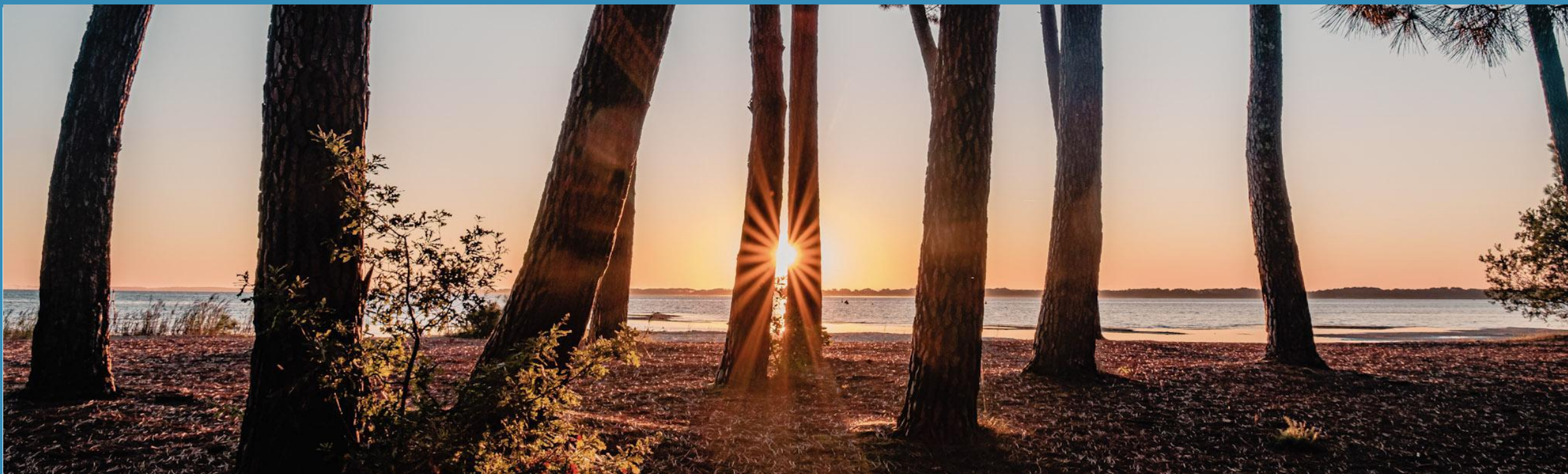




Rapport d'activité 2024

Assemblée Générale Ordinaire
de l'Office de Tourisme des Grands Lacs

Le lundi 26 mai 2025 – Biscarrosse

 **Bisca Grands Lacs**

La fréquentation

Le site Internet

Développement Touristique

Partenariats et Démarches
Commerciales

Classement des meublés de tourisme

La Boutique & la Billetterie

Nos animations

Les actions de promotion de la
destination

La vie de la structure



1

Bilan Général de l'année

Nouveau record de nuitées touristiques (marchandes et non marchandes)
en 2024



4.30 millions

de nuitées touristiques estimées (françaises et étrangères)

vs 4,15 millions en 2023 (+3%)



dont

3.4 millions (80%)
de nuitées françaises
(+2% / 2023)

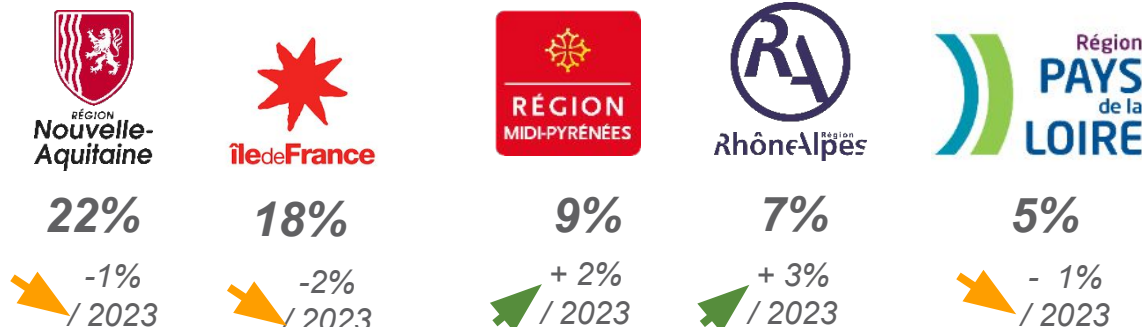
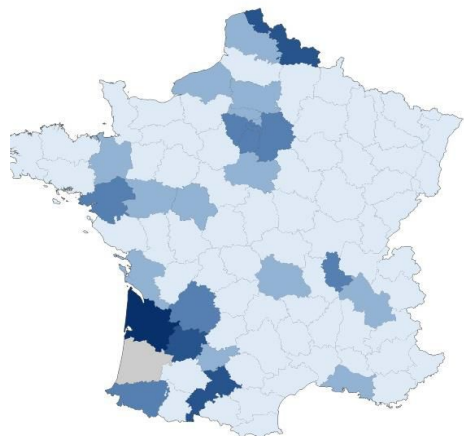
900 000 (20%)
nuitées étrangères estimées
(+8% / 2023)

