



# RAPPORT D'ACTIVITÉS 2022





Océan Atlantique

ESTUAIRE DE LA GIRONDE

Saumos

Le Temple

Le Porge

Salaune

Brach

Carcans

Hourtin

Naujac-sur-Mer

Lesparre-Médoc

Valeyac

Jau-Dignac-et-Loirac

Saint-Vivien-de-Médoc

Grayan-et-l'Hôpital

Talais

Soulac-sur-Mer

Royan

Phare de Grave

Phare de Cordouan

Le Verdon-sur-Mer

Port Bloc

Port Médoc

Marais du Logit

Marais du Conseiller

Neyran

Talais

Phare de Richard

Richard

Goulée

Vaysac

Vendays-Montalivet

Queyrac

Montalivet-Bains

Le Pin Sec

Hourtin Plage

Lagune de Contaut

Réserve naturelle des Dunes et Marais d'Hourtin

Piqueyrot

Hourtin Port

Lachanau

Bombannes

Maubuisson plage

Plage Montaut

Réserve Naturelle de l'Etang de Cousseau

Le Moutchic

Carreyre

La Grande Escoure

Lacanau

Réserve Biologique Dirigée de Vire Veille

# SOMMAIRE

## 1. Médoc Atlantique Tourisme

1.1 Missions de l'Office de Tourisme	6
1.2 Gouvernance	7
1.3 Administration	9
1.4 Organisation	11
1.5 Finances	12

## 2. Attractivité

2.1 Évolution de la marque	15
2.2 Campagnes de communication	16
2.3 Stratégie digitale	20
2.4 Relations médias	23
2.5 Marchés étrangers	27
2.6 Événementiel	29
2.7 Editions	34
2.8 Promotion	36

## 3. Accueil & Information

3.1 Dispositif accueil	39
------------------------	----

## 4. Relations Prestataires

4.1 Chiffres-clés partenaires	46
4.2 Animation des réseaux partenaires	47
4.3 Qualification de l'offre des prestataires	48
4.4 Formation des socio-professionnels	51

5. Les chiffres-clés	53
----------------------	----

# MOT DU PRÉSIDENT

Indéniablement, **l'année 2022 a vu la reprise de l'activité touristique se confirmer** avec des chiffres de fréquentation et de consommation en croissance.

Notre destination attire, fidélise, enchante les visiteurs et ce, toute l'année.

Les investissements réalisés par les collectivités et les professionnels du tourisme prouvent cette volonté de tous, d'accueillir nos clients dans les meilleures conditions.

Au cœur de cet écosystème, l'Office de Tourisme Communautaire Médoc Atlantique poursuit sa feuille de route.

Afin de mettre davantage en valeur les attraits singuliers de chaque commune, **la marque de destination a évolué**. Le positionnement 'Océanesque', qui a fortement contribué à faire rayonner notre territoire, a laissé la place à celui de l'Eden Aquitain.

Cet Eden, que chacun et chacune d'entre nous doit s'approprier et faire vivre, participera, j'en suis convaincu, à installer Médoc Atlantique parmi les plus attractives.

Le rose, notre rose, si singulier, est bien évidemment resté, lui, comme le marqueur fort et percutant de notre communication.

Je retiendrai aussi de cette année 2022, la parution des 8 guides locaux mettant en valeur chaque commune mais aussi les événements de la destination qui créent du flux, animent et dynamisent.

Le bilan de saison qui a réuni plus de 100 prestataires lors d'une journée conviviale fin octobre restera aussi un moment fort.

Enfin, c'est une vraie fierté de présider cet Office de Tourisme dont l'équipe de professionnels passionnés œuvre toute l'année pour créer les conditions d'un tourisme durable, vertueux et autour duquel tout le monde s'y retrouve.



**Laurent Peyrondet,**

*Maire de Lacanau  
et Président de l'Office de Tourisme  
Médoc Atlantique*



# MÉDOC ATLANTIQUE TOURISME



📍 Étang de Cousseau, Lacanau-Océan

# 1.1 MISSIONS DE L'OFFICE DE TOURISME

L'Office de Tourisme représente un outil de médiation entre les différents profils de visiteurs et les différents aspects de l'offre d'une destination.

Il intervient selon différentes modalités :

- En amont du séjour, pour générer de l'attractivité sur la base d'une offre parfaitement connue et qualifiée, notamment grâce à une marque porteuse de sens ; pour encourager la concrétisation (réservations) des séjours dans un environnement de plus en plus concurrentiel.
- Pendant le séjour, l'Office de Tourisme accueille, oriente, conseille le visiteur pour qu'il découvre la destination dans les meilleures conditions. Il intervient à ce titre en tant que facilitateur de séjour.
- Enfin, une fois le séjour réalisé, les clientèles émettent des avis qui constituent autant d'images renvoyées par la destination vers des personnes qui ne la connaissent pas encore. A ce titre, l'Office de Tourisme doit veiller à ce que ces avis, ces images soient autant de recommandations possibles, le reflet d'une qualité objective d'accueil.

La destination	L'Office de Tourisme	Le client	
Fondations touristiques du territoire / offre : accessibilité - infrastructures...	Maîtrise l'offre : concentre une information complète Accroît la notoriété de Médoc Atlantique, de la marque Anime / impulse le développement touristique	RÊVE RECHERCHE	Avant
Destination cohérente : propositions commerciales adaptées	Anime le réseau de prestataires / partenaires. Qualifie l'offre, rassure (labels, Qualité Tourisme). Diffuse une information fiable, détaillée et à jour. Facilite la réservation et l'acte d'achat (mise en marché)	COMPARE APPROFONDIT PLANIFIE RÉSERVE	
«Cœur de vie» de la destination	Accueille, conseille, informe. Facilite la découverte (billetterie, visites). Anime le séjour (soutien et organisation d'événements)	VIT SUR LA DESTINATION DÉCOUVRE ET EXPLORE	Pendant
Images renvoyées par la destination	Analyse de l'image véhiculée par la destination. Analyse des attentes clientèles, des fréquentations.	RECOMMANDÉ DEVIENT AMBASSADEUR	Après

# 1.2 GOUVERNANCE

## CONVENTION D'OBJECTIFS ET DE MOYENS ENTRE LA COMMUNAUTÉ DE COMMUNES MÉDOC ATLANTIQUE ET L'EPIC OFFICE DE TOURISME MÉDOC ATLANTIQUE 2021-2023

Cette convention, signée le 2 novembre 2020 par le Directeur de l'EPIC et validée par le Comité de Direction le 3 février 2021, a un double objectif :

- fixer les missions déléguées à l'Office de Tourisme Communautaire Médoc Atlantique ainsi que les objectifs à atteindre par ce dernier pour la période 2021-2023.
- fixer les modalités et conditions d'attribution des moyens alloués à l'Office de Tourisme Communautaire Médoc Atlantique pour exercer les missions qui lui ont été confiées et atteindre les objectifs qui lui ont été attribués.

Parmi ces missions :

- accueil et information des touristes
- promotion touristique de la Communauté de Communes Coordination des prestataires et des partenaires de la destination
- participation à l'élaboration de la politique touristique sur demande de la Communauté de Communes Commercialisation de prestations de services touristiques conformément au code du tourisme.

Source : Extrait convention objectifs 2021-2023

## COMPOSITION DU COMITÉ DE DIRECTION

L'Office de Tourisme Médoc Atlantique est administré par un Comité de Direction, composé de 20 élus, 9 suppléants, 10 socioprofessionnels et 8 personnes qualifiées dans le domaine du tourisme.

### Collège des élus communautaires

**Laurent Peyrondet**

Maire de Lacanau

**Pascale Marzat**

Lacanau

**Adrien Debever**

Lacanau

**Hervé Cazenave**

Lacanau

**Evelyne Moulin**

Soulac-sur-Mer

**Marie-Dominique Dubourg**

Soulac-sur-Mer

**Bernard Lombrail**

Soulac-sur-Mer

**Jean-Marc Signoret**

Maire d'Hourtin

**Karine Forgeron**

Hourtin

**Patrick Meiffren**

Maire de Carcans-Maubuisson

**Catherine Robineau**

Carcans-Maubuisson

**Jean-Antoine Trijoulet**

Vendays-Montalivet

**Jean-Marie Bertet**

Vendays-Montalivet

**Christine Grass**

Le Verdon-sur-Mer

**Florence Legrand**

Maire de Grayan-et-l'Hôpital

**Marie-Hélène Giral**

Saint-Vivien-de-Médoc

**Jean-Louis Breton**

Maire de Valeyrac

**Christian Boura**

Maire de Jau-Dignac-et-Loirac

**Yves Barreau**

Maire de Naujac-sur-Mer

**Véronique Chambaud**

Maire de Queyrac

### Suppléants

**Alexia Bacquey**

Lacanau

**Xavier Pintat**

Maire de Soulac-sur-Mer et Président de la CDC Médoc Atlantique

**Stéphane Margaleff**

Hourtin

**Thierry Desprez**

Carcans-Maubuisson

**Valérie De Costa Oliveira**

Vendays-Montalivet

**Jacques Bidalun**

Maire du Verdon-sur-Mer

**Frédéric Quillet**

Grayan-et-l'Hôpital

**Gérard Gonzalez**

Saint-Vivien de Médoc

**Franck Laporte**

Maire de Talais

## Collège des socioprofessionnels du tourisme

### REPRÉSENTANT VILLAGES VACANCES, RÉSIDENCES DE TOURISME ET LOCATIVES

Frédéric Dadoy *UCPA*

### REPRÉSENTANT DES PRESTATAIRES D'ACTIVITÉS DE LOISIRS, CULTURELLES ET PATRIMONIALES

Jean-Marie Calbet *Association des Phares de  
Cordouan et de Grave*

### REPRÉSENTANT AGENCES IMMOBILIÈRES

Xavier Mahieu *Brazeco, Soulac-sur-Mer*

### REPRÉSENTANT RESTAURATEURS ET COMMERÇANTS

Daniel Milliet *Milliet Sonorisation, Soulac-sur-Mer*

### REPRÉSENTANTE DE LA VITICULTURE

Marie-Dominique Saint-Martin *Cave Uni-Médoc,  
Gaillan-Médoc*

### REPRÉSENTANT DES PRESTATAIRES D'ACTIVITÉS PHYSIQUES ET DE PLEINE NATURE

Cédric Grèze *HCL*

### REPRÉSENTANTE LOUEURS EN MEUBLÉS DE TOURISME

Mélanie Pigneguy *Gîtes les Tellines, Soulac-sur-Mer*

### REPRÉSENTANTS HÔTELLERIE DE PLEIN AIR

Kaing Eap *Camping Airotel de l'Océan, Lacanau*

Nicolas Maridat *Camping des Pins, Soulac-sur-Mer*

### REPRÉSENTANTS HÔTELLERIE

Laurent Barthélémy *Hôtel l'Arberet, Vendays-  
Montalivet*

## Personnes qualifiées

Jérémy Boisson *Lacanau*

Michel Espaignet *Cercle de voile de Bordeaux, Carcans-Maubuisson*

Dominique Février *Élu Carcans-Maubuisson*

Pierre Jacob *Carcans-Maubuisson*

Nicolas Larue *Président de l'Association des Commerçants de Carcans-Maubuisson*

Arnaud Peroux *Camping Le Village Western, Hourtin*

Jean-Marc Rodriguez *Président de l'Association des Commerçants de Montalivet*

Antoine Poinot *Directeur de Port Médoc, Le Verdon-sur-Mer*

## UN OFFICE DE TOURISME PROCHE DES ÉLUS LOCAUX ET DES PROFESSIONNELS DU TOURISME DE LA DESTINATION

### 81 rendez-vous chez les prestataires

#### Objectifs

- connaître leurs besoins
- les accompagner sur différents axes dont la visibilité et le développement commercial de leurs activités
- qualifier leurs offres
- assurer une cohérence de la destination.

### 110 rendez-vous avec les maires et élus de la Communauté de Communes de Médoc Atlantique

- dont 13 rendez-vous de préparation de saison en avril (avec les 13 maires des communes)
- 13 rendez-vous de bilan de saison en septembre (avec les 13 maires des communes)



# 1.3 ADMINISTRATION

## 2022 : L'ANNÉE DE LA CONSTRUCTION

Comme annoncé fin 2021, la politique de gestion des ressources humaines a permis de construire au fil des mois une équipe motivée, concernée et engagée.

Ce dynamisme a permis d'intégrer une équipe de 25 saisonniers. La saisonnalité reste un défi majeur de l'entreprise. Comment passer de 20 collaborateurs à l'année à 45 personnes en saison ?

Une attention toute particulière est donnée à « l'Onboarding » ou comment réussir l'intégration de nos collaborateurs. Saisonnier, comme permanent, bénéficie depuis cette année d'un cursus d'intégration favorisant la compréhension des enjeux de la structure.

La notion d'adhésion à nos valeurs est un point central de notre accueil.

Cette intégration se formalise entre autres par un événement favorisant la convivialité, mais surtout par un cycle de formation et d'intégration d'environ 15 jours.

Pendant ce laps de temps, les collaborateurs permanents transmettent, au-delà des aspects métiers, l'ADN de Médoc Atlantique. Cet ADN est traduit par la démarche qualité mais aussi les documents « engagements visiteurs » et « nos engagements d'équipe ».

## NOS ENGAGEMENTS D'ÉQUIPE

### JE M'ENGAGE À

- 1 DIRE BONJOUR, MERCI ET AU REVOIR**
- 2 ÊTRE À L'HEURE ET RESPECTER LES DÉLAIS**
- 3 ÊTRE PLUS RIGOUREUX** (temps, procédure, orthographe, organisation)
- 4 ME RENDRE DISPONIBLE POUR UNE ÉCOUTE ACTIVE AVEC BIENVEILLANCE**
- 5 APPORTER UNE AIDE OPÉRATIONNELLE DÈS QUE LE CONTEXTE LE NÉCESSITE**
- 6 ME FORMER**
- 7 M'INVESTIR POUR ET DANS LA DESTINATION** (discours, partage d'infos, bonnes idées)
- 8 RÉDUIRE MES CONSOMMATIONS** (gestion des stocks, moins d'impressions couleur, chauffage et éclairage, transports optimisés)
- 9 ÊTRE ENTHOUSIASTE**
- 10 CONSTRUIRE ENSEMBLE MÉDOC ATLANTIQUE TOURISME**



Le 18/10/2022 à Saint-Jean-de-Luz



## NOS ENGAGEMENTS

*pour des vacances réussies*

- ✓ Vous faire découvrir une destination unique : Médoc Atlantique, en partageant bons plans du moment ou secrets.
- ✓ Vous proposer un lieu d'accueil où le conseil éclairé et le contact humain sont privilégiés.
- ✓ Être attentif à toutes vos demandes et interrogations quel que ce soit le moyen par lequel vous nous contactez.
- ✓ Répondre à vos demandes dans les meilleurs délais.
- ✓ Maîtriser votre langage pour que nous puissions communiquer ensemble.
- ✓ Garantir la fiabilité et l'actualité des informations transmises sur l'offre touristique locale.
- ✓ Traiter vos avis et réclamations pour être dans une démarche d'amélioration constante.
- ✓ Un accueil chaleureux sur toute la destination et plus particulièrement dans les accueils de l'Office de Tourisme.
- ✓ Apprendre à vous connaître pour vous proposer une prestation personnalisée, vous correspondant parfaitement.
- ✓ S'assurer d'avoir répondu à votre demande.
- ✓ Vous accompagner pendant votre séjour.
- ✓ Vous donner l'envie de revenir.



