontournables du territoire (40 000 exemplaires) Budget : 3 400 € HT	<u>Caroline</u> Cathy	<ul style="list-style-type: none"> - Attente du devis pour réédition de 10 000 plans liasses - Validation des modifications avec les loueurs de vélo concernés fin mars
	-Développer le dispositif Screenlive à l'échelle des offices de tourisme du territoire	1 ^{er} semestre	BISCA PARENTIS SANGUINET	=>Diffusion de flux sur des écrans situés au sein de structures privées (camping, commerces, loisirs...) Budget : 100 € TTC	<u>Sabine</u>	<ul style="list-style-type: none"> - Dispositif déjà en place chez de nombreux hébergeurs et lieux publics Biscarrossais - Attente de la confirmation de l'entreprise APSULIS pour démarchage des prestataires du territoire

	- Développement et extension de la solution de veille de disponibilité des hébergements et surveillance des plages : MEDIALERT	1 ^{er} semestre	BISCA PARENTIS SANGUINET	=>Intégration modules et pages sur sites internet des OT =>Remontée des flux / abonnement / appels téléphoniques Budget : 6 800 € TTC	<u>Sabine</u> Claude	- Solution MEDIALERT disponible dans les bureaux de de Sanguinet et Biscarrosse dès le 15 Avril. Solution cependant incompatible avec le site web de Parentis (ALPI).
	-Conforter le dispositif des fiches loisirs sur Biscarrosse et mener une réflexion élargie pour 2018	1 ^{er} semestre	BISCA	=>Mise en place des fiches loisirs dans des établissements ayant une fréquentation élevée =>Réfléchir à l'extension à l'échelle communautaire du dispositif Budget : 4 000 € HT + RH <i>*Coût amorti par la participation des socio-professionnels</i>	<u>Caroline</u>	Réflexion prévue pour le mois de Juin avec l'agence de communication et recensement des loisirs pouvant être intéressés.
PAR L'ACCOMPAGNEMENT DES PRESTATAIRES DU TERRITOIRE DANS LA VENTE DE LEURS PRODUITS/ SERVICES ET LA FACILITATION DE L'ACCES A L'OFFRE POUR LE TOURISTE	-Développement de la plateforme de réservation pour les loisirs	1 ^{er} semestre	BISCA PARENTIS SANGUINET	=>Extension aux offices de tourisme du territoire =>Renouvellement du module de caisse =>Forfait annuel =>Extension avec modules « Boutique » BUDGET TOTAL : 4370 € HT	<u>Claude</u>	Le module de caisse et la solution sont en service depuis janvier Aucun prestataire extérieur à Biscarrosse n'a encore répondu favorablement à l'utilisation du dispositif
	-Développer la stratégie d'animation numérique de territoire	Dès janvier	BISCA PARENTIS SANGUINET	=>Formation des socio-professionnel du territoire au numérique (réseaux sociaux...) Budget : RH	<u>Sabine</u>	Un café rencontre a été organisé sur les villes de Sanguinet, Parentis et Biscarrosse fin 2016. En 2017, 4 prestataires ont été accompagnés
	-Réfléchir sur l'intérêt d'étendre la Centrale de réservation à l'échelle communautaire	Année	TOUTES	=> Prise en compte du retour sur investissement face à la concurrence TO en ligne Budget : RH	<u>Claude</u> Fred	- Réflexion départementale en cours - Arrêt possible du prestataire centrale de résa Biscarrosse

	-Mise en place d'une solution web pour les petits hébergeurs « WeeBnB »	Dès janvier	TOUTES	=>Proposer la création d'un site web aux loueurs de meublés / Chambres d'hôtes / Petites résidences avec synchronisation de plannings. Budget : Autofinancement	<u>Claude</u>	<u>Nombre d'utilisateurs :</u> Biscarrosse : 11 Parentis : 1 Sanguinet : 1
PAR L'OPTIMISATION DE LA PRESENCE DE #BISCA SUR BORDEAUX	-Développement d'actions de street-marketing extérieures	Avant saison	TOUTES	=>Actions sur Bordeaux Budget : 6 700 € TTC	<u>Karim</u> Fred	Dans l'attente des retours de l'agence de communication sur les autorisations municipales d'occupation du domaine public (Bordeaux)
	-Impulser une dynamique territoriale par une campagne de promotion « affichage et digitale » d'avant saison	Avant saison	TOUTES	=>Campagne d'affichage/digitale intégrant les socio-professionnels du territoire volontaires autour de la marque #BISCA Budget : 5 000 € HT + (5 000 € de partenariat privé)	<u>Karim</u> Fred	En lien avec la campagne de street marketing
PAR LA FIDELISATION DE LA CLIENTELE ESTIVALE ET LA CONQUETE DE NOUVELLES CLIENTELES <i>(Jeunes actifs sur Bisca ; jeunes et seniors / pêcheurs sur le reste du territoire)</i>	-Recours à des actions marketing de gestion de la relation client	Année	BISCA	=>Détails axe 3 Budget : VOIR AXE 3	<u>Karim</u> Fred	Actions multiples et « multi-canal » en lien avec la stratégie de marketing automatique avec pour grandes lignes la récupération de données (à l'accueil, hors les murs et en ligne) et l'envoi de contenus cohérents et qualifiés (livre blanc et autres conseils touristiques).
	-Déploiement d'une stratégie web marketing au niveau du territoire	Avant saison (Mai => Septembre)	BISCA PARENTIS SANGUINET	=>Maintien des actions adwords, display et développement du « YouTube pré-roll » pour #BISCA =>Mise en place de campagne display pour Sanguinet et Parentis Budget : 18 720€ TTC	<u>Karim</u> Claude	Campagnes « search » et display lancées depuis le début du mois jusqu'à fin juin à l'échelle des 3 villes ayant un site web (Biscarrosse, Parentis et Sanguinet). Campagne Youtube lancée dès la mi-mai jusque fin juin.

