



**Bisca
Grands
Lacs**

Concentré des Landes

Plan d'actions 2022

*Conseil d'administration
Lundi 13 décembre 2021*



COMMUNAUTÉ DE COMMUNES DES
**GRANDS
LACS**



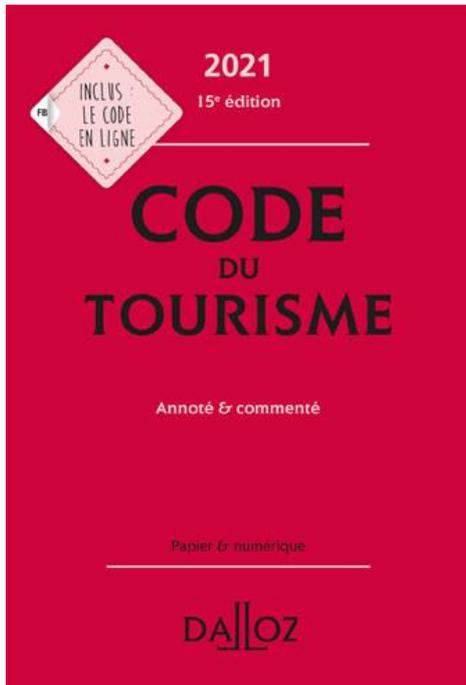
1

Missions principales de l'office de tourisme :

2

Service public pour les usagers
(touristes, excursionnistes, habitants)

Soutien à l'économie touristique
et aux professionnels du territoire



DES SERVICES INCLUS



2



Décliné en 10 versions

Activités de loisirs

Agences immobilières

Aires naturelles

Campings et villages vacances

Chambres d'hôtes, Surf houses et Gites de groupe

Commerçants, artisans Services, Grandes Surfaces

Hôtels

Résidences de tourisme

Restaurants

Meublés de tourisme

DES SERVICES EN OPTION

(Tarif HT sauf mention contraire)



1 + 2



3 axes marketing

Axe 1 : Maintenir (prioritairement) l'activité touristique estivale et développer la fréquentation touristique en hors saison

Axe 2 : Développer le positionnement et asseoir la notoriété de la marque de destination par un travail de collaboration avec les partenaires

Axe 3 : Accompagner les partenaires dans leur stratégie marketing générale et mettre en place une culture de la gestion de la relation client en interne et à l'échelle de la destination



