

Envoyé en préfecture le 08/06/2024

Reçu en préfecture le 08/06/2024

Publié le



ID : 033-487556664-20240415-DELIB2024_09V2-DE

sud
bordeaux.
sur les terres
de Montesquieu tourisme

Rapport d'activités 2023

EDITO DE LA PRÉSIDENTE



“Une fréquentation en hausse mais marquée par l’inflation”

L’année 2023 fut une belle année touristique en Gironde.

Son bilan, encore plus positif que celui de 2022, souligne une fréquentation des hébergements marchands en réelle progression par rapport à l’année précédente. En effet, le nombre de nuitées comptabilisées est supérieur au décompte de 2022. Les performances de 2023 sont même au-dessus du niveau de 2019 dans le département.

La fréquentation domestique s’est stabilisée tandis que la fréquentation de la clientèle étrangère a connu un bel essor. Les équipes des châteaux viticoles du Pessac-Léognan s’accordent pour dire que les clientèles américaines ont repris l’habitude de venir découvrir leur vignoble.

L’inflation a toutefois impacté le pouvoir d’achat des visiteurs et a entraîné une baisse de la consommation et une modification des habitudes. Les réservations en meublé ont été favorisées par rapport à l’hôtellerie afin de pouvoir économiser sur les repas. Seules l’hôtellerie de Bordeaux et celle de l’unité urbaine de Bordeaux (dont notre destination fait partie) a tiré son épingle du jeu. Les activités de loisirs gratuites ont été plébiscitées (parcours Terra Aventura, Pistes de Robin) au détriment des activités de loisirs payantes. Et cette tendance ne s’applique pas simplement aux français mais à tout européen qui est venu passer ses vacances en France.

Pour conclure, le bilan est positif et tend à s’améliorer.

2024 s’annonce également comme une année bénéfique touristiquement.

Pour accompagner cette tendance qui s’annonce, Sud Bordeaux Tourisme a pour objectif de mettre en place des actions pour se rapprocher de sa cible prioritaire, les habitants de la Communauté de communes de Montesquieu.

Ainsi, nous ambitionnons de développer le tourisme de proximité, les micro-aventures. Un moyen très efficace pour développer le tourisme hors-saison. Nous inviterons aussi les locaux à faire découvrir les alentours à leurs proches pendant l’été. Nous souhaitons faire de chaque habitant, un ambassadeur des terres de Montesquieu.

Côté professionnel, nous allons mettre en place un observatoire de destination afin d’analyser plus précisément la qualité d’accueil du territoire. Nous proposerons des actions pour augmenter cette qualité d’accueil pour tous les acteurs du tourisme de notre destination.

Ce bilan 2023 a été rédigé différemment des années précédentes. Chaque collaborateur a réalisé un bilan des actions dont il a la responsabilité, afin de mettre en valeur les éléments les plus marquants de cette édition 2023. Cela me permet ici, de remercier chaque membre de l’équipe pour leurs réalisations, leur investissement et leur implication sans faille.

Valérie Lagarde

L'ÉQUIPE

FRANCK,
Agent administratif

ROMAIN,
Directeur

MARINA,
Conseillère en séjour



MARIE-ELISE,
Chargée d'accompagnement
des professionnels
et Responsable Qualité

ESTELLE,
Chargée de promotion et
de communication

PAULINE,
Alternante en promotion et
de communication
Conseillère en séjour saisonnière (été 2024)



Envoyé en préfecture le 08/06/2024

Reçu en préfecture le 08/06/2024

Publié le



ID : 033-487556664-20240415-DELIB2024_09V2-DE

SOMMAIRE

P2. EDITO

P6. SUD BORDEAUX TOURISME

P9. BILAN FINANCIER

P10. ACCUEIL & INFORMATION

P18. PROMOTION &
COMMUNICATION

P26. ACCOMPAGNEMENT DES
PROFESSIONNELS

P40. DEVELOPPEMENT
TOURISTIQUE

P44. BOUTIQUE & BILLETTERIE

P49. TAXE DE SEJOUR



A PROPOS DE...

SUD BORDEAUX TOURISME

SUR LES TERRES DE MONTESQUIEU

Plus que jamais, la Gironde est une destination touristique incontournable.

Nous sommes fiers de participer à son succès par notre action touristique au cœur du Canton de la Brède, au sud de la métropole bordelaise.

Maintenant, nous voulons aller encore plus loin, en valorisant nos richesses, qu'elles soient locales, naturelles, patrimoniales, oenologiques ou même humaines.

Parce que nous croyons en l'Humain, nous avançons en collaboration avec toutes les parties prenantes qui font notre territoire.

C'est ensemble que nous voulons co-construire notre futur.

Avec bienveillance, empathie et authenticité,

Pour vous, les visiteurs de tout horizon en quête d'aventures uniques, nous partageons nos meilleurs conseils pour vous proposer les expériences les plus inoubliables adaptées à vos envies !

Pour vous, les partenaires professionnels ambitieux, nous mettons tout en œuvre pour vous soutenir, vous accompagner et vous inspirer dans le développement de nouveaux services touristiques !

Pour vous, habitants du territoire, nous nous engageons à valoriser les richesses de nos terres pour vous les faire re-découvrir !

Pour vous les élus et acteurs politiques, rassemblons nos forces pour devenir une destination touristique reconnue, génératrice de valeur pour notre territoire !

Nous sommes Sud Bordeaux Tourisme, un acteur touristique majeur du sud de la métropole bordelaise.

Nous sommes fiers de notre territoire, fiers de nos richesses, fiers de pouvoir les partager et les faire rayonner, pour tous, avec vous.

NOS MISSIONS 2023

Sud Bordeaux Tourisme accompagne, conseille et met en place des services touristiques générateurs d'expériences inoubliables sur le Canton de la Brède.

- Assurer l'accueil et l'information des touristes sur le territoire communautaire ;
- Assurer la promotion touristique du territoire communautaire en cohérence avec l'action des instances touristiques ;
- Assurer la coordination des entreprises et organismes du tourisme sur le territoire communautaire en lien étroit avec le service développement économique de la CCM ;
- Concevoir, animer et coordonner le développement touristique du territoire communautaire, depuis la définition de la stratégie et la programmation des actions de développement jusqu'à l'évaluation des actions entreprises.

