Schéma de développement touristique durable
de la Gironde 2017-2021

Bilan synthétique des actions de Gironde Tourisme

—— Gironde Tourisme ——
Immeuble Gironde - 1 et 4 Terrasse du 8 mai 45 - CS 92015 - 33076 Bordeaux Cedex
Tél. +33 5 56 52 61 40 / Courriel : contact@gironde-tourisme.com / Site : www.gironde-tourisme.fr

De 2017 à 2021, la mise en oeuvre du nouveau schéma s'est opérée dans un contexte particulier

La mise en œuvre du Schéma départemental de développement touristique de la Gironde 2017-2021 a été impactée par une série d'événements avec, à la clé, des reconfigurations profondes dans les modèles de gouvernance et de consommation touristiques.

Une nouvelle étape de la réforme territoriale

A compter du 1er janvier 2017, date d'entrée en vigueur des nouvelles cartes intercommunales définies en application de la loi NOTRe, le nombre d'établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) à fiscalité propre a été sensiblement réduit en Gironde avec un passage de 37 à 28 intercommunalités (dont 1 métropole, 3 communautés d'agglomération et 24 communautés de communes).

Cette reconfiguration s'est accompagnée du transfert de plusieurs compétences obligatoires, structurantes pour les territoires, comme le développement économique et la promotion du tourisme. Cette dernière recouvrant la "promotion du tourisme dont la création d'offices de tourisme" et la "création, l'aménagement, l'entretien et la gestion de zone(s) d'activité touristique".

L'année 2017 a été marquée par l'installation des nouvelles assemblées délibérantes des EPCI fusionnés et la refonte de leur organisation. Outre les crispations qu'ont pu générer certaines fusions, le flou encadrant le contenu exact de la compétence "promotion du tourisme" a provoqué quelques "remous" quant à la gouvernance des offices de tourisme et la nouvelle répartition territoriale de leurs structures.

En Gironde, l'organisation touristique institutionnelle a été progressivement recomposée avec aujourd'hui 21 Offices de Tourisme Intercommunaux et 7 structures communales.

Fait saillant :

Au 1er avril 2017, le Département de la Gironde a transféré la compétence tourisme à Bordeaux Métropole sur le périmètre métropolitain. Ce domaine de compétences transférées concerne d'une part, les actions menées directement par le Département en matière touristique et, d'autre part, les actions dont la mise en œuvre est confiée à Gironde Tourisme. Pour ces dernières, conformément à l'accord passé entre Bordeaux Métropole et le Conseil départemental, **une convention d'objectifs et de moyens entre Gironde Tourisme et Bordeaux Métropole définit les actions menées par Gironde Tourisme sur le territoire de la Métropole** (promotion, observation, classement des meublés etc.) et pour lesquelles Bordeaux Métropole la subventionne chaque année.

La crise sanitaire

L'année 2020 a été marquée par la pandémie de coronavirus (COVID-19) qui a précipité brutalement l'économie du tourisme dans une crise sans précédent.

Au niveau national, l'arrêt du tourisme international a provoqué un effondrement de 50% des recettes de voyages, qui sont tombées à 28,7 Mds € en 2020. Le solde de la balance des voyages

est passé de 11,6 Mds € en 2019 à 4,2 Mds € en 2020, soit le niveau le plus bas depuis la fin des années 1980, après un excédent de 11,6 Mds € en 2019. Le recul de la consommation touristique intérieure est quant à lui estimé à -35%.

L'activité touristique est restée affectée par la crise sanitaire en 2021. Les différentes mesures d'endiguement et les restrictions de mobilité ont continué à peser sur l'offre et la demande, particulièrement au premier semestre.

En Gironde, grâce à l'embellie observée à partir du mois de juillet, la fréquentation s'est toutefois nettement redressée par rapport à 2020 pour atteindre, sur la période de mai à décembre, 92% de son niveau d'avant-crise.