Données fluxvision tourisme / Landes Attractivité



Bilan Général de l'année

Clientèle française de la destination 80%

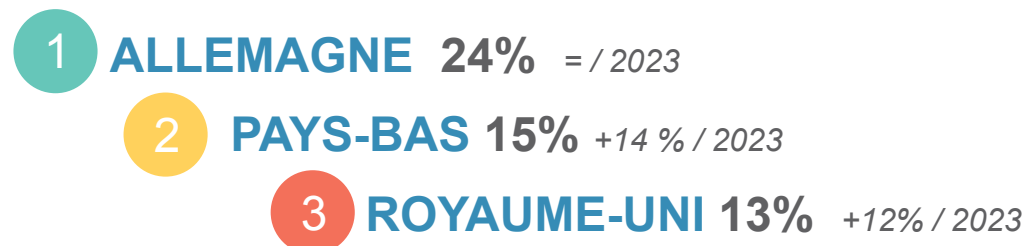


+ Poids important de la clientèle des départements voisins comme la Gironde

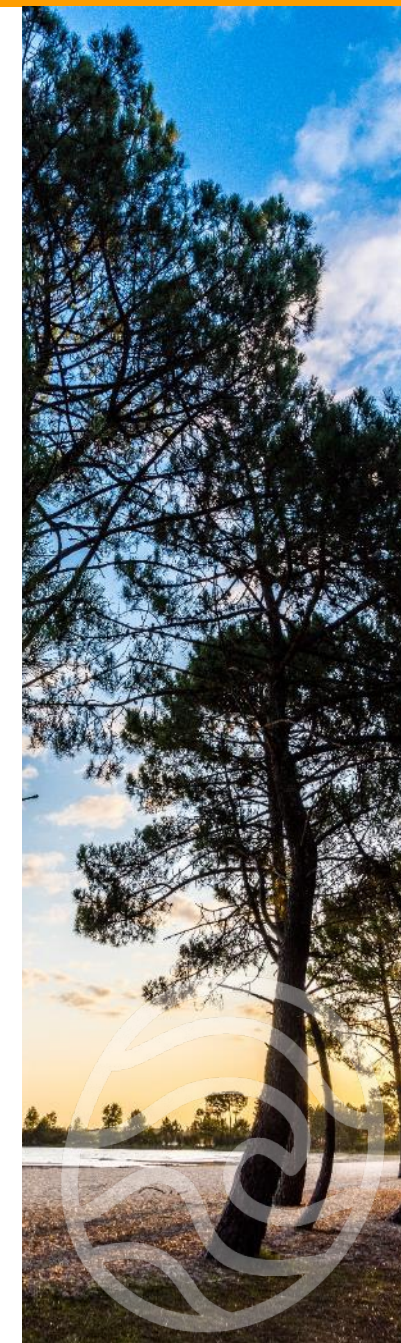
Clientèle étrangère de la destination 20 %



Retour de la clientèle étrangère dont le niveau de fréquentation dépasse 2019.



Données fluxvision tourisme / Landes Attractivité



Les bureaux d'Information Touristique

Statistiques bureaux 2024

	Personnes renseignées au comptoir	Total personnes renseignées (comptoir, tel, mail, envoi infos)
Biscarrosse Plage	22 053 (-2%)	29 687
Biscarrosse Ville (juil/août)	1 682 (-20%)	/
Sanguinet	4 620 (-5%)	5 631
Parentis en Born	7 725 (-4%)	8 796

Total personnes renseignées : **45 796** (-4% vs 2023)

Contexte d'accueil plutôt stable en fréquentation :

- > rouverture du bureau de Parentis après les travaux de rénovation mi-avril
- > déménagement du bureau de Biscarrosse Plage pour travaux en septembre

Statistiques hors les murs

Juillet / Août



> Marché de GASTES
> marché de BISCARROSSE VILLE
> Stand Hippodrome de LA TESTE
DE BUCH
> marché des producteurs Centre
Leclerc
16 sorties / **603** personnes



La fréquentation

Le site Internet

Développement Touristique

Partenariats et Démarches
Commerciales

Classement des meublés de tourisme

La Boutique & la Billetterie

Nos animations

Les actions de promotion de la
destination

La vie de la structure



2



Statistiques 2024 - biscagrandslacs.com



1 117 379 visites

(vs 905 544 en 2023 +23%)

Pages vues	Pages vues par visite	temps moyen passé
1 622 579	2.2	2.00 mn

Provenance géographique top 5 (régions)

 Nouvelle-Aquitaine, France

 Occitanie, France

 Hauts-de-France, France

 Île-de-France, France

 Auvergne-Rhône-Alpes, France

Provenance géographique top 5 (pays)

 France

 Royaume-Uni

 Espagne

 Allemagne

 Belgique



loodpi

31 131 visites

durée moyenne d'une visite

3 min 5s

155 828 pages vues



Carto OSM

6 757 visites

durée moyenne d'une visite

1 min 32s

15 519 pages vues



La fréquentation

Le site Internet

Développement Touristique

Partenariats et Démarches
Commerciales

Classement des meublés de tourisme

La Boutique & la Billetterie

Nos animations

Les actions de promotion de la
destination

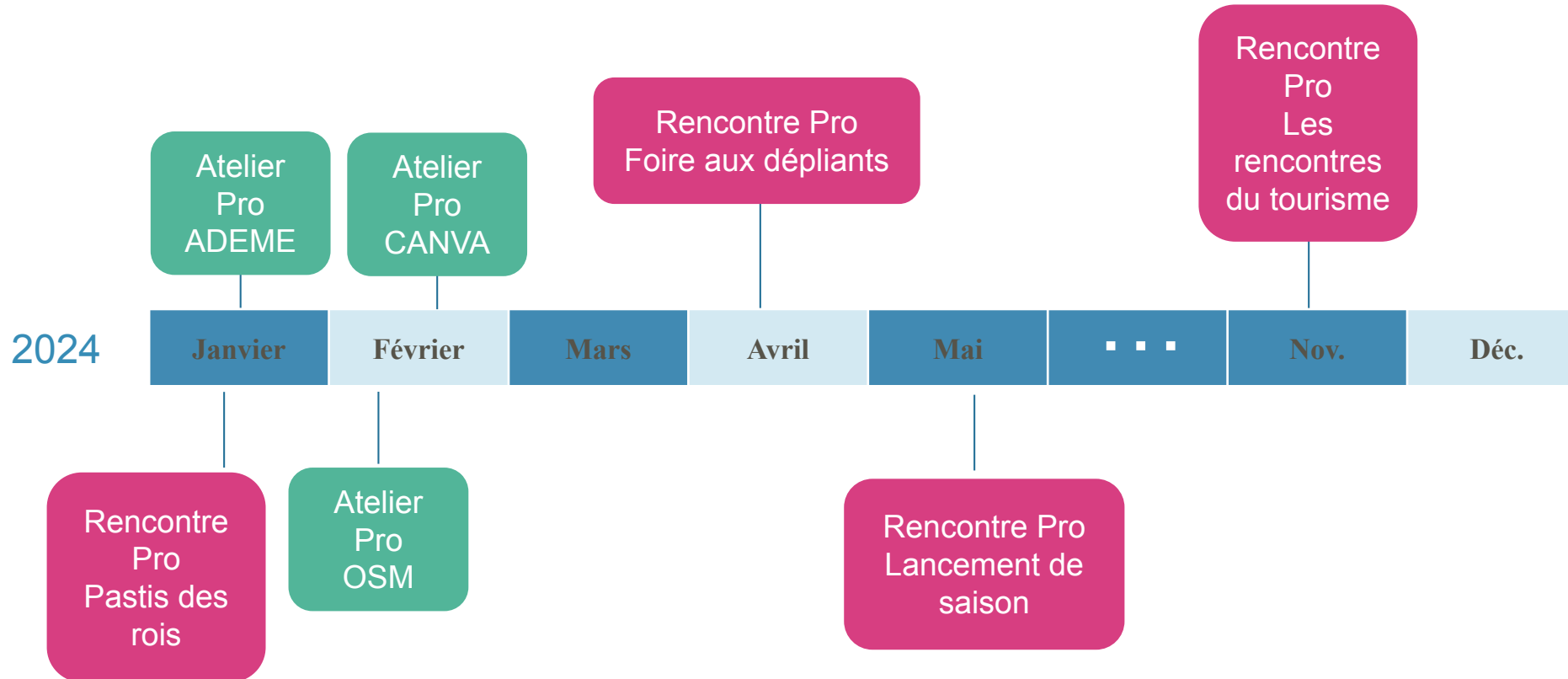
La vie de la structure



3



Les ateliers professionnels, rencontres et coordination



Soutien et conseil aux porteurs de projets

10

Porteurs de projets accompagnés et conseillés



1

Accompagnement à la **récupération de données** d'observatoire (quantitatives et qualitatives) pour :

