



RAPPORT D'ACTIVITÉ

— 2023 —



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





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 Étude de notoriété	15
2.2 Campagnes de communication	16
2.3 Stratégie digitale	19
2.4 Relations médias	23
2.5 Marchés étrangers	25
2.6 Événementiel	29
2.7 Editions	34
2.8 Promotion	36

3. Accueil & Information

3.1 Dispositif accueil	40
3.2 Profil visiteurs	44
3.3 Offre en itinérance	46

4. Commercialisation

4.1 Commercialisation BtoB : Médoc Atlantique Travel	49
4.2 Commercialisation BtoB	51

5. Relations Prestataires

5.1 Chiffres-clés partenaires	55
5.2 Animation des réseaux partenaires	56
5.3 Qualification de l'offre des prestataires	57
5.4 Formation des socio-professionnels	60

6. Les chiffres-clés	62
----------------------	----

MOT DU PRÉSIDENT

L'année 2023 marque la 7^e année d'existence de l'Office de Tourisme Médoc Atlantique.

7 ans de mutualisation, de réalisations probantes, d'accompagnement des socio-professionnels, de satisfaction clients et de valorisation d'un territoire touristique unique composé de 13 communes singulières, mues par la volonté de travailler ensemble au rayonnement de l'Eden Aquitain.

À travers la Convention d'objectifs et de moyens qui formalise la stratégie touristique de la Communauté de Communes Médoc Atlantique, l'Office de Tourisme a su trouver une maturité dans son organisation et dans le déploiement de ses actions.

Soucieux de vouloir être à la pointe, Médoc Atlantique Tourisme a lancé Médoc Atlantique Travel, une plateforme de réservation des différentes composantes d'un séjour sur la destination, tant en ligne que dans les Offices de Tourisme.

Train, avion, voiture, hébergements, activités, restaurations, souvenirs, concerts, spectacles sont disponibles au sein d'un panier unique avec paiement sécurisé . Une première pour un organisme de gestion de destination !

Cette innovation incite le vacancier à prendre en compte l'impact de son séjour sur la destination et lui offre notamment la possibilité de sélectionner le mode de transport le moins carboné pour venir à Médoc Atlantique.

L'allongement, d'année en année, de la saison touristique est une conséquence directe des actions de l'Office de Tourisme et des socio-professionnels du territoire.

Désormais, la réussite des acteurs du tourisme ne se limite plus à la seule saison estivale ; les mois printaniers et automnaux jouant un rôle majeur dans leurs performances économiques.

Continuons ensemble à bâtir une destination attractive, révélatrice d'extraordinaires opportunités de nous réinventer collectivement, de créer, d'innover sans cesse, et d'imaginer d'autres horizons.

Bonne lecture.



Laurent Peyrondet,

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



MEDOC ATLANTIQUE TOURISME

📍 Le Verdon-sur-Mer

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. À 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 2023-2026

Cette convention, signée le 16 février 2023 par le Directeur de l'EPIC et validée par le Comité de Direction le 13 février 2023, 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 2023-2026.
- 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-communication 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 2023-2026

COMPOSITION DU COMITÉ DE DIRECTION

L'Office de Tourisme Médoc Atlantique est administré par un Comité de Direction, composé de 18 élus, 8 suppléants, 10 socioprofessionnels et 6 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

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

Véronique Chambaud

Maire de Queyrac

Christian Boura

Maire de Jau-Dignac-et-Loirac

Yves Barreau

Maire de Naujac-sur-Mer

Suppléants

Xavier Pintat

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

Alexia Bacquey

Lacanau

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

Henry Ly *Hôtel des Pins, Soulac-sur-Mer*

Personnes qualifiées

Michel Espagnet *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*

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

114 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.

Une centaine de 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

2023 : L'ANNÉE DE LA CONFIRMATION

La politique de ressources humaines mise en place depuis 2021 permet de pouvoir compter sur une équipe motivée, concernée et engagée.

Cette implication, ce sérieux et ce dynamisme permettent 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 ?

Le travail sur l'intégration des nouveaux collaborateurs se poursuit avec notamment la mise en place d'un cursus d'accompagnement en 2022 qui s'est vu renforcé par des outils d'accueil et d'intégration.

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 Tourisme

Celui-ci se traduit dans la démarche qualité, mais aussi au travers des documents « engagements visiteurs » et « nos engagements d'équipe ».

Fin 2023, un travail de fond a été initié sur la transmission des savoirs : nouvel arrivant, saisonniers, départ de l'entreprise (démission, retraite).

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

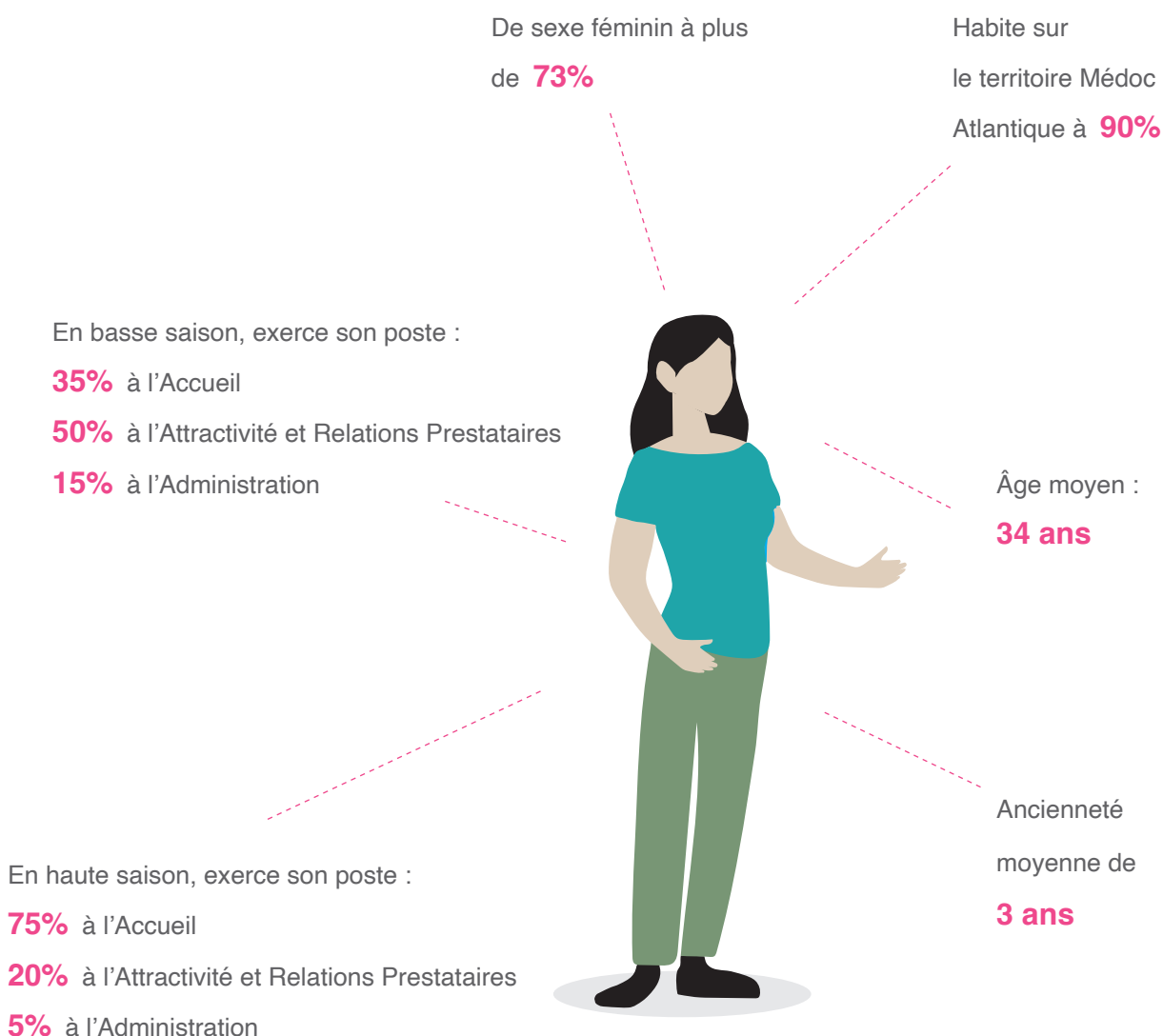
- ✓ Vous faire découvrir une destination unique : Médoc Atlantique, en partageant bons plans du moment ou secrets.
- ✓ Vous proposer un lieu d'accueil où le conseil éclairé et le contact humain sont privilégiés.
- ✓ Être attentif à toutes vos demandes et interrogations quel que ce soit le moyen par lequel 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

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 poursuivie durant l'exercice 2023. Les salariés ont par ailleurs bénéficié de formations professionnalisantes et en lien avec leurs attentes et les besoins de la structure.

LE / LA SALARIÉ(E) MÉDOC ATLANTIQUE TOURISME



1.4 ORGANISATION

L'ÉQUIPE AU 31/12/2023

Composée de 22 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 2023, 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 88% de la perception de la taxe de séjour et à 12% 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.

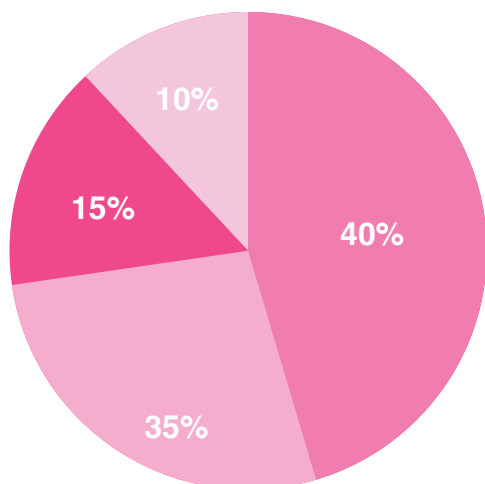
La part de la masse salariale représente 40% du budget de fonctionnement. Ce pourcentage situe l'Office de Tourisme dans la partie inférieure des Offices de Tourisme au niveau national. En effet, plus de la moitié des Offices de Tourisme en France consacre plus de 60% de leur budget à la masse salariale.

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 (7 en 2023) 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 35% du budget aux actions de promotion.

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

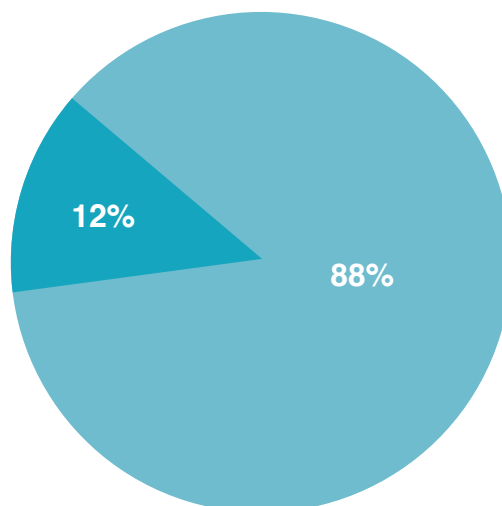
RÉPARTITION DES DÉPENSES



- Frais de fonctionnement
- Amortissement et financement de l'investissement
- Frais de personnel
- Actions marketing, promotion et prestataires

RÉPARTITION DES RECETTES

- Taxe de séjour
- Packs de prestations et billetterie



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.

En 2023, une stratégie ambitieuse en direction des médias nationaux et internationaux a été déployée pour consolider la position de la destination en tant qu'incontournable sur la côte Atlantique.

Les marchés cibles ont été la Nouvelle Aquitaine, l'Île de France, l'Occitanie, l'Allemagne et le Royaume-Uni.

Les actions de conquête de nouveaux marchés prometteurs, Rhône-Alpes, Belgique, Pays-Bas et Suisse, ont donné des résultats satisfaisants.

Le lancement de nouveaux supports de communication tels que le magazine de destination, diffusé en France et à l'étranger, a contribué à élargir la notoriété de la destination auprès de nouveaux publics.