[medoc-atlantique.com](http://medoc-atlantique.com)

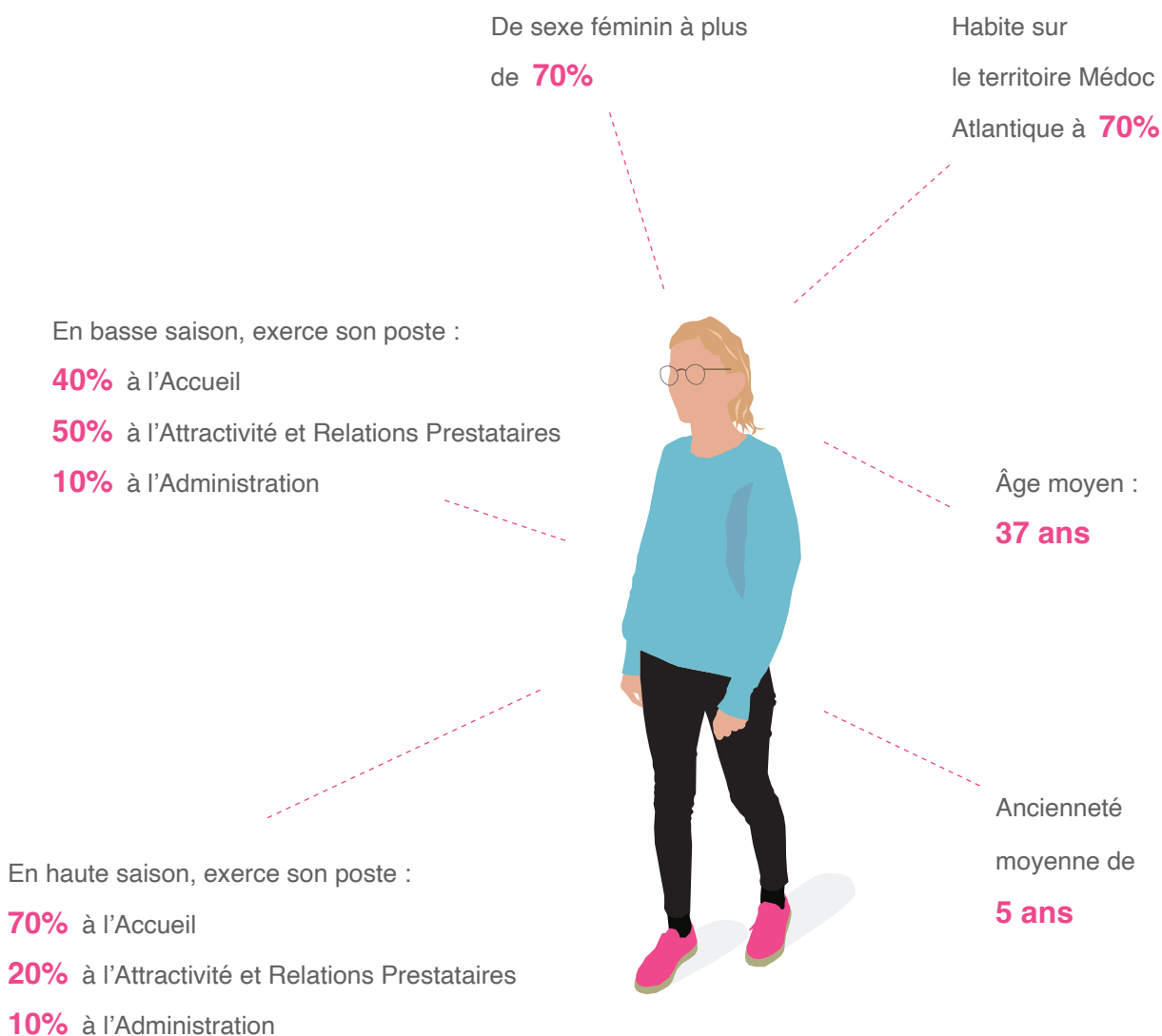
Suite à la pandémie, mais aussi aux changements d'organisation et des méthodes de travail ainsi que les attentes des salariés, l'équipe Médoc Atlantique Tourisme au complet prend plaisir à collaborer ensemble.

L'amélioration de la qualité de l'expérience « travail » (aménagement des espaces de travail, lieu de pause ...) et de l'écoute des collaborateurs a été au cœur des actions de l'année 2022.

Les salariés ont par ailleurs bénéficié de formations professionnalisantes et en lien avec leurs attentes et les besoins de la structure.

L'implication de la direction sur le bien-être au travail ont fait partie des grands enjeux de l'année. La bonne qualité de vie en entreprise engage souvent un cercle vertueux avec une implication sans faille du collaborateur dans ses fonctions et de ce fait une meilleure performance pour notre Office de Tourisme.

## LA SALARIÉE TYPE



# 1.4 ORGANISATION

## L'ÉQUIPE AU 31/12/2022

Composée de 20 collaborateurs à l'année, l'organisation humaine de l'Office de Tourisme Médoc Atlantique évolue autour de deux pôles principaux :

- L'Accueil et l'information
- L'Attractivité

**Le pôle Accueil – Information**, qui compte 7 collaborateurs-trices à l'année assure un accueil de grande qualité aux dizaines de milliers de touristes renseignés.

L'enjeu majeur du pôle est d'être en capacité de diffuser une information pertinente, actualisée afin d'être le tiers de confiance qu'attendent nos visiteurs.

En 2022, le pôle Accueil – Information a été audité par un cabinet indépendant dans le cadre de la démarche Qualité Tourisme. Le taux de conformité de plus de 90% positionne les accueils de Médoc Atlantique Tourisme dans les leaders girondins et aquitains.

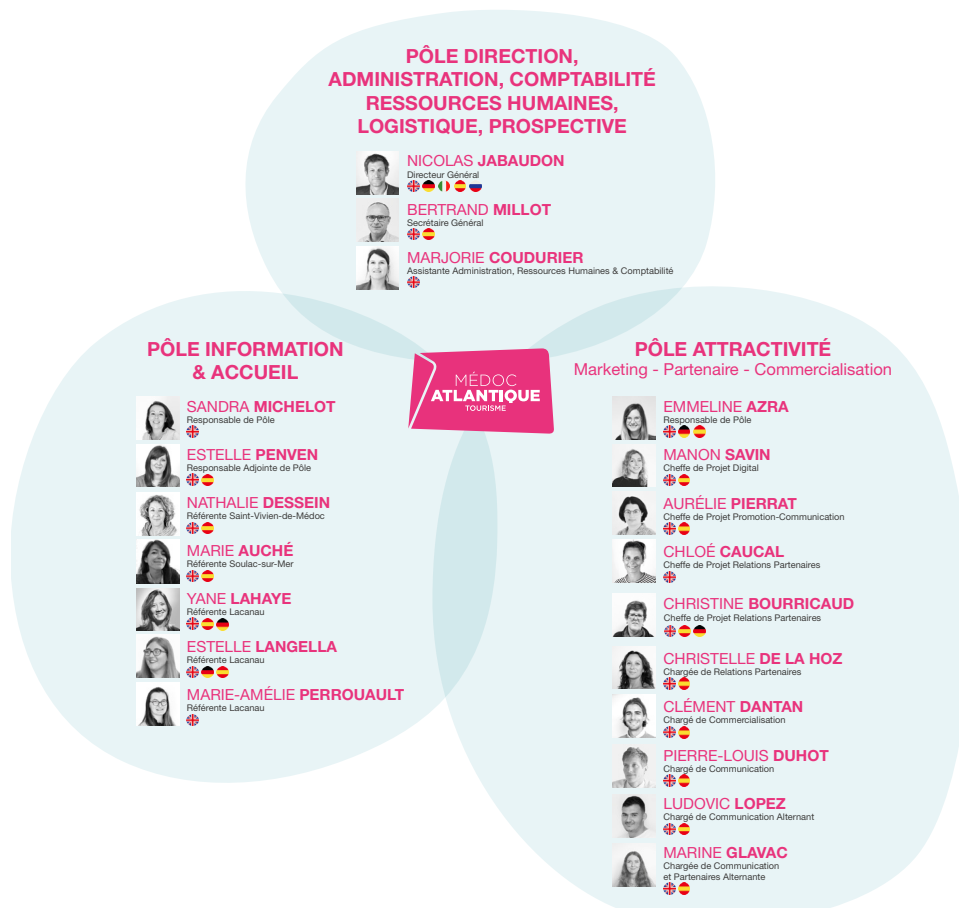
### Le pôle Attractivité et Relations Prestataires

Depuis fin 2021, la direction et les membres du Comité de Direction ont décidé de « réunir » les missions d'animation des prestataires et la communication - promotion au sein du pôle Attractivité afin de faciliter les synergies entre collaborateurs et d'être au plus près des attentes des professionnels.

Deux enjeux majeurs complémentaires en ont résulté :

- L'animation du réseau de professionnels, le développement de l'économie touristique, la labellisation et la professionnalisation des acteurs économiques
- Projets digitaux, éditions, promotion en France et à l'international, communication, évènementiel, ...

Le pôle support Administration Ressources Humaines et Finances pilote l'ensemble des actions et coordonne les moyens financiers et humains favorisant l'excellence de l'accueil, l'efficacité de notre accompagnement des partenaires et la pertinence de notre communication.



# 1.5 FINANCES

## La situation financière de l'Office de Tourisme est saine et contrôlée.

Les recettes de fonctionnement proviennent à 86% de la perception de la taxe de séjour, à 14% du chiffre d'affaires des visites et packs.

Concernant les dépenses de fonctionnement, celles-ci sont maîtrisées et permettent de dégager des marges de manœuvre intéressantes et favorisant des plans d'actions ambitieux.

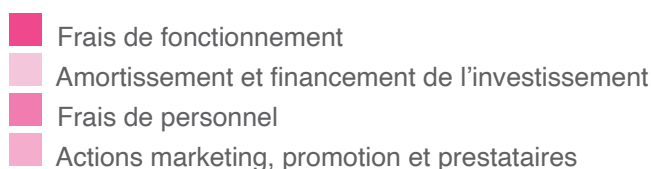
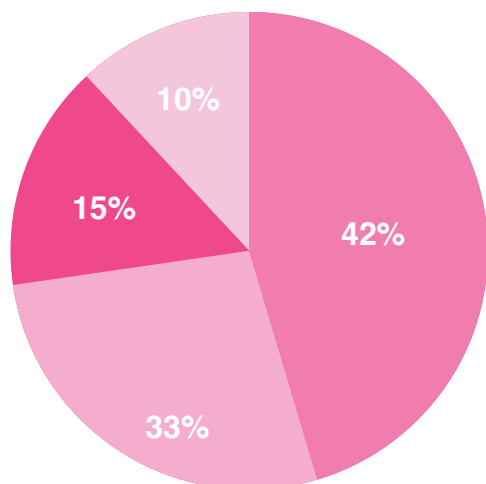
La part de la masse salariale représente 42% du budget de fonctionnement. Ce pourcentage situe l'Office de Tourisme dans **la partie inférieure des Offices de Tourisme au niveau national**. En effet, plus de la moitié des Offices de Tourisme en France consacre plus de 60% de leur budget à la masse salariale.

Les frais généraux se situent à 15% du budget de fonctionnement, soit dans la moyenne du secteur (entre 15 et 20%). La multiplicité des sites (8 en 2022) accroît forcément ce niveau de dépenses.

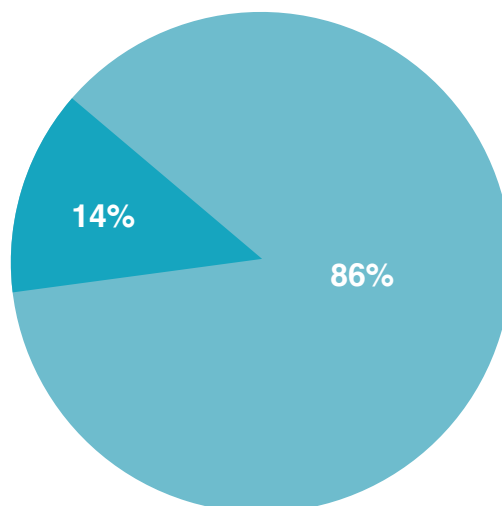
La maîtrise de l'enveloppe consacrée aux ressources humaines et la bonne gestion des frais généraux permettent de consacrer 33% de notre budget aux actions de promotion. Pour comparaison, les organismes de promotion départementaux consacrent en moyenne un peu plus de 15%.

Enfin, la part des amortissements et le financement de l'investissement représentent 10% du budget total.

## RÉPARTITION DES DÉPENSES



## RÉPARTITION DES RECETTES



# ATTRACTIVITÉ





# MISSIONS

## ÉMERGER

En mettant en place un plan de communication différenciant s'appuyant sur les forces de la destination, déployé à l'échelle nationale afin de gagner en visibilité en France.

## VALORISER

Tous les atouts de la destination sont à mettre au centre des prises de parole : la diversité des territoires (océan, lac, forêt, estuaire) et la diversité des activités.

## MAÎTRISER

La définition des priorités avec une gestion des coûts maîtrisée permet d'optimiser les actions à la mesure des ambitions fixées.

## RÉPERTORIER

Collecter tous les résultats de campagne, analyser les indicateurs et données des études menées.

2022 a été synonyme d'une nouvelle dynamique pour le Pôle Attractivité grâce à la refonte de la marque de destination dans un contexte de reprise du tourisme au niveau mondial et accompagnée par une restructuration en interne.

Océanesque a laissé place à l'Eden Aquitain. Cette nouvelle signature valorise l'ensemble des richesses différenciantes de la destination : l'eau (que ce soit l'océan, les lacs ou l'estuaire), les vastes espaces naturels (forêts, dunes, marais) et le vignoble luxuriant.

Cet Eden Aquitain a trouvé sa place naturellement sur l'ensemble des supports de communication et dans les campagnes de promotion menées cette année tant au niveau local que national et international.

