STRATEGIE GENERALE DE

L'OFFICE DE TOURISME DE MONTESQUIEU

2021-2023

Préambule

L'office de tourisme de Montesquieu est chargé par sa collectivité d'élaborer la stratégie de développement touristique du territoire et la mise en œuvre de la politique du tourisme autour de ses thématiques fortes grâce à des plans d'actions annuels. Une convention d'objectifs entre la collectivité et l'Office de tourisme définit ses missions et les moyens mis à sa disposition pour y parvenir.

Ce document a pour but de formaliser la stratégie touristique du territoire de la communauté de communes de Montesquieu pour les années 2021 à 2023.

Présentation du territoire

Le territoire de Montesquieu, composé de 13 communes représentant le canton de La Brède, est situé au bord de la Garonne, au centre du département de la Gironde et est limitrophe de la métropole de Bordeaux. Ce territoire jouit de la présence de nombreux châteaux viticoles, d'un patrimoine historique et culturel très riche et d'espaces naturels préservés.

Ce territoire n'étant pas une destination touristique à part entière, il possède tous les atouts d'un espace « rural » aux portes de la Métropole afin de proposer une offre complémentaire au tourisme urbain de Bordeaux.

Le territoire de Montesquieu est riche d'un patrimoine historique très important lié à la présence de Montesquieu, le Philosophe des Lumières. Son site majeur est le château de La Brède, demeure du philosophe mais il compte également de nombreuses églises remarquables, classées ou inscrites aux monuments historiques et des éléments de petit patrimoine.

La thématique viticole est également très présente grâce aux 2 appellations « Graves » et « Pessac-Léognan » et les nombreux châteaux qui les composent, rassemblés autour d'une « Route des vins » et qui assure la promotion de l'œnotourisme pour mettre en avant la qualité de leurs productions et des activités autour du vignoble.

Enfin, ce territoire jouit d'espaces naturels préservés (ENS, zones Natura 2000, forêts de pins, bocages de Garonne), et de la présence d'une Réserve Naturelle Géologique. S'ajoutent de nombreux sentiers de randonnée et pistes cyclables pour profiter de ces espaces.

Le territoire est desservi par :

- Des axes routiers : depuis Bordeaux, le territoire est bien desservi par des axes routiers nationaux, départementaux ainsi que par un axe autoroutier (A62). Des lignes de bus relient le territoire à la métropole bordelaise.
- Le transport ferroviaire : 3 gares maillent le territoire sur sa partie Nord-Est (Cadaujac, Beautiran, Castres-Gironde)
- Le transport à vélo : La nouvelle vélo-route européenne « La scandibérique » (EV3) traverse le territoire du Nord-Ouest au Sud-Est depuis 2020.
- Le transport aérien : l'aéroport de Bordeaux-Mérignac se trouve à 35 minutes du territoire de Montesquieu. A noter la présence d'un aérodrome sur la commune de Léognan

Les forces et faiblesses du territoire

Quelques faiblesses identifiées

- Un territoire non reconnu comme une destination touristique

De par son nom, le territoire de Montesquieu est difficilement localisable. Les visiteurs fréquentent le territoire en complément de leur venue sur Bordeaux. La situation géographique du territoire est toutefois une force d'attraction en ce qui concerne l'hébergement. Les visiteurs consomment de l'hébergement sur le territoire puis rayonnent vers les pôles d'attractivité girondins (Bordeaux, le bassin d'Arcachon, Saint-Emilion)

- Un manque d'équipement structurants

Le territoire est peu pourvu en termes d'équipements touristiques, tels que campings, aire de services pour camping-cars, pontons et haltes fluviales, bornes vélos en libre-service

- Un niveau de qualification des professionnels touristiques hétérogène

La qualification est un enjeu majeur pour assurer une qualité d'accueil et un bon niveau de prestations pour les clientèles. Certains prestataires sont engagés dans des démarches de classement et de labélisation alors que d'autres ont besoin d'accompagnement et/ou de formations pour développer/améliorer leur activité. Il est important pour l'office de tourisme de jouer son rôle d'incitateur afin de pousser les professionnels touristiques à s'engager dans des démarches qualitatives et participent à la monté en qualité du territoire

- Un nombre d'animations estivales faible

Le tissu associatif local organise de nombreuses manifestations sur les périodes creuses et sur les ailes de saison, mais celles-ci sont peu nombreuses pendant la saison touristique. Ces animations s'adressant principalement aux habitants, il est important de faire prendre conscience aux organisateurs du potentiel de la fréquentation touristique et de l'importance de proposer des évènements pour rendre le territoire attractif pendant cette période.