Cette année, l'accent a également été mis sur le développement du digital, marqué par :

- la création d'une nouvelle plateforme de commercialisation intégrant le concept de MAAS (mobility as a service)
- le renforcement de la visibilité sur les réseaux sociaux
- la refonte des newsletters BtoB et BtoC
- l'introduction d'une nouvelle identité visuelle dans la communication destinée au grand public via les bornes d'information.

Le renforcement du digital au sein des activités du pôle Attractivité se traduit aussi par le lancement de deux projets d'envergure qui verront le jour en 2024 :

- la conception d'un nouveau site de destination
- la création d'une base de données propre à la destination.

Toutes ces actions s'inscrivent dans une démarche durable, intégrée à toutes les étapes des métiers du Pôle Attractivité, que ce soit au niveau de la stratégie, de la création, de l'opérationnel, et à travers tous les médias de communication, qu'ils soient en ligne ou hors ligne.

2.1 ÉTUDE DE NOTORIÉTÉ

Tous les 3 ans, Médoc Atlantique Tourisme réalise une enquête de notoriété de la destination et ses composantes. Menée par l'institut BVA, c'est une étape indispensable pour bâtir la stratégie marketing.

L'objectif de cette démarche est aussi de comprendre l'évolution du positionnement de la marque "Médoc Atlantique Tourisme" auprès des principaux marchés émetteurs en France :

- l'Île de France
- l'Occitanie
- Rhône-Alpes
- Nouvelle Aquitaine.

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

- **Lacanau, principale vitrine de Médoc Atlantique**

Une notoriété spontanée de 22% parmi les stations du littoral de Médoc Atlantique (devant Soulac : 15%).

En assisté, 81% de notoriété et 45% qui y sont déjà allés. Hormis Soulac (56%), les autres communes sont connues de moins d'un répondant sur 2.

- **Médoc Atlantique, une notoriété assez concentrée dans la Métropole bordelaise**

Médoc Atlantique connue de 47% des répondants (stable) – 65% pour les habitants de Bordeaux Métropole - et son logo par 16% (+4).

Les grands événements ainsi que les sites de Médoc Atlantique sont surtout connus par les habitants de Bordeaux Métropole.

- **Des destinations séduisantes par leurs paysages et leur gastronomie**

Le vin reste la principale caractéristique du Médoc (65% de citations) et son premier atout (34%) ; pour le Médoc Atlantique, il s'agit des plages (42% ; 36%).

Des destinations considérées comme très fréquentées, mais toujours aussi attractives et riches culturellement.

Une accessibilité par train ou voie routière qui se développe (+ 5 à 6 pts pour les deux zones).

- **Des intentions de séjour toujours élevées**

Plus des 2/3 des Bordelais ont le souhait de visiter la région – la moitié des Franciliens et 4 Rhônalpins et habitants de l'ancienne région Midi-Pyrénées sur 10.

Le printemps, une saison alternative considérée de manière non négligeable.

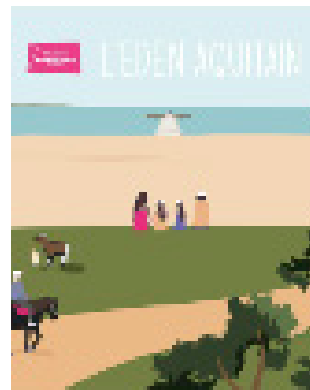
Cette étude, concomitamment avec les enquêtes de clientèles menées tout au long de l'année sur la destination par l'Office de Tourisme et celles réalisées par les structures institutionnelles avec lesquelles Médoc Atlantique Tourisme collabore quotidiennement (Atout France, Comité Régional du Tourisme, Gironde Tourisme, Contrat de destination Bordeaux, Contrat de destination Côte Atlantique), servira à construire le futur plan marketing 2024 - 2026.

2.2 CAMPAGNES DE COMMUNICATION

CAMPAGNE FAMILLE



Affichage
JC Decaux
 📍 Bordeaux
 53 faces
 Du 29 mars au 4 avril
 3 485 521 contacts

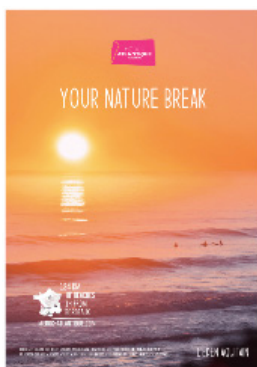


Digital
Le Bon Coin
 Multi-formats web
 📍 Ile-de-France / Toulouse / Lyon
 Mi-mars à mi-avril
 557 390 impressions
 7 725 clics



Digital
Quoi faire à Bordeaux ?
 📍 Gironde
 Pack visibilité sur 1 an et sponsoring
 12 publications sur Facebook, Instagram
 2 articles site web

CAMPAGNE SPORT ET PLEIN AIR



Presse écrite - Wanderlust UK
 Dossier Nouvelle-Aquitaine
 📍 Royaume-Uni
 Octobre
 228 000 impressions
 186 858 vues web



Presse écrite - Géo
Dossier Nouvelle-Aquitaine
 📍 Allemagne
 Octobre
 552 000 lecteurs



Presse écrite - Géo
Dossier Destination Nature
 📍 Ile-de-France
 29 mars pendant 1 mois
 471 191 lecteurs



Digital - E-Novate

Formats notoriété

Mai & Juin

📍 Ile-de-France / Lyon / Toulouse

162 086 impressions

📍 Nouvelle-Aquitaine

29 861 impressions

📍 Allemagne

86 294 impressions

Digital - Quoi faire à

Bordeaux ?

📍 Gironde

Publi rédactionnel web et publications sur les réseaux sociaux

Digital - Atout France

📍 Allemagne / Suisse / Autriche
Newsletter Slow Tourisme

22 mai - pendant 1 mois

Autriche : 2 149 vues - 81 clics

Allemagne : 3 358 vues - 251 clics

Suisse : 1 145 vues - 31 clics

CAMPAGNE PATRIMOINE



Digital - Sud Ouest

📍 Gironde

Publications web

Du 11 au 13 septembre

200 000 impressions



Radio - RTL2 / Nova

📍 Gironde

Pack First, Spot de 30s,
62 spots au total

Du 11 au 16 septembre

756 638 impressions



Digital - Quoi faire à
Bordeaux ?

Publications Facebook et Instagram

13 septembre

355 000 impressions

CAMPAGNE ÉPICURIENNE



Affichage
JC Decaux
 📍 Bordeaux
 74 faces
 Du 22 au 28 novembre
 3 485 521 contacts



Digital - Facebook et Instagram
 📍 Nouvelle-Aquitaine
 Du 22 novembre au 18 décembre



Digital - Le Bon Coin
 Multi formats web
 📍 National
 Octobre
 573 111 vues et 7 559 clics

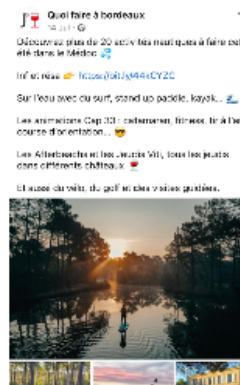


Digital
Quoi faire à Bordeaux ?
 Publi-rédactionnel web
 📍 Gironde
 4 octobre
 78 500 vues

CAMPAGNE MÉDOC ATLANTIQUE TRAVEL



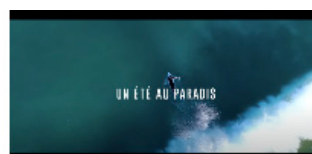
Digital - Google Ads
 Activités pleine nature
 Activités nautiques -
 Vignobles - Bien-Être
 📍 National
 Juillet à octobre
 505 000 vues
 7 000 clics



Digital - Quoi faire à Bordeaux ?
 Post sponsorisé
 📍 Gironde
 14 juillet
 34 284 couvertures
 41 clics



Cinéma - L'Escoure
 Vidéo de 20s
 📍 Lacanau
 Juillet à septembre
 6 300 spectateurs



Cinéma - Océanic
 Vidéo de 20s
 📍 Soulac-sur-Mer
 Juillet à septembre
 11 569 spectateurs

2.3 STRATÉGIE DIGITALE

MÉDIAS DIGITAUX

Marketing direct

Newsletters BtoC*

13 newsletters

11 346 contacts en moyenne

taux d'ouverture moyen : 35,53%

taux de clic moyen : 4,98%

Newsletters BtoB*

13 newsletters

2 495 contacts en moyenne

taux d'ouverture moyen : 30%

taux de clic moyen : 4%

*BtoC : Business to consumers

*BtoB : Business to business

Réseaux sociaux



14 208

abonnés au 31/12/2022



17 073

abonnés au 31/12/2023

+ 20%

Abonnés des pages communes :

- Lacanau : 1 797 (+0,3%)
- Carcans : 1 657 (+10,6%)
- Hourtin : 1 196 (+10%)
- Grayan-et-l'Hôpital : 1 138 (+1,1%)
- Soulac-sur-Mer : 8 003 (+3,6%)
- Le-Verdon-sur-Mer : 1 815 (+5,7%)
- Saint-Vivien-de-Médoc : 676 (+10,6%)

Moyenne d'âge :

- 18-24 ans : 2,4%
- 25-34 : 16,2%
- 35-44 : 28%
- 45-54 : 26,6%
- 55-64 : 14,8%
- 65+ : 12%

Sexe :

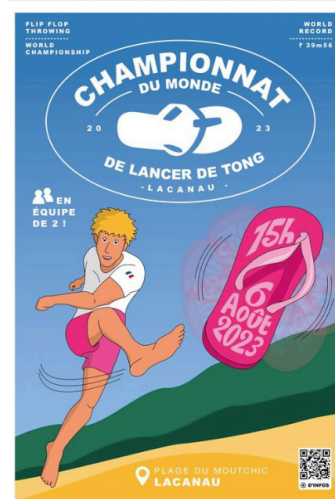
- Femmes : 66%
- Hommes : 34%

Villes :

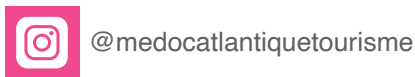
- Bordeaux : 5,9%
- Lacanau : 2,2%
- Paris : 1,7%
- Hourtin : 1,7%
- Carcans : 1,5%

MEILLEUR POST

Médoc Atlantique Tourisme est à Lacanau
1 août 2023
Le Championnat du monde de lancer de tong revient pour une nouvelle édition. Ne ratez pas ce rendez-vous unique où une cinquantaine d'équipes vont se disputer le titre de Champion du monde de lancer de tong !
Le 6 août
En voir plus



- Couverture : 1 100 000
- Likes : 2 600
- Commentaires : 2 400
- Partages : 826



6 845 abonnés au 31/12/2022 **9 076** abonnés au 31/12/2023 **+ 32%**

Moyenne d'âge :

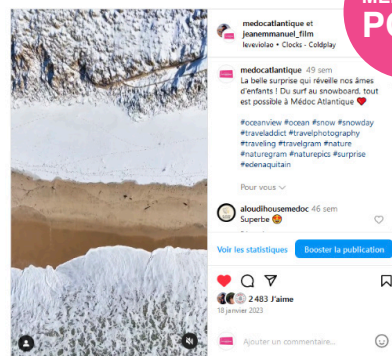
25-34 : 28,6%
35-44 : 29,8%
45-54 : 21,6%
55-64 : 9,8%
18-24 ans : 6,3%
65+ : 3,9%

Sexe :

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

Villes :

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



MEILLEUR POST

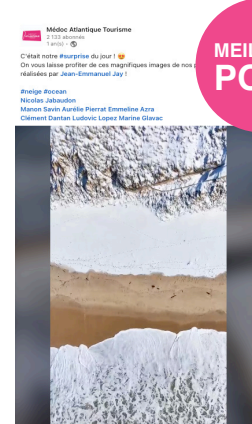
Couverture : 78 962
Likes : 2483
Commentaires : 100
Partages : 76



1 606 abonnés au 31/12/2022 **2 120** abonnés au 31/12/2023 **+ 26%**

Villes et leur périphérie :