Certaines branches d'activité vont rester durablement impactées par les conséquences de la crise, en particulier le marché des voyages d'affaires (qui pesait pour 54% des nuitées hôtelières en 2019 et jusqu'à 60% dans Bordeaux Métropole) pour lequel les solutions mises en place durant la crise (réduction des déplacements et événements hybrides) pourraient entraîner une perte définitive de 20 à 30% du chiffre d'affaires de 2019.

En dépit des mesures d'aides (300,2 M€ en Fonds de Solidarité et 307,9 M€ en PGE ont été attribués pour le secteur hébergement/restauration en Gironde), certaines entreprises fragiles pourraient ne pas se relever. De plus, la pénurie de main d'œuvre va peser sur le retour à la pleine activité.

Fait saillant :

L'équipe de Gironde Tourisme s'est mobilisée pour accompagner et soutenir les professionnels du tourisme pendant cette période de crise : mise en place d'un chat et d'une permanence téléphonique, édition d'une InfoLettre régulière sur les mesures d'aides aux opérateurs et les initiatives collaboratives, création d'une FAQ COVID-19 dans le Centre de Ressources, programmation régulière de webinaires (20 webinaires proposés en 2020) répondant aux préoccupations des partenaires sur diverses thématiques (juridiques, sociales, RH, sanitaires, communication de crise, plan de reprise, etc.).

La stratégie marketing 2020/2021 a été réajustée à l'aune du contexte COVID-19 qui a impacté significativement les mobilités touristiques, en particulier internationales, et amplifié certaines tendances jusqu'alors émergentes.

La remise en cause des pratiques touristiques

La pandémie a agi comme un véritable accélérateur des processus de transition sociétale, en termes d'éco-responsabilité notamment.

La publication du sixième rapport du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (Giec), qui conclut que le changement climatique est plus rapide que prévu avec une activité humaine responsable "sans équivoque" du réchauffement climatique, a également renforcé la prise de conscience de nombreux citoyens quant à la la protection de l'environnement.

Développé sur le "toujours plus", le tourisme de masse est remis en question d'autant qu'il privilégie les déplacements carbonés rapides aux impacts environnementaux importants. La recherche dresse le constat d'une succession de problématiques liées aux mouvements de population dans le cadre des activités de loisirs : faible gestion des risques (environnementaux, culturels, sanitaires...), surtourisme, pollution. Le tourisme fait partie des secteurs énergivores : il représente 8% des émissions mondiales de gaz à effet de serre (étude australienne publiée dans Nature Climate Change) et a émis en France en 2018 l'équivalent de l'empreinte carbone annuelle de 11 millions de Français (étude ADEME).

En clouant les avions au sol, les géants des mers à quai et en réduisant le rayon des déplacements, la crise a accéléré le changement de modèle, dans un sens plus durable et socialement responsable.

Fait saillant :

Gironde Tourisme a d'ores et déjà pris en compte ces changements en priorisant les marchés français et européens de proximité et en valorisant l'itinérance douce et la découverte du patrimoine au sens large (nature, culture, oenotourisme, ...) pour répondre aux nouvelles aspirations de dépaysement-déconnexion/découverte-enrichissement.

Une mise en oeuvre du schéma véritablement opérationnelle en 2018

Engagée en 2016, avec un vote des enjeux et axes de la stratégie touristique départementale le 14 décembre, l'élaboration du schéma départemental de développement touristique s'est poursuivie sur le premier semestre 2017 avec la consultation des partenaires au travers de 23 ateliers qui ont associé 361 participants (9 ateliers tourisme dans le cadre des pactes territoriaux en mars et avril, 7 ateliers territoriaux en avril et 7 ateliers thématiques en mai).

Fait saillant :

Le schéma a été adopté par l'Assemblée départementale le 29 juin 2017, la mise en œuvre étant véritablement opérationnelle début 2018, appuyée par une nouvelle organisation de Gironde Tourisme et l'arrivée de nouveaux collaborateurs.

En parallèle, le dispositif des Conventions d'Actions Touristiques (CAT), outil de mise en œuvre du schéma, a été voté par délibération du 18 décembre 2017 et a été déployé à partir de 2018.