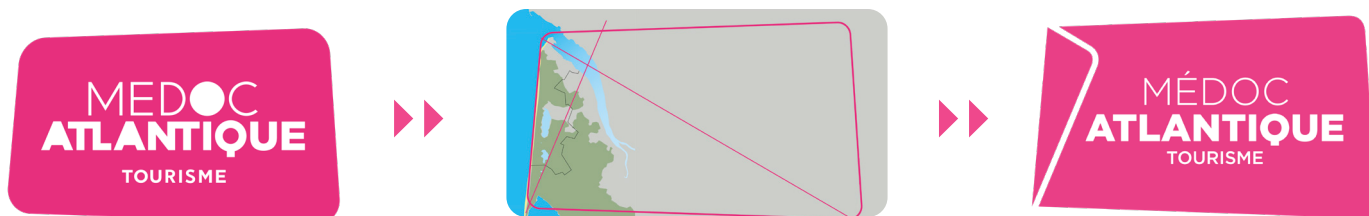
L'Office de Tourisme a réaffirmé son positionnement comme destination "plein air" et "vacances actives" à l'international, grâce à des actions de promotion menées en direct (démarchage presse, salons professionnels) ou en lien avec des partenaires institutionnels (Contrats de destination, Atout France) auprès de nos principales clientèles étrangères : les allemands, les belges, les néerlandais et les britanniques.

L'année 2022 fut également marquée par la reprise de l'activité événementielle à Médoc Atlantique. L'Office de Tourisme a ainsi accompagné plus de 50 événements pour favoriser leur développement et leur promotion au niveau local ou national.

# 2.1 ÉVOLUTION DE LA MARQUE

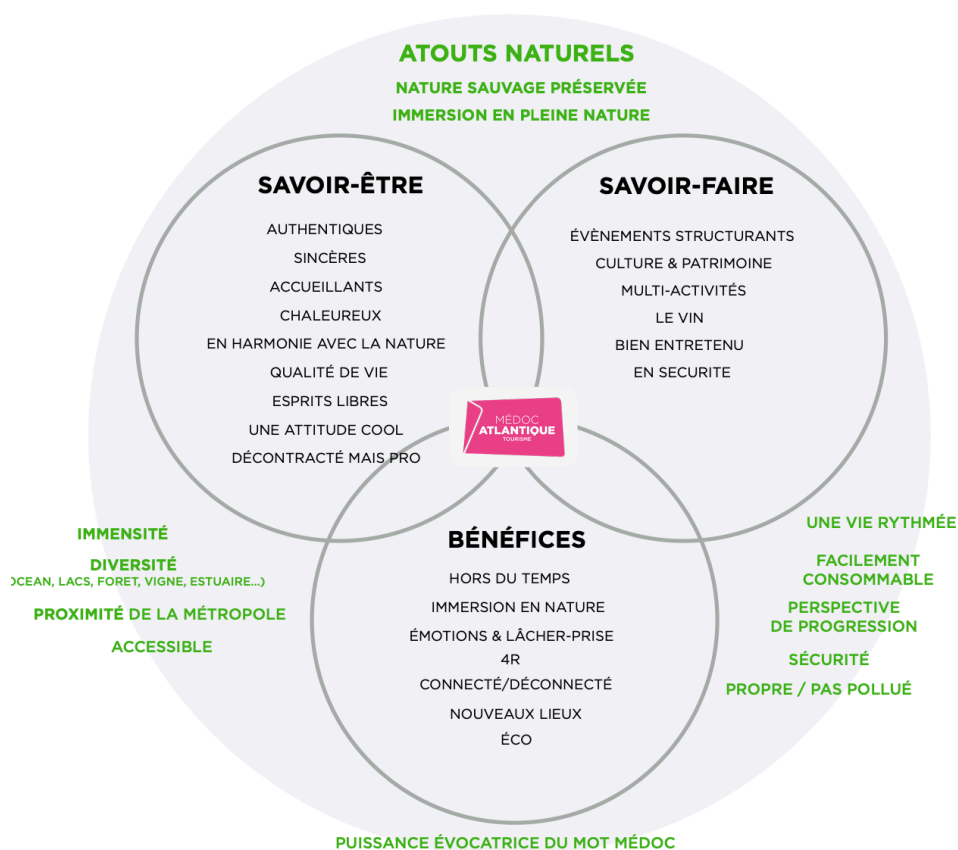
## LOGO AJUSTÉ

Afin d'ancrer le logo de Médoc Atlantique Tourisme sur son territoire, le logo s'est vu ajusté et intègre désormais la forme de la destination sur sa partie gauche.



## SIGNATURE RENFORCÉE

La refonte de la signature de Médoc Atlantique Tourisme avait pour objectif d'intégrer à l'ensemble de nos communications tant nos valeurs que nos atouts afin de souligner le caractère unique de la destination.



ENTRE TERRE ET EAU  
À L'INFINI

+



EN HARMONIE AVEC UNE  
NATURE RESSOURÇANTE

+



LA VIGNE ET  
LE PARTAGE DU VIN

=

L'EDEN AQUITAIN

# 2.2 CAMPAGNES DE COMMUNICATION

## CAMPAGNE EDEN AQUITAIN



**Affichage**  
**JC Decaux**  
 📍 Lyon  
 45 faces  
 Du 13 au 19 avril  
 937 912 contacts



**Presse écrite**  
**Marie Claire Aquitaine**  
 Le 2 juin  
 20 475 exemplaires  
 diffusés  
 159 705 lecteurs



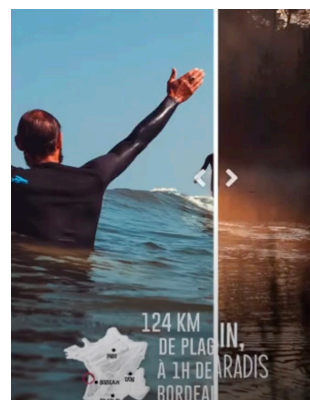
**Presse écrite**  
**Elle Aquitaine**  
 2 insertions  
 Les 7 et 14 avril  
 41 974 exemplaires  
 diffusés  
 193 000 lecteurs



**Presse écrite**  
**Les Echos Week-End**  
 Le 24 juin  
 70 000 exemplaires  
 diffusés



**Radio**  
**WIT FM**  
 Message publicitaire et  
 publications sur le site web  
 Du 11 au 24 avril  
 497 300 auditeurs



**Digital**  
**Sud Ouest, Télé Loisirs,  
 Leboncoin, La Chaîne  
 Météo**  
 📍 Bordeaux Métropole  
 / Ile-de-France / Lyon /  
 Toulouse  
 Du 7 avril au 8 mai  
 303 084 impressions  
 16 022 clics



**Affichage colonne**  
**Morris - Eden Aquitain**  
 📍 Bordeaux  
 17 faces  
 Du 3 au 9 mai  
 319 072 contacts



**Digital**  
**Grand Mercredi**  
 Article web et publication  
 Facebook/Instagram  
 Du 1<sup>er</sup> juin au 1<sup>er</sup>  
 novembre  
 3,5 millions contacts par  
 mois



# CAMPAGNE SPORT ET NATURE

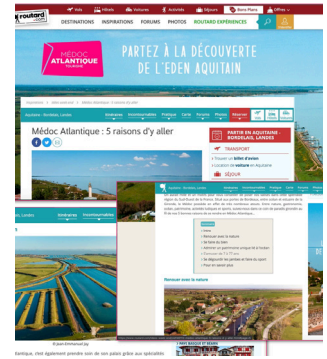


**Presse écrite - Géo**  
 Edition Auvergne Rhône-Alpes  
 22 782 exemplaires  
 soit 405 220 lecteurs  
 Edition Ile-de-France  
 33 000 exemplaires  
 soit 759 000 lecteurs  
 Edition Aquitaine - Occitanie  
 31 357 exemplaires  
 soit 558 155 lecteurs  
 Le 27 avril

## Résultats globaux



**Digital - Atout France**  
 Articles sur le web et dans la newsletter  
 Le 5 mai - Slow Tourisme  
 1 697 contacts  
 Le 28 juin - Vacances Actives  
 1 764 contacts

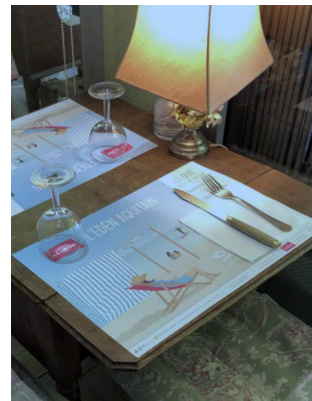


**Digital - Le Routard.com**  
 Un article, 2 publications Facebook et un format display  
 Du 9 mai au 9 juin  
 10 692 consultations

# CAMPAGNE FAMILLE



**TV - Replay - M6 Publicité**  
 Ile-de-France / Haute  
 Garonne / Rhône  
 Du 6 au 26 juin  
 1 224 844 diffusions  
 1 483 clics



**Set de Table**  
 Paris, Lyon et Toulouse  
 Du 30 mai au 26 juin  
 31 restaurants  
 30 000 contacts



**Presse écrite  
 Living Mag**  
 2 pages de publi-reportage  
 En août et septembre  
 30 000 exemplaires



**Digital  
 Pour toute la famille.com**  
 Article web  
 À partir du 13 juin  
 500 000 visiteurs par mois

**CitizenKid** FRANCE

**Digital**  
**Citizen Kid**  
 Ile-de-France / Auvergne  
 Rhône-Alpes / Occitanie  
 À partir du 1<sup>er</sup> juin  
 2 364 vues  
 Temps moyen de consultation : 02:57

**CAMPAGNE PATRIMOINE**

**RADIO nova**  
**RTL2**  
 LE SON POP-ROCK

**Radio**  
**Nova et RTL 2**  
 Bordeaux  
 47 passages du spot publicitaire  
 Du 12 au 17 septembre  
 573 749 auditeurs

et par solidarité avec les pompiers »

**Presse écrite**  
**Sud Ouest**  
 1/5 de page  
 Le 11 septembre  
 199 258 exemplaires  
 880 000 lecteurs

**leboncoin**

**Digital**  
**Le Bon Coin**  
 Nouvelle-Aquitaine  
 Du 1<sup>er</sup> au 22 septembre  
 757 905 diffusions  
 3 276 visites

**Digital**  
**Le Bon Coin**  
 Ile-de-France / Toulouse  
 Lyon  
 Du 1<sup>er</sup> au 30 juin  
 441 957 diffusions

**Escapade**

**LES 1001 RICHESSES DE MÉDOC ATLANTIQUE**

**Presse écrite**  
**Sud Ouest Le Mag**  
 Le 3 septembre  
 105 759 exemplaires  
 438 000 lecteurs

**Presse écrite**  
**Sud Ouest**  
 1/5 de page  
 Le 15 septembre  
 82 898 exemplaires  
 314 000 lecteurs

**Digital**  
**Sud Ouest**  
 Bordeaux Métropole  
 Article web  
 Du 16 au 18 septembre

## CAMPAGNE OENOTOURISME



**Affichage**  
**JC Decaux**  
 📍 Aéroport de Mérignac  
 20 faces  
 Du 14 au 21 juin  
 152 000 contacts en 14 jours



**Presse écrite**  
**Le Figaro Magazine**  
 Pleine page  
 Le 10 juin  
 24 842 exemplaires  
 95 641 contacts

## CAMPAGNE HORS-SAISON

🍷 **Quoi faire à bordeaux** se sent très bien à **Guinguette de la Plage**.  
 Publié par Julien Gourribon · 4 j · Saint-Vivien-de-Médoc · 📍

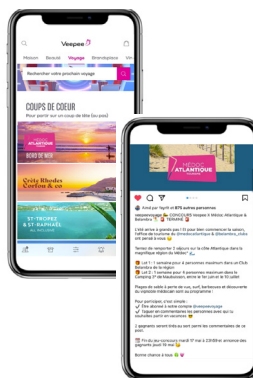
Un endroit ouffissime 🍷 au bord de la plage sauvage de l'estuaire à Saint-Vivien-de-Médoc



QUOIFAIREBORDEAUX.COM

Si t'es dans le Médoc Atlantique cet été, fonce à la Guinguette de la plage 🍷

**Digital**  
**Quoi Faire à Bordeaux**  
 Publication sur le compte Facebook et deux articles web  
 À partir du 23 mai  
 200 000 abonnés sur Facebook  
 135 000 visiteurs par mois sur le site web



**Digital**  
**Veepee**  
 Du 9 au 19 mai  
 6 300 visites (home page) / 3 100 (onglet Voyage) - 288 000 visites totales  
 Jeux concours : 11 200 contacts



📍 Jau-Dignac-et-Loirac

# 2.3 STRATÉGIE DIGITALE

## MÉDIAS DIGITAUX

### Marketing direct

#### Newsletters BtoC\*

14 newsletters

15 849 contacts

taux d'ouverture moyen : 23,33%

taux de clic moyen : 4,16%

#### Newsletters BtoB\*

23 newsletters

2 553 contacts

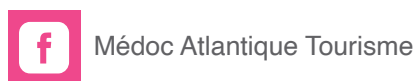
taux d'ouverture moyen : 25%

taux de clic moyen : 2,43%

\*BtoC : Business to consumers

\*BtoB : Business to business

### Réseaux sociaux



12 913

abonnés au 31/12/2021



14 208

abonnés au 31/12/2022

+ 10%

#### Abonnés des pages communes :

- Lacanau : 1 732 (+11%)
- Carcans : 1 519 (+13,6%)
- Hourtin : 1 097 (+13,3%)
- Vendays-Montalivet : 2 989 (-1,4%)
- Grayan-et-l'Hôpital : 1 113 (+1,8%)
- Soulac-sur-Mer : 7 759 (+4,6%)
- Le-Verdon-sur-Mer : 1 725 (+5,7%)
- Saint-Vivien-de-Médoc : 584 (+9,8%)

#### Moyenne d'âge :

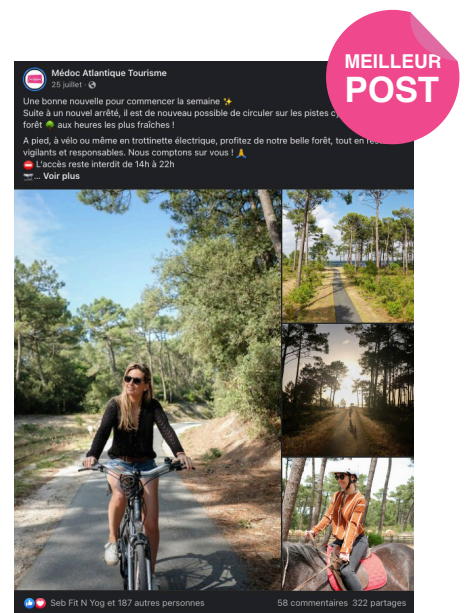
- 18-24 ans : 3,4%
- 25-34 : 18%
- 35-44 : 29%
- 45-54 : 25,4%
- 55-64 : 3,6%
- 65+ : 11%