Bordeaux : 42,6%
Paris : 6,6%
La Rochelle : 4,7%
Lyon : 3,6%
Pau : 2,2%



MEILLEUR POST

Couverture : 16 581
Likes : 476
Commentaires : 9
Partages : 59



2 225 abonnés au 31/12/2022 **2 230** abonnés au 31/12/2023 **+ 0,3%**

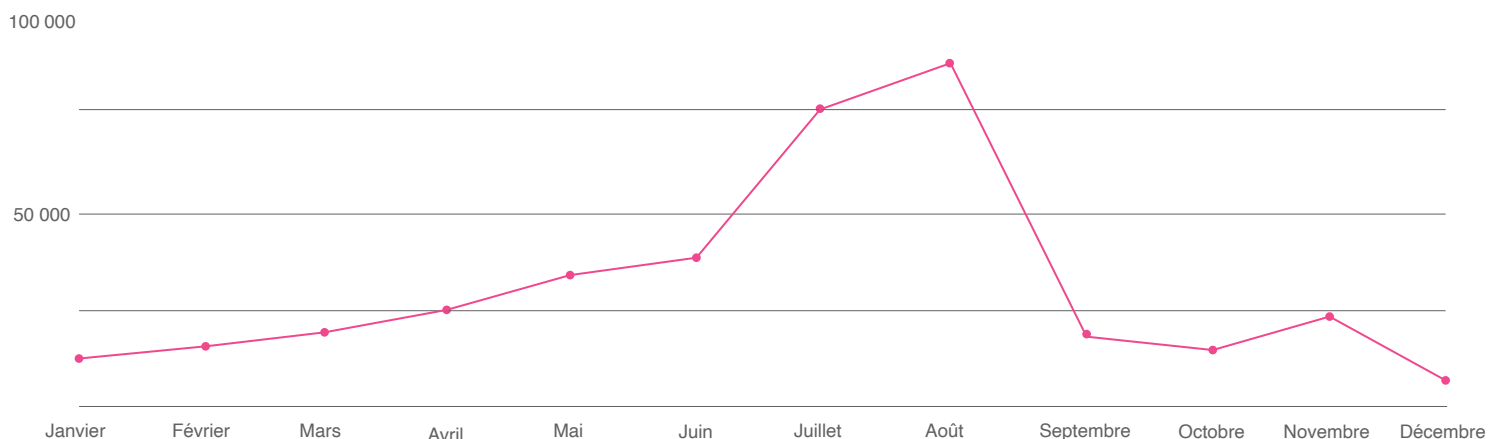


245 abonnés au 31/12/2022 **418** abonnés au 31/12/2023 **+85%**



2 200 vues au 31/12/2022 **2 644** vues au 31/12/2023 **+18%**

Nombre de sessions par mois



Données globales

714 000 visites

1 553 000 pages vues

2 minutes et 6 secondes passées en moyenne

3,1 actions (pages vues, téléchargements, liens cliqués...)

Supports d'utilisation

Mobile : 64%

Desktop : 32%

Tablette : 4%

Canaux d'acquisition

Moteurs de recherche : 66%

Direct : 25%

Sites tiers : 6%

Campagnes digitales : 1%

Réseaux sociaux : 1%

Production visuelle

VIDÉO L'EDEN AQUITAIN EN TOUTES SAISONS

À partir des tournages réalisés en 2022 et 2023 présentant la destination Médoc Atlantique, le vidéaste médocain Jean-Emmanuel Jay a produit une version "[toute saison](#)" afin de promouvoir l'Eden Aquitain tout au long de l'année.

Vidéaste : Jean-Emmanuel Jay

Musique créée par : Kölo Beats - Valentin Colomina

Diffusion : à partir de 2024



Production photographiques

Cinq reportages ont été réalisés de mai à décembre afin de compléter et actualiser la photothèque :

- 2 au printemps - Nohcab & Jean-Emmanuel Jay
- 1 en été : Gaëtan Leprévost
- 1 en automne : Noé Bugnot
- 1 en hiver : Gaëtan Leprévost

Ces reportages ont fait la part belle à l'humain afin de mettre en valeur les principales activités de la destination avec des figurants de tout âge.

Un total de plus de 1 200 photos a été possible grâce à la collaboration des partenaires de l'Office de Tourisme et de figurants bénévoles.



2.4 RELATIONS MÉDIAS

BILAN PRESSE

Les relations médias sont au cœur du dispositif de séduction et de fidélisation.

La destination, de par sa riche diversité, séduit tous les types de médias qui sont de puissants relais d'information à vocation inspirationnelle et favorisant la fidélisation.

Un plan d'actions comprenant l'envoi de dossiers et de communiqués de presse a été déployé toute l'année en étroite collaboration avec l'agence RevolutionR.

Ce sont 37 communiqués de presse et 2 dossiers de presse (printemps-été 2023 et automne-hiver 2023-24), traduits en anglais et en allemand qui ont été diffusés.

Grâce à ces actions, près de 6 000 000 000 de français ont été exposés à la marque Médoc Atlantique Tourisme soit environ 101 fois pour chaque français de plus de 15 ans.

Les équivalences d'achat d'espaces publicitaires se montent à plus de 31 000 000 €.

Ce qui représentent 678 fois le budget investi par l'Office de Tourisme pour mener ces actions.

TV

Nombre de reportages : 107

Nombre de contacts touchés : 121 084 157

Équivalence publicitaire : 5 836 259 €

RADIO

Nombre de reportages : 49

Nombre de contacts touchés : 19 273 612

Équivalence publicitaire : 715 216 €

PRESSE ÉCRITE

Nombre de reportages : 311

Nombre de contacts touchés : 57 107 490

Équivalence publicitaire : 2 992 475 €

WEB

Nombre de reportages : 371

Nombre de contacts touchés : 5 586 348 730

Équivalence publicitaire : 22 345 394 €

Sources : Kantar / RevolutionR et Médoc Atlantique Tourisme

ACCUEIL JOURNALISTES ET INFLUENCEURS

En 2023, l'Office de Tourisme a accueilli 29 journalistes et influenceurs entre les mois de janvier et de novembre.

NOHCAB

Nohcab Wanders - Laura LAUBERT &
Mathieu BACHON

24 au 26 janvier

Découverte de la destination au printemps

Hebbonair

Hebbonair - Andrew THREFALL

24 au 29 avril

Vélodyssée - Gastronomie - Viticulture

L'Humanité

L'Humanité - Georgia Diaz

16 et 17 juin

Lacanau Beach Handball Xperience



Le Routard - Zoé Danner

27 et 28 août

Référencement pour la nouvelle édition
du Guide du Routard Nouvelle-Aquitaine



Rustica



DANDY
« La mode se démode, le style jamais » (Coco Chanel)

VOYAGE DE PRESSE "PATRIMOINE & ŒNOTOURISME"

Organisé par Médoc Atlantique Tourisme et l'agence RevolutionR

2 au 5 octobre

► La DH (mensuel Belge) - Gery DE MEAT - 2 au 4 juin

Gastronomie, Vignoble et Espaces naturels

► Influenceurs - Lacanau Beach Handball Xperience - 16 et 17 juin

Découverte de Lacanau dans le cadre du Lacanau Beach Handball Xperience avec la Fédération Française de Handball
@zoulliart (54 500 followers) - @maximemusqua (136 000 followers) - @nicolasfleury_ (29 800 followers)

► NOW Medium - Dietmar Welle - 1^{er} au 10 août

Surf, activités nautiques et œnotourisme

► Ultra Sport - Stefan Schlett - 30 août au 5 septembre

Marathon des Châteaux du Médoc et activités complémentaires pour un séjour sport & découverte à Médoc Atlantique

► Inspiration de la Vie - Léna Martin - 23 au 25 septembre

Campagne #ExploreFrance en collaboration avec Atout France et le Comité Régional du Tourisme Nouvelle Aquitaine.
Bien-être et nature

RENCONTRE PRESSE NATIONALE

18 avril

📍 Le Perchoir à Paris

10 journalistes

- ▶ GEO L'HISTOIRE
- ▶ L'ÉQUIPE MAG
- ▶ GOURMAND
- ▶ LES ÉCHOS MAG
- ▶ VSD
- ▶ HÔTEL & LODGE
- ▶ LE ROUTARD
- ▶ CAMPING CAR MAGAZINE
- ▶ REVUE ESPACES

9 partenaires

- ▶ AMBASSADEUR SPORTIF, QUENTIN VLAMYNCK
- ▶ AQUITAINE RAID
- ▶ ASSOCIATION DES PHARES DE CORDOUAN ET DE GRAVE ET DE L'ASSOCIATION COMMUNALE DU PHARE DE RICHARD
- ▶ CARAÏBOS LACANAU PRO
- ▶ E LECLERC FRENCHMAN
- ▶ LACANAU BEACH HAND XPERIENCE
- ▶ ODG MÉDOC
- ▶ SUNSKA FESTIVAL



RENCONTRE PRESSE NATIONALE

BILAN 2023

12 mini-vidéos sur 12 sites du territoire

24 photographies

22 retombées TV (JT, matinales et chaînes météo)

188 683€ équivalents publicitaires

TOP DIFFUSEURS

TF1

France 2

LCI

BFM TV

CNews



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 2023

- ▶ Edition d'un "guide des conseils d'accueil de clientèles allemandes"
- ▶ Voyage de presse "Cyclotourisme" (26 juin au 1^{er} juillet)
5 médias nationaux allemands : Badische Zeitung - Britta Schmidt - Camping Magazine - Nürnberger Nachrichten
- ▶ Voyage de presse "Initiatives Durables" (4 au 8 septembre)
3 médias nationaux néerlandais : NDC Media - Wereldreizigers.nl - "Travel around with Her" & Wellness Spots
- ▶ Accueil influenceurs "Travelisto" (3 au 5 octobre)
Campagne "Pincamp.de"
Du Verdon-sur-Mer à Lacanau : camping et activités famille durant les vacances de la Toussaint
- ▶ Campagne digitale #ExploreFrance tournée vers le tourisme durable « Dream big, live slow »



Contrat destination Côte Atlantique - Accueil presse



Accueil Influenceurs
Travelisto

Contrat de destination Bordeaux

Marchés cibles : Allemagne, Belgique

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 2023

► Campagne BtoC - marché Allemand (mai - juin)

Publi-rédactionnel dans le cahier voyages du Frankfurter Allgemeine Zeitung et Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung

Publi-rédactionnel dans le magazine Leben & Erziehen (cible familles)

Affichage numérique en gare – Réseau DOOH (spot 15s)

Campagne digitale : display + social

► Eductour + workshop européen BtoB (19 au 21 juin)

Dans le cadre du contrat de destination en partenariat avec Gironde Tourisme et plusieurs offices de tourisme du département, Médoc Atlantique a accueilli 20 professionnels du tourisme européen sur la destination (Allemagne, Royaume-Uni, Luxembourg, Suisse, Italie, Belgique et Espagne). Cette action de promotion s'est conclue lors du workshop à Bordeaux avec des rendez-vous individuels avec chaque professionnel.

► Voyage de presse "Bordeaux & la Côte Atlantique" dans le cadre de l'ouverture de la ligne directe Francfort - Bordeaux (8 au 12 juillet)

5 médias nationaux allemands : FAS - Die Stuttgarter Online-Zeitung - LAYERS Online Magazin - VivArt Magazin - Frankfurter Rundschau

► Participation sous la bannière Bordeaux Wine Trip à l'événement Eat Festival à Bruxelles (28 septembre au 1^{er} octobre)



TOURNÉES MÉDIATIQUES

Allemagne

L'Office de Tourisme a participé du 6 au 9 février à la tournée médiatique organisée par Atout France à Munich, Francfort, Düsseldorf et Berlin.

À cette occasion, Médoc Atlantique Tourisme a pu rencontrer plus de 80 journalistes allemands et réaliser une promotion ciblée de la destination en fonction du centre d'intérêt de leur média.

Cette tournée a donné lieu à l'accueil de trois journalistes en 2023 et sur 12 retombées presse.

Belgique

Le 8 février, l'Office de Tourisme était présent à Collection France, un événement organisé par Atout France Belgique dédié à la promotion des destinations françaises auprès de la presse belge.