Bilan synthétique par domaine d'intervention

Pour répondre à l'interdépendance des diverses prestations qui caractérise le secteur touristique et à la diversité des interventions nécessaires à son développement, les actions de Gironde Tourisme sont menées en transversalité, en s'appuyant sur une équipe pluridisciplinaire aux expertises complémentaires.
Ce bilan est donc établi à partir des différents domaines d'intervention de Gironde Tourisme auxquels contribuent les différents pôles.

Observation & Ingénierie

Axe Schéma :

Axe 9 - Optimiser les actions et moyens entre les différents acteurs

Consolidation de l'observation départementale du tourisme

- Actualisation des données macroéconomiques de cadrage sur la fréquentation, les clientèles et les retombées économiques à l'échelle du département et de ses principaux bassins de séjour
- Renforcement des outils d'observation (données aériennes, suivi des déplacements via la téléphonie mobile, locations sur les plateformes CtoC)
- Enrichissement/actualisation des données quantitatives et qualitatives sur certaines filières prioritaires (oenotourisme, vélo, publics Compostelle)
- Mise en place d'un dispositif de suivi conjoncturel mensuel pour la fréquentation hôtelière et, dans le cadre d'un dispositif régional, élargissement du suivi conjoncturel sur l'année (saison et vacances scolaires)
- Poursuite du traitement de demandes de données "sur mesure" partenaires/bureaux d'étude/porteurs de projet
- Mise à disposition des études et données en libre accès via le portail départemental Girondescopie en complément au centre de ressources de Gironde Tourisme

Renforcement du soutien aux démarches d'observation touristiques locales

- Déploiement de tableaux de bord de fréquentation touristique et de mesure des retombées économiques sur les territoires

Prise en charge de l'animation du COTECH Observatoire du Contrat de Destination Côte Atlantique

- Production d'indicateurs annuels de fréquentation du littoral Atlantique

Développement de l'accompagnement en ingénierie

- Accompagnement de porteurs de projets publics et privés en matière d'hébergements et d'activités (données marchés, informations réglementaires, positionnement commercial)
- Participation à différentes études filières (clientèles randonnée pédestre, Vélodyssée, modèles économiques de l'œnotourisme, etc.) et territoires (pôle oenotourisme Sauternes, valorisation Vallée du Ciron, schéma de développement des hébergements de plein air CDC Convergence Garonne, aménagement du port de Langon, etc.)
- Elaboration de diagnostics de territoires (CDC Grand Cubzaguais et CDC Médullienne en 2017, CDC du Fronsadais en 2018)
- Partenariat avec Gironde Ressources et interventions dans le cadre des Pactes Territoriaux

- Adhésion au club Ingénierie - Développement d'ADN Tourisme - Co-organisation du séminaire annuel du club en 2021

Participation à la mise en place et suivi des Conventions d'Actions Touristiques

- 6 territoires bénéficiaires avec un engagement du Département de près de 547 000 euros depuis 2018

Investissement dans les travaux du G12

- Ce réseau volontaire et informel associe les techniciens et directeurs des Agences de Développement Touristique de Nouvelle-Aquitaine

Création d'un groupe de travail marketing interne

- Elaboration d'un plan marketing 2020/201 orienté filières, révisé en 2021 à l'aune de la crise COVID

Participation à la mise en oeuvre des Contrats de destination

- Bordeaux 2015-2017 / 2018-2020, prolongé en 2021
- Vallée de la Dordogne 2015-2017, prolongé en 2018 - pas d'accord trouvé sur une solution de gouvernance après l'arrêt du portage par Epidor
- Collectif Destination Atlantique en 2016/2017 - Contrat de destination Côte Atlantique 2018/2021

Mise en place d'une veille sectorielle

- Veille interne sur l'actualité touristique générale et par filière

Indicateurs chiffrés :

- 5 009 vues des pages observatoire dans le centre de ressources en 2021
- 15 à 20 publications annuelles : baromètres, chiffres clés, bilans
- 30 à 40 demandes particulières de données d'observation traitées/an
- 3 tableaux de bord de suivi de fréquentation déployés sur les territoires
- 1 guide des services pour les Collectivités publié
- 6 fiches publiées dans le guide de l'ingénierie départementale de Gironde Ressources