#### Sexe :

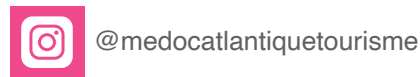
- Femmes : 66%
- Hommes : 34%

#### Villes :

- Bordeaux : 7%
- Lacanau : 4%
- Paris : 2%
- Hourtin : 2%
- Carcans : 1,7%



- Couverture : 53 667
- Likes : 954
- Commentaires : 149
- Partages : 322



5 915

abonnés au 31/12/2021



6 845

abonnés au 31/12/2022

+ 16%

#### Moyenne d'âge :

- 25-34 : 31%
- 35-44 : 29%
- 45-54 : 21%
- 55-64 : 9%
- 18-24 ans : 7%
- 65+ : 4%

#### Sexe :

- Femmes : 62,5%
- Hommes : 32,5%

#### Villes :

- Bordeaux : 7%
- Lacanau : 5,4%
- Paris : 2%
- Soulac : 1,7%



Médoc Atlantique Tourisme

940

abonnés au 31/12/2021



1 606

abonnés au 31/12/2022

+ 116%

### Villes et leur périphérie :

- 📍 Bordeaux : 42,4%
- 📍 Paris : 7,3%
- 📍 La Rochelle : 2,4%
- 📍 Lyon : 1,5%
- 📍 Pau : 1,5%



MEILLEUR POST

👤 Couverture : 3 204

👍 Likes : 91

💬 Commentaires : 14

🔗 Partages : 11



@medocatlantique

2 206

abonnés au 31/12/2021



2 225

abonnés au 31/12/2022

+ 2,5%



Médoc Atlantique Tourisme

110

abonnés au 31/12/2021



245

abonnés au 31/12/2022

+122%



Médoc Atlantique Tourisme

1 100

vues au 31/12/2021



2 200

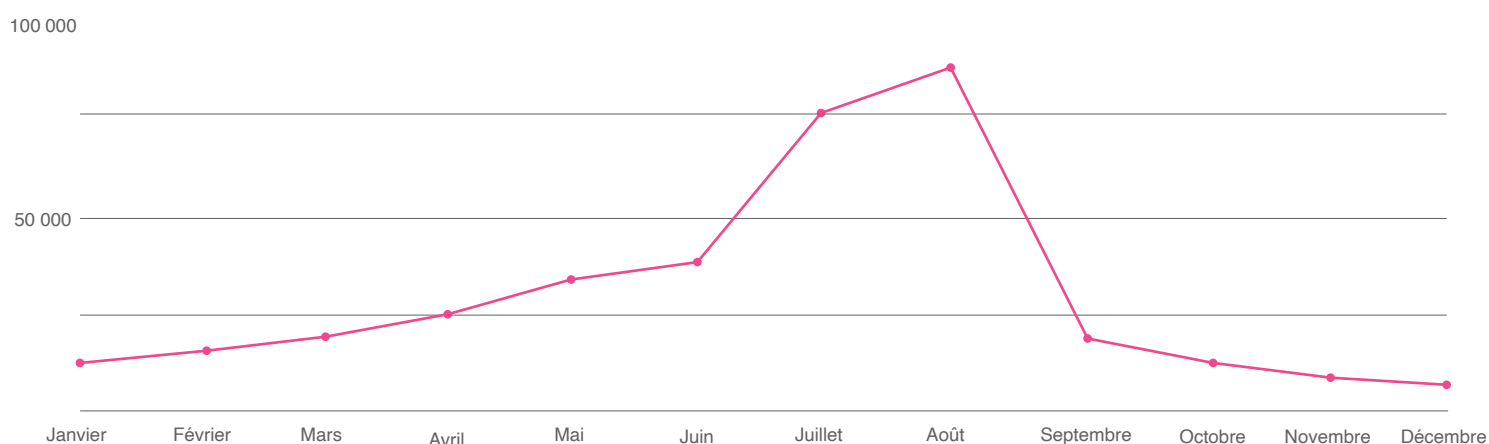
vues au 31/12/2022

+100%



📍 Port de Talais

## Nombre de sessions par mois



### Données globales

713 000 visites

1 740 000 pages vues

2,15 minutes passées en moyenne

3,3 actions (pages vues, téléchargements, liens cliqués...)

44 000 intentions de réservations partenaires

26 500 contacts partenaires

### Supports d'utilisation

Mobile : 65%

Desktop : 31%

Tablette : 4%

### Canaux d'acquisition

Moteurs de recherche : 67%

Direct : 23%

Sites tiers : 6%

Campagnes digitales : 3%

Réseaux sociaux : 1%

### Nouveauté 2022

- ▶ Développement d'une boutique en ligne
- ▶ Mise en place d'une régie publicitaire sur le site internet et sur les réseaux sociaux
- ▶ Création d'un compte Pinterest
- ▶ Passage de Google Analytics à Matomo pour être en accord avec les dispositions RGPD

### Production visuelle

## VIDÉO EDEN AQUITAIN

Un tournage a été initié en 2022 pour montrer le visage de Médoc Atlantique en toutes saisons au plus près de ses habitants. Il s'agit de la première vidéo d'une série de 3, portant la nouvelle marque l'Eden Aquitain.

Réceptionnée le 16 mars 2022

Vidéaste : Jean-Emmanuel Jay

Musique créée par : Kölo Beats - Valentin Colomina

Diffusion :

Dès avril - version 30 sec dans les Offices de Tourisme

En juin - version 10 sec sur M6 Replay

En septembre - version longue en sponsorisée sur nos réseaux sociaux

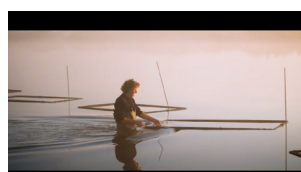
## VIDÉO L'EDEN AQUITAIN EN ÉTÉ

Réceptionnée le 7 décembre 2022

Vidéaste : Jean-Emmanuel Jay

Musique créée par : Kölo Beats - Valentin Colomina

Diffusion : Printemps 2023



## 2.4 RELATIONS MÉDIAS

### BILAN PRESSE

L'Office de Tourisme a proposé toute l'année, en collaboration avec l'agence de relations médias RévolutionR, des idées de reportages et d'articles à la presse nationale et locale grâce à l'envoi de communiqués de presse et à la création d'un dossier de presse.

#### TV

##### Nombre de reportages : 111

90 nationaux

21 régionaux

Nombre de contacts touchés : 142 133 244

Équivalence publicitaire : 5 600 958 €

#### RADIO

##### Nombre de reportages : 37

23 nationaux

14 régionaux

Nombre de contacts touchés : 94 668 404

Équivalence publicitaire : 462 004 €

#### PRESSE ÉCRITE

##### Nombre de reportages : 368

67 nationaux

297 régionaux

4 internationaux

Nombre de contacts touchés : 97 864 408

Équivalence publicitaire : 4 100 580 €

#### WEB

##### Nombre de reportages : 761

Nombre de contacts touchés : 1 400 000 000

Équivalence publicitaire : 10 867 000 €

Sources : Kantar / Revolution R et Médoc Atlantique Tourisme

### ACCUEIL JOURNALISTES ET INFLUENCEURS

En 2022, l'Office de Tourisme a accueilli 30 journalistes et influenceurs à Médoc Atlantique entre janvier et novembre.



Réponse à tout - Valérie Ventadour

24 au 26 janvier

Découverte de la destination

Double page dans le Note Book

05/22

76 909 diffusions

Süddeutsche Zeitung  
Deutschlands große Tageszeitung

DAC-Magazine / Süddeutsche Zeitung

Ruben Schaar

11 au 27 juin

Vacances en famille au Gurg



**Vital**

**Vital et Figaro Voyage - Florence Heimbürger**

**15 au 18 mai**

Sur le chemin de Compostelle et les hébergements insolites

08/22

54 291 lecteurs

4 articles pour le Figaro Voyages :

- Randonnées dans le Médoc (03/06)
- La Vélodyssée (13/07)
- Plages incontournables (02/08)
- Hébergements insolites (05/10)

22 000 visiteurs par mois sur le site du Figaro

**frankrijk.nl**

**Frankrijk.nl - Robert Van Weperen**

**6 au 8 juillet**

La Vélodyssée sur le tronçon La Rochelle / Arcachon



**TF1 - Anaïs Grangerac**

**21 au 22 juillet**

Le 13 août : Fat Bike

Le 27 août : Surf



**Sud Ouest Mag - Patricia Marini**

**4 au 5 juin**

Découverte de l'estuaire

Couverture et dossier de 8 pages consacrés à l'estuaire

06/08

930 000 lecteurs



**24 heures - Gérald Cordonier**

**25 au 30 août**

Découverte de la destination



**Radtouren - Michael Soltys**

**13 au 16 septembre**

La Vélodyssée - Roscoff à Lacanau

► **Accueil influenceurs - Vins** - @The\_Wine\_Pianist / @Les\_vins\_du\_Capitaine / @Maxence\_wines / @cestmadamequichoistlevin

Découverte de Lacanau dans le cadre d'une visite au Château Lamothe Bergeron - 14 mai

20 stories et 6 publications

► **Van Trip - Joséphine Brillant - 5 au 7 juin**

Découverte de la destination en van - En juillet, août et septembre

Dossier de 16 pages et une publication Instagram (1 319 followers)

► **JuliasJourneyz - Julia Theiler - 5 au 11 juin**

Découverte de la destination pour les vacances

2 articles web (4 500 visiteurs par mois) - 23 stories et 7 publications (2 456 followers)



► **Andersreisender - Gerhard Liebenberger - 6 au 9 juin**

La destination accessible en vélo ou par le train

1 article sur son site web (71 529 visiteurs mensuels) - 1 Vidéo sur sa chaîne Youtube (2 700 visionnages) - 2 posts Facebook et 4 story Instagram (1 405 abonnés)

► **Schumedia - Detlef Schuman - 22 au 25 juin**

Découverte de la destination

► **Accueil influenceurs - Lacanau Beach Hand Xperience**

Découverte de Lacanau dans le cadre du Lacanau Beach Handball Xperience

@zoulliart (60 800 followers) : 2 publications

@maxime\_kohlanta22 (10 000 followers) : 2 stories + 2 publications

@leopold.dutrey (142 000 followers) : 1 publication

@louisnrj (24 700 followers) : 4 stories



► **Finding our adventure - Hannah et Jonny - 10 au 13 juillet**

Découverte de la destination en van

2 articles sur leur blog (4 000 visiteurs mensuels) - 2 vidéos Youtube - (994 et 2 853 visionnages) - 94 100 followers sur Instagram

► **France 3 Aquitaine - Le temps d'un détour - Eric Perrin - 20 au 21 juillet**

Tournage sur le lac de Carcans-Hourtin - 20 novembre

► **Accueil influenceur - @TheFrenchWanderess - 18 au 22 août**

Découverte de l'estuaire

13 800 followers sur Instagram - 9 stories et une publication



► **Dokdoc.eu/Tellerand Stories - Georg et Angela Berg - 4 au 11 septembre**

Dans le cadre du Marathon des Châteaux du Médoc, découverte de la destination

10, 11 et 17 septembre

2 articles publiés - 1 article publié sur Tellerand

► **Leaven in Frankrijk/Maxvandaag.nl - Annemique de Croon - Meridian Travel - Marieke de Ruijter - 3 au 7 octobre**

Découverte de la destination

► **Meinfrankreich.com - Hilke Maunder - 5 au 7 novembre**

Découverte de la destination

3 publications sur Facebook (6 500 abonnés) - 1 livre en préparation sur les balades

## RENCONTRE PRESSE NATIONALE

24 mars

📍 Stade Jean Bouin à Paris

### 12 journalistes

TF1  
FRANCE TÉLÉVISION  
EUROPE 1  
LE PARISIEN  
LE PARISIEN WEEK-END  
TÉLÉ 7 JOURS  
L'ÉQUIPE MAGAZINE  
LES ECHOS  
FEMME ACTUELLE JEUX  
SANTÉ MAGAZINE / ÇA M'INTÉRESSE  
RÉPONSE À TOUT  
EASY VOYAGE

### 8 partenaires

EVOLUTION 2  
JEAN-MARIE CALBET  
SEA GALERIE  
ALEXANDRE BICREL  
CARAÏBOS LACANAU PRO  
SUNSKA FESTIVAL  
E.LECLERC FRENCHMAN  
CHÂTEAU SAINT-HILAIRE



## RENCONTRE PRESSE RÉGIONALE

19 mai

📍 Café Maritime Bordeaux

### 7 journalistes

SUD OUEST MAG  
ESPRIT D'ICI  
20 MINUTES BORDEAUX  
ECHOS JUDICIAIRES GIRONDINS  
LE JOURNAL DU MÉDOC  
DESCUBRE MAGAZINE  
MA VILLE À MOI

### 6 partenaires

CARAÏBOS LACANAU PRO  
VIGNE AUTHENTIQUE  
CHEZ GRAPOUILLE  
PHARE DE CORDOUAN / SMIDDEST  
LACANAU BEACH HAND XPERIENCE  
GIP - LITTORAL AQUITAIN



## PRISES DE VUES EN DRONE POUR DIFFUSIONS TÉLÉVISÉES

### Bilan 2022

14 mini-vidéos  
21 photographies  
15 sites du territoire filmés en 12 mois  
18 retombées TV (JT, matinales et chaînes météo)  
100 rushs bruts

### Top diffuseurs

FRANCE 2  
M6  
CNEWS  
LCI  
BFMTV



# 2.5 MARCHÉS ÉTRANGERS

## CONTRATS DE DESTINATION

Médoc Atlantique Tourisme est membre actif de deux contrats de destination dont la vocation est de promouvoir des territoires élargis sur des marchés émetteurs internationaux ciblés et qui regroupent de nombreux acteurs publics et privés du tourisme.

### Contrat de destination Côte Atlantique

**Marchés cibles** : Allemagne, Pays-Bas et Belgique

**Positionnement** : Côte Atlantique, nature et environnement préservé

**Stratégie** :

- Accroître la portée digitale
- Optimiser la médiatisation de la marque
- Développer la mise en marché
- Internationaliser la marque
- Disposer d'un tableau de bord d'évaluation
- Accroître le collectif

### Actions 2022

1. **Intégration de Médoc Atlantique Tourisme à l'ensemble des actions de promotion menées en collaboration avec l'agence de relations presse Lieb Management** (dossier de presse, communiqué de presse, démarchage presse ...).

2. **Organisation d'une matinée de sensibilisation "Accueil clientèle allemande"** le jeudi 16 juin à Lacanau avec 30 participants.

3. **Accueil de 3 journalistes néerlandaises du 5 au 7 octobre**

Au programme : sortie en goélette sur le lac de Lacanau, découverte de la Réserve naturelle de Cousseau, visite commentée du marché de Saint-Vivien-de-Médoc et de Soulac-sur-Mer.