Lors de cette journée, Médoc Atlantique Tourisme a pu rencontrer 12 journalistes et influenceurs belges ; rencontres qui se sont concrétisées par un accueil presse en 2023.

Royaume-Uni

Afin de renforcer notre visibilité auprès du marché britannique, Médoc Atlantique Tourisme était présent à l'événement presse et influenceurs organisé par Atout France à Londres : l'IMM - TravMedia. Près de 50 rendez-vous individualisés avec les médias britanniques ont ainsi été réalisés les 14 et 15 mars.

Suisse

Médoc Atlantique Tourisme a participé les 12 et 13 septembre à une tournée médiatique en Suisse, à Lausanne et Zurich, sur la thématique « Accompagner les enjeux de transformations ». L'occasion d'échanger avec près de 45 médias et de faire connaître la destination.



Allemagne



Royaume-Uni



Suisse

2.6 ÉVÉNEMENTIEL

LE FESTIVAL DU COURT THÉÂTRE - 2^E ÉDITION

Dates : 27 et 28 mai - 2^e édition du Festival du Court Théâtre

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

2 500 spectateurs

1 jury de 3 professionnels dont Julien Delbes, Directeur du Cours Florent Bordeaux

2 prix remis :

- 1^{er} prix : 22h22 pour « La Confiture de Coing »
- 2^e prix : Compagnie Bleu pour « Partage du Midi »

Campagnes de communication



@festivalducourttheatre
210 abonnés



Festival du Court Théâtre
963 abonnés

Affichage

Affiche 30x40cm

📍 Médoc & Nord

Métropole Bordeaux

60 jours

Insertions publicitaires

Ma ville et moi - Pleine page - 25 000 exemplaires

Sud Ouest - Pleine page "Grand angle" - 328 000 lecteurs potentiels

Journal du Médoc - Zoom 2 Page Actus ou Loisirs - 50 000 lecteurs potentiels

WIT FM - Reportage avec teasing sur le site de la radio - 12 290 vues



RETOMBÉES PRESSE

▶ **Sud Ouest** - Maubuisson : Le Festival du court théâtre se tiendra les 27 et 28 mai - *Le 21 mai*

▶ **Quoi faire à Bordeaux ?** - RDV ce weekend à Carcans Maubuisson pour le Festival du Court Théâtre - *Le 24 mai*

▶ **Journal du Médoc** - Douze troupes sur scène à Maubuisson - *Le 26 mai*

▶ **Journal du Médoc** - Du court mais bon théâtre ! - *Le 2 juin*

LA BAMBINO FAIT SON SHOW !

Dates : 10 et 11 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

1 200 participants

8 intervenants : guignols, chanteurs, dj, conteurs...

Démarche durable

“La Bambino fait son Show” a adopté une démarche durable en proposant des animations participatives (sensibilisation au tri), 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
48 abonnés

 La Bambino fait son show
123 abonnés

Affichage

Affichage commerces et espaces libres

📍 Médoc & Nord Métropole Bordeaux

60 jours



Insertions publicitaires

▶ **Clubs & Comptines** - Facebook - 11 000 abonnés

▶ **Enfant-bordeaux.fr** - Reportage - 9 000 abonnés

▶ **Quoi faire à Bordeaux** - Facebook - 28 642 vues

▶ **Sud Ouest** - Médoc & Bassin d'Arcachon - ¼ de page - 76 400 lecteurs

▶ **Journal du Médoc** - Médoc - Publi-rédactionnel - 50 000 lecteurs

AFTERBEACH

Dates : 12 juillet au 23 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 dont 3 à Médoc Atlantique

591 participants (en moyenne : 42 personnes par soirée)



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

520 participations au jeu

Réseaux sociaux - Facebook Ads

13 publications sponsorisées

- *couvertures totales : 166 728 (le nombre de personnes qui ont vu une publicité au moins une fois)*
- *interactions avec les publications : 2 502*
- *réponses à des évènements : 2 008*
- *coût par réponse à un évènement : 0,58€*
- *taux d'interaction moyen avec l'évènement: 1,10%*

Digital - Quoi faire à Bordeaux

1 article publié - Juillet

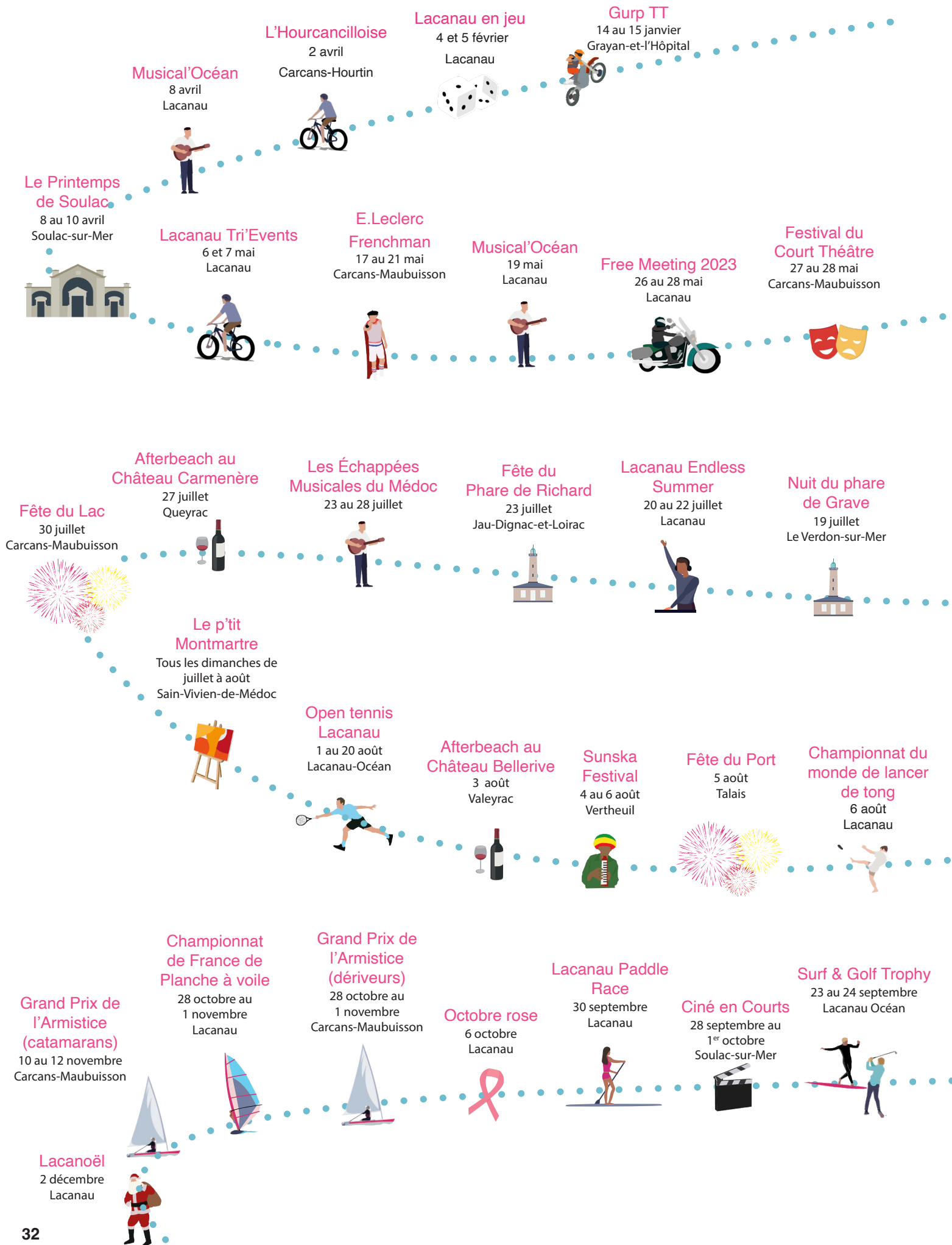
Une publication Facebook - 10 juillet

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

31 likes sur ce post - 2 commentaires - 3 partages



ÉVÉNEMENTS SOUTENUS OU ORGANISÉS PAR L'OFFICE DE TOURISME EN 2023



Gliss'Art Festival
27 au 29 mai
Lacanau



Soulac 1900
2 au 4 juin
Soulac-sur-Mer



Championnat de France de Longe Côte
3 et 4 juin
Carcans-Maubuisson



Fête de la Pirogue
10 et 11 juin
Carcans-Maubuisson



La Bambino fait son show !
10 et 11 juin
Hourtin



Lacanau Beach Hand Xperience
16 au 18 juin
Lacanau-Océan



Lacanau Wind Trophée
24 et 25 juin
Lacanau



Fête de l'Huître
8 juillet
Talais



Afterbeach au Château Bellelive
13 juillet
Valeyrac



Virée des Galopins
16 juillet
Soulac-sur-Mer



Championnat de France Minimes
8 au 15 juillet
Carcans-Maubuisson



Grand Prix de Maubuisson
13 août
Carcans-Maubuisson



Afterbeach au Château Saint-Hilaire
17 août
Queyrac



Nuit du phare de Grave
19 juillet
Le Verdon-sur-Mer



Caraïbos Lacanau Pro
14 au 20 août
Lacanau-Océan



Musical'Océan
21 au 26 août
Lacanau



Soulac fête la mer
6 août
Soulac-sur-Mer



Afterbeach au Château Carmenère
10 août
Queyrac



Championnat de France de Tarot Sénior
16 au 21 septembre
Carcans-Maubuisson



Lady Surfing Day
16 septembre
Carcans-Maubuisson



Naujac Bus Camp
15 au 17 septembre
Naujac-sur-Mer



Fête de la navigation
9 au 10 septembre
Lacanau



Fête de l'Environnement, de la Forêt et des Métiers du Médoc
8 au 10 septembre
Carcans-Maubuisson



Fête de la pirogue
2 au 3 septembre
Lacanau



Marathon des Châteaux du Médoc
2 septembre
Pauillac

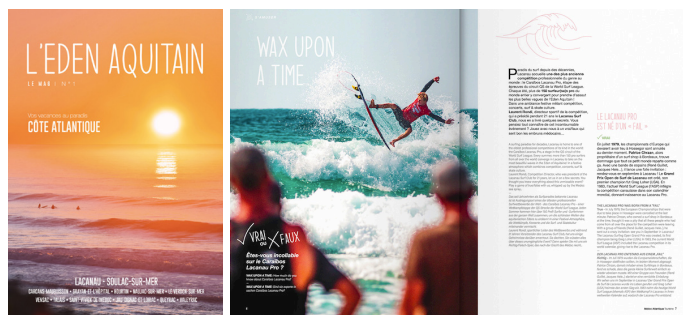


2.7 ÉDITIONS

MAGAZINE L'EDEN AQUITAIN NOUVEAUTÉ

Élaboré par l'Office de Tourisme, ce magazine vise à renforcer la visibilité de la destination auprès des clientèles nationales. Distribué dans des villes stratégiques telles que Paris, Toulouse, Lyon et Bordeaux, l'objectif est de séduire de nouveaux vacanciers. Grâce à des contenus éditorialisés captivants et des images de qualité, l'Eden Aquitain offre une immersion complète dans l'expérience unique que propose le territoire.

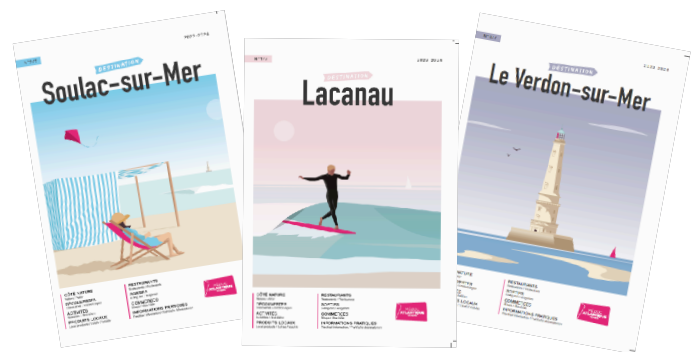
35 000 exemplaires



GUIDES LOCAUX

Pour accompagner de façon personnalisée les vacanciers pendant leur séjour à Médoc Atlantique, l'Office de Tourisme propose une collection de Guides Locaux - entièrement réalisés en interne - favorisant la visibilité de chaque commune de la destination.