Qualification & Labellisation de l'offre

Axe Schéma :
Axe 6 - Renforcer la qualification de l'offre

Poursuite du classement des meublés de tourisme

- 2 auditrices dédiées au classement, 480 visites de meublés effectuées en 2021

Poursuite de la qualification Tourisme et Handicap

- Sensibilisation des professionnels, visites, instruction des demandes et organisation de la commission interdépartementale Tourisme et Handicap
- En partenariat avec la Fédération départementale de pêche, création d'un réseau de lieux aménagés pour la pratique de la pêche pour les personnes handicapées
- En partenariat avec le Comité départemental de randonnée, développement des randonnées en joëlette

Poursuite de l'accompagnement qualité des Offices de Tourisme

- Accompagnement dans la préparation au classement préfectoral, la marque Qualité Tourisme et l'obtention des labels Tourisme et Handicap et Accueil Vélo
- Poursuite de la labellisation Générosité de l'Accueil

Poursuite du soutien aux labels hébergements

- Convention avec Clévacances Gironde : recrutement de nouveaux adhérents, visites, mise en place d'actions pour les adhérents, tenue des comptes
- Mise en oeuvre de la labellisation nationale Chambres d'hôtes Référence

Mise en oeuvre des démarches de qualification environnementale

- Convention pluriannuelle avec l'Ademe pour le déploiement de l'Ecolabel européen et de l'Affichage environnemental pour les hébergements touristiques ainsi que de la norme NF Environnement pour les sites de visite
- Partenariats avec Betterfly Tourism (formation à la démarche de l'affichage environnemental) et Afnor (formation aux référentiels, certificateur)
- Accompagnement spécifique au Fonds du Tourisme Durable dans le cadre du plan France Relance dont appel à projets Slow Tourisme, en tant que partenaire territorial de l'Ademe

Renforcement de la qualification de l'offre vélo

- Déploiement de la marque Accueil Vélo par convention avec ADN Tourisme (hébergements, loueurs et réparateurs professionnels de vélos, offices de tourisme, sites touristiques et restaurateurs situés à moins de 5 km d'un itinéraire)

Renforcement de la qualification de l'offre oenotouristique

- Déploiement du label Vignobles & Découvertes sur les 6 territoires labellisés
- formation du personnel des OT au cahier des charges du label pour accompagner les prestataires
- réalisation des audits de contrôle par deux personnes dédiés au sein de Gironde Tourisme
- Organisation de deux commissions départementales annuels pour évaluer les dossiers et les transmettre à Atout France avec avis favorable ou non

Mise en oeuvre de la qualification de l'offre itinérance

- Déploiement du label Accueil Chemin de Compostelle en France en partenariat avec l'Agence française des Chemins de Compostelle (hébergements situés à moins de 1 km des trois voies traversant la Gironde)

Indicateurs chiffrés :

- 3 059 meublés classés vs 927 en 2017
- 97 structures labellisées Tourisme et Handicap
- 25 établissements engagés dans une démarche d'écocertification vs 5 en 2017
- 9 accompagnements Affichage environnemental, 2 sur NF Environnement, 13 sur Ecolabel européen en 2021
- 13 accompagnements Fonds du Tourisme durable effectués, 5 dossiers validés et financés par l'Ademe en 2021
- 22 Offices de Tourisme classés, 15 certifiés Qualité Tourisme, 19 labellisés Générosité de l'Accueil
- 6 territoires labellisés Vignobles et Découvertes en Gironde : Bordeaux porte du vignoble, Médoc, Blaye et Bourg, Saint-Emilion Pomerol Fronsac, Entre Deux Mers, Graves et Sauternes
- 1 008 prestataires labellisés Vignobles & Découvertes en 2021 vs 620 en 2017 soit +62% (dont 476 châteaux, 195 hébergements, 102 restaurants et bars à vin, 53 offres patrimoine culturel et/ou naturel et/ou immatériel, 16 Offices de Tourisme, 29 structure réceptives, 80 activités sportives, de loisirs, de bien-être ou de santé, 57 événements)
- 160 prestataires labellisés Accueil Vélo
- 10 hébergeurs labellisés Accueil Chemin de Compostelle en France