- Une offre d'activités à étoffer

Le patrimoine historique et viticole est très présent mais les activités autour de ces thématiques s'adressent plus à une clientèle adulte et ne sont pas assez ludiques pour s'adresser aux familles recherchant des activités spécifiques pour leurs enfants. Certains prestataires sont tout de même engagés vers ces publics (Réserve naturelle géologique, accrobranche, parc animalier) mais c'est offre est encore à développer.

Des forces à conforter

- Un patrimoine touristique de renommée internationale

Le personnage de Montesquieu, figure emblématique du territoire, est mondialement connu, tout comme les appellations viticole Pessac-Léognan et Graves, appellations originelles du vignoble Bordelais.

- Un territoire facilement accessible

Le territoire est pourvu de multiples axes de communication qui le rendent accessible facilement. La proximité immédiate de la métropole est également un atout majeur. Mais l'offre étant éparpillée à distance de ces points d'accès, il convient de renforcer l'accessibilité du « dernier kilomètre »

- Une offre d'activité de plein air en essor

Le territoire se maille depuis quelques années de boucles de randonnées et de pistes cyclables qu'il convient de valoriser et promouvoir. Le territoire compte également de nombreuses zones naturelles remarquables (Bocages de Garonne, zones Natura 2000) qui sont des éléments d'attractivité.

- Des prestations de toutes gammes tarifaires

Le niveau d'offre permet d'attirer toutes les catégories de clientèles, en effet le territoire de Montesquieu possède des prestations haut de gamme (palace, restaurant étoilé, hébergements classés, châteaux crus classés) et d'autres plus accessibles financièrement.

Stratégie de touristique de l'office de tourisme de Montesquieu

A partir de ce constat, plusieurs axes de développement ont été définis pour répondre à 4 objectifs stratégiques globaux :

- Sensibiliser au rôle et actions de l'Office de tourisme
- Valoriser et renforcer l'offre touristique
- Améliorer la notoriété et l'attractivité du territoire
- Engager un virage vers le tourisme slow et durable

Axe 1 : Optimiser l'organisation touristique et sa visibilité sur le territoire

- Devenir l'outil incontournable du développement touristique de son territoire et une référence pour tout son écosystème local en développant la communication autour de ses actions

- Renforcer les relations avec les professionnels touristiques locaux en étant toujours à l'écoute de leurs besoins et travailler de concert avec eux.

- Animer régulièrement le réseau de des partenaires par la diffusion de newsletter, mise en place de rencontres, ateliers, diffusions de ressources pour les accompagner au développement de leur activité.

- Mettre en place un centre de ressources techniques alimenté régulièrement en fonction des évolutions des tendances de l'activité touristique, des tendances de consommation des clientèles et de la règlementation afin d'apporter des outils pertinents aux professionnels

- Assurer une formation et une montée en compétence du personnel de l'office de tourisme pour développer leur technicité, répondre aux besoins des professionnels et être innovant dans les services proposés.

- Développer une politique d'accueil des visiteurs hors les murs sur les lieux de passage identifiés où l'office de tourisme n'est pas présent

- Renforcer le conseil personnalisé des visiteurs dans les bureaux d'information pour susciter l'acte d'achat de prestations et favoriser les retombées économiques sur le territoire.

Axe 2 : Renforcer l'offre touristique autour de nos thématiques principales

- Créer des parcours de géocaching par le biais du dispositif terra aventura porté par la Région Nouvelle Aquitaine

- Créer des parcours de découverte ludiques pour les enfants par le biais du dispositif « Pistes de robin » porté par Gironde Tourisme

- Valoriser les boucles de randonnées locales créées par les communes du territoire et les mettre en avant par la création de topoguides et via notre site internet

- Construire des boucles vélo au départ des BIT proposant une offre complémentaire au linéaire de la Scandibérique

- Travailler à la mise en avant du patrimoine historique par la création de parcours thématiques autour de l'art roman et/ou du personnage de Montesquieu grâce à des outils de médiation et des outils favorisant l'itinérance

- Accompagner la filière viticole pour proposer des offres oenotouristiques innovantes

- Développer des offres autour du slow tourisme et inciter, accompagner les professionnels sur cette nouvelle thématique

- Créer des animations estivales portées par l'office de tourisme pour dynamiser la saison touristique et développer l'attractivité du territoire

Axe 3 : Promouvoir et commercialiser l'offre touristique

- Améliorer notre connaissance de l'offre touristique locale par le recensement de cette offre et l'intégration sur notre système d'information touristique afin d'avoir une information qualifiée et à jour à mettre en avant auprès de nos visiteurs.