NOTRE COMITÉ DE DIRECTION

Le Comité de Direction se compose de 21 membres, dont :

- 13 conseillers communautaires (dont le Président de la Communauté de Communes de Montesquieu, membre de droit) et 13 suppléants désignés par le Conseil Communautaire.
- 8 représentants et 8 suppléants des professionnels et des organismes intéressés au tourisme du territoire communautaire, répartis en 7 collèges :
 - Hébergements, restauration
 - Monde viticole
 - Vie associative
 - Patrimoine architectural
 - Espaces naturels
 - Commerces
 - Événements, festivals

Chaque collège est composé par un titulaire et un ou plusieurs suppléants.

Le Comité de Direction règle par ses délibérations les affaires de l'Office de Tourisme.

NOTRE BILAN FINANCIER

EXECUTION DU BUDGET

		DEPENSES	RECETTES	SOLDE D'EXECUTION (1)
REALISATIONS DE L'EXERCICE (mandats et titres)	Section d'exploitation	A 352 335,59	G 342 002,13	G-A -10 333,46
	Section d'investissement	B 0,00	H 6 866,10	H-B 6 866,10

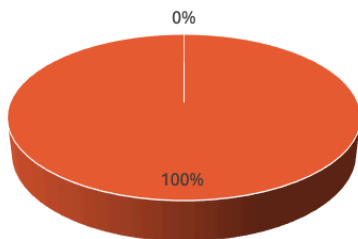
		+		+	
REPORTS DE L'EXERCICE N-1	Report en section d'exploitation (002)	C (si déficit) 0,00	I (si excédent) 139 050,41		
	Report en section d'investissement (001)	D (si déficit) 0,00	J (si excédent) 5 582,10		

		DEPENSES	RECETTES	SOLDE D'EXECUTION (1)
TOTAL (réalisations + reports)		P= A+B+C+D 352 335,59	Q= G+H+I+J 493 500,74	=Q-P 141 165,15

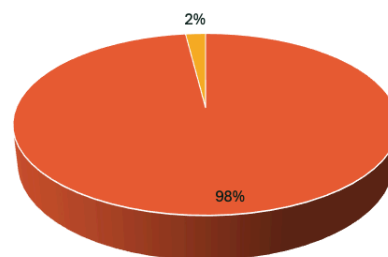
RESTES A REALISER A REPORTER EN N+1 (2)	Section d'exploitation	E 0,00	K 0,00
	Section d'investissement	F 0,00	L 0,00
	TOTAL des restes à réaliser à reporter en N+1	= E+F 0,00	= K+L 0,00

		DEPENSES	RECETTES	SOLDE D'EXECUTION (1)
RESULTAT CUMULE	Section d'exploitation	= A+C+E 352 335,59	= G+I+K 481 052,54	128 716,95
	Section d'investissement	= B+D+F 0,00	= H+J+L 12 448,20	12 448,20
	TOTAL CUMULE	= A+B+C+D+E+F 352 335,59	= G+H+I+J+K+L 493 500,74	141 165,15

BUDGET 2023 - Répartition des dépenses



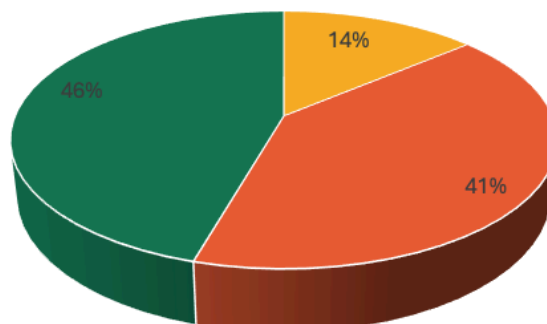
BUDGET 2023 - Répartition des recettes



■ Dépenses Section de fonctionnement ■ Dépenses Section d'investissement

■ Recettes Section de fonctionnement ■ Recettes Section d'investissement

Recettes de fonctionnement



■ Ventes produits fabriqués, prestations ■ Subventions ■ Autres

1.

ACCUEIL

&

INFORMATION



POUR OCCUPER
PETITS ET
GRANDS

sud
bordeaux.
sur les terres
de Montesquieu tourisme



VOUS PRÉSENTE LE

PROGRAMME
DES VACANCES D'ÉTÉ



PRÉSENTATION

La qualité de l'accueil et de l'information est une composante essentielle de l'identité de Sud Bordeaux Tourisme, définie comme axe majeur de sa convention d'objectifs. L'obtention de **Qualité Tourisme** en 2022 démontre de cet engagement.

OBJECTIFS

Les objectifs mis en place dans le cadre de la stratégie globale et accueil de l'office de tourisme étaient les suivants pour l'année 2023 :

- Disposer de locaux identifiés sur le territoire et accessibles à tous les publics
- Une mise en valeur du territoire grâce aux supports d'information papiers et numériques
- Proposer une information complète, à jour et personnalisée
- Veiller à la satisfaction des visiteurs

Statistiques de fréquentation

Conseil en séjour

Guichet Martillac
3 place Marcel Vayssière
+3% de fréquentation en 2023



Guichet Léognan :
Cours du Mal de Lattre de
Tassigny
-42% de fréquentation en 2023

Accueil hors les murs :
Martillac fête l'été (Martillac)
Festival Chat Castrais (Castres
Gironde)
Scènes Buissonnières (Léognan)
Nuit des étoiles (Saucats)
Journées de la Brède (La Brède)
844 pers

2330 personnes accueillies en 2023 soit +38% par rapport en 2022
271 appels (+18%)
96 demandes d'informations par mail (+7%)
21 demandes d'envoi de documentation par courrier (+200%)

Profils visiteurs

Répartition géographique

Français (90%)
Etrangers (10%)



Top 5 des visiteurs étrangers

1) Espagne



2) Royaume-Unis



3) Belgique



4) Pays-Bas



Top 5 des régions

1 - Nouvelle-Aquitaine : 78%
2 - Ile de France : 5%
3 - Bretagne : 2%
4 - Auvergne Rhone Alpes : 2%
5 - Hauts-de-France : 2%

Top 5 des départements

1 - Gironde : 71%
2 - Paris : 2%
3 - Pyrénées-Atlantiques : 1.3%
4 - Nord : 1.3%
5 - Occitanie : 3%

Typologie des visiteurs

- 1 - Résident permanent: 41%
- 2 - Touristes : 28%
- 3 - Excursionnistes : 26%
- 4 - Socio pro / Elus : 6%

Top 5 des demandes

- 1 - Plein air : 25%
- 2 - Manifestations : 16%
- 3 - Œnotourisme : 15%
- 4 - Visites et patrimoine : 12%
- 5- Informations pratiques : 10% (orientation etc.)