Professionnalisation & Animation de réseaux

Axe Schéma :
Axe 4 - Améliorer l'accueil et l'information des clientèles pour accroître la consommation touristique
Axe 9 - Optimiser les actions et moyens entre les différents acteurs

Poursuite de la gestion départementale de la base de données d'informations touristiques SIRTAQUI

- Administration de l'outil, assistance permanente/hotline auprès des utilisateurs de Gironde, formation des utilisateurs, gestion des syndications, contrôle qualité des données
- Déploiement d'une passerelle avec la place de marché Regiondo et d'une interface pour la mise à jour des données par les prestataires
- Mise à disposition des données en Open Data sur la plateforme nationale Datatourisme
- Contribution à la réflexion régionale sur les SIT et la data touristique

Déploiement de la place de marché mutualisée Regiondo/WeLogin pour la commercialisation des activités de loisirs

- Ré-immatriculation de Gironde Tourisme en tant qu'opérateur de voyages auprès d'Atout France au titre de l'outil place de marché
- Constitution d'une "boîte à outils" juridique avec modèles mutualisables (convention OT/Prestataire, CGV vente en ligne, CGV comptoir, convention d'adhésion) et mise en conformité vis à vis du RGPD
- Soutien aux OT pour leur équipement de l'outil de caisse WeLogin (socle de la place de marché)

Poursuite de l'animation du réseau des Offices de Tourisme

- Gestion des demandes juridiques, journées qualité sur site
- Animation du Club Qualité Gironde, participation au Club Qualité de la Mona et à la Commission nationale Qualité Tourisme ADN Tourisme
- Organisation de la bourse annuelle d'échange de la documentation

Développement des Matinées de Gironde Tourisme

- Temps de réflexion et d'échanges autour de thématiques intéressant les professionnels et les techniciens et élus en charge du tourisme (qualité, réglementation, innovation, accessibilité des personnes handicapées, tourisme durable, etc.)

Création des Rendez-vous du réseau Bordeaux Wine Trip

- Temps de rencontre et d'échanges pour les labellisés Vignobles et Découvertes (conférences, tables rondes, visites) afin de dynamiser la filière

Poursuite de l'animation de la filière professionnelle cinéma-audiovisuel

- Gestion de la base de données "Lieux de tournages"
- Référencement des techniciens et des comédiens girondins, transmission des CV aux sociétés de production pour faire travailler les équipes localement
- Organisation de rendez-vous pour renseigner, évaluer, orienter tous les professionnels du secteur (techniciens, prestataires, comédiens)
- Travail en coopération avec la Direction de la Culture du Département dans le suivi des dossiers déposés pour le Fonds d'aide à la création

Création du Club de la Com touristique

- Le club permet aux différents acteurs de la communication touristique institutionnelle d'échanger sur les actualités de la communication, les nouveautés technologiques, les passerelles possibles, etc.

Mise en place d'une journée de découverte annuelle pour les guides de l'AGICA

- En partenariat avec l'OT de Bordeaux Métropole, organisation d'une journée découverte pour les guides conférenciers (2017 - Garonne et le canal de Garonne, 2018 - Haute Gironde, 2019 -Sud Gironde, 2020 - La Réole et le futur Pays d'Art et d'Histoire, 2021 - Arcachon)

Indicateurs chiffrés :