Communiquer vers des cibles plus affinitaires

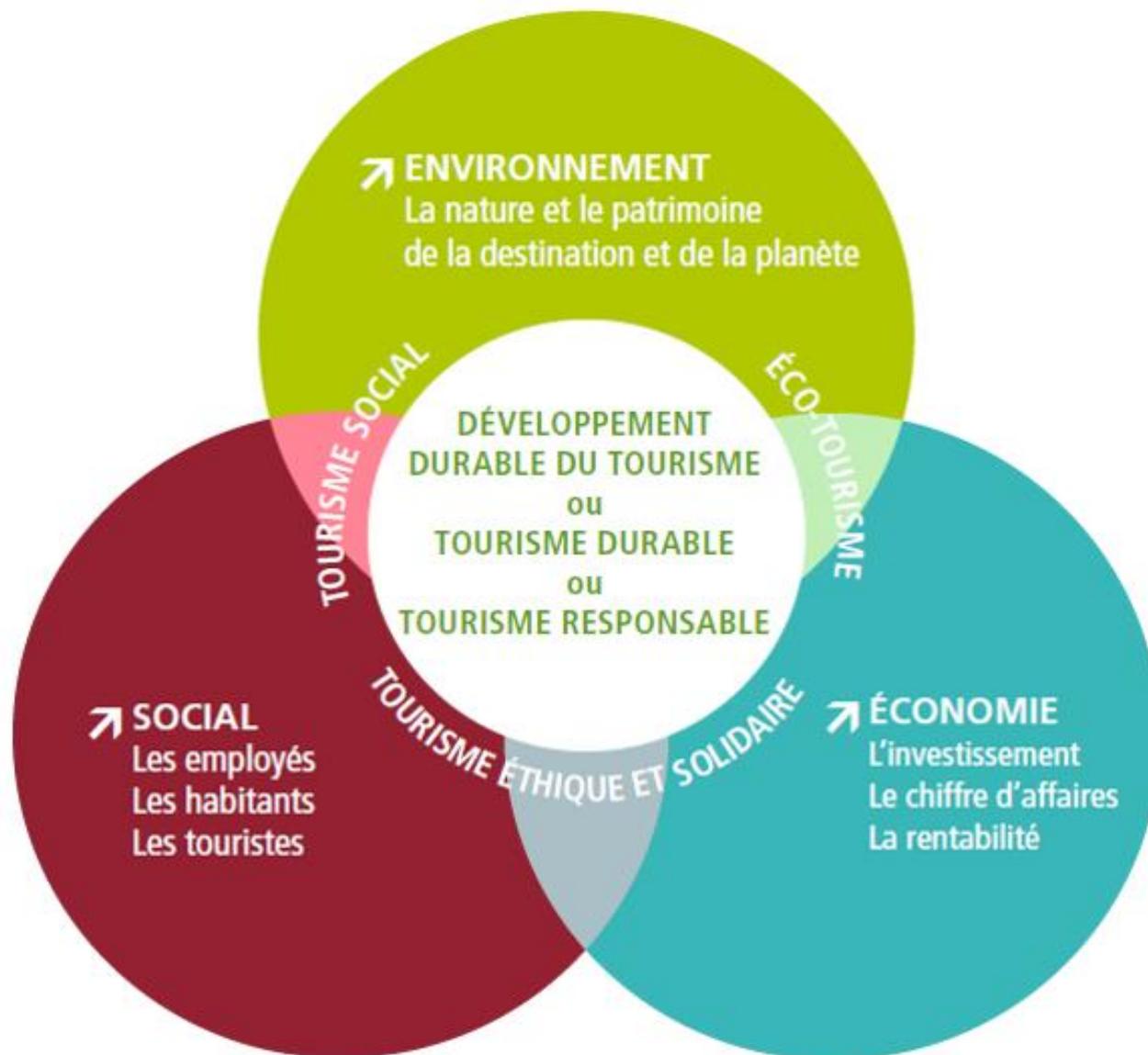
Réduire la séduction "plein été"

Message d'aide à la préservation et à l'équilibre de la destination

Conforter la cible infra régionale

S'appuyer sur des critères affinitaires

Réajustements nécessaires (Enquête clientèle, Flux Vision)



2021

LE GUIDE PRATIQUE
ET INSPIRANT DE

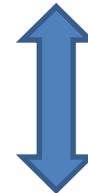
L'Animation Durable des
DESTinations en Nouvelle-
Aquitaine



- 1) Sensibiliser les visiteurs (6)
- 2) Accompagner ses partenaires (7)
- 3) Accompagner ses collectivités (8)
- 4) S'engager en interne à l'OT (22)



Évaluation de la destination
à travers 10 indicateurs



88



7

Missions obligatoires (Code du tourisme)

COORDINATION DES ACTEURS

Collectivités de tutelle (*accompagnement, étude, co-portage OT in fine : temps humain*)

14

Accompagnement des acteurs

11

ACCUEIL, INFORMATION

8

PROMOTION

PLAN MARKETING 2022

48

Mission optionnelle (animation)

Biscarrosse

2

Sanguinet

3

Communauté de Communes des Grands Lacs

1

Gastes

1

Communauté de Communes des Grands Lacs

PCAET des Grands Lacs (axe n°5)

Action n°19.1 : Adapter les hébergements et les activités touristiques aux conséquences du changement climatique

Action n°19.2 : Développer de l'hébergement et de la restauration durable

Action n°20.1 : Valoriser les produits du terroir (dans le cadre du PAT)

Action n°21.1 : Créer un package « prise en charge à la gare d'Ychoux » de l'arrivée au départ du touriste avec vélos

Action n°21.2 : Lancer une opération « En vacances, j'oublie ma voiture » (départ du vacancier depuis son domicile sans voiture)

Stratégie Locale de Gestion de la Bande Côtière (axe n°1)

Action n°1.2 : Communication, culture du risque

Stratégie de Développement Economique 2022-2026 (axe n°6)

Plan d'actions Mobilité (étude PETR LNCA, Cabinet TECURBIS)

Action n°2B : développer le système de navettes estivales vers les plages

Programme Local Habitat (PLH)

Hébergement saisonnier

Biscarrosse, Gastes, Luë, Parentis en Born, Sainte-Eulalie en Born, Sanguinet, Ychoux