Zoom sur les demandes d'activité de plein air

Terra Aventura

19% des demandes d'activités de plein air concernent les parcours Terra Aventura :

- Fréquentation à Léognan : 9872 joueurs
- Fréquentation à La Brède : 13864 joueurs



La Piste de Robin

9% des demandes d'activités de plein air concernent la Piste de Robin :

- 50 demandes d'informations
- 39 joueurs identifiés (suivi grâce au décompte des jetons donnés en cadeau)



Randonnée

44% des demandes d'activités de plein air concerne la randonnée



Vélo

27% des demandes d'activités de plein air concerne le vélo

La documentation à l'office de tourisme



Imprimé à 3 750 exemplaires Imprimé à 6 000 exemplaires Imprimé à 4 000 exemplaires

Guide Pratique 2023

- **1600** distribués auprès des prestataires touristiques dont 480 au Château de La Brède ; 90 au guichet de l'office de tourisme (le prestataire se déplace à l'OT)
- **933** distribués auprès des communes de la CCM et bibliothèques
- **630** distribués aux offices de tourisme de Gironde pendant la bourse d'échange départementale
- **588** distribués par nos services à l'accueil des bureaux d'information et en hors les murs



3 750 guides pratiques consommés en 2023
(Sur une commande totale de 3 870)

Magazine* (réception août 2023)

- **180** distribués au Château de La Brède
- **270** distribués auprès des communes de la CCM et bibliothèques
- **346** distribués par nos services à l'accueil des bureaux d'information et en hors les murs
- **40** distribués aux prestataires touristiques (le prestataire se déplace à l'OT)



900 Magazines consommés en 2023

Sur une commande totale de 6 060

* Magazine non millésimé

Carte La Gironde du Sud*

- **2382** distribuées auprès des prestataires touristiques dont 330 au Château de La Brède et 80 au guichet de l'office de tourisme (le prestataire se déplace à l'OT)
- **1327** distribuées à l'accueil des bureaux d'information et en hors les murs
- **120** cartes distribuées par OT à la bourse aux dépliant (répartition par OT du collectif)



3 800 cartes LGDS consommées en 2023

Sur une commande totale de 4 000 exemplaires

*Carte non millésimée

TOP 10 des brochures les plus distribuées à l'accueil

Bureau de Martillac

- 1- Carte LGDS
- 1- Carte touristique + vélo
- 2- Carte Route des Vins
- 3- Guide Pratique SBT
- 3- Plan de Bordeaux
- 4- Réserve Naturelle Géologique
- 5- Guide randonnée Gironde Tourisme
- 6- City guide Bordeaux
- 7- La Piste de Robin
- 8- Graves Accro
- 9- Arcachon magazine
- 10- Terra Aventura

Bureau de Léognan

- 1- Carte touristique / vélo de la Gironde
- 2- Carte LGDS
- 3- Plan de Léognan
- 4- Guide pratique SBT
- 5- Parcours des Graves
- 6- Rando La Brède
- 7- Terra Aventura
- 8- Mag SBT et château Cazeneuve
- 9- Piste de Robin
- 10- Plan de Bordeaux et Guide de randonnée de Gironde Tourisme

L'agenda en ligne

TOP 10 des brochures les plus distribuées à l'accueil

664 événements recensés dans l'agenda en ligne du site internet soit

+121 sorties par rapport à 2022

+24% de sorties par rapport à 2022

Sur 664 fiches :

- **516** soumises pour validation
- **148** créées par l'office de tourisme

Sur 664 fiches :

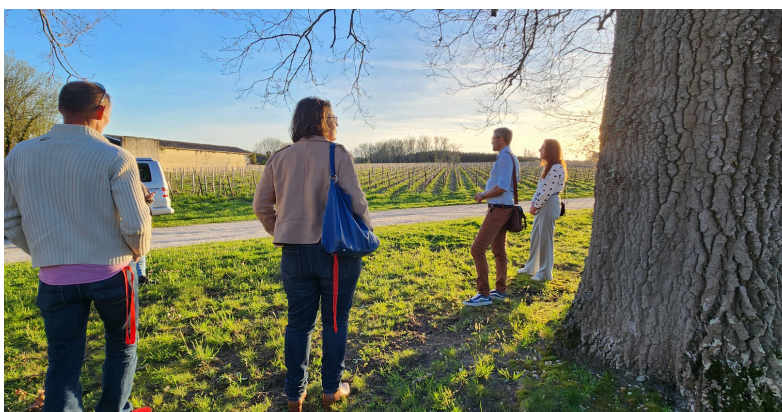
- **664** syndiquées avec l'agenda en ligne du site internet de la CCM
- **151** syndiquées avec l'agenda en ligne du site internet de la Route des Vins
- **106** syndiquées avec l'agenda en ligne du site internet de Bordeaux Wine Trip

Agenda des visites sans rendez-vous

Cette année l'agenda des visites sans rendez-vous dans les châteaux viticoles ont été réalisé d'avril à octobre ce qui correspond à la haute saison de demandes.

Cette liste répond à la demande des visiteurs qui souhaitent visiter un vignoble sans organisation préalable.

L'agenda est mis à disposition dans nos bureaux d'information, sur notre site internet et envoyé à une mailing liste d'hébergeurs sur le Sud Gironde, Bordeaux et le Bassin d'Arcachon, ainsi qu'aux offices de tourisme de Gironde et à nos partenaires.



PISTES D'AMÉLIORATION

Ces années après COVID ont fait évoluer les modes de consommation du tourisme en France. Les activités "nature" ont pris le pas sur les autres activités touristiques. Le tourisme de proximité tend à nous faire réfléchir différemment.