- Mener un travail de définition de notre positionnement marketing afin de se démarquer de nos concurrents et le traduire par la refonte de notre identité visuelle, la définition d'une stratégie de promotion et de communication et d'une ligne éditoriale. Ce travail permettra le renforcement de ses outils de communication (site internet, éditions, réseaux sociaux) pour qu'ils répondent attentes et besoins de ses clientèles.

- Orienter nos actions de promotion et communication vers nos marchés cibles nationaux que sont la région-Nouvelle Aquitaine (dont une part importante d'excursionnistes girondins et habitants du territoire), les régions limitrophes d'Occitanie et d'Ile de France, mais également internationaux : Belgique et Royaume-Uni. Une attention particulière sera portée aux clientèles familiales, les couples sans enfants, les amateurs d'eonotourisme d'activités de plein air et de patrimoine.

- Augmenter la présence de l'office de tourisme dans des salons grand public

- Développer des actions en direction de la presse (écrite, radio) et mettre en place des accueils d'influenceurs selon les cibles de clientèles définies

- Mettre en place des actions ciblés auprès des habitants locaux pour leur faire découvrir le territoire (présence lors de manifestations, carte d'ambassadeurs, …)

- De façon à pallier l'absence de prestataires (agence de voyage ou réceptif) pouvant commercialiser des produits touristiques sur le territoire de Montesquieu et se positionner en apporteur d'affaires, l'office de tourisme dispose de l'immatriculation Atout France permettant de vendre des prestations touristiques

La commercialisation est effectuée au comptoir et en ligne et comprend :

- La vente des activités proposées par les partenaires
- Le montage de produits touristiques avec les prestataires de la zone d'intervention de l'office de tourisme.
- La mise en marché des produits.

- Mener des actions auprès des agences de voyage et tour opérators extérieurs pour les inciter à ventre les produits touristiques proposés par nos partenaires, par du démarchage direct et par la présence de l'office de tourisme sur des salons professionnels

- Mettre en avant les produits de nos partenaires par le biais d'une boutique dans nos locaux de Martillac à destination des touristes et des habitants du territoire. Cette boutique est orientée sur la vente de vins et d'articles dérivés, de produits gastronomiques mais également d'ouvrages locaux et d'articles enfants.

<u>Axe 4 : Améliorer la qualité de la destination et en être garant</u>

- Obtenir la marque Qualité Tourisme

L’office de tourisme est engagé dans une démarche qualité depuis plusieurs années. Il a renouvelé son classement en office de tourisme de catégorie II et vise maintenant l’acquisition de la marque Qualité Tourisme, pour se faire il se fait accompagner par Gironde Tourisme.

- Obtenir le label Accueil Vélo pour les bureaux d’informations de Martillac et Léognan, positionnés à proximité de l’Eurovélo n°3.

- Inciter les professionnels et les accompagne vers les démarches de labélisation et de classement ou d’acquisition de marque. Il propose également des formations techniques pour les faire monter en compétence.

- Former les professionnels aux techniques d’accueil et améliorer leur connaissance de l’offre touristique globale pour en faire des ambassadeurs qualitatifs auprès de leurs clients. Des éductours seront mis en place pour leur faire découvrir les offres d’activités présentes

- Assurer la veille de la e-réputation des professionnels du territoire, le suivi des réclamations clients et de la qualité globale de la destination par le biais d’un groupe local qualité.

- Développer des services innovants qui répondent aux attentes et besoins des professionnels pour les faire monter en compétence

- Accompagner les professionnels autour du développement durable, tant dans la gestion de leurs établissements que dans la construction de leurs offres

Ces axes stratégiques sont définis pour une durée de 3 ans, correspondant à la temporalité de la convention d’objectifs signée avec notre communauté de communes. Ils seront déclinés en actions opérationnelles au sein des plans d’actions annuels de l’office de tourisme.