- 338 utilisateurs dans 35 structures adhérentes au réseau SIRTAQUI en Gironde (hors Gironde Tourisme)
- 27 096 fiches saisies dans SIRTAQUI hors fêtes et manifestations
- 20 journées de formation SIRTAQUI assurées/an, 1 270 flux de syndication générés pour 39 structures partenaires
- 2 Offices de Tourisme dotés de la place de marché mutualisée, déploiement en cours sur 4 Offices supplémentaires
- 9 Matinées de Gironde Tourisme proposées depuis 2017
- 13 dates et 170 inscrits pour les Rendez-vous du réseau Bordeaux Wine Trip en 2021
- 333 jours de tournage en Gironde en 2021
- 722 décors enregistrés en base de données "Lieux de tournages" et 402 techniciens référencés vs 568 et 312 en 2017

Développement d'offres thématiques & Nouveautés

Axes Schéma :

Axe 2 - Développer l'itinérance pour mieux diffuser les flux sur tous les territoires

Axe 3 - Créer les conditions favorables au développement d'offres thématiques

Axe 5 - Améliorer l'accessibilité numérique, physique et sociale aux offres

Randonnée pédestre

- Renforcement de la valorisation des boucles de randonnée les plus touristiques inscrites au PDIPR et des itinéraires de grande randonnée prioritaires (Chemins de Compostelle, GR 6, Bastides et Abbayes, etc…)
- Pilotage du COTECH Marketing du comité d'itinéraire Soulac-Rocamadour - Chemin d'Amadour
- Partenariat avec l'ACIR, conventions avec la FFRandonnée Gironde et et Bordeaux Compostelle

Vélo

- Création du Tour de Gironde à vélo en 2017 et valorisation de boucles vélo dans le vignoble
- Participation aux Comités d'Itinéraires des grands itinéraires vélo (Vélodyssée, Canal des deux Mers à Vélo, Scandibérique) et représentation de la Gironde dans les instances nationales dont cluster Atout France, Vélo & Territoires et France Vélo Tourisme (présence du Tour de Gironde à vélo sur la plateforme nationale)
- Accompagnement à la commercialisation du Tour de Gironde à vélo par Evazio et Safran Tour

Patrimoine

- Création et animation du réseau des sites majeurs "Iconiques en Gironde"
- Mise en valeur du patrimoine via les boucles de randonnée
- Valorisation des phares, bastides et moulins de Gironde
- Suivi de la mise en place du Pays d'Art et d'Histoire autour de La Réole et création d'un parcours patrimoine dans la ville
- Convention avec l'Union des villes Bastides de Gironde et l'Association Girondine des Amis des Moulins
- Réalisation et gestion d'expositions thématiques moulins et bastides

Oenotourisme

- Prise en gestion de la marque Bordeaux Wine Trip, propriété du CIVB
- Réalisation d'une étude marketing sur la destination "Les Routes du Vin de Bordeaux".
- Représentation de la Gironde dans les instances nationales : cluster Atout France, Fédération nationale Vignobles & Découvertes

Tourisme fluvial

- Réalisation d'une étude sur le développement et la promotion de l'offre de bateaux promenade
- Valorisation de la destination Garonne et Canal de Garonne en partenariat avec le Lot-et-Garonne et participation à différentes actions en collaboration avec le SMIDDEST et Cruise Bordeaux

Ecotourisme

- Réalisation d'une étude stratégique sur l'écotourisme en Gironde
- Collaborations avec les PNR Médoc et Landes de Gascogne, participation aux travaux du Cercle des Imaginaterres du PNR Landes de Gascogne et coopération avec le Syndicat Mixte de la Grande Dune du Pilat

Loisirs de pleine nature

- Mise en place d'une convention avec la Fédération de Pêche - FDAAPPMA 33 pour la valorisation des événements pêche et la promotion de la pêche en Gironde

Tèrra Aventura et pistes de Robin

- Mise en place de parcours de géocaching et de découverte du patrimoine culturel ou naturel, sous la forme de jeux et d'énigmes ludiques pour les familles

Tourisme solidaire

- Organisation d'éductours pour les associations de personnes en situation de handicap et investissement au sein de l'association Handi Cap Nouvelle Aquitaine
- Mise en œuvre d'un projet test 2021/2022 avec la DGAS sur le PNR Landes de Gascogne visant à améliorer le départ en vacances des Girondins, projet accompagné par Vacances Ouvertes