C'est pourquoi, dès 2024, il est envisagé de mettre les habitants de la Communauté de communes de Montesquieu au centre de nos préoccupations. Nous dirigerons nos actions vers un tourisme inclusif en améliorant notamment notre notoriété et notre visibilité auprès de ce public.

2.

PROMOTION

&

COMMUNICATION

PRÉSENTATION

Sud Bordeaux Tourisme définit la politique de promotion touristique. Nous organisons à différentes actions de promotion et de communication en cohérence avec les politiques publiques de la Communauté de communes de Montesquieu. Nous participons également, en partenariat avec le Collectif « Gironde du Sud », la Route des Vins de Bordeaux en Graves et Sauternes (sous l'égide de CCM membre fondateur), Gironde Tourisme et le Comité Régional du Tourisme de Nouvelle-Aquitaine, à diverses opérations de promotion et tant que les instances existent.

Certaines missions sont réalisées en interne : gestion du contenu des supports imprimés, gestion du contenu du site internet, communication sur les réseaux sociaux ; et d'autres missions sont externalisées : production graphique et impressions de nos supports de communication imprimés, maintenance et hébergement du site Internet, relations presse (par la Route des vins de Bordeaux en Graves et Sauternes).

OBJECTIFS

Depuis la refonte de notre stratégie de communication courant 2022, plusieurs objectifs / enjeux ont été définis :

- Accroître leur visibilité
- Renforcer l'engagement des publics
- Optimiser les différents canaux
- Homogénéiser les messages
- Développer la notoriété et la singularité de la destination

SITE INTERNET

SUD-BORDEAUX-TOURISME.COM



52 473 pages vues entre le 1er janvier et le 31 décembre 2023
27 556 visiteurs

ORIGINES GEOGRAPHIQUES :



France : 34 %



Mexique : 22 %



Colombie : 7 %



Espagne : 5 %



Etats-Unis : 4 %

MODE DE CONNEXION :



Smartphone : 61 %



Ordinateur : 37 %



Tablette : 2 %



Temps moyen passé sur le site Internet par utilisateur : 1 min 24 sec

Depuis la mise en ligne de l'URL www.sud-bordeaux-tourisme.com, le temps passé sur notre site est en constante diminution.

Pages les plus vues



- Version espagnole // BLOG // Montesquieu el filosofo
- Version française // Page d'accueil
- Version française // Agenda
- Version française // Visiter // Sites de visite et de loisirs
- Version française // Séjourner // hotels-chambre-hote-locations-de-vacances

PISTES D'AMÉLIORATION

- Publier des articles blog plus régulièrement pour augmenter le temps passé sur le site web
- Créer du contenu sur Bordeaux pour diminuer le taux de rebond (augmenter la satisfaction visiteur en référence à notre nouveau positionnement)
- Intégrer une réflexion SEO (référencement naturel) à la création d'une nouvelle page ou d'un nouvel article afin d'augmenter notre position dans les recherches Google notamment

RÉSEAUX SOCIAUX

@sudbordeauxtourisme



FACEBOOK

1 075 abonnés soit 7,82 % d'abonnés en plus par rapport à 2022
56 publications sur l'année

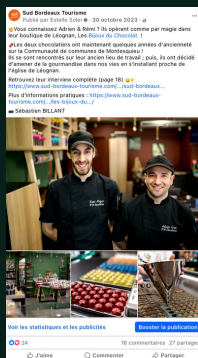


INSTAGRAM

935 abonnés soit 19,71 % d'abonnés en plus par rapport à 2022
14 publications sur l'année
68 stories

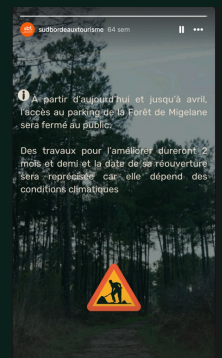
FACEBOOK

MEILLEURE PUBLICATION



INSTAGRAM

MEILLEURS POSTS



PISTES D'AMÉLIORATION

- Mettre en avant l'offre locale
- Editer un planning annuel de publications pour être plus régulier
- S'appuyer sur la charte éditoriale pour créer des messages uniformes.

ACTIONS VERS LA PRESSE

CONTRAT DE DESTINATION BORDEAUX

CONTRAT DE DESTINATION BORDEAUX

Bilan Année 2023

Une année riche en actions sur nos marchés prioritaires

1. Un budget abondé par Atout France sur une partie des actions et un partenariat privé
2. 3 marchés cibles touchés : Allemagne, Royaume Uni et Belgique
3. 10 actions BtoB et BtoC réalisées entre avril et octobre : voyages de presse, éductours, publi-rédactionnels, affichage digital, workshops...
4. Des retombées significatives partagées ou à partager avec les partenaires
5. Une collaboration efficace entre les partenaires du collectif



CONTRAT DE DESTINATION BORDEAUX

Bilan 2023 ALLEMAGNE

- Avec la ligne test Francfort-Bordeaux en juillet et août (SNCF – Deutsche Bahn) le marché allemand a été notre cible prioritaire.
- Les actions, menées en partenariat avec Atout France, entrent dans le dispositif Explore France 2023.

Plusieurs canaux ont ainsi été activés en BtoC

- Publi-rédactionnels dans le Frankfurter Allgemeine Zeitung et son supplément week-end
- Affichage DOOH en gare à Francfort-sur-le-Main
- Campagne digitale #ExploreFrance (cibles allemandes régionales)
- Publicités via les réseaux sociaux d'Atout France

Mais aussi du BtoB

- 2 workshops à Francfort et Düsseldorf (tournée CRTNA)
- 2 voyages de presse



ACTIONS VERS LA PRESSE

CONTRAT DE DESTINATION BORDEAUX (suite)

CONTRAT DE DESTINATION BORDEAUX

Bilan 2023 BELGIQUE

EAT FESTIVAL – TOUR ET TAXIS - BRUXELLES

- Dates : 28 septembre – 1^{er} octobre
- Espace touristique **Bordeaux Wine Trip** sur la zone Vins de Bordeaux aux côtés de l'Ecole du Vin et d'une délégation de viticulteurs
- Un espace « chill » pour accueillir une clientèle jeune et familiale
- Public 30-45 ans acquis aux vins de Bordeaux et connaisseurs de la destination
- Animations : photo-booth, jeu concours, cartes postales à remplir
- Diffusion du nouveau document Coups de coeur
- Présence : M. Guillembet, R. Bertrand et V. Chatellier (conseiller en séjour OTCBM)