### Contrat de destination Bordeaux

**Marchés cibles** : France, Europe

**Objectifs** : Développer des actions BtoC et BtoB

**Stratégie** :

- Diversifier et rendre plus visible des destinations bénéficiant d'une identité forte auprès des clientèles internationales
- Structurer l'offre du territoire autour de Bordeaux et de l'œnotourisme
- Promouvoir nos destinations complémentaires de façon mutualisée

### Actions 2022

1. **Campagne BtoC #ExploreFrance sur le marché belge en collaboration avec Atout France** (6 juin au 17 juillet)

- campagne éditoriale "Pack Women" : 7 articles dans 8 magazines féminins francophones et néerlandais, insertions newsletters et social boost
- publiereportage Bruzz en print, online et bannière
- co-mailing 16 pages Le Vif Week-end

2. **Participation sous la bannière Bordeaux Wine Trip à l'événement Taste Liverpool Drink Bordeaux avec les Vins de Bordeaux** (2 au 5 juin)

Espace touristique Bordeaux Wine Trip situé à l'entrée du Festival avec 3 500 visiteurs

3. **Participation sous la bannière Bordeaux Wine Trip à l'événement Eat Festival à Bruxelles** (29 septembre au 2 octobre)

- Espace touristique Bordeaux Wine Trip sur la zone Vins de Bordeaux aux côtés de l'Ecole du Vin et d'une délégation de viticulteurs avec 2 000 visiteurs
- 800 participants aux 2 jeux concours organisés

## SALONS PROFESSIONNELS

### So Événement

📍 Bordeaux - 16 et 17 mars

- **Valorisation de l'offre groupes de la destination en compagnie de 4 partenaires de l'Office de Tourisme :** Vitalparc et Aquitaine Raid à Lacanau, Les Frères Nicoll's à Soulac-sur-Mer et le Château Saint-Hilaire à Queyrac.
- Accueil d'un **Eductour avec 8 agences de voyage françaises et étrangères à Médoc Atlantique** pour leur faire découvrir l'offre groupes et séminaires de la destination en amont du salon.

### Rendez-vous en France

📍 Nantes - 22 et 23 mars

Salon international regroupant **950 voyageurs venus de 70 pays** à qui Médoc Atlantique Tourisme a pu présenter **l'offre réceptive de la destination.**

## TOURNÉE MÉDIATIQUE EN ALLEMAGNE

L'Office de Tourisme a participé du 1<sup>er</sup> au 3 février à la tournée médiatique organisée par Atout France à Hambourg, Cologne et Stuttgart.

À cette occasion, Médoc Atlantique Tourisme a pu **rencontrer plus de 20 journalistes allemands et réaliser une promotion ciblée de la destination** en fonction du centre d'intérêt de leur média.

Cette tournée a débouché sur **l'accueil de trois journalistes en 2022 et sur 6 retombées presse** (voir p.23-25).



📍 Moulin de Vensac

## 2.6 ÉVÉNEMENTIEL

### LE FESTIVAL DU COURT THÉÂTRE - 1<sup>ÈRE</sup> ÉDITION

**Dates :** 4 et 5 juin 2022 - 1<sup>ère</sup> édition du Festival du Court

**Lieu :** Carcans-Maubuisson

**Objectif :** Proposer un événement inédit, gratuit et accessible à tous grâce à une collaboration entre l'Office de Tourisme Médoc Atlantique, la commune de Carcans-Maubuisson et le Cours Florent Bordeaux.

**Concept :** Transformer la station de Carcans-Maubuisson en scène de plein-air pour accueillir des représentations de court-théâtre (soit 20 minutes maximum).

#### Chiffres-clés

12 compagnies de théâtre semi-professionnelles

2 000 spectateurs

1 jury de 4 professionnels dont Christophe Lorcat, Directeur du Cours Florent Bordeaux

#### 3 prix remis :

- 1<sup>er</sup> prix : Les Retardataires pour "Arlequin poli par l'amour"
- 2<sup>e</sup> prix : Band'Appart pour "Very Far West"
- Prix des commerçants : Ooparleurs pour "Andromaque contre-attaque"

#### Campagnes de communication

 @festivalducourttheatre  
118 abonnés

 Festival du Court Théâtre  
886 abonnés

#### Affichage

##### Colonne Morris

📍 Bordeaux

Du 23 au 30 mai

##### Affichage commerces et espaces libres

📍 Bordeaux et Médoc

Du 4 mai au 5 juin

#### Insertions publicitaires

La Terrasse - ¼ page - 70 000 exemplaires

Théâtral Magazine - ½ page - 14 800 exemplaires

Junk Page - Pavé promo - 7 500 exemplaires



▶ **Sud Ouest** - Le Théâtre de Rue à l'honneur - *Le 8 juin*

▶ **Journal du Médoc** - 24 compagnies de théâtre vont animer Carcans - *Le 3 juin*

▶ **La Lettre économique et Politique de PACA** - Carcans-Maubuisson : 1<sup>er</sup> festival de Court Théâtre - *Le 3 juin*

# LA BAMBINO FAIT SON SHOW !

**Dates :** 12 et 13 juin

**Lieu :** Ile aux Enfants à Hourtin

**Objectif :** Proposer un festival pour les enfants avec des activités gratuites, ludiques et enrichissantes le temps d'un week-end.

## Chiffres-clés

**2 500** participants

17 intervenants : clowns, magiciens, chanteurs, conteurs ...

## Démarche durable

**NOUVEAUTÉ**


“La Bambino fait son Show” a adopté une démarche durable en proposant des animations participatives, intégrant moins d'éléments plastiques, et respectant plus le site naturel où se déroule l'événement (pas de flyers, poubelles de tri...).

## Campagnes de communication au niveau local

 @labambinofaitsonshow  
25 abonnés

 La bambino fait son show  
68 abonnés

## Affichage commerces et espaces libres

 Bordeaux et Médoc  
Du 10 mai au 13 juin



## ► Digital - Zú

Article web et publication Facebook (11 000 abonnés)

## ► Digital - Clubs & Comptines

Bannière site web et publication Facebook (9 000 abonnés)

## ► Digital - Enfants-Bordeaux.fr

Article optimisé Google, publication Facebook, mise en avant newsletter (227 000 abonnés)

## ► Digitale - CitizenKid

Publication Facebook, mise en avant agenda (5 000 abonnés)



## AFTERBEACH

**Dates :** 6 juillet au 24 août

**Lieu :** Châteaux de Médoc Atlantique et Médoc plein Sud

**Objectif :** Proposer un rendez-vous hebdomadaire les mercredis de l'été pour :

- créer une offre complémentaire aux activités balnéaires de journée,
- dynamiser l'œnotourisme sur la destination Médoc Atlantique,
- attirer des locaux / bordelais en période estivale.

### Chiffres-clés

9 Châteaux partenaires de l'événement

375 participants (en moyenne : 41 personnes par soirée)

Une soirée dédiée pour la presse et les partenaires locaux

### Campagnes de communication au niveau local

#### Radio - WIT FM

20 spots diffusés

Annonce du jeu concours chaque mardi et mercredi

Une page jeu

Publications sur les réseaux sociaux

400 participations au jeu

#### Réseaux sociaux - Facebook Ads

9 publications sponsorisées

- *couverture : 127 368 (le nombre de personnes qui ont vu une publicité au moins une fois)*
- *interactions avec les publications : 1 533*
- *clic sur les événements : 1 159*
- *réponses à des événements : 411*
- *coût par réponse à des événements : 1,07€*
- *taux d'interaction : 1,20%*

#### Digital - Quoi faire à Bordeaux

1 article publié - Juillet

Une publication Facebook - 12 juillet

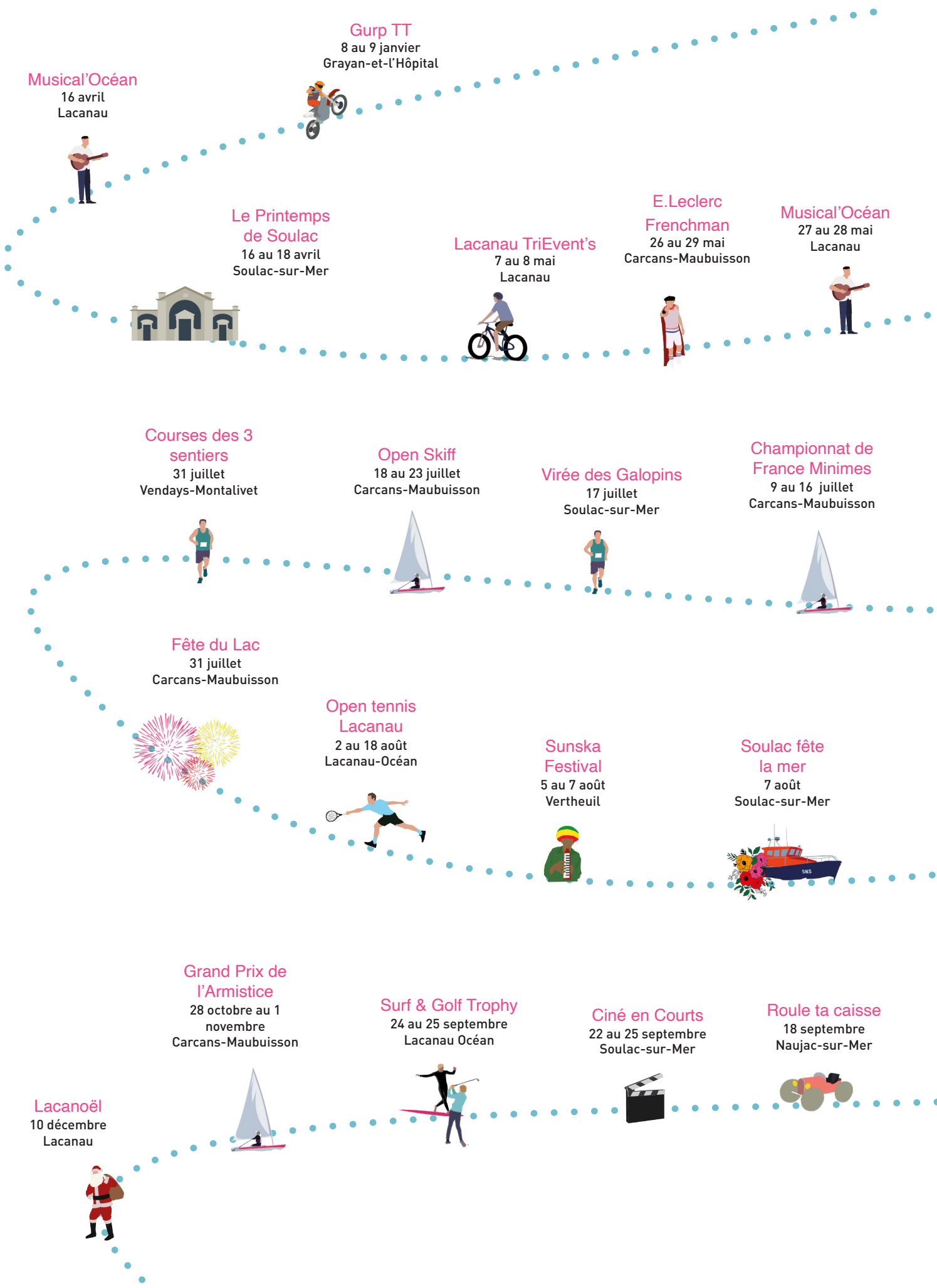
108 interactions via l'article publié sur leur site web et 404 likes

12 likes sur ce post - 3 commentaires - 1 partage



📍 Château Saint-Hilaire, Queyrac

# ÉVÉNEMENTS SOUTENUS PAR L'OFFICE DE TOURISME EN 2022





**Patrouille de France**  
28 mai  
Lacanau



**Soulac 1900**  
3 au 5 juin  
Soulac-sur-Mer



**Festival du Court Théâtre**  
4 au 5 juin  
Carcans-Maubuisson



**Ouf'Kite**  
4 au 6 juin  
Hourtin



**Fête de la pirogue**  
11 au 12 juin  
Carcans-Maubuisson



**La Bambino fait son show !**  
11 au 12 juin  
Carcans-Maubuisson



**Show bike**  
24 au 26 juin  
Vendays-Montalivet



**Malibu Open Slalom**  
8 au 10 juillet  
Lacanau



**Lacanau Beach Hand Xperience**  
1 au 3 juillet  
Lacanau-Océan



**Lacanau Wind Trophée**  
25 au 26 juin  
Lacanau



**Grand Prix de Maubuisson**  
14 août  
Carcans-Maubuisson



**Caraïbos Lacanau Pro**  
15 au 21 août  
Lacanau Océan



**Afterbeach au Château Saint-Hilaire**  
17 août  
Queyrac



**Musical'Océan**  
21 au 25 août  
Lacanau



**Cinélac**  
26 août  
Lacanau (Moutchic)



**Cinélac**  
7 août  
Lacanau-Océan



**Fête de l'Environnement, de la Forêt et des Métiers du Médoc**  
9 au 11 septembre  
Carcans-Maubuisson



**Fête de la pirogue**  
3 au 4 septembre  
Lacanau



**Naujac Bus Camp**  
16 au 18 septembre  
Naujac-sur-Mer



**Fête de la navigation**  
10 au 11 septembre  
Lacanau



**Marathon du Médoc**  
10 septembre  
Pauillac



# 2.7 ÉDITIONS

## LES GUIDES LOCAUX NOUVEAUTÉ

Pour accompagner la refonte de la marque Médoc Atlantique Tourisme, l'Office de Tourisme a créé une collection de Guides Locaux - entièrement réalisés en interne - afin de :

- favoriser la visibilité de chaque commune de la destination
- répondre à la demande d'informations ultra locales de nos visiteurs.

170 000 exemplaires



## BROCHURE BALADES & DÉCOUVERTES

L'Office de Tourisme a développé une nouvelle brochure pour promouvoir les activités, visites et événements commercialisés grâce à sa boutique (guichet et web).

12 000 exemplaires



## LES GUIDES DES MARÉES

En collaboration avec Lacanau Surf Info, l'Office de Tourisme édite chaque année deux guides des marées pour favoriser l'information des locaux et des touristes.

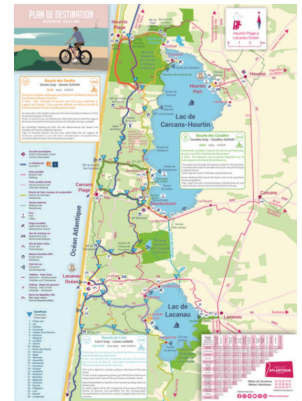
Guides des marées «Lacs» - 15 000 exemplaires  
 Guides des marées «Pointes» - 15 000 exemplaires



## LE PLAN DES PISTES CYCLABLES

Outil indispensable pour les cyclistes et randonneurs présents à Médoc Atlantique, le plan des pistes cyclables a été revu pour s'intégrer parfaitement à la nouvelle charte graphique de l'Office de Tourisme.