102 500 exemplaires



FLYER BALADES & DÉCOUVERTES

Un flyer dédié aux activités, visites et événements commercialisés sur la plateforme Médoc Atlantique Travel, dans les Offices de Tourisme ou sur le site internet a été édité.

Les QR Codes présents sur ce document ont favorisé les réservations en ligne.

10 000 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» - 12 000 exemplaires

Guides des marées «Pointe» - 12 000 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.

70 000 exemplaires



L'AGENDA

Pour favoriser la promotion des événements organisés à Médoc Atlantique, l'Office de Tourisme édite deux agendas, le premier dédié "Lacs Médocains" (Lacanau, Carcans-Maubuisson, Hourtin) et le second à la "Pointe du Médoc" (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 13 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
- marchés de Noël ...

Ils sont remis dans les Offices de Tourisme et téléchargeables sur le site internet ainsi que depuis les 13 bornes d'information.



2.8 PROMOTION

AMBASSADEURS DE LA DESTINATION

En 2023, l'Office de Tourisme poursuit son programme d'Ambassadeurs afin de favoriser le rayonnement de la destination auprès de public varié.

Les 20 membres 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 divers événements de la destination.

Nos ambassadeurs 2023

Lou Peter - Waveski - 20 ans

📍 Lacanau

🏆 Championne d'Europe de Waveski

Laura Phily - Equitation et Ski nautique - 28 ans

📍 Carcans

🏆 Vainqueur du Grand Prix Amateur 2 à Pessac Equitation - 7^e aux Championnats du Monde de ski nautique "Figures"

Teïva Tartas - Longboard - 18 ans

📍 Lacanau

🏆 24^e en Longboard Open France

Ludovic Teulade - Stand Up Paddle- 27 ans

📍 Lacanau

🏆 6^e aux championnats du monde SUP Long Distance Open men

Médoc Va'a - Pirogue Hawaïenne

📍 Carcans

🏆 Multiples titres et médailles aux championnats de France de Va'a

Béatrice Duran - Para-Surf - 51 ans

📍 Carcans

🏆 Championne du monde de para-surf par équipe

Pierre Lamothe - Surf - 17 ans

📍 Lacanau

🏆 3^e aux Championnats de France surf junior

Agathe Rodier - SUP - 30 ans

📍 Lacanau

🏆 14^e aux worlds SUP Festival

Keloha Rondi - Lacanau - 16 ans

📍 Carcans

🏆 32^e Classement surf junior

Maïa Berri - Voile - 16 ans

📍 Hourtin

🏆 9^e aux Championnats de France espoir en ilca4

Alexandre Bicrel - Waterman- 23 ans

📍 Le Verdon-sur-Mer

Teva Bouchgua - Surf - 22 ans

📍 Carcans

🏆 Vainqueur de l'African Championship à Agadir

Elijah Chort - Surf - 18 ans

📍 Lacanau

🏆 13^e du Caraïbos Lacanau Pro

Armand Genevois - Planche à voile - 20 ans

📍 Carcans

🏆 3^e aux championnats d'Europe IFCA à Torbole.

Quentin Clavaud-Paul - Judo - 33 ans

📍 Carcans

🏆 4^e aux Championnats d'Europe de l'ADCC (Grappling)

Thaïs Delpit - Coiffure - 19 ans

📍 Lacanau

🏆 Intégration de l'équipe de France de coiffure

Antoine Duhau - Surf - 20 ans

📍 Lacanau

🏆 2^e à la Wintercup

Paul Noel - Golf - 17 ans

📍 Lacanau

🏆 4^e du Grand Prix Médoc

Enzo Levraut- Moto - 18 ans

📍 Soulac-sur-Mer

🏆 5^e de la Coupe du Monde de motocross

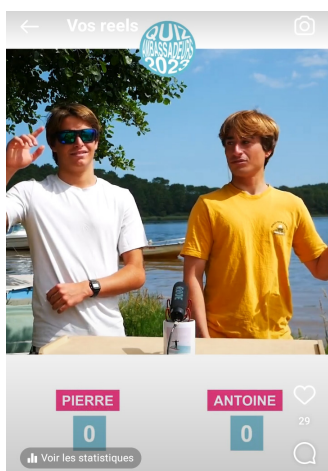
Quentin Vlamynck - Course au large - 30 ans

📍 Le Verdon-sur-Mer

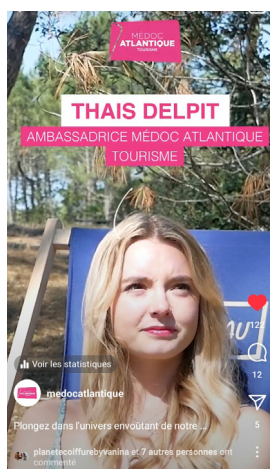
🏆 Vainqueur de la Transat Jacques Vabre en Ocean Fifty

Nos actions de promotion

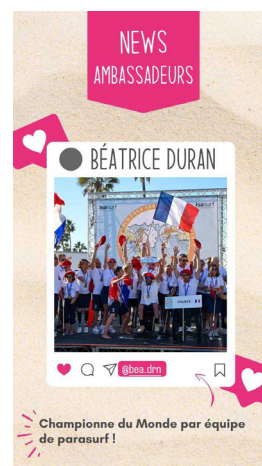
- ▶ Des événements et temps d'échange tout au long de l'année :
 - lancement de la Team Ambassadeurs 2023 en avril à Carcans-Maubuisson
 - déjeuner presse à Paris
 - séances de dédicaces lors du Caraïbos Lacanau Pro
- ▶ **28** vidéos réalisées et partagées sur les réseaux sociaux de Médoc Atlantique Tourisme (Facebook, Instagram, YouTube) comprenant :
 - des interviews
 - des quizz "Incollables sur Médoc Atlantique"
- ▶ **130** publications sur les réseaux sociaux de Médoc Atlantique Tourisme (Facebook, Instagram, YouTube)
- ▶ et plus de **500** messages échangés par WhatsApp, SMS, Instagram, etc....



Vidéo
Quizz Ambassadeur



Vidéo
Portrait Ambassadeur



Publication
News Ambassadeur

ACCUEIL & INFORMATIONS





MISSIONS

L'ACCUEIL

Venir à la rencontre des conseillers en séjour est la promesse d'un conseil attentif, personnalisé et chaleureux. Véritables passionnés, ils partagent leur amour de la destination et la richesse de notre territoire avec tous les visiteurs, locaux comme touristes.

Tout au long de l'année, ils assurent une veille permanente de l'information afin de la garantir la plus fiable, à jour et exhaustive possible.

En juillet et août, ils contactent les hébergeurs toutes les semaines afin de pouvoir proposer une liste de disponibilités en temps réel dans les Offices de Tourisme et sur les bornes d'information.

En haute saison, en plus des 7 bureaux d'accueil, les équipes vont au plus proche des visiteurs sur le Bac entre Le Verdon-sur-Mer et Royan, aux pots d'accueil des hébergeurs ainsi qu'aux événements majeurs de la destination.

LA FORMATION DES EXPERTS LOCAUX

Dès leur arrivée, les équipes de saisonniers qui intègrent le pôle Information-Accueil, bénéficient de 5 à 10 jours de formation en fonction de la durée de leur contrat.

Cette formation comprend :

- une réunion d'information transversale pour comprendre le rôle de chacun et l'organisation de l'Office de Tourisme
- deux éductours (un du côté des Lacs Médocains et un du côté de la Pointe du Médoc) accompagnés par une conseillère en séjour permanente afin de découvrir les atouts majeurs de la destination
- une journée de formation pour appréhender les différents logiciels utilisés au sein du pôle
- des journées d'immersion avec les conseillères en séjour permanentes dans leurs Offices de Tourisme de référence pour la saison.

3.1 DISPOSITIF ACCUEIL

LES ÉQUIPES ACCUEIL

SOULAC-SUR-MER

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

SAINT-VIVIEN-DE-MÉDOC

1 permanente
1 saisonnier d'avril à septembre

GRAYAN-ET-L'HÔPITAL

1 saisonnier de mai à septembre

LACANAU

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

HOURTIN

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

CARCANS - MAUBUISSON

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

LE VERDON-SUR-MER

1 saisonnier en juillet-août

BAC LE VERDON-SUR-MER / ROYAN

1 saisonnier en juin à septembre

FRÉQUENTATION DES OFFICES DE TOURISME

LACANAU

31 195 visiteurs
ouvert à l'année

CARCANS

19 268 visiteurs
ouvert d'avril à novembre

HOURTIN

13 268 visiteurs
ouvert d'avril à septembre

GRAYAN-ET-L'HÔPITAL - NOUVEAU AU GURP !

2 381 visiteurs
ouvert de mai à septembre

SAINT-VIVIEN-DE-MÉDOC

4 543 visiteurs
ouvert à l'année (mercredi matin d'octobre à mars)

SOULAC-SUR-MER

43 286 visiteurs
ouvert à l'année

LE VERDON-SUR-MER

895 visiteurs
ouvert en juillet-août

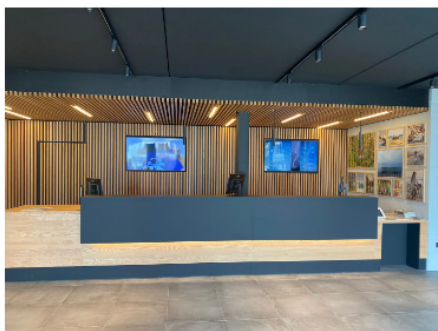
BAC LE VERDON-SUR-MER / ROYAN

3 600 répondants à l'enquête clients
De mi-juin à mi-septembre

29 collaborateurs.trices

DES BUREAUX D'ACCUEIL RÉNOVÉS

Après la rénovation de l'Office de Tourisme de Soulac-sur-Mer en 2022, l'année 2023 a vu celle de Carcans-Maubuisson, inauguré le 8 avril, et l'installation d'une structure modulaire au Gulp sur la commune de Grayan-et-l'Hôpital.



Carcans



Carcans



Grayan-et-l'Hôpital

LE VÉHICULE ITINÉRANT «MAT MOBILE»

Pour sa deuxième année de mise en service, la «MAT mobile», véritable Office de Tourisme itinérant a sillonné les routes afin de renseigner et promouvoir. D'avril à septembre, les conseillers en séjour ont été à la rencontre des touristes et locaux lors des événements majeurs de la destination.

CHIFFRES-CLÉS

Plus de **6 000 contacts enregistrés**.

Présence lors de **37 événements** dont :

- Lacanau Beach Hand
- Fête de l'huître de Talais
- Fête du Phare de Richard à Jau-Dignac-et-Loirac
- Nuit du Phare de Grave
- Soulac 1900
- Vide-greniers à Queyrac
- Marchés nocturnes à Carcans, Grayan-et-l'Hôpital, Hourtin, Le Verdon-sur-Mer, Valeyrac, Talais ainsi que Saint-Vivien-de-Médoc



PRÉSENCE AUX POTS D'ACCUEIL DES CAMPINGS PARTENAIRES

Dans le cadre de la poursuite de la stratégie « hors les murs », des conseillers en séjour de Médoc Atlantique Tourisme se sont rendus aux pots d'accueil des campings partenaires en juillet et août.

Ce sont plus de **2 200** personnes qui ont ainsi pu être renseignées lors de ces moments conviviaux lors de 56 pots d'accueil dans **7** campings de la destination.

LE BAC LE VERDON-SUR-MER ET ROYAN

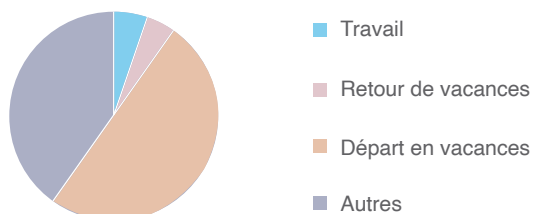
De mi-juin à mi-septembre, 5 jours par semaine, des conseillers en séjour de Médoc Atlantique Tourisme étaient présents sur le bac entre Le Verdon-sur-Mer et Royan.