Résultats

- 2 500 personnes formées par l'Ecole du Vin de Bordeaux
- 1 200 photos réalisées via le photobooth en accès libre
- 350 bulletins de participation au jeu concours



2024 : garder l'esprit, réutilisation du matériel. Mettre l'accent sur l'animation pour un visitorat familial

CONTRAT DE DESTINATION BORDEAUX

Bilan 2023 BELGIQUE

EAT FESTIVAL BRUXELLES

Campagne digitale – Facebook & Instagram - 3 objectifs

- Médiatiser notre présence sur le Eat Festival
- Promotion du jeu-concours
- Notoriété de la destination

Cibles : 25- 60 ans francophones et néerlandophones

- 4 310 803 impressions estimées

Mécanisme jeu : s'abonner aux comptes @visitbordeaux et @explorefrance + identifier une personne

ACTIONS VERS LA PRESSE

ROUTE DES VINS DE BORDEAUX EN GRAVES ET SAUTERNES

ACTIONS MENEES PENDANT L'ANNEE 2023

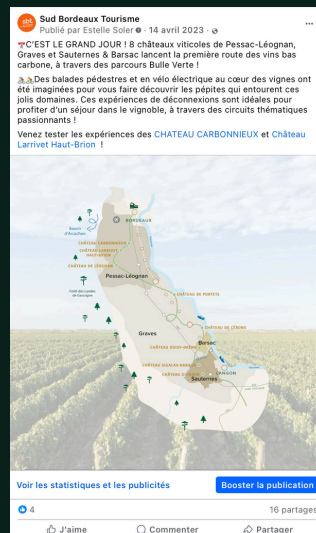
- Carte annuelle de promotion de la Route des vins de Bordeaux en Graves et Sauternes
- Dossier de presse spécial Pâques
- Accueils dédiés aux communicants des organismes institutionnels de Gironde et de Nouvelle-Aquitaine
- Communiqué de presse été
- Action de promotion et jeu-concours dans le cadre de Bordeaux fête le vin
- Dossier de presse spécial Automne
- Accueil presse "QUOI FAIRE A BORDEAUX" le 21 juillet
- Collaboration pour le Hors-série de Pulpe (Gironde tourisme) | Noël 2023
- Accueil presse d'Alexandra Foissac "Figaro Magazine" les 12-13 octobre (annulé par la journaliste)
- Accueil presse de David PEYRAT "Géo Histoire" les 23-24 octobre



ENGAGEMENT BAS-CARBONE

COLLABORATION AVEC "EXPLORATION TRANQUILLE" BULLE VERTE®

Participation à la campagne de promotion sur nos réseaux sociaux :



ACTIONS VERS LA PRESSE

FRANCE BLEU GIRONDE - Tournée d'été

Interventions pour l'émission "J'aime pas le sable" :

1er août 2023

interventions à 16h48 et à 18h40



Collaboration avec Gironde Tourisme

Pas de déplacement sur la tournée en 2023

ACTION BTOC

LES NEWSLETTERS GRAND-PUBLIC

Les lettres d'information destinées au grand public ont pour objectif de créer un lien privilégié et les informer des nouveautés :

Ex. [Idées sorties] À vivre et à partager en juillet !

sud bordeaux. tourisme

LES ACTUALITÉS

👉 3, 2, 1, partez !

🔔 Les cloches des écoles vont bientôt retentir pour annoncer le lancement des vacances d'été tant attendues. Certains d'entre vous vont prendre quelques jours en juillet pour en profiter comme les enfants.

🍷 Nous avons donc concocté un programme aux petits oignons pour tous les âges. Soirées cocktails, escape game dans le vignoble, festivals de musique classique, théâtre, astronomie... Les grands comme les petits, vous trouverez une idée adaptée à vos envies. Profitez ! Tout le monde l'a bien mérité !

L'équipe
Sud Bordeaux Tourisme

VOUS PRÉSENTE LE
PROGRAMME DES VACANCES D'ÉTÉ

DU MOIS DE JUILLET

[Consultez le programme !](#)

L'OFFICE DE TOURISME
3, rue Henri Dorel, 33000 MONTAIGU
Tél. +33 5 24 23 99 90
@office-tourisme-montaignu.com
www.tourisme-montaignu.com

3.

ACCOMPAGNEMENT DES PROFESSIONNELS



PRÉSENTATION

L'accompagnement des professionnels du tourisme consiste à mettre en place des actions visant à favoriser la croissance économique de notre destination touristique.

Notre présence et soutien aux professionnels touristiques de la communauté de communes de Montesquieu a pour but de maximiser les retombées positives dans le secteur touristique en intégrant divers aspects tels que l'amélioration de la qualité d'accueil, la professionnalisation des activités, la diversification des offres, la mise en réseau des acteurs privés et publics dans un but commun.

Sud Bordeaux Tourisme accompagne ses professionnels dans la création ou la transition d'activités touristiques ainsi que dans la qualification à travers les différents labels. Nous encourageons également la diversification des activités touristiques pour répondre aux attentes des visiteurs et coller aux tendances de consommation touristiques. Cela inclut le développement de l'écotourisme, de l'œnotourisme, du tourisme culturel, etc. Nous accompagnons les initiatives en facilitant l'accès aux financements, en offrant des conseils en gestion, et en favorisant le développement durable.

Nous offrons des formations aux acteurs locaux du tourisme pour améliorer la qualité des services, la gestion des entreprises, et la compréhension des attentes des visiteurs.

Nous favorisons la collaboration entre les autorités publiques, les entreprises privées et les acteurs locaux pour créer des synergies et maximiser l'efficacité des initiatives de développement.

Nous organisons des moments de convivialité pour renforcer le réseau des acteurs touristiques et la connaissance de l'offre sur notre destination.

Nous mettons en place des outils de suivi et d'évaluation pour mesurer l'impact économique du tourisme sur la région, en examinant les retombées sur l'emploi, les recettes de taxe de séjour et d'autres indicateurs économiques.