Projets spécifiques et démarches sous maîtrise d'ouvrage ou à échelle communale

PETR Landes Nature Cote d'Argent

NOMAD (Accompagnement saisonniers)

Volet tourisme (NOTT) du contrat de dynamisation

Projet de Territoire & dispositifs (dont Leader)

Ateliers et rencontres pour les professionnels (2 000 €)

6 ateliers professionnels

4 conférences Google

Animation durable de la destination (*temps humain d'accompagnement*)

Soutien et conseil à la mise en place

services écoresponsables (écolabellisation)

réduction de leur consommation énergétique

Intégration de labels et réseaux (dont démarche collective CDT40)

Solution e-learning et accompagnement Bienvenue ici ! (2 500 €)

Déploiement de la billetterie activités de loisirs

Espace revendeur pour les hébergeurs volontaires

ACCUEIL, INFORMATION

Accueil "dans les murs" Biscarrosse (Plage et Bourg), Parentis en Born, Sanguinet

2022 : Refonte des flocages, entretiens des extérieurs des bâtiments (cf audit Qualité tourisme) et accompagnement

2023 : sur la base de l'accompagnement 2022, refonte des intérieurs selon le regard usager et l'ambition d'attractivité portée

Présences "hors les murs"

Renforcement des présences (dates, supports et événements) avec le soutien du pôle développement économique CDC

OT mobile

OT portatif chez les partenaires

Boutique : stratégie économie circulaire

PROMOTION

PLAN MARKETING 2022

Notoriété générale (Grandes villes et cibles identifiées) (28 000 €)

Insertions publicitaires magazines et supports identifiés

Diffusion vidéo sur MyTf1 TV cibles foyers infrarégionaux, bassin proximité

Campagnes spécifiques métropoles régionales Bordeaux, Toulouse

Jeux concours (lots et règlement) ailes de saison, clientèle "puristes"

Parcours vélo, pédestre, géocaching

Outils de sensibilisation sur nos espaces naturels (périmètres Natura 2000)

Notoriété locale, marketing vers les professionnels (7 100 €)

diffusion systématique vidéo destination cinémas de plein air

Opération valorisation eau potable avec filières HCR et SAUR (délégataire)

Supports outils d'accueil promotion Gare d'Ychoux

affichages vidéos sur publicités extérieures digitales (Leclerc)

Stratégie de communication multi-canaux (1 500 €)

Accompagnement dans l'harmonisation des supports digitaux

Optimisation des parcours Relation Client

Web-marketing (29 580 €)

Stratégie site internet (référencement, évolution, adaptation)

Stratégie réseaux sociaux (référencement, évolution, adaptation)

Création de contenus éditoriaux web (16 035 €)

Stratégie rédaction blog et contenus liés à la GRC

Rédaction de contenu éditorial

Contenu vidéos : montage 2022, création 2023

Accueils presse (3 000 €)

Influenceurs

Bloggeurs

Opérations sur les niches & filières (3 400 €)

Pêche

randonnée pédestre

vélo

animaux de compagnie

Opérations régionales et départementales (12 875 €)