- étude de marché
- étude de (re)positionnement



2

Accompagnement dans **l'étude de marché**

3

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



4

Accompagnement et veille sur :

- les **classements**
- les **labels** et **signes de qualité**
- la **réglementation** en vigueur



Projets et enjeux du territoire



GIP LITTORAL



Coordination de 9 permanences dans les communes du territoire

Participation aux actions Mobilité / TAD

Participation au GAL du PETR LNCA

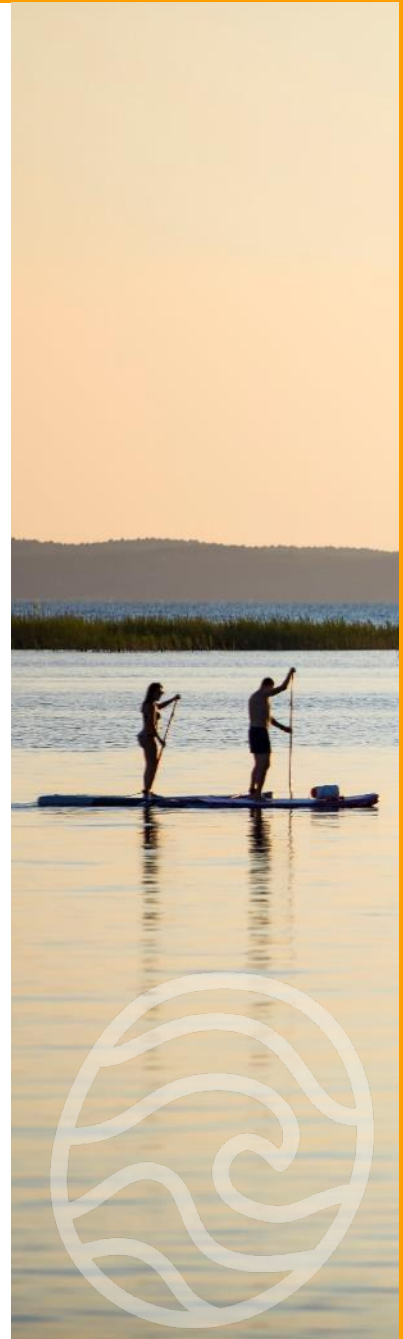
Participation aux COTEC & COFIL étude mobilité Biscarrosse Plage

Lancement plan actions ACTT avec le PETR

Participation à l'Etude "Maison de l'eau" de la CCGL

Poursuite démarche Passeport Vert avec Caroline Leroy

Participation COTEC général SLGBC Biscarrosse



La fréquentation

Le site Internet

Développement Touristique

Partenariats et Démarches Commerciales

Classement des meublés de tourisme

La Boutique & la Billetterie

Nos animations

Les actions de promotion de la
destination

La vie de la structure



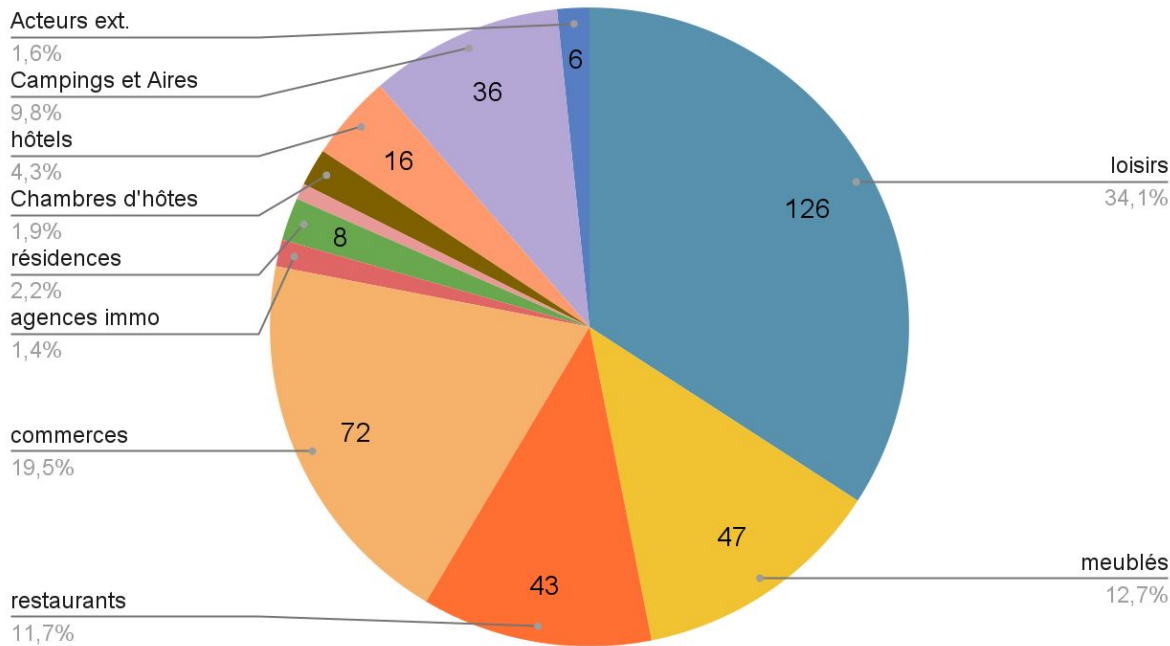
4



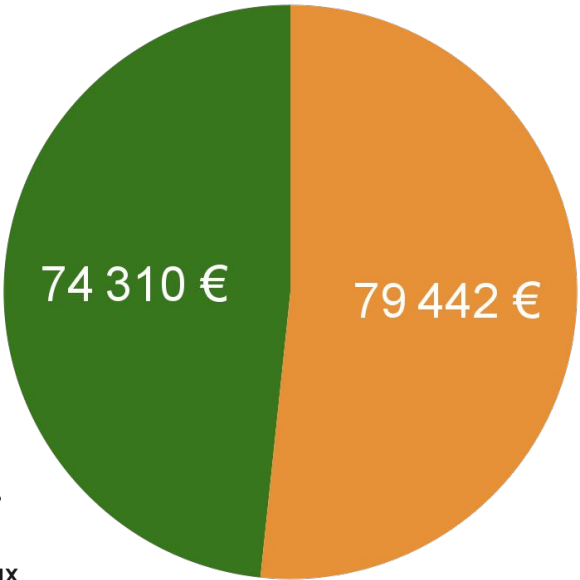


Données chiffrées

369 partenaires



Chiffre d'affaires Partenariats & Régie Pub



● Partenariats
● Produits commerciaux

La fréquentation

Le site Internet

Développement Touristique

Partenariats et Démarches
Commerciales

Classement des meublés de tourisme

La Boutique & la Billetterie

Nos animations

Les actions de promotion de la
destination

La vie de la structure



5



Classement des meublés de tourisme



190 classements en 2024
(vs **235** en 2023)