OBJECTIFS

Sud Bordeaux Tourisme souhaite créer une dynamique positive qui profite à la fois aux acteurs locaux et aux visiteurs, tout en préservant les ressources naturelles et culturelles de la destination.

CREATIONS / REPRISE D'OFFRE TOURISTIQUE

12 créations d'activités

3 Reprises d'entreprises touristiques

13 Professionnels accompagnés

Nous avons accompagné ces entreprises aussi bien sur de la création ex nihilo d'activités (Ex : Gyro Boam Découverte (Léognan), Chez Camille (Meublé de tourisme à Saint Morillon) que sur de la diversification d'activité (Château Haut Lagrange à Léognan), sur de la mise en réseau dans le secteur touristiques (Brasserie La Gironde à Léognan, Domaine de Grenade à Saint Selve) ou sur de la qualification de l'offre à travers le classement des meublés de tourisme ou le label Vignobles et Découvertes (le Lodge des Pessac Léognan à Léognan, Domaines de la Parrhésia à Beautiran).



PAROLES DE PROS

Un témoignage valant mieux que de grands discours, voici le retour des professionnels que nous avons accompagné cette année :

Aurélie, Léognan : “ Je tiens à vous remercier pour votre disponibilité et le temps que vous m’accordez. Je vais pouvoir améliorer certains point grâce a vos précieux conseils. Je suis ravie de voir qu’il y a une équipe dynamique et motivée à nos côtés pour promouvoir et améliorer l’offre touristique de notre commune. Je suis également impressionnée par le nombre de supports et d’actions que vous proposez pour nous, en tant que professionnel et pour les visiteurs, ça fait chaud au cœur de voir que notre commune, région, sont représentées à leur juste valeur.

Je vous remercie pour votre enthousiasme quant à l’aide que vous m’avez proposée de m’apporter pour ma prochaine démarche de partenariat auprès des châteaux, c’est rassurant de pouvoir avoir l’appui de professionnels tels que vous.

À très bientôt pour mettre en place ma campagne de prospection. ”



Sandrine, Saint Selve : “ Nous avons été ravis de l’accompagnement de Sud Bordeaux Tourisme. Le Domaine de Grenade a rapidement été répertorié sur les différents annuaires touristiques et l’office de tourisme a grandement favorisé la mise en relation avec des prestataires touristiques locaux ”

PAROLES DE PROS (suite)

Delphine, Beautiran : “ Pour faire renaître nos lieux splendides à l’histoire passionnante, nous avons eu besoin de toute l’énergie possible, à la fois de nos équipes, mais également des institutions du territoire.

C’est à ce niveau que Sud Bordeaux Tourisme, nous a apporté une aide précieuse.

Aussitôt installés, Madame Kumar est venue nous rencontrer pour faire notre connaissance et nous expliquer toutes les ressources administratives et de formation que l’office du tourisme pouvait mettre à notre disposition. Et quand, quelques mois plus tard, nous avons décidé d’entamer la démarche de labellisation Vignobles et Découvertes, c’est encore elle qui est venue plusieurs fois nous aider à déceler tout ce qui était attendu dans le cahier des charges et que nous devons améliorer afin d’être prêts pour la commission.

Elle nous a accompagné tout au long du processus et son aide et ses conseils ont été précieux.



Entre temps, Madame Lagarde et l’équipe de l’office du tourisme nous ont fait confiance avec l’organisation d’évènements tels que la Soirée du Tourisme, qui nous ont permis de nous faire connaître des acteurs de ce milieu auquel nous appartenons désormais.

Sans eux, nous n’aurions pas pu avancer aussi vite et ne serions pas en mesure d’ouvrir notre vignoble comme à la communauté locale et au public comme nous le faisons aujourd’hui.

UN GRAND MERCI! “

PAROLES DE PROS (suite)

Emmanuel, Léognan : " Ayant créé mon activité dans l'œnotourisme en Avril 2023, je partais quasiment de zéro dans cette nouvelle activité, j'ai dû m'entourer de gens compétents pour m'écouter, m'aiguiller et m'aider dans mes démarches.

Ma première idée a été de rencontrer Sud Bordeaux Tourisme, lequel a été un réel soutien dans mes démarches. Le personnel a su m'accueillir et me donner de bonnes adresses pour développer ma nouvelle activité. Ils ont d'ailleurs été jusqu'à me recommander auprès de vacanciers et de professionnels du Tourisme. Un réel partage et échange s'est installé entre nous. Ils m'ont même invité dernièrement à une de leur réunion dans un très bel endroit. Ils sont présents et donnent envie de travailler avec eux.

Si comme moi, vous avez des questions ou des demandes particulières alors n'hésitez pas à faire appel à leurs services, ils sauront tous vous écouter et vous orienter!



PISTES D'AMÉLIORATION

Renforcer l'accompagnement des socioprofessionnels autour du développement durable.

Renforcer les liens avec le service développement économique pour favoriser l'économie circulaire.

PARTENARIATS

72 Partenaires

9 Nouveaux

99 Activités

5 Partenaires hors territoire : Métropole / Entre-deux-Mers

Chaque année, Sud Bordeaux Tourisme prend contact avec 286 professionnels du tourisme du territoire (soit -2 % qu'en 2022) pour transmettre notre guide du partenaire.

Dans ce guide, les professionnels du territoire peuvent retrouver nos missions régaliennes ainsi que les services proposés par notre structure.

L'acte d'engagement annuel contractualise les engagements réciproques entre Sud Bordeaux Tourisme et ses partenaires :

- Respecter la législation en vigueur et veiller à la qualité d'accueil des visiteurs
- Transmettre les informations qualitatives mises à jour
- Transmettre des médias de qualité
- Répondre présent aux sollicitations
- Promouvoir la destination



PARTENARIATS (suite)

En 2023, nous avons eu 3 partenaires de moins qu'en 2022, et 9 nouveaux partenaires, ce qui veut dire 5 activités de moins qu'en 2022.