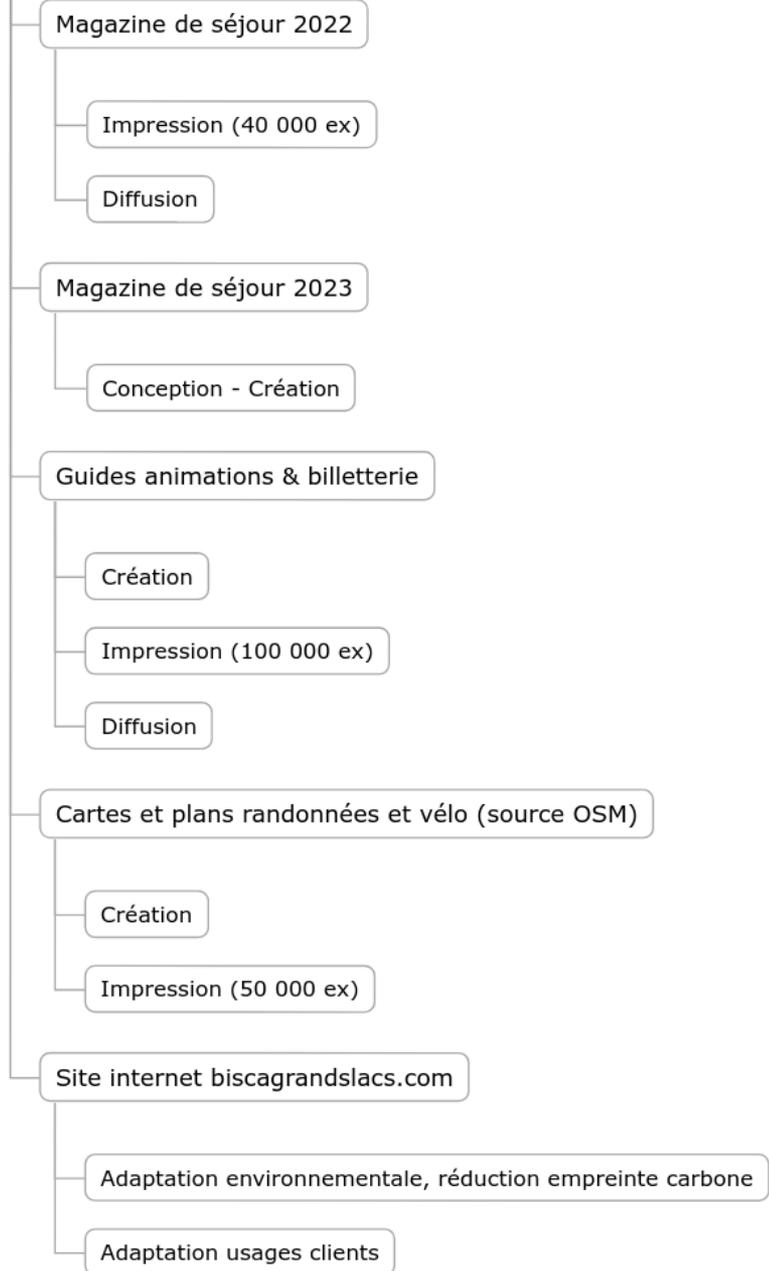
Club littoral

Tourisme gourmand

Données observatoire : Sphinx, Flux Vision, Airdna

Contrat Destination Atlantique

Supports éditoriaux d'appel et d'accueil (131 600 €)



PROMOTION

PLAN MARKETING 2022

Notoriété générale (Grandes villes et cibles identifiées) (28 000 €)

6

Notoriété locale, marketing vers les professionnels (7 100 €)

4

Stratégie de communication multi-canaux (1 500 €)

2

Web-marketing (29 580 €)

2

Création de contenus éditoriaux web (16 035 €)

3

Accueils presse (3 000 €)

2

Opérations sur les niches & filières (3 400 €)

4

Opérations régionales et départementales (12 875 €)

4

Supports éditoriaux d'appel et d'accueil (131 600 €)

15



≈ 233 000 €



Mission optionnelle (animation)

Biscarrosse

convention animation 2022

programmation événementielle sports, nature

Sanguinet

convention animation 2022

programmation événementielle sports, nature

Festival Jazz in Sanguinet

Communauté de Communes des Grands Lacs

Grands Lacs à vélo 2022

Gastes

programmation événementielle

88



7

Missions obligatoires (Code du tourisme)

COORDINATION DES ACTEURS

Collectivités de tutelle (*accompagnement, étude, co-portage OT in fine : temps humain*)

14

Accompagnement des acteurs

11

ACCUEIL, INFORMATION

8

PROMOTION

PLAN MARKETING 2022

48

Mission optionnelle (animation)

Biscarrosse

2

Sanguinet

3

Communauté de Communes des Grands Lacs

1

Gastes

1

88

+

7

=



**Bisca
Grands
Lacs**
Concentre des Landes



COMMUNICATION

DEVENIR PARTENAIRE

OBSERVATOIRE

ASSEMBLÉES GÉNÉRALES

CONSEIL D'ADMINISTRATION

CONSULTATION DES ENTREPRISES

Conseils d'administration

Pour accéder aux rapports des précédents conseils d'administration, veuillez vous connecter.

SE CONNECTER

Rappel :

Documents présentés et relevés de décisions accessibles et téléchargeables sur l'espace pro du site internet avec un mot de passe.

Site dédié : <https://www.biscagrandslacs.com/espace-pro>
Mot de passe : CAOTGL2020