En plus de leurs missions d'information et de conseil, une enquête client a été menée auprès de plus de 3 600 usagers.

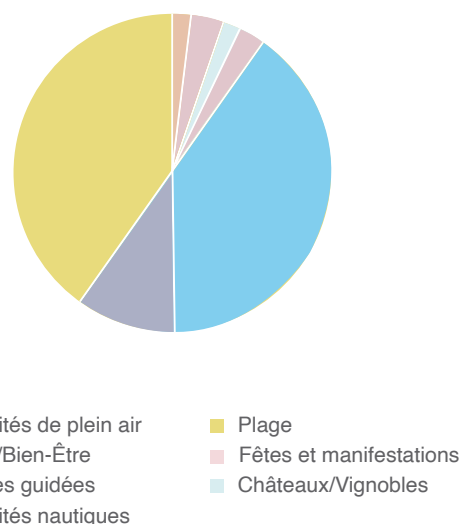
Extraits de cette enquête

De Royan vers Le Verdon-sur-Mer

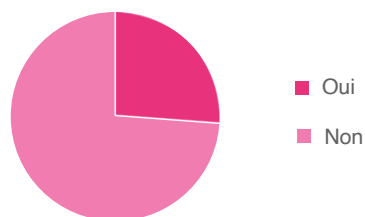
Quel est le motif de votre voyage ?



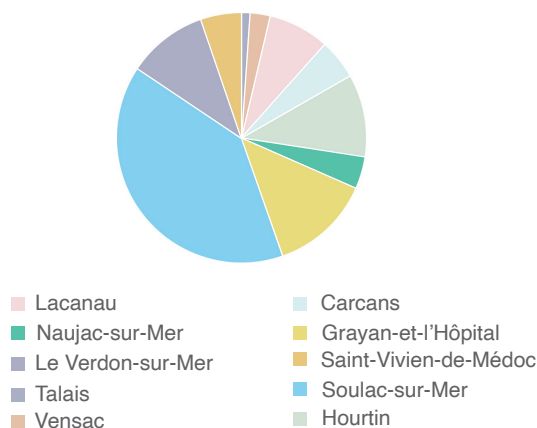
Quels types d'activités allez-vous pratiquer durant votre séjour ?



Est-ce la première fois que vous venez à Médoc Atlantique ?

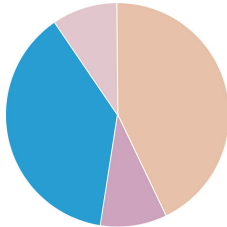


Sur quelle commune allez-vous résider ? (Médoc Atlantique)



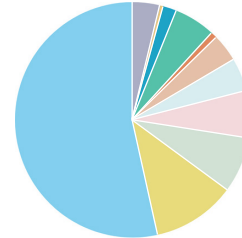
Du Verdon-sur-Mer à Royan

Quel est le motif de votre voyage ?



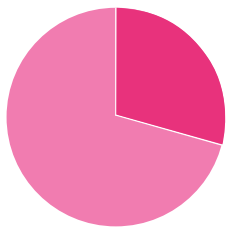
■ Départ en vacances ■ Travail
■ Retour de vacances ■ Autres

Sur quelle commune allez-vous résider ? (Médoc Atlantique)



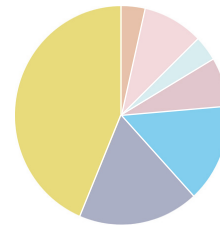
■ Lacanau ■ Carcans
■ Naujac-sur-Mer ■ Grayan-et-l'Hôpital
■ Jau-Dignac-et-Loirac ■ Saint-Vivien-de-Médoc
■ Talais ■ Soulac-sur-Mer
■ Vensac ■ Hourtin
■ Queyrac

Était-ce la première fois que vous veniez à Médoc Atlantique ?



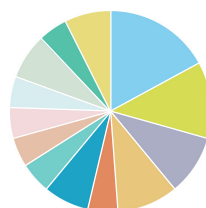
■ Non ■ Oui

Quels types d'activités allez-vous pratiquer durant votre séjour ?



■ Activités de plein air ■ Plage
■ Soin/Bien-Être ■ Fêtes et manifestations
■ Visites guidées ■ Châteaux/Vignobles
■ Activités nautiques

Sur quelle commune allez-vous résider ? (Médoc Atlantique)



■ Lacanau ■ Carcans
■ Naujac-sur-Mer ■ Grayan-et-l'Hôpital
■ Jau-Dignac-et-Loirac ■ Saint-Vivien-de-Médoc
■ Talais ■ Soulac-sur-Mer
■ Vensac ■ Hourtin
■ Queyrac ■ Valeyrac
■ Le Verdon-sur-Mer

3.2 PROFIL DES VISITEURS

RÉPARTITION DES VISITEURS

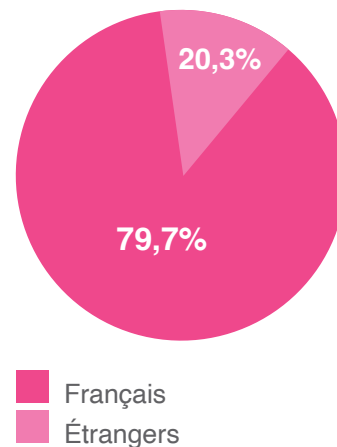
TOP 3 VISITEURS ÉTRANGERS

- Allemagne
- Belgique
- Royaume-Uni

TOP 3 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES

1. Itinérance : vélo, randonnée
2. Plages et baignades
3. Visites de Châteaux

RÉPARTITION DES VACANCIERS



LES BORNES D'INFORMATIONS

Médoc Atlantique Tourisme compte 13 bornes d'informations touristiques :

NOMBRE TOTAL DE CONSULTATIONS DES BORNES

Jau-Dignac-et-Loirac ▶ 13 592	Le Pin Sec ▶ 1 802
Grayan-et-l'Hôpital ▶ 2 329	Carcans-Ville ▶ 710
Lacanau-Océan ▶ 2 125	Valeyrac ▶ 1 087
Carcans-Maubuisson ▶ 3 962	Queyrac ▶ 3 123
Soulac-sur-Mer ▶ 1 892	Le Verdon-sur-Mer ▶ 1 349
Saint-Vivien-de-Médoc ▶ 2 590	Hourtin Ville ▶ 1 175

LES PAGES LES PLUS CONSULTÉES

1. Météo
2. Activités
3. Activités en extérieur
4. Agenda
5. Informations pratiques

Borne de Lacanau Ville non accessible pour cause de travaux en 2023

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	4,5 / 5
Hourtin	4,2 / 5	3 / 5
Lacanau	4,2 / 5	4,5 / 5
Le Verdon-sur-Mer	4,2 / 5	-
Saint-Vivien-de-Médoc	4,3 / 5	-
Soulac-sur-Mer	4,3 / 5	4 / 5

L Les poulets
14 avis · 13 photos
★★★★★ il y a un an

Office de tourisme bien situé, et facilement accessible. Ouvert toute la journée pendant la période estivale ce qui est très appréciable.
Personnel accueillant, à l'écoute, force de proposition selon nos envies.
Ces conseils nous ont permis de pleinement profiter des vacances, avec des petites adresses au top !

Phil
Local Guide · 350 avis · 528 photos
★★★★★ il y a 8 mois

Très bon accueil. Ont répondu à nos attentes. Personnel agréable. Nous ont aidé à réserver nos places de cinéma sur le site de ce dernier.

F Francoise AMSLER
11 avis
★★★★★ il y a un an

Accueil souriant et particulièrement chaleureux de l'hôtesse dont l'objectif est vraiment de venir en aide au visiteur et de répondre avec compétence à sa demande.

LES ENQUÊTES CLIENT

Le dispositif d'enquête clients est disponible sur tablettes et diffusé dans les points d'accueil de Médoc Atlantique Tourisme ainsi que sur les outils digitaux.

NOMBRE DE RÉPONSES PAR LIEU DE COLLECTE

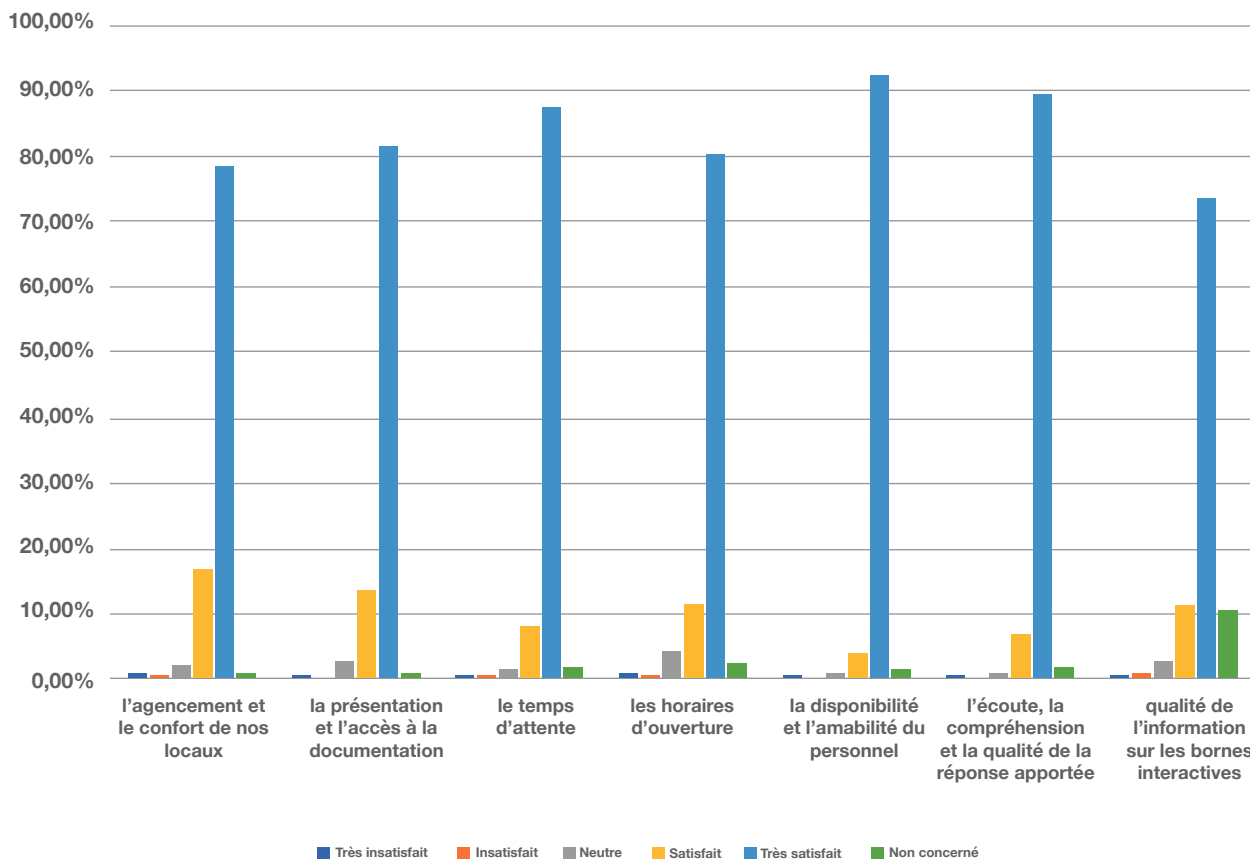
- Lacanau : **395**
- Carcans-Maubuisson : **81**
- Hourtin : **96**
- Soulac-sur-Mer : **157**
- Saint-Vivien-de-Médoc : **35**
- Site internet et bornes interactives : **21**

Total : 785

SATISFACTION SUR LES SERVICES DE L'OFFICE DE TOURISME

96,45% des répondants recommandent la destination Médoc Atlantique, parmi lesquels 83,7% lui ont attribué la note de 5/5.