100 000 exemplaires



## L'AGENDA

Pour favoriser la promotion des événements organisés à Médoc Atlantique, l'Office de Tourisme édite deux agendas, l'un dédié à la partie "sud" de la destination (Lacanau, Carcans-Maubuisson, Hourtin) et l'autre à la partie "nord" (de Naujac-sur-Mer au Verdon-sur-Mer).

Fréquence de parution :

- tous les mois de septembre à juin
- toutes les semaines en juillet et août.

Ils sont remis dans les Offices de Tourisme et téléchargeables sur le site internet ainsi que depuis les 15 bornes d'information.



## FLYERS THÉMATIQUES

Toute l'année, l'Office de Tourisme crée des supports de communication ponctuels permettant de promouvoir des actions spécifiques organisées par les communes ou les associations locales :

- marchés (hors saison et été)
- vides-greniers
- feux d'artifice ...

Ils sont remis dans les Offices de Tourisme et téléchargeables sur le site internet ainsi que depuis les 15 bornes d'information.



## 2.8 PROMOTION

### AMBASSADEURS SPORTIFS

En 2022, l'Office de Tourisme a poursuivi son programme d'Ambassadeurs sportifs afin de favoriser le rayonnement de la destination. Les 14 sportifs retenus de la Team Ambassadeurs ont participé à la promotion du territoire par le biais de publications sur leurs réseaux sociaux, d'interviews, de reportages photos et vidéos. Ils ont aussi participé à des événements de promotion organisés par l'Office de Tourisme qui, en contrepartie, sponsorise leur activité.

#### Nos ambassadeurs 2022

**Paco Alonzo** - Surf - 16 ans

📍 Carcans-Maubuisson

🏆 2<sup>e</sup> en finale européenne GromSearch et  
Champion de Nouvelle-Aquitaine de surf espoir

**Maïa Berri** - Voile - 15 ans

📍 Hourtin

🏆 Médaille au Championnat du Monde d'Open  
Skiff : 3<sup>e</sup> fille en U17 et 14<sup>e</sup> au général

**Alexandre Bicrel** - Waterman- 22 ans

📍 Le Verdon-sur-Mer

**Teva Bouchgua** - Surf - 21 ans

📍 Carcans-Maubuisson

🏆 5<sup>e</sup> place au Caraïbos Lacanau Pro

**Elijah Chort** - Surf - 17ans

📍 Lacanau

🏆 Vainqueur l'Open territorial surf espoir

**Armand Genevois** - Windsurf- 19 ans

📍 Carcans-Maubuisson

🏆 2 titres au Championnat du Monde (PWA) de  
Windfoil et de Windsurf : 1<sup>er</sup> en foil et 1<sup>er</sup> en slalom  
dans la catégorie de -21ans.

**Paul Noel** - Golf - 16 ans

📍 Lacanau

🏆 2<sup>e</sup> place au Prix du Trophée Didier Illouz -  
Grand prix du golf de la Boulie à Paris

**Lou Peter** - Waveski - 19 ans

📍 Lacanau

🏆 Championne du Monde et de France Open  
Femme

**Laura Phily** - Equitation- 27 ans

📍 Carcans-Maubuisson

**Remy Sichel** - Triathlon- 27 ans

📍 Carcans-Maubuisson

🏆 Participation au Lacanau Tri'Event, IronMan  
70.3 Les Sables-d'Olonne, Championnat du  
Monde Ironman 70.3 St George Utah

**Teïva Tartas** - Surf - 17ans

📍 Lacanau

🏆 5<sup>e</sup> au Championnat de France Longboard

**Ludovic Teulade** - Stand Up Paddle- 26 ans

📍 Lacanau

🏆 Vice Champion de France en sprint et 3<sup>e</sup> en  
longue distance

**Médoc Va'a** - Pirogue

📍 Lacanau - Hourtin - Carcans-Maubuisson

🏆 3<sup>e</sup> place au Championnat de France à Marseille  
en oc2 mixtes et dames et 4<sup>e</sup> place au Hawaiki  
Nui Va'a en sénior filles

#### Nos actions de promotion

- 10 reportages photos et vidéos organisés avec nos ambassadeurs pour :
  - plus de 200 photos sportives pour illustrer la destination et 22 publications sur les réseaux sociaux
  - 21 vidéos réalisées et partagées sur Facebook et Instagram
- 10 sessions d'interviews pour :
  - le Magazine «Eden Aquitain» de l'Office de Tourisme
  - le magazine «Bouger à Bordeaux»
- Une rencontre «Team Ambassadeurs»
- ... et plus de 1 200 messages échangés par WhatsApp, SMS, Instagram etc....

# ACCUEIL & INFORMATION





# MISSIONS

## L'ACCUEIL

Venir à la rencontre des experts locaux de l'Office de Tourisme est la promesse d'un conseil personnalisé et chaleureux. Ce sont des amoureux de la destination qui ont envie de partager les richesses du territoire avec tous les visiteurs, les locaux comme les touristes.

Cette année, en juillet et en août, les équipes d'accueil sont sorties des murs des offices de tourisme pour être au plus près des visiteurs sur le bac Le Verdon-sur-Mer - Royan et dans les différents hébergements de la destination.

Les experts locaux assurent tout au long de l'année une veille permanente de l'information touristique. Sur le web, dans les journaux, lors des échanges avec les locaux et les prestataires, ils sont à l'affût de tous les changements et nouveautés afin de diffuser l'information la plus fiable, à jour et exhaustive possible.

En juillet et en août, les experts locaux appellent les hébergeurs quotidiennement afin de proposer une liste des disponibilités en temps réel dans les offices de tourisme et sur les bornes d'information.

## LA FORMATION DES EXPERTS LOCAUX

En amont de leur arrivée, les nouveaux entrants reçoivent un livret d'accueil, qui leur permet de comprendre le fonctionnement général de l'Office de Tourisme, les transversalités entre les différents services et les points d'intérêts touristiques majeurs du territoire.

Cette année, en plus de ce livret, un indispensable par commune leur a également été fourni. Ces indispensables contiennent des informations très ciblées sur la commune en question. Dès leur arrivée, les équipes de saisonniers qui intègrent le service accueil, bénéficient de 5 jours de formation comprenant :

- une réunion transversale, présentant les membres des différents services, pour comprendre le rôle de chacun et l'organisation de l'Office de Tourisme,
- un éducteur autonome, permettant un meilleur apprentissage,
- une journée de formation sur le logiciel de billetterie, ainsi qu'une formation sur les produits en vente, une journée de formation en immersion à l'accueil avec les experts locaux permanents,
- la découverte des visites produites par l'Office de Tourisme, et des visites de partenaires.

# 3.1 DISPOSITIF ACCUEIL

## FRÉQUENTATION DES OFFICES DE TOURISME

### LACANAU

33 180 visiteurs  
ouvert à l'année

### CARCANS

15 415 visiteurs  
ouvert d'avril à septembre

### HOURTIN

11 769 visiteurs  
ouvert d'avril à septembre

### VENDAYS-MONTALIVET

20 314 visiteurs  
ouvert à l'année

### GRAYAN-ET-L'HÔPITAL

1 889 visiteurs  
ouvert de juin à septembre

### SAINT-VIVIEN-DE-MÉDOC

3 875 visiteurs  
ouvert à l'année (mercredi matin d'octobre à mars)

### SOULAC-SUR-MER

36 600 visiteurs  
ouvert à l'année

### LE VERDON-SUR-MER

1 047 visiteurs  
ouvert de juin à septembre

### BAC coté Royan

1 514 visiteurs  
les mercredis, samedis et dimanches de juin et juillet

**125 660 visiteurs soit 4,2% de plus que 2021**

## LE VÉHICULE ITINÉRANT «MAT MOBILE»

NOUVEAUTÉ

Afin d'être au plus proche des visiteurs et des flux, un accueil itinérant a été organisé. Véritable Office de Tourisme ambulant, la « MAT (Médoc Atlantique Tourisme) Mobile », véhicule aux couleurs de Médoc Atlantique Tourisme a sillonné les routes de la destination afin de renseigner et de promouvoir. Ce véhicule, très présent au Camping du Gurp durant l'été, s'est également invité à de nombreux événements.

### Chiffres-clés

Plus de **4 000 contacts** dont 1 200 lors des événements.

Présence lors de **30 événements** dont :

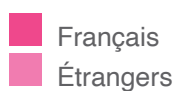
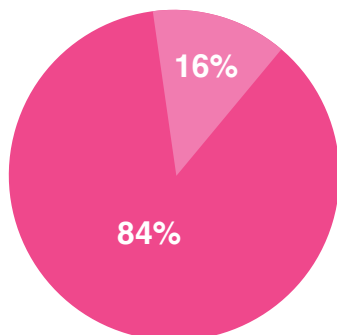
- Lacanau Beach Hand
- Fête de l'huître de Talais
- Fête du Phare de Richard
- Fête du 15 Août à la Pointe de Grave au Verdon-sur-Mer
- Fête de la Saint Roch à Queyrac
- Concerts au Gurp
- Naujac Bus Camp à Naujac-sur-Mer
- Marchés nocturnes à Grayan-et-l'Hôpital et au Verdon-sur-Mer
- Assemblée Médocaine à Saint Laurent du Médoc

Plus de **100 jours d'activité**.



## PROFIL DES VISITEURS

### RÉPARTITION DES VISITEURS



### TOP 5 RÉGIONS FRANÇAISES

Nouvelle-Aquitaine : 43%  
Île-de-France : 12%  
Auvergne-Rhône-Alpes : 10%  
Occitanie : 6%  
Pays de la Loire : 5%

### TOP 3 VISITEURS

**ÉTRANGERS**  
Allemagne  
Belgique  
Pays-Bas

### TOP 3 DES DEMANDES

1. Activités en plein air (vélo, randonnées...)
2. Informations pratiques (transport, marchés, vie de la station)
3. Animations et manifestations

## LES ÉQUIPES ACCUEIL

### SOULAC-SUR-MER

- 2 permanentes
- 4 saisonniers d'avril à septembre
- 2 saisonniers de mai à août
- 1 saisonniers en juillet-août

### SAINT-VIVIEN-DE-MÉDOC

- 1 permanente
- 1 saisonnier d'avril à août

### GRAYAN-ET-L'HÔPITAL

- 2 saisonniers de juin à septembre

### LACANAU

- 3 permanents
- 4 saisonniers d'avril à septembre
- 3 saisonniers en juillet-août

### HOURTIN

- 2 saisonniers d'avril à septembre
- 1 saisonnier en juillet-août

### CARCANS-MAUBUISSON

- 2 saisonniers d'avril à septembre
- 2 saisonniers en juillet-août

### VENDAYS-MONTALIVET

- 1 permanente
- 1 saisonnier d'avril à septembre
- 2 saisonniers en juillet-août

### LE VERDON-SUR-MER

- 2 saisonniers de juin à septembre

**36 collaborateurs·trices**



## LES BORNES D'INFORMATIONS

Médoc Atlantique Tourisme compte 15 bornes d'informations touristiques :

- 5 nouvelles bornes (Hourtin Plage, Carcans-Ville, Carcans-Maubuisson, Lacanau Ville, Port de Goulée à Valeyrac)

### NOMBRE TOTAL DE CONSULTATIONS DES BORNES

Jau-Dignac-et-Loirac ▶ 5 471	Le Pin Sec ▶ 1 289
Montalivet-les-bains ▶ 3 159	Carcans-Ville ▶ 1 174
Grayan-et-l'Hôpital ▶ 2 304	Valeyrac ( <b>nouveauté 2022</b> ) ▶ 1 087
Lacanau-Océan ▶ 2 202	Queyrac ▶ 1 071
Carcans-Maubuisson ▶ 2 102	Le Verdon-sur-Mer ▶ 900
Soulac-sur-Mer ▶ 1 892	Hourtin Plage ▶ 683
Saint-Vivien-de-Médoc ▶ 1 881	Hourtin Ville ▶ 357
Lacanau Ville ▶ 1 377	

### LES PAGES LES PLUS CONSULTÉES

1. Météo
2. Activités
3. Sortir et se loger
4. Agenda
5. Marées

## NOTES SUR LES ACCUEILS

Médoc Atlantique Tourisme est présent sur plusieurs sites d'avis en ligne afin de recueillir les suggestions et avis des internautes.

	Google My Business	Trip Advisor
Carcans-Maubuisson	4,4 / 5	4 / 5
Grayan-et-l'Hôpital	4,4 / 5	5 / 5
Hourtin	4,2 / 5	3 / 5
Lacanau	4,3 / 5	5 / 5
Le Verdon-sur-Mer	4,3 / 5	-
Saint-Vivien-de-Médoc	4,3 / 5	-
Soulac-sur-Mer	4,3 / 5	4,5 / 5
Vendays-Montalivet	4,3 / 5	4,5 / 5



**Yann Ndlc**  
Local Guide · 451 avis · 1 135 photos

★★★★★ il y a 5 mois

Très bon accueil. Des renseignements précis et des brochures sympa. Merci encore. Visité en juin



**Chloé Davenas**  
★★★★★ Il y a 19 semaines

Des personnes adorables qui nous ont parfaitement bien conseillés !!!! Merci à elles.



**l'office de tourisme a lacanau ocean**

Avis sur Office de Tourisme Médoc Atlantique de Lacanau

★★★★★ Avis publié : 18 mars 2022



Chantal L.



étant résidente depuis le 1octobre2021 sur lacanau océan j'ai vraiment trouvé un super accueil auprès de l'office de tourisme gentillesse sourires et de plus un service poste bien pratique toujours de bons conseils

vraiment au top du top merci a toute cette super équipe très professionnelle

## LES ENQUÊTES CLIENT

NOUVEAUTÉ

Un nouveau dispositif a été mis en place fin juin 2022 pour collecter l'avis client. Disponible sur tablettes, ce questionnaire a été diffusé dans les points d'accueil de Médoc Atlantique Tourisme et sur les outils digitaux.