Chiffre d'Affaires **29 380 €**
(vs **36 340€** en 2023) / **-19%**



La fréquentation

Le site Internet

Développement Touristique

Partenariats et Démarches
Commerciales

Classement des meublés de tourisme

La Boutique & la Billetterie

Nos animations

Les actions de promotion de la
destination

La vie de la structure



6



La boutique en chiffres

2024

6 541,00 € Marge

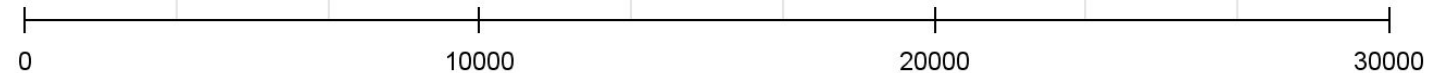
(campagne de déstockage 2024 en vue de la nouvelle boutique à la plage)

26 995,00 € Chiffre d'Affaires

2023

8 060,00 € Marge

24 045,00 € Chiffre d'Affaires



Top 3 des ventes

Médaille souvenir > Textiles > Vin Tursan

1



2



3



Nombre de produits référencés : **185**
Panier moyen : **12.80 €**



La Billeterie

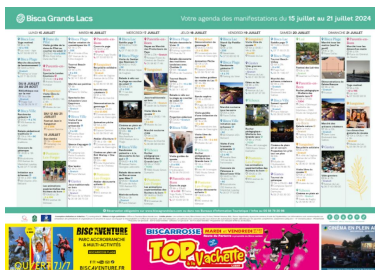
Revente des activités et produits des partenaires
Vente directe des produits et activités de l'Office de Tourisme

+ mise en avant sur

les écrans
d'accueil...



...les liasses animations

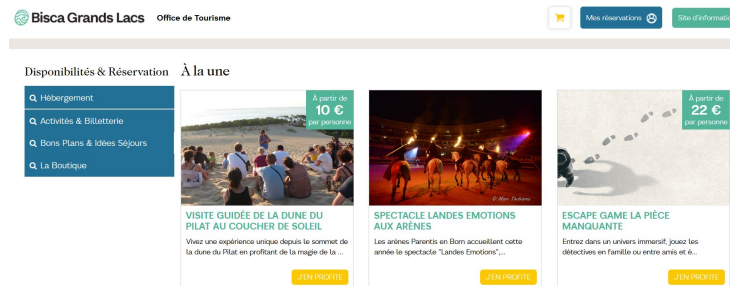


...campagnes webmarketing dédiées



facebook Ads

...le Web reservation.biscagrandslacs.com



50 partenaires >> 170 activités

Chiffre d'Affaires

167 001 €

(vs 215 270€ en 2023 & 174 845 € en 2022)



La fréquentation

Le site Internet

Développement Touristique

Partenariats et Démarches
Commerciales

Classement des meublés de tourisme

La Boutique & la Billetterie

Nos animations

Les actions de promotion de la
destination

La vie de la structure



Les animations de Biscarrosse



Une programmation événementielle orientée sur la découverte du territoire, les traditions, le ressourcement et le sport

Environ 100 événements (60 événements estivaux / 30 événements ailes de saison)
pilotes ou coordonnés par l'Office de Tourisme
entre le 1er février avril et 15 novembre

Quelques événements marquants

Nouveauté

Initiations et démonstration
Chisteras
Fronton



Le 14 juillet
& le 15 Août



Les super Lotos
(26 juillet et 19 août)
Projections Pi et l'Océan infini



Exploitation
De la Patinoire de
Glace

Décembre 2024

8 586 entrées
(vs 8 306 en 2023)

Les animations de Sanguinet & Gastes

Sanguinet

SANGUINET
l'esprit village

11 événements (sports, gastronomie, enfants et familles)
pilotés par l'Office de Tourisme



Le Festival Jazz in Sanguinet
Un événement incontournable de l'été

14 CONCERTS sur 3 jours
2 700 SPECTACTEURS (vs 4 600 en 2023)



Gastes



6 événements (sports, gastronomie, enfants et familles)
coordonnés par l'Office de Tourisme et financés par la ville



La fréquentation

Le site Internet

Développement Touristique

Partenariats et Démarches
Commerciales

Classement des meublés de tourisme

La Boutique & la Billetterie

Nos animations

Les actions de promotion de la destination

La vie de la structure



8



Écrans d'information dans les points d'accueil et chez nos partenaires

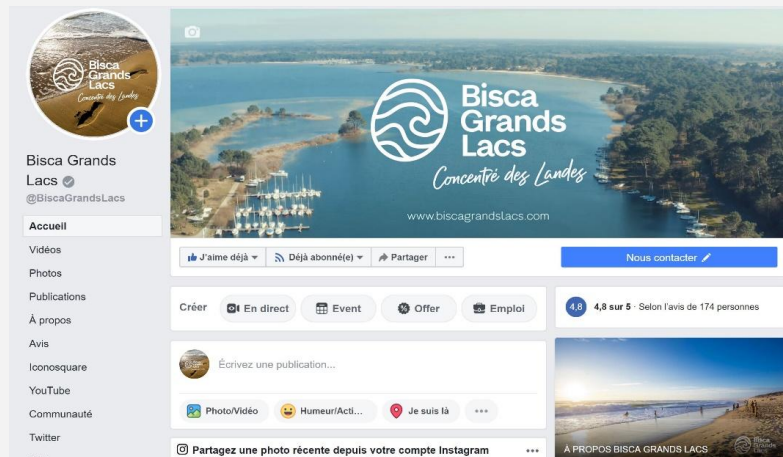
11 écrans sur le territoire

- 3 affichages répartis dans nos bureaux d'informations touristiques (*Biscarrosse - Sanguinet – Parentis en Born*)
- 6 de nos partenaires locaux et 2 mairies.