SATISFACTION SUR LES SERVICES DE L'OFFICE DE TOURISME



3.3 L'OFFRE EN ITINÉRANCE

TÈRRRA AVENTURA

Tèrrra 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 Tèrrra Aventura en 2019 afin de proposer un outil de découverte de la destination pour les familles. Depuis, 4 parcours ont été développés et un 5e est en cours de création en collaboration avec la Mairie de Carcans-Maubuisson pour un lancement au printemps 2024.



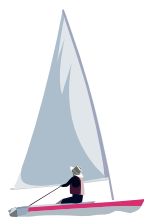
JUSQU'À LA FIN DES TERRES - SOULAC-SUR-MER

À pied

Affluence

2019 ▶ 4 420
2020 ▶ 3 316
2021 ▶ 6 456
2022 ▶ 7 520
2023 ▶ 3 296

(parcours en maintenance de mi-juin à fin octobre)



OUI, C'EST UN PARADIS - HOURTIN

À pied

Affluence

2021 ▶ 5 456
2022 ▶ 5 708
2023 ▶ 8 192

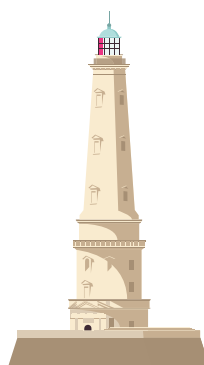


ZICLOU DES RAILS - LACANAU

À vélo

Affluence

2020 ▶ 1 764
2021 ▶ 2 928
2022 ▶ 3 004
2023 ▶ 4 144



PARCOURS COMMUN LE VERDON-SUR-MER / ROYAN

À pied

Affluence

2021 ▶ 8 048
2023 ▶ 960

(réouverture en avril)

LES PISTES DE ROBIN

Six Pistes de Robin favorisent la découverte des communes de Médoc Atlantique par les familles à :

- Lacanau Océan
- Carcans-Maubuisson
- Hourtin
- 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.



COMMERCIALISATION





MISSIONS

L'Office de Tourisme se positionne comme facilitateur de séjour et développe des actions qui permettent de renforcer le chiffre d'affaires direct des prestataires touristiques partenaires.

L'axe principal de développement en 2023 s'est porté sur le lancement de « Médoc Atlantique Travel ». Cette plateforme propose aux vacanciers de réserver - dans les Offices de Tourisme ou en ligne - l'intégralité de leur séjour (transport, hébergement, activité, restauration, souvenir) sur un seul et même site avec un paiement unique et un interlocuteur unique pour le suivi : une première en Europe !

Cette plateforme permet de se projeter vers d'autres développements au niveau commercial sur la destination :

- En corrélation avec le développement de cette plateforme, renforcer l'offre de billetterie proposée par l'Office de Tourisme (offre sèche et/ou offre packagée) en démarchant les partenaires.
- Animer la commercialisation en interne (formation, briefing pour les équipes accueil en charge de la vente au guichet et du conseil téléphonique/email) et animation des offres issues du réseau de partenaires (offres spéciales, remise fidélité).
- Développer une offre « coffrets cadeaux » emblématiques du territoire afin d'offrir une nouvelle visibilité à nos partenaires.

4.1 COMMERCIALISATION BTOB : MÉDOC ATLANTIQUE TRAVEL

En mai 2023, l'Office de Tourisme a lancé sa plateforme de commercialisation qui permet d'afficher et de réserver une offre variée de la destination sur un site unique en collaboration avec la société Antidots Interactive.

Disponible en ligne et dans tous les Offices de Tourisme de Médoc Atlantique, cette solution technologique permet aux visiteurs de payer en une seule fois l'ensemble de son panier, une réelle innovation dans le monde du tourisme et sur le territoire.

Un chargé de commercialisation a été spécialement recruté dans le cadre de ce projet afin :

- de proposer en interne et en externe un interlocuteur privilégié pour les questions de commercialisation
- de centraliser tous les aspects de développement de la plateforme
- de développer l'offre présente sur la billetterie de l'Office de Tourisme.

Entre février et mars, cinq réunions d'informations ont été menées avec une soixantaine de socio-professionnels ainsi que 50 formations groupées ou individualisées pour permettre aux partenaires de maîtriser la solution.

RÉPARTITION DE L'OFFRE SUR LA DESTINATION

L'offre proposée aux locaux et vacanciers a bondi de façon spectaculaire, passant de 103 produits référencés en 2022 à 346 en 2023 montrant une vraie adhésion des professionnels à ce nouveau projet.

	Partenaires référéncés	Offres Référéncées
Lacanau	23	120
Soulac-sur-Mer	10	73
Carcans	6	21
Hourtin	4	16
Naujac-sur-Mer	1	6
Le Verdon-sur-Mer	4	10
Jau-Dignac-et-Loirac	5	3
Queyrac	2	5
Valeyrac	4	5
Vensac	0	0
Saint-Vivien-de-Médoc	0	0
Grayan-et-L'Hôpital	0	0
Hors Territoire	27	68
Produits boutique Médoc Atlantique Tourisme	/	19
TOTAL	86	346

RÉPARTITION DES VENTES PAR ACCUEIL

Web : 31%
Lacanau : 29%
Soulac-sur-Mer : 6%
Hourtin : 5%
Saint-Vivien-de-Médoc : 2%
Le Verdon-sur-Mer : 0,2%

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES GÉNÉRÉ

	CA en HT	Variation en %
2017	67 631	
2018	109 424	+ 62%
2019	127 191	+ 16%
2020	83 747	- 34%
2021	116 692	+ 39%
2022	172 466	+ 47,8%
2023	107 725	+ 26% (à périmètre constant)

Les données 2023 sont à étudier à périmètre constant soit sans les ventes réalisées sur le périmètre de la commune de Vendays-Montalivet et sans la commercialisation des excursions au Phare de Cordouan.



4.2 COMMERCIALISATION BTOB

L'Office de Tourisme poursuit son travail pour se positionner comme un interlocuteur incontournable sur la destination pour toutes demandes professionnelles en lien avec nos interlocuteurs privilégiés – le Comité Régional du Tourisme Nouvelle Aquitaine, Gironde Tourisme et l'Office de Tourisme de Bordeaux Métropole – et en collaboration avec les partenaires proposant une offre spécifique à Médoc Atlantique.

OFFRE GROUPE & SÉMINAIRE

Afin de fédérer les acteurs locaux disposant d'une offre « pro » en leur proposant des outils de promotion et de les intégrer aux éducteurs faisant découvrir la destination aux professionnels, l'Office de Tourisme a lancé une offre de partenariat dédiée aux partenaires : l'option "Groupe & Séminaire".

Pour cette année de lancement, 41 partenaires ont souscrit à cette option ce qui nous a permis de positionner la destination comme territoire accessible aux clientèles professionnelles et de démarcher les cibles prioritaires (entreprises, tour-opérateurs, agences) lors de salons, en collaboration avec nos partenaires.

TRAVEL PLANNER

L'Office de Tourisme a édité un nouveau Travel Planner, brochure recensant l'offre dédiée aux professionnels du tourisme en termes d'activités, d'hébergements et de restauration.

Cet outil, traduit en anglais, a été diffusé lors des salons professionnels auxquels l'Office de Tourisme a pu participer ainsi que lors des éductours qui ont accueilli des agences et tours-opérateurs internationaux sur la destination.

200 exemplaires



CHIFFRES-CLÉS

- 115 demandes réceptionnées
- Plus de 40 partenaires mis en relation directe par l'Office de Tourisme

TOP 3 DES DEMANDES DE GROUPES RÉCEPTIONNÉES (en nombre de pax)

1. CHEOPS - CAR emploi - 220 personnes
2. TEAM TOURS (agence de voyage danoise) - 196 personnes
3. AIRBUS - 190 personnes

Top 5 origine des demandes	Nombre de demande
Groupes loisirs	39
Séminaires	34
Scolaires/Colonies de vacances	24
Associations	12
Agences de voyage	6

SALONS PROFESSIONNELS

So Événement

📍 Bordeaux - 14 et 15 mars

Valorisation de l'offre groupes de la destination en compagnie de 4 partenaires :

- Aquitaine Raid - Lacanau
- Evolution 2 - Lacanau
- Les Frères Nicoll's - Soulac-sur-Mer
- Vitalparc - Lacanau

Rendez-vous en France

📍 Paris - 21 et 22 mars

16e édition du salon incontournable du tourisme qui regroupe plus de 900 prescripteurs internationaux.

19 rendez-vous individuels avec la présence de l'hôtel Vitalparc.



Rendez-vous en France



So Événement

RELATIONS PRESTATAIRES



MISSIONS

La construction et l'animation d'un réseau pérenne de partenaires sont l'un des piliers de Médoc Atlantique Tourisme. En 2023, l'Office de Tourisme a affirmé l'importance de ces missions, cruciales pour le développement des destinations touristiques, en recrutant trois nouveaux collaborateurs pour continuer 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 mises 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 d'être au plus proche des attentes des socio-professionnels, l'Office de Tourisme a notamment développé un "Observatoire Touristique" créé avec et pour ses partenaires afin de leur permettre de mieux connaître et comprendre l'activité touristique de la destination.

Enfin, l'année 2023 s'est distinguée par la multiplication des temps d'échanges proposés aux partenaires de Médoc Atlantique Tourisme - lancement et bilan de saison, petit-déjeuner du tourisme ... - afin de favoriser le partage d'information, la connaissance de l'offre de la destination et ainsi multiplier les opportunités de développement commercial.

5.1 CHIFFRES-CLÉS PARTENAIRES

INDICATEURS DE SATISFACTION

132 répondants

89,71% globalement satisfaits de Médoc Atlantique Tourisme.

89,71% satisfaits des échanges avec Médoc Atlantique Tourisme.

85,29% satisfaits de la qualité des conseils obtenus par Médoc Atlantique Tourisme.

76,47% satisfaits de la visibilité proposée sur les supports de Médoc Atlantique Tourisme.

82,4% ont l'intention de renouveler leur collaboration avec Médoc Atlantique Tourisme en 2024.

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	49	7	7	7	47	4	59	0	5	29
Carcans-Maubuisson	23	2	9	0	15	0	37	0	4	4
Hourtin	18	0	6	1	8	2	14	0	3	4
Naujac-sur-Mer	2	0	1	0	0	0	3	0	0	0
Saint-Vivien-de-Médoc	3	0	0	1	4	0	2	0	0	2
Grayan-et-l'Hôpital	2	0	2	1	0	0	1	0	0	0
Soulac-sur-Mer	25	1	7	4	17	6	51	0	3	7
Jau-Dignac-et-Loirac	1	0	0	1	1	0	2	5	0	0
Queyrac	0	0	0	0	0	0	3	2	0	0
Talais	3	0	0	0	1	0	0	0	0	2
Valeyrac	0	0	0	0	0	0	0	4	0	1
Vensac	3	0	2	0	2	0	3	0	0	0
Le Verdon-sur-Mer	14	0	1	0	1	1	2	0	2	3
Hors territoire						55				

5.2 ANIMATION DU RÉSEAU PARTENAIRES

LANCEMENT DE SAISON

Pour marquer le coup d'envoi de la saison touristique, Médoc Atlantique Tourisme a organisé le 6 avril une journée d'échange dédiée à ses partenaires qui s'est déroulée en deux temps : le matin à l'Office de Tourisme de Lacanau, et l'après-midi à l'Office de Tourisme de Soulac-sur-Mer.

Cet événement fut l'occasion, pour plus de 150 participants, de prendre connaissance des nouveautés de chaque partenaire, ainsi que de la destination, tout en obtenant la documentation touristique mise à disposition gratuitement par l'Office de Tourisme.

BILAN DE SAISON

Une centaine de partenaires était réunie le 4 octobre à Piqueyrot, Hourtin, pour clôturer la fin de la saison touristique. Au cours de cet événement, le Président Laurent Peyrondet a présenté une rétrospective de la saison touristique, mettant en lumière les chiffres clés et les actions marquantes de l'Office de Tourisme.