Indicateurs chiffrés :

- Tour de Gironde à vélo, classé parmi les 10 plus beaux itinéraires de France par Détour en France
- 13 boucles "À Vélo dans les vignobles de Bordeaux"
- 18 sites "Iconiques en Gironde", 575 sites patrimoniaux valorisés dans les livrets balades
- 41 caches Tèrra Aventura et 59 parcours pistes de Robin, 474 000 joueurs Tèrra Aventura de 2018 à 2021
- 575 sites patrimoniaux valorisés dans les balades de Gironde Tourisme

Promotion & Communication

Axes Schéma :

Axe 1 - Renforcer la notoriété et l'attractivité de la Gironde en capitalisant sur les marques majeures
Axe 4 - Améliorer l'accueil et l'information des clientèles pour accroître la consommation touristique
Axe 7 - Créer les conditions favorables à un élargissement de la fréquentation sur l'année
Axe 8 - Agir pour les Girondins

Mise en place d'accueils physiques pour la prescription de l'offre touristique girondine

- Par convention avec l'OTCBM et Bordeaux Métropole, installation de deux conseillers en séjour à temps plein à l'Office de Tourisme et des Congrès de Bordeaux
- Installation d'un conseiller en séjour à temps plein au comptoir d'accueil et d'information oenotouristique à la Cité du Vin (désinstallé en 2020)

Renforcement de l'information dans différents points d'entrée sur département

- Bac Royan/Le Verdon, aires d'autoroute, gare et aéroport de Bordeaux en partenariat avec l'OTCBM

Renforcement des partenariats avec la Direction de la communication du Conseil départemental

- Travail transversal sur Gironde mag, partenariats événementiels, partenariats digitaux avec les deux agendas des sites gironde.fr et girondetourisme.fr

Développement des actions presse

- Recrutement d'une attachée de presse en 2019 et d'une agence de presse pour les médias nationaux
- Organisation de voyages presse/influenceurs et de temps presse (conférences, déjeuners, rdv one-to-one, marathons)
- Gestion des relations presse Gironde dans les Contrats de destination
- Participation au workshop ADN Tourisme "Partir en France", rendez-vous annuel réunissant les attachés de presse des ADT/CDT pour présenter leurs nouveautés et actualités à la presse nationale

Renouvellement des éditions

- Communication 4 saisons avec les collections Feuille de vigne et bikini / Col roulé et crustacés
- Création d'un support de valorisation du patrimoine, les Iconiques en Gironde et du magazine Pulpe, le média de l'irrésistible vignoble
- Édition de guides thématiques : guide rando, guide fluvial, guide de l'écotourisme, 50 livrets des plus belles balades de Gironde Tourisme, Route des phares en Gironde, guide

des 8 bastides de Gironde
- En partenariat avec des éditeurs : avec les éditions Sud Ouest - 3 tomes des Plus belles balades de Gironde Tourisme, la Gironde à vélo, avec les éditions Ouest France et Chamina - guides du Tour de Gironde à vélo, avec le Guide du Routard - guide de l'œnotourisme en Gironde
- Dans le cadre des Comité d'itinéraire vélo : avec le Guide du Routard - la Vélodyssée et le Canal des 2 mers à vélo, avec Ouest France - le Canal des 2 mers à vélo et de Royan à Hendaye à vélo
- Création de fiches de découverte "À vélo dans le vignoble de Bordeaux"
- Edition d'un support Gironde Kids à chaque période de vacances scolaires

Montée en puissance de la communication digitale
- Prise en charge et refonte du site Bordeaux Wine Trip et création d'un kit de communication pour le réseau des labellisés Vignobles & Découvertes
- Création des comptes grand public Instagram Gironde tourisme, Instagram Pulpe, Facebook Gironde Tourisme et Facebook Pulpe
- Création des Groupes pro Facebook "Bordeaux wine trip, irrésistible vignoble", "Club des sites remarquables de Gironde", "Club de la com' touristique" et Linkedin Bordeaux Wine Trip
- Refonte du site internet Gironde Tourisme et création du site Bordeaux Wine Trip