La répartition entre activités se fait comme suit :

- 1 aire de camping-car
- 5 bars à vin
- 4 caves
- 27 hébergements touristiques (Chambres d'hôtes, Meublé de tourisme, Hôtels, Résidences hôtelière)
- 6 activités de loisirs
- 5 musées ou lieux patrimoniaux
- 12 restaurants
- 1 services (transporteur)
- 39 viticulteurs et produits du terroirs

A cela s'ajoute 5 prestataires de la Métropole (des viticulteurs dans le cadre de la Route des vins de Bordeaux en Graves et Sauternes) et de l'Entre-deux-Mers (service de guidage).



PARTENARIATS (suite)

Fin 2022 et début 2023, les équipes de la Gironde du Sud ont suivi le parcours " NOMAK " (Nouveau marketing de service) de notre fédération régionale la MONA (Mission des offices de tourisme de Nouvelle-Aquitaine).

Ces 4 journées collectives nous ont permis de nous questionner sur notre niveau de services, nos compétences en termes d'accompagnements des professionnels et d'avancer sur une mutualisation des services offerts à tous les partenaires de la Gironde du Sud par les 4 offices du tourisme.

Il en est résulté la réalisation d'un guide du partenaire commun aux trois offices de tourisme et l'offre à nos partenaires de pouvoir également adhérer aux autres offices de tourisme de la Gironde du Sud à tarif préférentiel.



PISTES D'AMÉLIORATION

Renforcer l'harmonisation des partenariats entre les 4 offices de tourisme de la Gironde du Sud

SOIREE DU TOURISME

44 Inscrits

54 Participants

La première partie de la soirée s'est déroulée au Château Couloumey avec :

- L'accueil et la remise à chaque participant d'une pochette contenant son badge, les brochures SBT, la carte de LGDS, un calepin et stylo floqué LGDS.
- Les discours d'accueil
- La présentation des actions 2023 et 2024 pour SBT
- La visite des chais.

Monsieur et Madame Journal nous ont fait la surprise d'offrir un verre d'accueil de rosé.

- La seconde partie s'est déroulée au Château Le Tuquet avec :
- La visite des chais
- Le cocktail
- Le salon des artisans : Fleur de passage, Zabel Béton, Octobulle, Les Vélo de Jeannot.



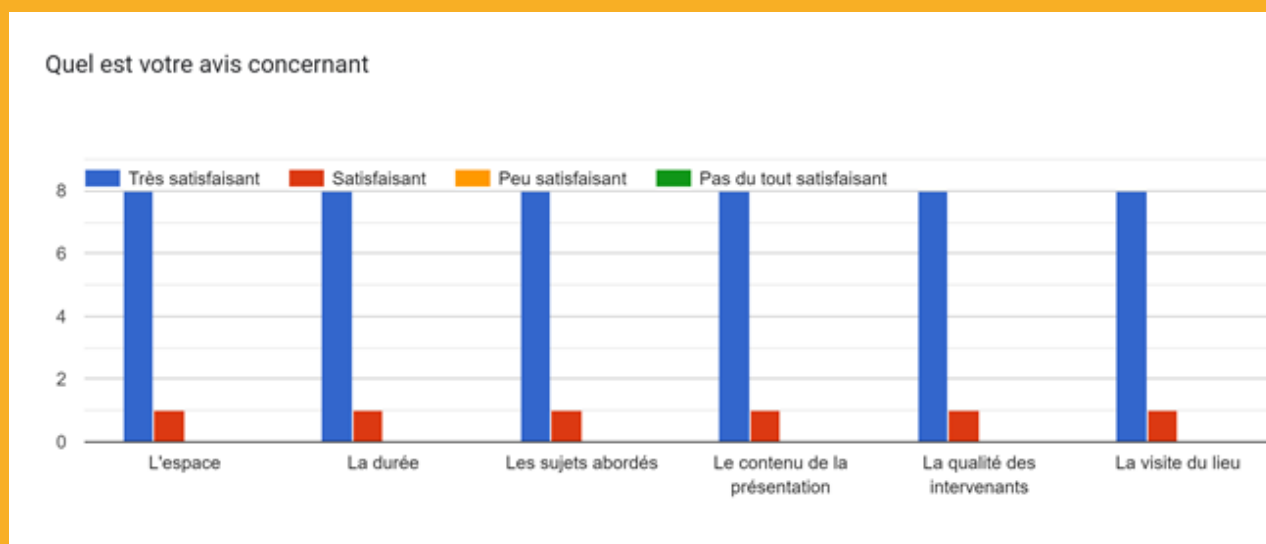
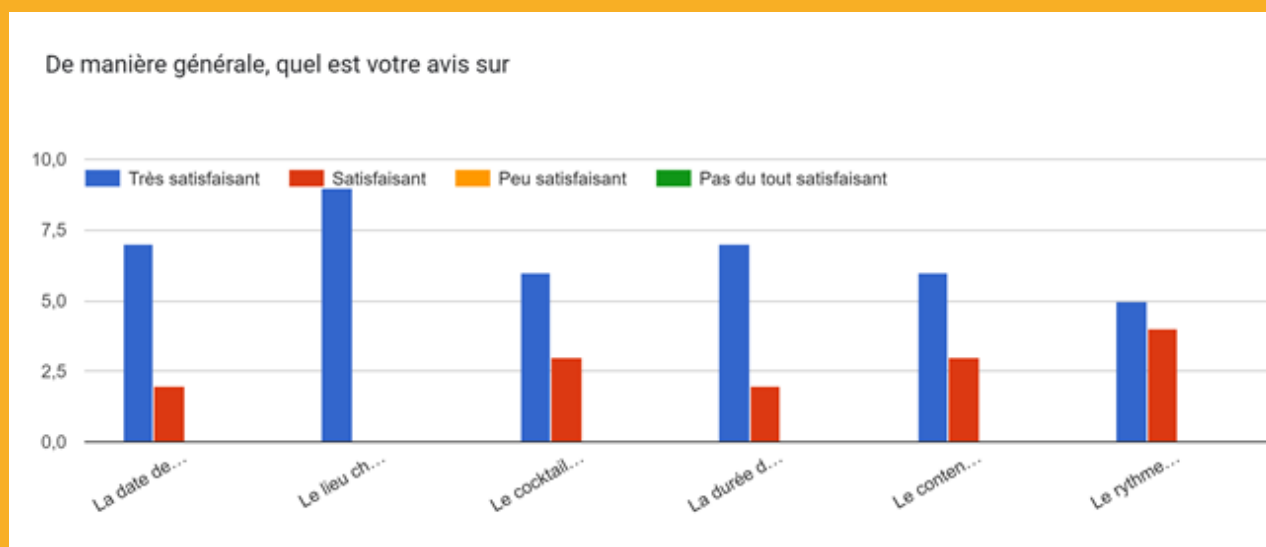
SOIREE DU TOURISME (suite)