	-Actions de promotion Infrarégionales en partenariat avec le CRT	Printemps	TOUTES	=>Valorisation de la destination auprès de la clientèle de la Nouvelle Aquitaine Budget : 3 000 € TTC	<u>Karim</u> Fred	Campagne en ligne depuis le 23 mars via de l'affichage, via des insertions au sein de Tv Mag et de Sud-Ouest le Mag mais aussi via des campagnes digitales sur les réseaux sociaux, via un mailing ainsi que sur le site dédié.
	-Déploiement d'une nouvelle offre « Geocaching »	Année	TOUTES	=>Intégration du dispositif Terra Aventura Budget : 5 000 € TTC	<u>Karim</u> Sabine David	Offre annulée pour 2017 en raison de la non adhésion du Comité Départemental du Tourisme des Landes au dispositif.
PAR LE RENFORCEMENT DE LA CLIENTELE ETRANGERE	-Développement de la fréquentation des sites étrangers	Début d'année	BISCA PARENTIS SANGUINET	=> Optimisation du référencement naturel Budget : RH	<u>Claude</u>	- Mise à jour régulière et développement des traductions

AXE 2 : MAINTENIR ET ETENDRE A L'ECHELLE DU TERRITOIRE L'IMAGE DE DESTINATION NUMERIQUE

OBJECTIFS	TYPE D' ACTIONS	PERIODE	VILLE(S)	CONTENU / COÛT	PILOTE(S)	EVALUATION Au 7 Avril
PAR UNE EVOLUTION DES SITES WEB	-Engager une réflexion à un cahier des charges web	Année	TOUTES	=>Accompagnement dans la réflexion à un site web commun (cabinet spécialisé) Budget : 6 000 € HT	Fred Claude Karim	Réflexion au cahier des charges en cours. Cahier des charges et consultation prévues pour second semestre
PAR LE DEVELOPPEMENT DES RESEAUX SOCIAUX	- Développement de la viralité par les réseaux sociaux : → Augmentation du nombre de fan → Augmentation du taux d'interaction	Année	BISCA PARENTIS SANGUINET	=>Recours à des publications sponsorisées sur les pages de Biscarrosse, Sanguinet et Parentis → <u>Facebook</u> =>Recours à des reportages d'Instagramers pour Biscarrosse et Sanguinet → <u>Instagram</u> Budget total : 5 850 € TTC	Sabine	Nombre de fans FB Biscarrosse : 34 408 fans Nombre de fans Instagram Biscarrosse : 3065 fans Nombre de fans FB Parentis : 1278 fans Nombre de fans FB Sanguinet : 1442 fans Nombre de fans Instagram Sanguinet : 263 fans ⇒ 2 reportages planifiés en avril et en juin
PAR LA MISE EN PLACE D'UN WIFI TERRITORIAL	-Développement d'un wifi public au sein des bâtiments publics et hauts lieux touristiques -Réflexion et rédaction d'un cahier des charges	Début d'année	TOUTES	Budget : 30 000 € TTC	Rémi Fred	- Base de cahier des charges réalisée - Méthode de mise en œuvre abordée avec les services de la communauté de communes - Intégration du projet dans le périmètre de l'appel à projet régional en cours avec les OT de Cote Landes Nature et Mimizan

PAR L'ENRICHISSEMENT DU CONTENU DE LA DESTINATION	-Prise de parole sur des sujets 2.0 dans le contenu éditorial (blog/ réseaux sociaux)	Année	BISCA	=>Article test d'applications/sites internet =>Article sur innovation Budget : RH	Karim David Sabine Claude	Lancement du nouveau Blog de destination à la fin du mois d'avril avec un marronnier clair et complet traitant de sujets multiples dont le numérique.
--	---	-------	--------------	--	---	---

AXE 3 : METTRE EN PLACE UNE CULTURE DE LA GESTION DE LA RELATION CLIENT EN INTERNE ET A L'ECHELLE DU TERRITOIRE

OBJECTIFS	TYPE D' ACTIONS	PERIODE	VILLE(S)	CONTENU / COÛT	PILOTE(S)	EVALUATION Au 7 avril
PAR LA RECUPERATION DE DONNEES QUALIFIEES	-Recours à des actions marketing de gestion de la relation client	Année	BISCA PARENTIS SANGUINET	=> Opérations de conquête / qualification d'une base de données => Mise en place d'outils au service de la stratégie GRC Budget : 3 500 € TTC	Karim Fred	Actions multiples et « multi-canal » en lien avec la stratégie de marketing automatique ayant pour grandes lignes la récupération de données (à l'accueil, hors les murs et en ligne) et l'envoi de contenus cohérents et qualifiés (livre blanc et autres conseils touristiques).
	-Amorcer les premières interactions via newsletters et mailing automatiques	Année	BISCA PARENTIS SANGUINET	=>Développement graphique d'une newsletter =>Rédaction/conception des mails et mise en place des actions marketing automation Budget : 5 500 TTC	Karim Fred	Stratégie de marketing automatique mise en ligne d'ici à la fin du mois sur les sites web de Biscarosse Parentis et Sanguinet.
PAR LA RECHERCHE D'UNE SOLUTION DE GRC A L'ECHELLE REGIONALE	-Définition conjointement avec les OT régionaux d'une stratégie GRC	Dès fin 2016	TOUTES	=> Participer aux groupes de travail proposés par la MOPA Budget : RH	Karim Fred Claude Cathy	Réflexion pour l'instant repoussée au calendrier de la MONA