Création de contenus visuels
- Shootings photos par l'agence Les Conteurs, les influenceurs Lezbroz (parcours Canal des deux mers à vélo) et shooting photo dans le vignoble, réalisé à l'occasion du lancement de la marque régénérée Bordeaux Wine Trip
- Création d'un film d'animation publicitaire "vignobles" et d'une chaîne Youtube Pulpe

Développement des actions de promotion en BtoB et BtoC sur les marchés prioritaires
- Promotion sur les marchés internationaux dans le cadre des contrats de destination et des grands itinéraires vélo, rencontres et éductours opérateurs de voyages/Tours Opérateurs, participation aux grands rendez-vous nationaux (dont IFTM Paris, Rendez-Vous en France et Destination Vignobles) et aux workshops presse Atout France/CRTNA, présence sur des salons BtoC (dont salon FIETS Wandelbeurs), campagnes digitales
- Création de deux brochures à destination des tours-opérateurs et agents de voyages : Sélection Slow et Inspirations vignobles
- Promotion sur les bassins émetteurs français : campagnes d'affichage (métro parisien, en collaboration avec le CRTNA en 2018, Bordeaux métropole en 2019), présence sur différents salons (dont Destination Nature, salon du Randonneur de Lyon, salon nautique à Arcachon)
- Collaboration avec TER Nouvelle-Aquitaine initiée fin 2020

Renforcement de l'événementiel
- Présence sur des événements à l'international : Eat ! Brussels, Drink ! Bordeaux,

Bordeaux Fête le Vin à Québec, Bordeaux Wine Festival à Liverpool

- Participation à des événements à rayonnement départemental, régional et national dont Bordeaux fête le Vin et Bordeaux fête le Fleuve, Fascinant Week-end, Fête du Vélo de la Métropole, Festival la Roue Tourne à Toulouse, La Gironde à pied avec la FFRandonnée Gironde, Marathon du Médoc, Tour de France 2021, Journées européennes des moulins
- Organisation d'événements : Gironde en balades en 2018, mois de la Gironde à Paris en 2018 et 2019, La Joyeuse Rando avec le Lot-et-Garonne en 2019, tournées d'été avec France Bleu Gironde

Promotion du département comme terre de tournage

- Présence sur différentes manifestations professionnelles nationales et internationales dont FIPA Biarritz, Festival du court Métrage Clermont Ferrand, Festival européen du court métrage de Bordeaux, Salon des lieux de tournages d'Ile de France, Festival de Cannes, Festival de la fiction TV de la Rochelle, Focus London

Renforcement de la communication professionnelle

- Gestion mutualisée du centre de ressources/site pro
- Gestion collaborative d'une page FB Gironde Tourisme pro
- Edition d'une newsletter professionnelle depuis 2020 adressée à tous les partenaires référencés dans le SIT (informations de veille et actualités de Gironde Tourisme et de ses partenaires)

Indicateurs chiffrés :

- 1 million de vues sur le site internet Gironde Tourisme en 2021
- 90 283 sessions sur le site internet Bordeaux Wine Trip en 2021
- 38 accueils et voyages de presse entre 2019 et 2021
- 285 retombées presse régionale et nationale pour un équivalent publicitaire de 3,41 M€ en 2O21
- 17 155 abonnés à la page Facebook Gironde Tourisme en 2022 vs 10 276 en 2018 soit +66%
- 13 049 abonnés à la page Instagram Gironde Tourisme en 2022 vs 3 157 en 2018 soit +341%
- 5 678 abonnés à la page Facebook Pulpe en 2022 vs 1 275 en 2019 soit +345%
- 40 000 photos mises à disposition dans la photothèque
- 50 livrets "Les plus belles balades de Gironde Tourisme"
- 13 fiches de découverte "À vélo dans le vignoble de Bordeaux"
- 36 newsletters professionnelles - Infolettres adressées à 12 500 partenaires en 2020 et 2021
- 53 324 pages vues en 2021 pour le centre de ressources/site pro