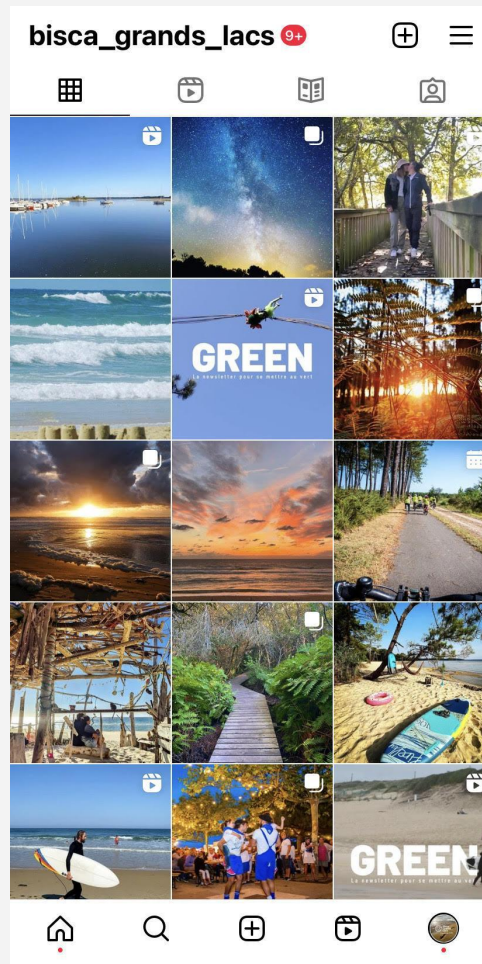
Les réseaux sociaux

Objectif : Développer la notoriété de la marque et de la destination
Sensibiliser aux enjeux environnementaux
Séduire de nouveaux clients
Fidéliser la communauté



Facebook :
68 700 Fans (+1 400 abonnés vs 2023)

1.4 millions
de personnes atteintes par nos
publications en 2024



YouTube : 676 000
vues de nos vidéos



Instagram :
16 700 abonnés
(+1 000 abonnés vs 2023)



TikTok :
1 400 abonnés



La GRC et le blog de destination

La GRC

Base de données : **35 600 abonnés**
Taux d'ouverture OT : **59%**

7 parcours GRC actifs au total :
ACTIVITÉS | VÉLO | GASTRONOMIE |
SURF | LACS | FORÊTS | FAMILLE.

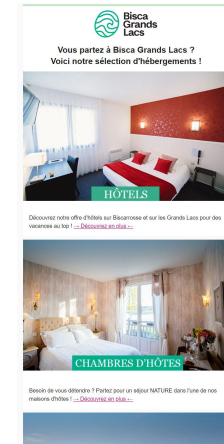
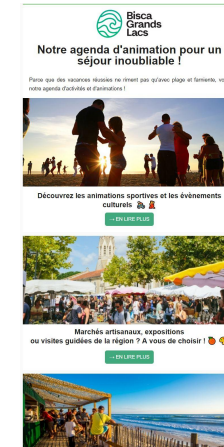
30 900 personnes touchées via les 7 parcours de livres blancs

Blog expérientiel

25 articles écrits et publiés sur le blog

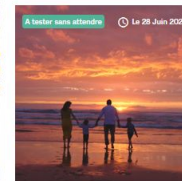
- ✓ **Sponsorisés** via Méta (Facebook et Instagram)
- ✓ **Envoyés par Newsletter** à la base d'abonnés

180 000 personnes touchées par les articles de blog



Le Top des marchés de l'été à Bisca Grands Lacs

Vous aimez flâner et chiner sur les marchés ? Y acheter vos produits frais et découvrir des produits artisanaux ?



Vacances d'été en tribu : 7 jours, 7 activités

Pour tous les goûts, et pour tous les âges... Vous repartirez des souvenirs plein la tête !



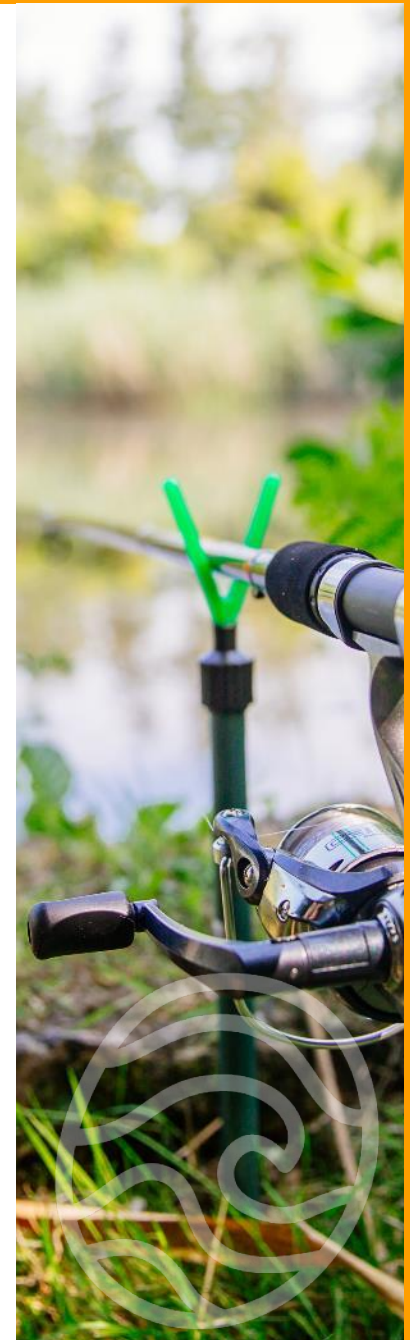
Notre road trip dans les Landes

Inspirez-vous pour créer votre itinéraire pour un road trip sur les routes de Bisca Grands Lacs...



7 activités traditionnelles à tester seulement à Bisca Grands Lacs

Du gemmage, aux marais, en passant par les échasses, les activités traditionnelles à Bisca Grands Lacs, c'est 100% fun !

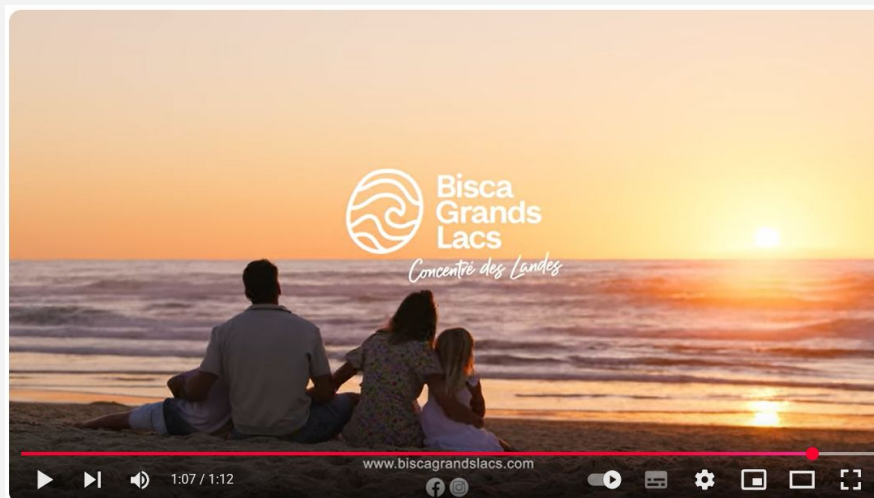


Les campagnes vidéos

Objectif : développer la notoriété de la marque en local et sur les grandes villes aux alentours (sur les ailes de saison)

VIDÉO PROMOTIONNELLE de 1min13 secondes et de 20 secondes

- 1 vidéo promotionnelle de la destination sur les réseaux sociaux en cible nationale et en cibles prioritaires régionales et locales.