### NOMBRE DE RÉPONSES PAR LIEU DE COLLECTE

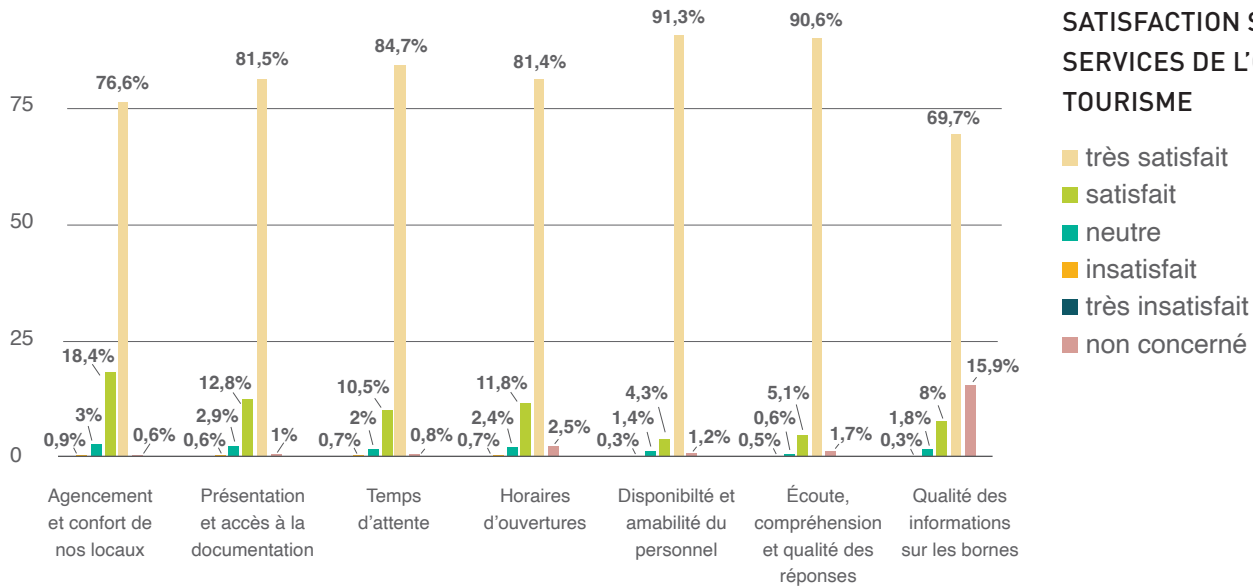
- Lacanau : **593**
- Carcans-Maubuisson : **53**
- Hourtin : **81**
- Soulac-sur-Mer : **287**
- Saint-Vivien-de-Médoc : **67**
- Le Verdon-sur-Mer et sur le bac : **5**
- Véhicule itinérant : **44**
- Site internet et bornes interactives : **20**

Total : **1 150**

### BILAN

- **96,7%** des répondants recommandent la destination Médoc Atlantique, parmi lesquels **81%** lui ont attribué la note de 5/5.
- **83%** ont trouvé les Offices de Tourisme très facilement.

## SATISFACTION SUR LES SERVICES DE L'OFFICE DE TOURISME



## LA BILLETTERIE

NOUVEAUTÉ

En 2022, l'Office de Tourisme a continué de **développer sa billetterie en investissant notamment dans un espace de vente en ligne**. La boutique web est ainsi devenue en une année le 3e canal de vente de Médoc Atlantique Tourisme, derrière les ventes aux guichets des Offices de Tourisme de Soulac-sur-Mer et Lacanau.

Chiffres-clés	CA en HT		Variation en %	
	2017	2018	2019	2020
<b>8 points de vente</b>	67 631	109 424	127 191	83 747
<b>Vente en ligne</b>		<b>+ 62%</b>	<b>+ 16%</b>	<b>- 34%</b>
<i>18 578 billets émis</i>				
<i>+17,66%</i>				
<i>141 produits vendus</i>				
<i>+90,5%</i>				
	2021	116 692		<b>+ 39%</b>
	2022	172 466		<b>+ 47,8%</b>

## RÉPARTITION DES VENTES PAR ACCUEIL

Lacanau : 28,5%	Grayan-et-l'Hôpital : 0,1%
Carcans-Maubuisson : 5,7%	Saint-Vivien-de-Médoc : 1,95%
Hourtin : 8,4%	Le Verdon-sur-Mer : 0,7%
Vendays-Montalivet : 8,3%	Vente en ligne : 13,5%
Soulac-sur-Mer : 32,9%	

## RÉPARTITION DES VENTES PAR THÉMATIQUE

Sur l'eau : 45,9%	Savoir-faire local : 2%
Patrimoine : 4%	Activité de plein air : 0,2%
Spectacle : 28,1%	Cap 33 Lacanau : 2,4%
Vignoble : 4,4%	Services & autres : 13%

## TÈRRA AVENTURA

Tèrra Aventura est un jeu de géocaching permettant de découvrir la Nouvelle Aquitaine en plongeant les «aventuriers» dans un univers captivant où des QR Codes permettent de découvrir des caches dans lesquelles sont dissimulés des Poi'z (jetons différents pour chaque aventure).

L'Office de Tourisme Médoc Atlantique Tourisme a rejoint l'aventure Tèrra Aventura en 2019 afin de proposer un outil de découverte de la destination pour les familles. Depuis, 4 parcours ont été développés.



### JUSQU'À LA FIN DES TERRES - SOULAC-SUR-MER

À pied

#### Affluence

2019 ▶ 4 420

2020 ▶ 3 316

2021 ▶ 6 456

2022 ▶ 7 520



### ZICLOU DES RAILS - LACANAU

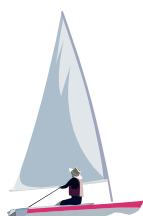
À vélo

#### Affluence

2020 ▶ 1 764

2021 ▶ 2 928

2022 ▶ 3 004



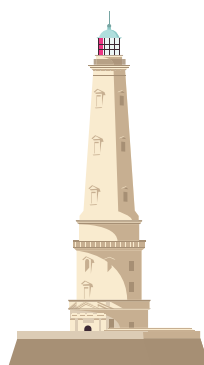
### OUI, C'EST UN PARADIS - HOURTIN

À pied

#### Affluence

2021 ▶ 5 456

2022 ▶ 5 708



### PARCOURS COMMUN LE VERDON-SUR-MER / ROYAN

À pied

#### Affluence

2021 ▶ 8 048

## LES PISTES DE ROBIN

NOUVEAUTÉ

6 Pistes de Robin ont été créées afin de favoriser la découverte des communes de Médoc Atlantique par les familles à :

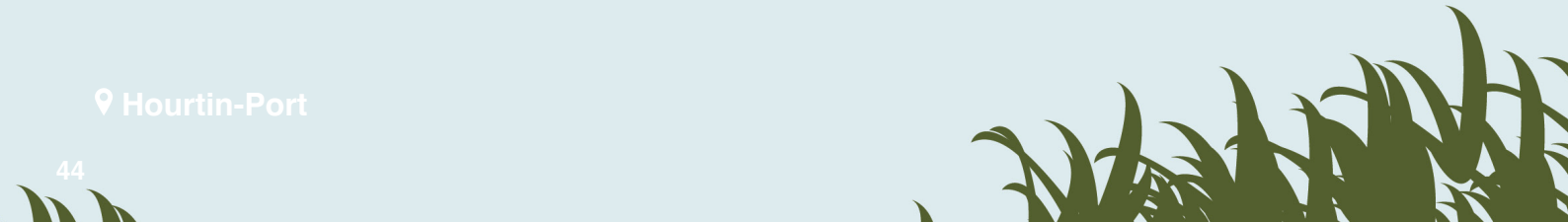
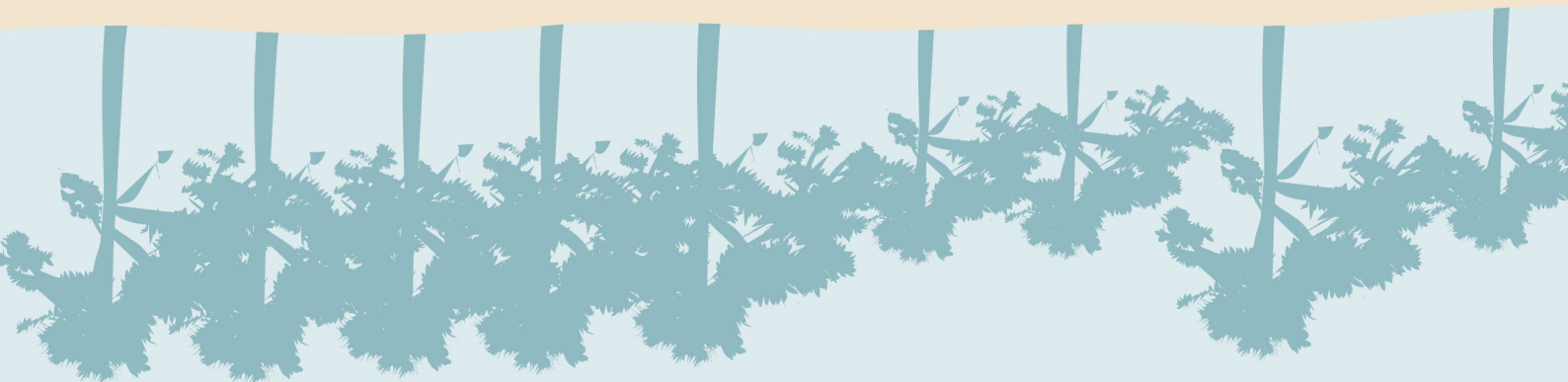
- Lacanau Océan
- Carcans-Maubuisson
- Hourtin
- Montalivet
- Saint-Vivien-de-Médoc
- Le Verdon-sur-Mer
- Soulac-sur-Mer.

Afin d'ancrer les Pistes de Robin dans une démarche durable, Médoc Atlantique Tourisme a remis à chaque enfant ayant complété avec succès le livret, un crayon de papier avec des graines de légumes, herbes et fleurs à faire pousser chez eux.





# RELATIONS PRESTATAIRES





# MISSIONS

La construction et l'animation d'un réseau pérenne de partenaires est l'un des piliers de Médoc Atlantique Tourisme. En 2022, l'Office de Tourisme a continué de développer sa stratégie d'accompagnement auprès de ses quelques 600 partenaires et en s'appuyant sur 4 piliers :

## **SE DÉMARQUER**

pour que chaque offre soit unique et puisse trouver son public.

## **DÉVELOPPER DE NOUVELLES COMPÉTENCES**

grâce aux actions de formation mise en place par l'Office de Tourisme.

## **AUGMENTER SON CHIFFRE D'AFFAIRES**

en s'appuyant sur les outils et les compétences de l'Office de Tourisme.

## **APPARTENIR À UN RÉSEAU**

pour échanger, apprendre et partager.

Soucieux de proposer chaque année des nouveaux services répondant aux besoins des socio-professionnels de la destination, l'Office de Tourisme a notamment développé un "Pass Avantages" créé avec et pour ses partenaires afin de leur permettre de mieux connaître l'offre d'activités, restaurants et commerces de Médoc Atlantique.

La volonté de se renouveler s'est également traduite avec l'organisation d'un bilan de saison «nouvelle formule», plus convivial et plus proche de ceux qui font vivre la destination en toutes saisons. Avec plus de 100 participants, la saison s'est ainsi achevée avec des échanges passionnants en vue de la saison 2023 !

# 4.1 CHIFFRES-CLÉS PARTENAIRES

## INDICATEURS DE SATISFACTION

70 répondants

**88%** globalement satisfaits de Médoc Atlantique Tourisme.

**86%** satisfaits des échanges avec Médoc Atlantique Tourisme.

**80%** satisfaits de la qualité des conseils obtenus par Médoc Atlantique Tourisme.

**79%** satisfaits de la visibilité proposée sur les supports de Médoc Atlantique Tourisme.

**77%** ont l'intention de renouveler leur collaboration avec Médoc Atlantique Tourisme en 2023.

## RÉPARTITION DES PARTENAIRES SUR LA DESTINATION PAR TYPE D'ACTIVITÉ

Communes	Activités de loisirs	Agences immobilières	Campings	Chambres d'hôtes	Commerces et services	Hôtels	Locations de vacances	Châteaux	Résidences de tourisme	Restaurants
Lacanau	54	6	7	8	42	4	50	0	5	32
Carcans-Maubuisson	22	1	8	0	7	0	27	0	6	4
Hourtin	17	0	8	1	10	2	19	0	3	4
Naujac-sur-Mer	2	0	1	0	0	0	3	0	0	0
Vendays-Montalivet	13	0	3	2	0	0	23	0	0	3
Saint-Vivien-de-Médoc	5	0	0	1	3	0	0	0	0	2
Grayan-et-l'Hôpital	4	0	2	1	0	0	1	0	0	1
Soulac-sur-Mer	12	2	7	5	18	5	39	0	3	7
Jau-Dignac-et-Loirac	0	0	0	1	0	0	1	5	0	0
Queyrac	1	0	0	0	0	1	0	2	0	0
Talais	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Valeyrac	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0
Vensac	2	0	2	0	1	0	3	0	0	0
Le Verdon-sur-Mer	9	0	1	0	0	0	1	0	2	3

## 4.2 ANIMATION DU RÉSEAU PARTENAIRES

### PORTES OUVERTES DES OFFICES DE TOURISME

Les 8 Offices de Tourisme de la destination ont ouvert leurs portes aux partenaires le 20 mai pour une matinée d'échanges et de rencontres avec les conseillers en séjour, permanents et saisonniers.

Ce fut l'occasion pour eux d'obtenir la documentation de l'Office de Tourisme mais aussi de présenter leurs activités et de se tenir informés des dernières nouveautés de Médoc Atlantique !

### BILAN DE SAISON

**Plus de 100 partenaires** se sont donnés rendez-vous le 20 octobre au Pin Sec, à Naujac-sur-Mer, pour participer au bilan de saison organisé par l'Office de Tourisme.

Cet événement a permis au Président Laurent Peyrondet de proposer une rétrospective de la saison touristique illustrée des chiffres-clés et actions marquantes de l'Office de Tourisme.

Ce moment de convivialité a également permis aux équipes de Médoc Atlantique Tourisme d'échanger avec l'ensemble des partenaires présents autour d'activités représentatives de la destination :

- course d'orientation
- marché d'artisans locaux
- pièce de théâtre
- et détente sportive.

Sourires et bonne humeur étaient au rendez-vous de ce bilan de saison, nouvelle version.



### VISITES PRESTATAIRES

**81 rendez-vous personnalisés** ont été honorés par les équipes Médoc Atlantique Tourisme avec les prestataires afin de connaître leurs besoins, les accompagner sur différents axes dont la visibilité et le développement commercial de leurs activités.

### NOMBRE DE VISITES PAR COMMUNE

Lacatau	35
Soulac-sur-Mer	12
Vendays-Montalivet	10
Vensac	10
Carcans-Maubuisson	5
Hourtin	4
Grayan-et-l'Hôpital	2
Jau-Dignac-et-Loirac	2
Naujac-sur-Mer	1

## 4.3 QUALIFICATION DE L'OFFRE DES PRESTATAIRES

### CLASSEMENT DES MEUBLÉS DE TOURISME

Proposer un parc locatif de qualité : tel est l'objectif du classement des meublés de tourisme.

En une année, ce sont **120 meublés de tourisme** qui ont été visités par l'Office de Tourisme et Gironde Tourisme :

- 68 ont été classés pour la première fois
- 52 ont vu leur classement renouvelé.