Dans une atmosphère conviviale, les équipes de Médoc Atlantique Tourisme ont pu échanger avec tous les partenaires présents autour d'activités représentatives de la destination :

- Une chasse au trésor au cœur de la Réserve naturelle des Dunes et Marais d'Hourtin,
- Un atelier découverte du Parc naturel régional Médoc, de l'application Mon Médoc et de la marque Valeurs Parc,
- Un atelier en collaboration avec la Ligue de Protection des Oiseaux, aménager mon jardin en faveur de la faune sauvage.
- Un cours de djembé et un cours de Qi Gong sur la plage, au bord du lac de Hourtin-Carcans.



VISITES PRESTATAIRES

114 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

Lacanau	40	Vensac	3
Soulac-sur-Mer	18	Jau-Dignac-et-Loirac	3
Carcans-Maubuisson	10	Talais	2
Hourtin	9	Queyrac	2
Le Verdon-sur-Mer	5	Saint-Vivien-de-Médoc	1
Valeyrac	5	Hors Médoc Atlantique	16

5.3 QUALIFICATION DE L'OFFRE DES PRESTATAIRES

CLASSEMENT DES MEUBLÉS DE TOURISME

NOUVEAUTÉ

Le 1^{er} août, l'Office de Tourisme a obtenu l'habilitation pour le classement des meublés de tourisme suite à un audit réalisé par un cabinet externe. Cette nouvelle compétence confère à Médoc Atlantique Tourisme la possibilité de proposer des tarifs compétitifs aux propriétaires de meublés pour l'obtention de ce classement, tout en offrant une flexibilité accrue dans le processus (délais d'attente réduits, interventions possibles le samedi, etc.).

Cette avancée renforce sa capacité à soutenir et à valoriser l'offre touristique locale.

101 meublés de tourisme ont été visités par l'Office de Tourisme et Gironde Tourisme :

- **56** ont été classés pour la première fois.
- **45** ont vu leur classement renouvelé.

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE MEUBLÉS DE TOURISME CLASSÉS

Commune	2020	2021	2022	2023
Soulac-sur-Mer	10	12	29	26
Jau-Dignac-et-Loirac	4	3	1	0
Le Verdon-sur-Mer	1	1	1	4
Saint-Vivien-de-Médoc	3	2	0	0
Vensac	0	2	3	0
Grayan-et-l'Hôpital	0	1	2	1
Queyrac	0	1	0	0
Lacanau	21	20	60	42
Hourtin	2	13	5	12
Carcans-Maubuisson	9	7	11	16
Talais			0	0
Valeyrac			0	0
Naujac-sur-Mer			0	0

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. 30 partenaires ont obtenu ou renouvelé le label et sont ainsi visibles sur le site de Bordeaux Wine Trip.

Nouveaux labellisés et renouvellements de label en 2023 :

- Château Bellerive à Valeyrac
- Les Prés de Joussac, Meublé Bacchus Les Prés de Joussac, Le Castillon à Hourtin
- Camping Yelloh ! Village Western à 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 2023, Lodging le Lac est devenu le 3e hébergement "Accueil Pêche" de Gironde.

Médoc Atlantique Tourisme est donc résolument précurseur dans cet accompagnement auprès de ses partenaires puisque les 3 hébergements labellisés en Gironde se trouvent sur son territoire.

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.

3 Offices de Tourisme sont détenteurs de cette marque pour les 4 catégories de handicaps (moteur, visuel, auditif et mental) :

- Lacanau
- Carcans-Maubuisson
- Hourtin

et 5 partenaires de l'Office de Tourisme.

MARQUE ACCUEIL VÉLO



La marque nationale Accueil Vélo garantit un accueil privilégié et des services adaptés aux touristes à vélo. 5 structures ont obtenu ou renouvelé la Marque Accueil Vélo dont 1 Office de Tourisme :

- Office de Tourisme Médoc Atlantique de Grayan-et-l'Hôpital
- Ericycles - Soulac-sur-Mer
- VVF Soulac-sur-Mer Bordeaux Médoc - Soulac-sur-Mer
- Camping Les jardins du Littoral - Lacanau
- Musée du phare de Cordouan et des phares et balises - Le Verdon-sur-Mer

TROPHÉES DE L'ACCUEIL 5^E ÉDITION

Le 27 novembre 2023 s'est tenue la 5^e 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 - Activité de loisirs

Ecopark Adventures 33 - Lacanau

Trophées d'Or - Commerces

Côt & Bord de Mer - Soulac-sur-Mer

Trophées d'Or - Chambres d'hôtes

Lacan'Océane - Lacanau

Certifiés «Accueil de Qualité»

Pêche Animation Médoc - Le Taillan-Médoc

Inspir'Océan - Carcans

Sur les 14 partenaires de l'Office de Tourisme ayant déposé leur candidatures, 5 ont obtenu à minima une note de **9/10** : une preuve de la qualité de l'accueil proposé à Médoc Atlantique !

La moyenne obtenue par les partenaires de Médoc Atlantique Tourisme est de **8,21/10**.



Lacan'Océane
Lacanau



Côt & Bord de Mer
Soulac-sur-Mer



Ecopark Adventures 33
Lacanau

5.4 FORMATION DES SOCIO-PROFESSIONNELS

PROGRAMME DE FORMATIONS MÉDOC ATLANTIQUE TOURISME

Pour cette 5e année de formations, l'Office de Tourisme Médoc Atlantique propose à ses partenaires, 21 formations gratuites, réparties en 2 sessions, au printemps et à l'automne.

Plus de 78 partenaires ont pu participer aux formations et ainsi acquérir de nouveaux savoirs et de nouvelles compétences liés à leur activité professionnelle.

62% des formations ont été proposées par l'équipe de l'Office de Tourisme en s'appuyant sur les compétences et savoir-faire internes.

Atelier	Date	Participants	Taux de satisfaction
Facebook & Instagram - niveau avancé	2 et 3/10	11/12	100%
Valorisation de votre offre par la photographie	17/10	11/15	100%
Les outils Google	24/10	8/15	100%
Sensibilisation et formation aux enjeux de préservation des rives des lacs médocains	25/10	5/30	100%
Communication non-violente	26/10	4/16	Pas de réponse
Analyser la performance de son site internet	09/11	5/8	100%
Mettre en place une gestion durable de son établissement	14/11	5/12	100%
Savoir accueillir sa clientèle en allemand	21/11	5/15	100%
Méthodes, outils et astuces pour commercialiser son hébergement touristique et développer ses ventes en direct	28/11	5/15	100%
Le Médoc face au changement climatique	06/12	7/20	100%
Méthodes, outils et astuces pour commercialiser son activité de loisirs ou site de visite et développer ses ventes en direct	07/12	4/15	
Construire, gérer et développer sa e-réputation	13/12	8/15	

Formations à venir

Se préparer pour faire classer son meublé de tourisme	01/02
Vignobles & Découvertes	13/02
Expression devant les médias ou un public	20 et 22/02
Savoir accueillir sa clientèle en anglais	27 et 29/02
Réussir l'arrivée et l'intégration de ses saisonniers	05 et 07/03
Qualité Tourisme	12/03
Ecolabel européen	19/03
Accueil Vélo	02/04
Savoir accueillir sa clientèle en anglais	09 et 11/04

FORMATION DES SAISONNIERS

En mobilisant les conseillers en séjour, experts incontestables de la destination, l'Office de Tourisme offre aux hébergeurs la possibilité de dispenser une formation aux saisonniers sur les aspects essentiels de la destination. L'objectif est de les transformer en véritables ambassadeurs au sein de leurs établissements.

En 2023, **5 partenaires** ont ainsi bénéficié de ce service de l'Office de Tourisme pour **10 participants** au total.

Partenaires	Participants	Commune
Camping Huttopia - Lac de Carcans	3	Carcans-Maubuisson
Ecopark Adventures Lacanau	1	Lacanau
Camping des Pins	1	Soulac-sur-Mer
Le Domaine les Carrelets de Soulac	1	Soulac-sur-Mer
Sunélia La Pointe du Médoc	4	Le Verdon-sur-Mer

PASS AVANTAGES

L'Office de Tourisme a proposé à l'ensemble de ses partenaires hébergeurs un "Pass Avantages" leur permettant de bénéficier de réductions ou gratuités auprès de **47 partenaires** de la destination et ainsi tester un large choix de prestations : surf, activités nautiques, activités bien-être, Escape Game, accrobranche, golf, visite du phare de Richard et bien plus encore.

Ce "Pass Avantages" a permis à près de **200 partenaires** de l'Office de Tourisme de mieux connaître la destination et ses acteurs touristiques afin de favoriser leur recommandation auprès des visiteurs.



6 LES CHIFFRES-CLÉS

OBSERVATOIRE TOURISTIQUE

NOUVEAUTÉ

En 2023, l'Office de Tourisme Médoc Atlantique a développé un observatoire touristique recensant chaque mois les indicateurs clés de l'activité touristique de la destination et de ses partenaires :

- données de consommation : évolution du chiffre d'affaires de nos partenaires, évolution du panier moyen des vacanciers
- données de fréquentation : taux d'occupation moyen, nombre de nuitées moyennes
- données de clientèles : origine des vacanciers, centres d'intérêts des vacanciers
- données propres à l'activité de l'Office de Tourisme : événements accompagnés, nouveaux partenaires, classements de meublés et labellisations effectuées, Rendez-vous Pro effectués, accueils de journalistes et retombées presse, performance des réseaux sociaux.

Ces données sont extraites d'outils tels que :

- Liwango qui permet un suivi continu de l'offre et de l'activité des plateformes de location de courte durée
- les enquêtes satisfactions menées par l'Office de Tourisme auprès de ses clientèles

Cet observatoire est diffusé mensuellement sur le site internet de Médoc Atlantique Tourisme et dans la newsletter BtoB.

RÉPARTITION DU NOMBRE DE LITS TOURISTIQUES PAR COMMUNE

Commune	Nombre de lits marchands
Lacanau	25 002
Carcans-Maubuisson	15 460
Hourtin	10 037
Naujac sur Mer	1 950
Vensac	2 145
Grayan-et-l'Hôpital	11 276
Soulac-sur-Mer	16 701
Le Verdon-sur-Mer	3 620
Talais	309
Saint-Vivien-de-Médoc	626
Jau-Dignac-et-Loirac	239
Queyrac	261
Valey rac	34
Total	78 660

Source : Communauté de Communes Médoc Atlantique - plateforme taxedesejour.fr en date du 8 janvier 2024, sur un total de 2 502 hébergements enregistrés.

NOMBRE DE NUITÉES DÉCLARÉES PAR COMMUNE

Commune	Nombre de nuitées
Lacanau	923 003
Carcans-Maubuisson	427 103
Hourtin	318 702
Naujac-sur-Mer	76 726
Vensac	52 314
Grayan-et-l'Hôpital	435 704
Soulac-sur-mer	694 508
Le Verdon-sur-Mer	89 661
Talais	8 179
Saint-Vivien-de-Médoc	16 304
Jau-Dignac-et-Loirac	5 096
Queyrac	9 518
Valey rac	679
Total	3 057 665

Source : Communauté de Communes Médoc Atlantique - plateforme taxedesejour.fr en date du 8 janvier 2024, sur un total de 2 502 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	1 042 319,74 €
Carcans-Maubuisson	298 130,52 €
Hourtin	272 923,29 €
Naujac-sur-Mer	28 326,32 €
Vensac	46 737,60 €
Grayan-et-l'Hôpital	262 808,31 €
Soulac-sur-mer	458 247,51 €
Le Verdon-sur-Mer	84 687,69 €
Talais	8 736,99 €
Saint-Vivien-de-Médoc	13 886,20 €
Jau-Dignac-et-Loirac	7 008,55 €
Queyrac	12 342,73 €
Valeyrac	967,95 €
Total	2 538 178,09 €

Source : Communauté de Communes Médoc Atlantique - plateforme taxedesejour.fr en date du 8 janvier 2024, sur un total de 2 502 hébergements enregistrés. Sont incluses les nuitées déclarées par les plateformes de locations de vacances en ligne.