Diffusion ADS
Facebook + Google via
Youtube
Printemps 2024

326 535
impressions

184 955 vues



Les campagnes Webmarketing (1)

Objectif : Activer de la réservation d'hébergements, d'activités et de week-ends



Campagne d'Activités/billetterie

> En 2024 :

40 383 impressions
9023 clics

Campagne Hébergement

> En 2024 :

10 001 impressions
1582 clics

Campagne Week-End

> En 2024 :

5 417 impressions
769 clics

Budget et bilan

7 000 € dépensés via Google Ads.

11 374 clics générés

0,42 € / clic



Campagnes Facebook ADS sur Facebook et Instagram :

40 955 personnes atteintes par la vidéo promo

147 604 personnes atteintes sur les campagnes hébergement

132 893 personnes atteintes sur les campagnes d'activités

174 645 personnes atteintes sur les campagnes de sensibilisation à l'environnement (*fleur*)

TOTAL = 496 097 personnes atteintes



Les campagnes Webmarketing (2)

leboncoin

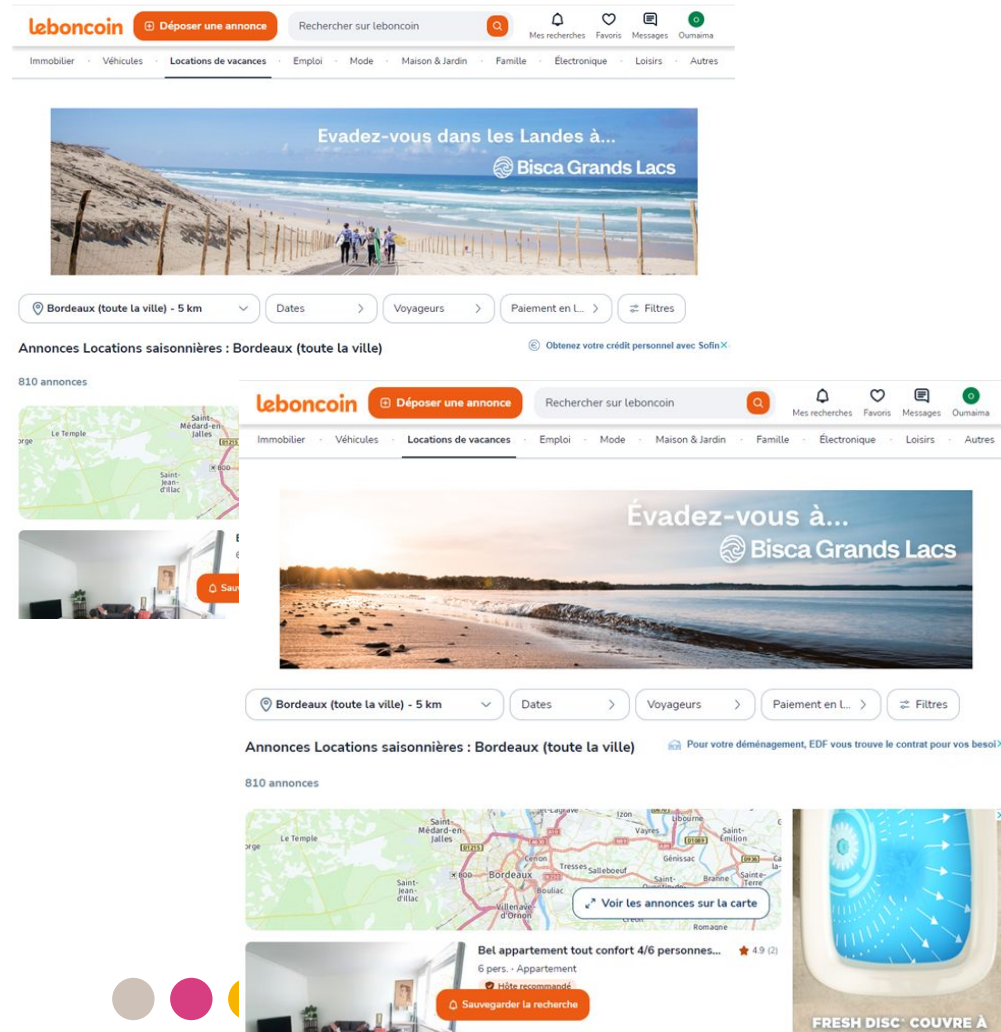
Objectifs :

- Développer la notoriété de la destination auprès des Intentionnistes Vacances qui viennent en Gironde dans les Landes ou Pays Basque et qui habitent la Nouvelle-Aquitaine + Paris, Lyon, Lille, Nantes Bordeaux, Toulouse
- Inciter à découvrir la destination et à réserver un hébergement

Campagne de notoriété

Du 1er au 31 mars 2024

728 569 impressions
985 clics (0,14% CTR)



Les éditions

Objectif : Accueillir, informer, promouvoir

Magazine de séjour



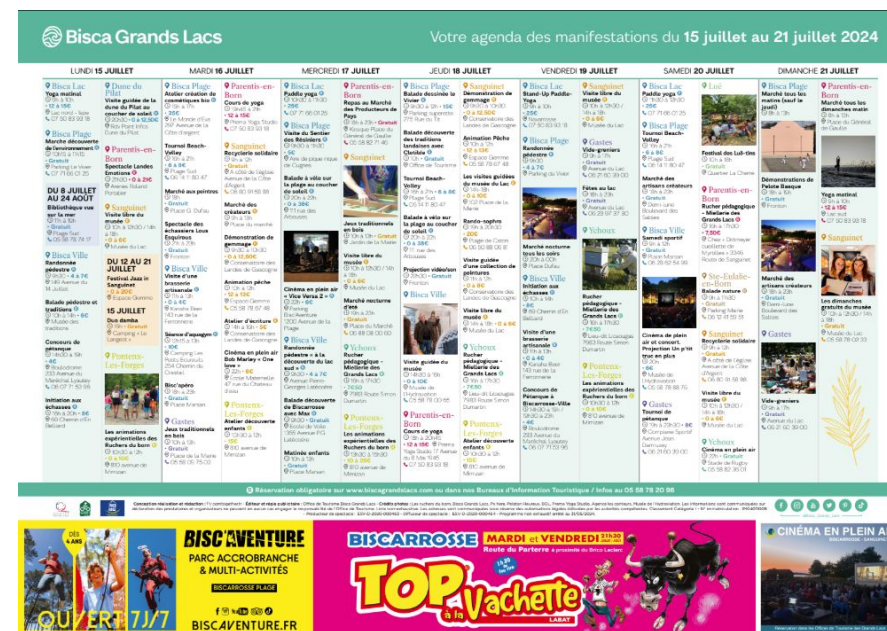
40 000 exemplaires

Carte Vélo Rando



55 000 exemplaires

Programmes liasses animations



9 éditions de liasses animations
d'avril à novembre 2024
distribué sur tout le territoire