### ÉVOLUTION DU NOMBRE DE MEUBLÉS DE TOURISME CLASSÉS

Commune	2020	2021	2022
Soulac-sur-Mer	10	12	29
Vendays-Montalivet	7	10	8
Jau-Dignac-et-Loirac	4	3	1
Le Verdon-sur-Mer	1	1	1
Saint-Vivien-de-Médoc	3	2	0
Vensac	0	2	3
Grayan-et-l'Hôpital	0	1	2
Queyrac	0	1	0
Lacanau	21	20	60
Hourtin	2	13	5
Carcans-Maubuisson	9	7	11

### MARQUE ACCUEIL VÉLO



La marque nationale Accueil Vélo garantit un accueil privilégié et des services adaptés aux touristes à vélo.

Ce sont **11 structures** qui ont obtenu ou renouvelé la Marque Accueil Vélo dont 6 Offices de Tourisme :

- Office de Tourisme de Lacanau
- Office de Tourisme de Carcans
- Office de Tourisme d'Hourtin
- Office de Tourisme de Grayan-et-l'Hôpital
- Office de Tourisme de Soulac-sur-Mer
- Office de Tourisme du Verdon-sur-Mer
- Evolution 2 - Lacanau
- Bicy'Cool - Lacanau
- Bicy'Cool - Carcans-Maubuisson
- Centre de séjour des MJC du Tarn - Soulac-sur-Mer
- Chambre Zen Océan - Vendays-Montalivet



## LABEL VIGNOBLES ET DÉCOUVERTES



Label indispensable pour rejoindre le réseau de la marque Bordeaux Wine Trip, qui intègre les socioprofessionnels de l'oenotourisme en Gironde. **27 partenaires** ont obtenu ou renouvelé le label et sont ainsi visibles sur le site de Bordeaux Wine Trip.

### 📍 Hourtin

- Cave de l'Atlantide

### 📍 Jau-Dignac-et-Loirac

- Château Noaillac
- Les Prés de Joussac, Meublé Bacchus
- Les Prés de Joussac, Le Castillon
- Les Prés de Joussac, Côté Plage
- Les Prés de Joussac, La Soulacaise
- Phare de Richard

### 📍 Lacanau

- Camping Les Fougères
- Villa l'Océane
- Médoc Atlantique Tourisme
- Vitalparc

### 📍 Le Verdon-sur-Mer

- Sunélia La Pointe du Médoc
- Musée du Phare de Cordouan & des Phares et Balises

### 📍 Queyrac

Afterbeach dans les châteaux

- Château Saint-Hilaire
- Château Carmenère

### 📍 Soulac-sur-Mer

- Camping Paradis des Pins

### 📍 Saint-Vivien-de-Médoc

- Visite du Producteur à l'assiette
- Le Kayak Café

### 📍 Valeyrac

- Château Temple de Tourteyron
- Château Rousseau de Sipian

### 📍 Vendays-Montalivet

- Camping Les Peupliers
- Camping Campéole Médoc-Plage
- Villa Courreau

### 📍 Vensac

- Moulin à vent de Vensac

## MARQUE TOURISME ET HANDICAP



La marque d'Etat Tourisme et Handicap est une réponse à la demande des personnes en situation de handicap qui veulent pouvoir choisir leurs vacances et leurs loisirs en toute liberté. La marque apporte une garantie d'un accueil efficace et adapté aux besoins indispensables des personnes handicapées.

En 2022, **3 Offices de Tourisme** ont obtenu cette marque pour les 4 catégories de handicaps (moteur, visuel, auditif et mental) :

- Lacanau
- Carcans-Maubuisson
- Hourtin

## LABEL HÉBERGEMENT ACCUEIL PÊCHE



La pêche de loisir suscitant depuis quelques années un intérêt grandissant auprès des familles et des jeunes, la FNPF (Fédération Nationale de la Pêche en France) attribue une qualification " pêche " à des hébergements ouverts à la location touristique : chambres d'hôtes, hôtels, campings. Leur situation est souvent déterminante pour le pêcheur désireux de partager un séjour en famille ou entre amis, au cœur d'un ensemble d'activités de pleine nature, sportives ou culturelles et en toute saison.

L'Office de Tourisme accompagne les prestataires candidats tout au long du parcours de labellisation, en collaboration avec la Fédération de Pêche de la Gironde. Une charte qualité permet de vérifier les critères à remplir pour l'obtention de ce label.

En 2022, **Lacanau Moutchic'Inn** est devenu le 2<sup>e</sup> hébergement "Accueil Pêche" de Gironde.

## TROPHÉES DE L'ACCUEIL BY CCI, 4<sup>E</sup> ÉDITION

En novembre 2022 s'est tenue la 4<sup>e</sup> cérémonie des Trophées de l'Accueil organisés par la CCI Bordeaux - Gironde ; concours dont l'objectif est de mettre en valeur la qualité d'accueil dans les établissements ouverts au public sur le territoire girondin.

Une visite mystère réalisée par un établissement agréé permet de contrôler plus de 120 critères pour décerner une note sur 10.

### NOUVEAUTÉ

Tous les établissements ayant reçu une note minimale de 8/10 ont été "certifiés" Accueil de Qualité par la CCI Bordeaux - Gironde.

#### Trophées d'Or - Chambre d'hôtes

Ô Lac - Lacanau

#### Certifié "Accueil de Qualité"

Commerce : Côt&Bord de Mer -

Soulac-sur-Mer

Restaurant : Les Frères Nicoll's -

Soulac-sur-Mer

Activité de loisirs : Bicy'Cool - Lacanau &

Chez Grapouille - Vendays-Montalivet.

Sur les 12 partenaires de l'Office de Tourisme ayant déposé leur candidatures, tous ont obtenu à minima une note de **7,4/10** : une preuve de la qualité de l'accueil proposé à Médoc Atlantique !



Ô Lac, Lacanau



Côt & Bord de Mer, Soulac-sur-Mer



Bicy'Cool, Lacanau

# 4.4 FORMATION DES SOCIO-PROFESSIONNELS

## PROGRAMME DE FORMATIONS MÉDOC ATLANTIQUE TOURISME

Pour cette 4<sup>e</sup> édition de formations, l'Office de Tourisme Médoc Atlantique a proposé à ses partenaires, **30 formations** gratuites, réparties en 2 sessions, au printemps et à l'automne.

Plus de **150 partenaires** ont pu participer aux formations et ainsi acquérir de nouveaux savoirs et de nouvelles compétences liés à leur activité professionnelle.

**60%** des formations ont été proposées par l'équipe de l'Office de Tourisme en s'appuyant sur leurs compétences et savoir-faire.

Atelier	Date	Participants
Visite de la Basilique du village ancien à Soulac	17 février	3
Définir ses bons prix et adopter des techniques issues du yield management	22 février	4
Sensibilisation à la commercialisation	3 mars	5
Visite "Du producteur à l'assiette"	10 mars	3
Visite "Chapelle de l'Hôpital"	10 mars	2
Les "bons" équipements pour les pros	17 mars	4
Planifier sa communication annuelle sur les réseaux sociaux	22 mars	12
Facebook (débutant)	29 mars	8
Facebook (confirmé)	29 mars	7
Les opportunités du tourisme "cyclo"	5 avril	4
Accueillir des vacanciers avec un chien chez moi	7 avril	Annulé faute de participants
Instagram (débutant)	12 avril, 8 novembre	8
Instagram (confirmé)	2 avril	7
Rester maître de sa vente en ligne tout en travaillant avec les OTA	14 avril	4
Allemand (débutant)	21 avril	7
Anglais (débutant)	29 avril	7
Répondre aux avis client en ligne	20 septembre	4
Suivi client de la réservation à sa venue	22 septembre	Annulé faute de participants
Comment organiser des jeux concours	29 septembre	7
Sensibilisation préservation des rives des Lacs	30 septembre	Annulé faute de participants
Comment se démarquer dans son texte de présentation	4 octobre	7
Diffuser efficacement un message grâce à un support visuel	6 octobre	Annulé faute de participants
Analyser la performance de mon site internet	11 octobre	6
Présentation & optimisation du service Weebnb	19 octobre	8
Construire, gérer et développer sa E-Réputation	20 octobre	9
Créer et gérer ma fiche google my business	24 octobre	11
Home Staging	27 octobre	8
La communication non violente	3 novembre	9
Pitcher son banquier, financement, préparer son dossier	10 novembre	Annulé faute de participants
Mettre en place une gestion durable de mon établissement	17 novembre	Annulé faute de participants

**Total : 154**

## FORMATION DES SAISONNIERS

L'Office de Tourisme propose aux hébergeurs de former leurs saisonniers aux fondamentaux de la destination afin qu'ils deviennent de véritables ambassadeurs au sein de leurs établissements.

En 2022, ce sont **8 partenaires** qui ont bénéficié de ces services de l'Office de Tourisme pour **26 participants**.

Partenaires	Participants	Commune
Wellness Sport Camping	1	Carcans-Maubuisson
VTF les Oyats et les Bruyères	4	Carcans-Maubuisson
Camping municipal Le Gulp	6	Grayan-et-l'Hôpital
Camping & Spa Airotel	7	Lacatau
Chambre d'hôtes	1	Lacatau
Camping Sunélia La Pointe du Médoc	3	Le Verdon-sur-Mer
Camping Paradis des Pins	3	Soulac-sur-Mer
Soulac'Ouette	1	Soulac-sur-Mer

## PASS AVANTAGES

L'Office de Tourisme a proposé à l'ensemble de ses partenaires un "Pass Avantages" leur permettant de bénéficier de réductions ou gratuites auprès de **27 partenaires** de la destination et ainsi tester un large choix de prestations : surf, activités nautiques, massage, restaurant, Escape Game, accrobranche, spa, yoga, golf, visite du phare de Richard et bien plus encore.

Ce "Pass Avantages" a permis à près de **250 partenaires** de l'Office de Tourisme de mieux connaître la destination et ses acteurs touristiques afin de favoriser leur recommandation auprès des visiteurs.



# 5. LES CHIFFRES-CLÉS

## RÉPARTITION DU NOMBRE DE LITS TOURISTIQUES PAR COMMUNE

Commune	Nombre de lits marchands
Lacanau	23 021
Carcans-Maubuisson	13 737
Hourtin	9 775
Naujac sur Mer	1 490
Vendays-Montalivet	24 229
Vensac	2 039
Grayan-et-l'Hôpital	11 137
Soulac-sur-Mer	15 924
Le Verdon-sur-Mer	3 565
Talais	249
Saint-Vivien-de-Médoc	595
Jau-Dignac-et-Loirac	235
Queyrac	255
Valeyrac	28
<b>Total</b>	<b>106 279</b>

Source : Communauté de Communes Médoc Atlantique - plateforme [taxedesejour.fr](https://taxedesejour.fr) en date du 5 janvier 2023, sur un total de 2 436 hébergements enregistrés.

## NOMBRE DE NUITÉES DÉCLARÉES PAR COMMUNE

Commune	Nombre de nuitées
Lacanau	973 881
Carcans-Maubuisson	520 671
Hourtin	306 578
Naujac-sur-Mer	64 544
Vendays-Montalivet	598 971
Vensac	72 646
Grayan-et-l'Hôpital	499 141
Soulac-sur-mer	515 146
Le Verdon-sur-Mer	92 992
Talais	5 673
Saint-Vivien-de-Médoc	16 001
Jau-Dignac-et-Loirac	5 852
Queyrac	10 365
Valeyrac	401
<b>Total</b>	<b>3 682 862</b>

Source : Communauté de Communes Médoc Atlantique - plateforme [taxedesejour.fr](https://taxedesejour.fr) en date du 5 janvier 2023, sur un total de 2 436 hébergements enregistrés. Sont incluses les nuitées déclarées par les plateformes de locations de vacances en ligne.



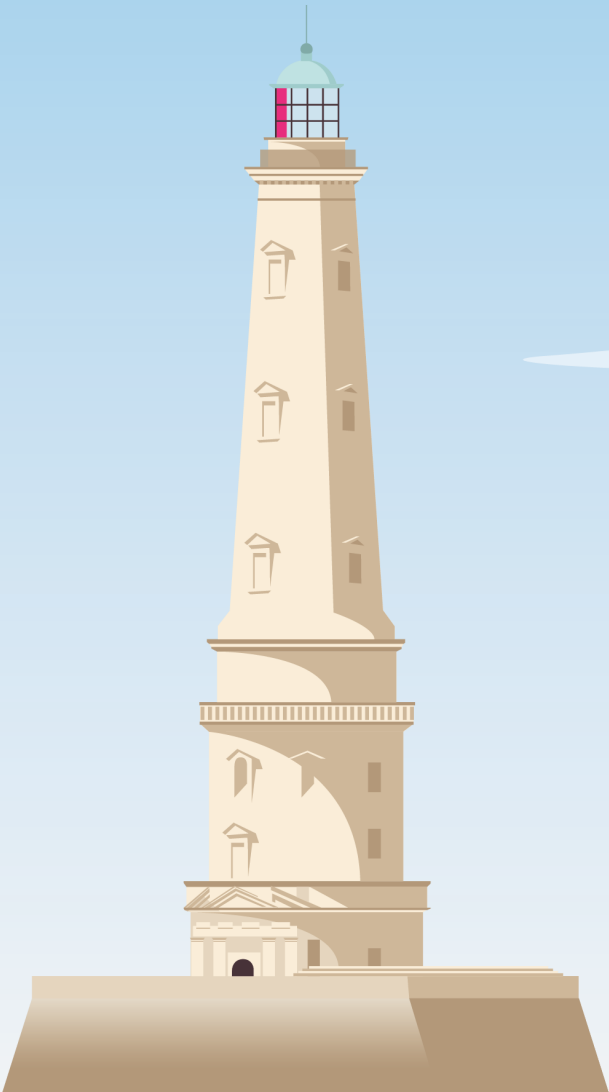
## MONTANTS DÉCLARÉS EN EUROS PAR COMMUNE EN DIRECT ET PAR LES OPÉRATEURS NUMÉRIQUES

Commune	Montants déclarés
Lacanau	1 053 533,51€
Carcans-Maubuisson	295 733,45€
Hourtin	254 401,29€
Naujac-sur-Mer	25 892,53€
Vendays-Montalivet	392 811,62€
Vensac	47 368,36€
Grayan-et-l'Hôpital	262 378,02€
Soulac-sur-mer	403 949,81€
Le Verdon-sur-Mer	85 396,38€
Talais	5 566,63€
Saint-Vivien-de-Médoc	13 542,72€
Jau-Dignac-et-Loirac	7 094,71€
Queyrac	11 955,50€
Valeyrac	698,14€
<b>Total</b>	<b>2 860 322,67€</b>

*Source : Communauté de Communes Médoc Atlantique - plateforme taxedesejour.fr en date du 5 janvier 2023, sur un total de 2 436 hébergements enregistrés. Sont incluses les nuitées déclarées par les plateformes de locations de vacances en ligne.*



📍 Plage du Pin Sec, Naujac-sur-Mer



OFFICE DE TOURISME MÉDOC ATLANTIQUE - PLACE DE L'EUROPE - 33680 LACANAU