Les accueils presse & blogueurs

(via notamment Landes Attractivité)

Journalistes espagnols Planeta Dunia

1 article sur les 7 communes du territoire :

1 article en ligne et sur les 2 supports magazines

*<https://canasdeviaje.com/costa-norte-de-las-landas-en-un-carrete-de-36-fotografias/>
+ 1 vidéo fournie*

Journalistes Columbus Travel :

10 pages sur l'aquitaine

Portée : 20 000 magazines vendus

Article en ligne : 2828 vues de la page

Reportages 13h TF1, France 2, France 3

Sujets hydravation, pêche, saison, ouverture de saison, vacances, richesses de la forêt, etc...

Reportage JT M6 19h45

Ouverture de saison, etc...

Reportages interviews radios

Radio France, radio Vinci autoroutes, France Bleu Gascogne, FGL,

Reportages presse écrite

Valeurs actuelles, Femme actuelle, GEO, Elle, Voyager Ici et Ailleur, Le monde du camping-car, Petit Futé, etc...



PLANETADUNIA.COM

Biscarrosse: capital europea de la hidroaviación

Biscarrosse ofrece en sus playas y lagos una naturaleza infinita y en...



n'a pas encore trouvé de repreneur. À l'époque, la patronne était très fière de faire remarquer que depuis plus de dix ans, les prix n'avaient pas changé: 0,80 € le café. La municipalité a ouvert une grande aire de camping-car d'une cinquantaine de places à moins de deux cents mètres de la place du village. En sortant de Labastide d'Armagnac, en direction du Gers, un curieux portique orné de cycles attire l'attention. Il marque l'entrée vers le Sanctuaire National du Cyclisme. Depuis 1939, la chapelle des



Le musée de l'hydravation de Biscarrosse vous fera revivre l'incroyable époque des aviateurs transatlantiques.

La plage de Navarrosse, un petit paradis pour vos vacances d'été. À seulement cinq kilomètres des plages océanes.

Cyclistes abrite une collection de maillots de champions: Poulidor, Merckx, Ocaña, Virenque, Jeanie Longo... Du grand bi au vélo du facteur, les deux-roues insolites sont ici précieusement conservés. Immanquable pour les amoureux de la petite reine.

L'Amérique en hydravion

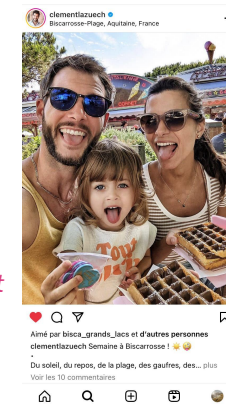
En 1930, la ville de Biscarrosse, que rien ne désignait pour un destin aéronautique, fut choisie par Pierre-Georges Latécoère pour devenir le



Blogueur Clément Lazuech

accueillis en partenariat direct OT : cible famille –

190 000 abonnés Instagram (rendu : stories + 5 publications sur laquelle notre territoire apparait et 1 vidéo réel)



Aimé par bisca_grands_lacs et d'autres personnes
clementlazuech Semaine à Biscarrosse !
Du soleil, du repos, de la plage, des gaufres, des... plus
Voir les 10 commentaires



ON A PENSÉ À NOS VÉLOS (chez ANNELOUPOURQUE)
LOUER DES VÉLOS C'ÉTAIT VRAIMENT UNE SUPER IDÉE
POUR PASSER CETTE SEMAINE À BISCA GRANDS LACS

Envoyer message

Le Contrat Destination Atlantique et Club Littoral

Club Littoral landais

Objectif : **notoriété** et inciter à venir au printemps sur le littoral (irriguer les flux dans le temps et dans l'espace)
Ciblage sur le 17, 24, 34, 44, 46 et 47 (cf. Flux Vision).

LANDES
Attractivité

Relations presse
► Réseaux sociaux
► campagnes Marketing digital
► Commercialisation
► Insertion presse espagnole

LANDES :

Audience potentielle : 8 M



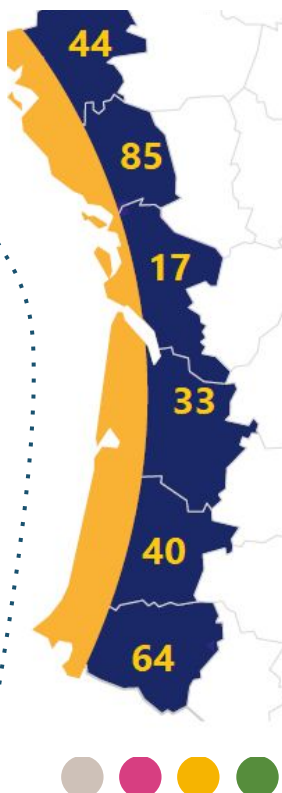
Contrat Destination Atlantique

Objectif : Développer la notoriété de la côte Atlantique conquérir de nouvelles clientèles étrangères

Relations presse
► Réseaux sociaux
► Marketing digital
► Commercialisation

LANDES :

Audience potentielle : 8 M



Relations presse

- 3 retombées presse en Allemagne
 - Circulation : 477 360
 - ROI : 3 571 €
- 2 retombées presse aux Pays-Bas/Belgique
 - Circulation : 5 945 513
 - ROI : 3 000 €
- Toutes les retombées ici



La fréquentation

Le site Internet

Développement Touristique

Partenariats et Démarches
Commerciales

Classement des meublés de tourisme

La Boutique & la Billetterie

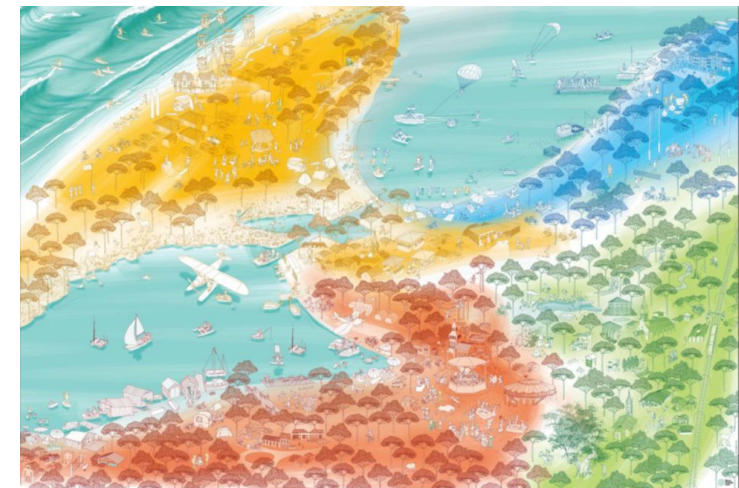
Nos animations

Les actions de promotion de la
destination

La vie de la structure



Ouverture du nouveau Bureau d'Information Touristique de Parentis en Born (20 juin 2024)



Démarrage des travaux sur le Bureau d'Information Touristique de Biscarrosse Plage (septembre 2024)



Votre Office de
Tourisme côté plage
fait peau neuve !

Pendant toute la durée
des travaux de
rénovation, l'accueil du
public est déplacé
en face de l'autre côté
de la place.

☎ 05 58 78 20 96

Mise en oeuvre du nouvel organigramme fonctionnel



Benjamin Fauque
Responsable Animations
Responsable
(selon process internes)
- Stratégies et contenus Animations - Gestion d'équipement - RH recrutement pôle animation - éléments pour pôle communication - Géocaching
Acteur(trice)
(selon process internes)
- Billetterie - Qualité - Bases de données - Saisie RH - Evénements sportifs - RSE/O

Vincent Favre
Développement & assistance direction
Responsable
(selon process internes)
- Suivi animation plan d'actions OT - Soutien/veas à la direction - Dossiers de subventions - Observatoire touristique - Suivi du développement territorial
Acteur(trice)
(selon process internes)
- Partenariat - Boutique - Billetterie - Qualité - Missions animations Villes, CDC - Editions - Administration générale - Actions collectives internes - RSE/O

Rémi Planton
Direction
Responsable
(selon process internes)
- Organisation générale structure - Stratégies et plans d'actions dédiés - Engagement développement territoire - Management interne et projet collectif - Ordonnateur (recettes, dépenses) - Tous recrutements - RSE/O
Acteur(trice)
(selon process internes)
- Stratégie de marque - Partenariats - Qualité - Editions - Vie associative - Gestion financière - Plan marketing

Charline Martigny
Comptabilité, administration générale
Responsable
(selon process internes)
- Secrétariat général - Intendance économe - Engagements contractuels de l'OT - Vie associative - Ressources humaines - Formations - Gestion financière
Acteur(trice)
(selon process internes)
- Partenariats - Qualité - RH recrutements tous pôles - Classement des meubles - Procédures contractuelles OT - Géocaching - RSE/O

Antoine Chalopin
Animateur, opérateur événementiels
Responsable
(selon process internes)
- Animations Sanguinet (hors Festival) - Promotion des animations : - Gestion voirie PMA bases de données, tous canaux - Réseaux sociaux Animations & Festival
Acteur(trice)
(selon process internes)
- Billetterie - Qualité - Animations Biscarosse, CDC - Gestion d'équipement - Editions - Géocaching - Evénements sportifs - RSE/O

Sabine Boulic
Responsable marketing
Responsable
(selon process internes)
- Plan marketing général - Stratégie de marque - Stratégie de communication - Stratégie webmarketing - Stratégie de contenus (SEA) - Stratégie partenariales (échevins geo) - Stratégie GRC
Acteur(trice)
(selon process internes)
- Partenariats - Billetterie - Outils régie pub (web et print) - Qualité - Editions - Recrutements RH pôle marketing - Animation réseaux sociaux - RSE/O - Boutique



Catherine Millon
Coordination Services directs aux publics
Responsable
(selon process internes)
- Partenariats meubles tourisme - Process bases de données - Process Qualité - RH Accueil - Process extractions Editions - Classement des meubles - Label Accueil Vélo - Educateurs internes - SADI (dont refonte bureaux d'accueil)
Acteur(trice)
(selon process internes)
- Partenariats - Boutique - Billetterie - Base de données - Qualité - Contrôle des caisses - Editions - Géocaching

Caroline Goursaud
Partenariats, éditions
Responsable
(selon process internes)
- Partenariats OT (socio-professionnels) - Outils régie pub (web et print) - éditions : - magasin de séjour - livrables Animations locales
Acteur(trice)
(selon process internes)
- Qualité - Stratégie de marque - Stratégie de contenus - Editions - RSE/O

Morgane Acher
Vente et webmarketing
Responsable
(selon process internes)
- Web, digital / systèmes - Réservations, Disponibilités - Délégue à la protection des données
Acteur(trice)
(selon process internes)
- Contenus éditoriaux web - Partenariats - Boutique - Bases de données et outils - Plan marketing général - Stratégie GRC - Editions - Refonte outils web - RSE/O

Camille Faullioley
Webmarketing, réseaux sociaux, digitaux
Responsable
(selon process internes)
- Tous contenus éditoriaux web - Loopi - Stratégies réseaux sociaux - Referencements naturels
Acteur(trice)
(selon process internes)
- Partenariats - Billetterie - Outils régie pub (web et print) - Qualité - Stratégie de marque - Actions webmarketing (SEA) - Contenus éditoriaux - Stratégie GRC - RSE/O

Céline Corbou
Boutique - Services directs aux publics
Responsable
(selon process internes)
- Boutique - Label Tourisme & Handicap
Acteur(trice)
(selon process internes)
- Partenariats - Billetterie - Base de données - Qualité - Stratégie de marque - Editions - Classement des meubles - SADI - RSE/O

Ambre Lorillot
Editions - Services directs aux publics
Responsable
(selon process internes)
- Suivi de l'offre restauration - éditions : - guide des marées - plans de ville - carte vélo rando
Acteur(trice)
(selon process internes)
- Partenariats - Boutique - Billetterie - Bases de données - Qualité - Editions - Classement meubles - SADI - RSE/O

Clotilde Dupuy
Partenariats - Services directs aux publics
Responsable
(selon process internes)
- Réseau Greeters - Réseau Tourisme Gourmand
Acteur(trice)
(selon process internes)
- Animation, prospection Partenariats - Suivi services vendus Partenaires - Boutique - Billetterie - Base de données - Qualité - Editions - Classement des meubles - Contrôle caisses - SADI - RSE/O



Merci de votre attention

Présentation à retrouver sur www.biscagrandslacs.com/espace-pro