Retour de l'Authentique qui nous a fourni le buffet:

“ Je voulais vous remercier d'avoir fait appel à nous pour la prestation du 22 novembre, car nous avons eu de nombreux retours positifs et des commandes. ”

Retours des participants :

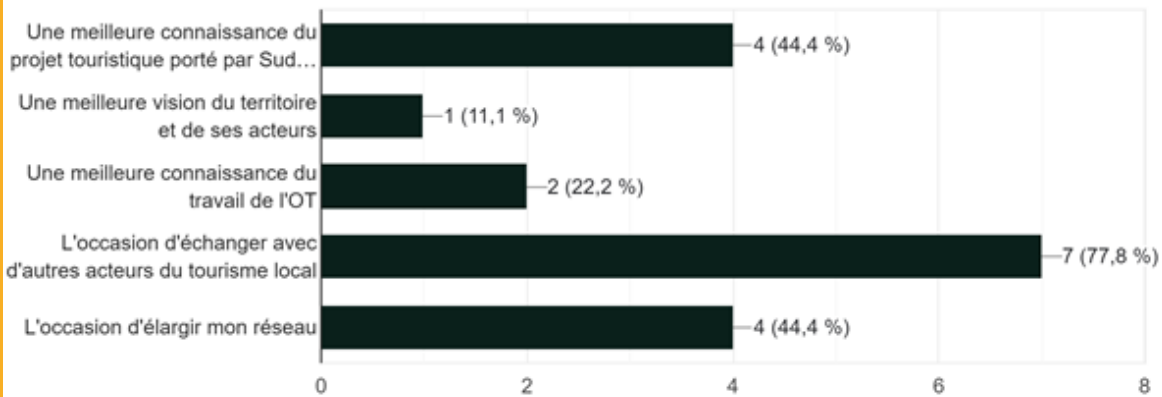
Un questionnaire de satisfaction a été envoyé dans le mail de remerciement. Nous avons collecté 9 réponses.



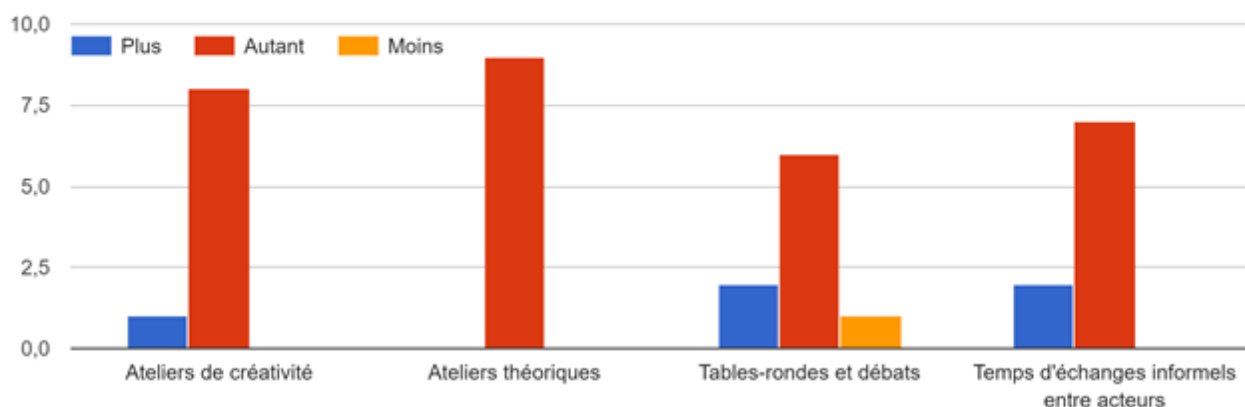
SOIREE DU TOURISME (suite)

Qu'est-ce que cette rencontre vous a apporté ?

9 réponses



Qu'est-ce que vous attendez de la prochaine édition ?



SOIREE DU TOURISME (suite)

Traiteur : « L'authentique » épicerie fine à La Brède, 500 €

Boulangerie : « Il était trois fois le pain » à Martillac, 20.50 €

Leclerc Léognan : 135.09 €

Coût total : 656.49 €



PISTES D'AMÉLIORATION

Ce qui est plébiscité pour la future édition sont des temps de création. En revanche le format « conférence » est moins attendu.

Dans les retours commentaires ce qui est préconisé par les participants :

- Changer les badges collier pour des badges « broche »
- Manque de chaises
- Prévoir des lieux d'échanges pour les professionnels, provoquer les rencontres, avoir la possibilité d'un support pour noter (table).

BEST OF WINE TOURISM

Récompense animée par la CCI, chaque année, le concours Best of Wine Tourism récompense les propriétés et prestataires de services qui proposent une offre oenotouristique originale et de qualité.

Le label Vignobles et Découvertes que nous animons est un pré requis à la participation du concours.

La remise des trophées s'est déroulée le 9 octobre à la CCI Bordeaux Gironde. 22 Best Of et un coup de cœur du Jury parmi plus de 85 candidatures ont été récompensés pour la qualité de leur accueil et de leurs prestations dans 8 catégories :

- Architecture et paysage
- Art et culture
- Découverte et innovation
- Hébergement à la propriété
- Restauration à la propriété
- Valorisation oenotouristique des pratiques environnementales
- Services oenotouristiques
- Coup de cœur du Jury

Un Best of d'or est décerné dans chaque catégorie.

Château Malartic Lagravière (Léognan) a été nommé Best of d'or dans la catégorie " Restauration à la propriété ", les Bulles Vertes ont été primées dans la catégorie " Pratiques Environnementales ".

Le Château Malartic Lagravière a également décroché le prix du public



Envoyé en préfecture le 08/06/2024

Reçu en préfecture le 08/06/2024

Publié le



ID : 033-487556664-20240415-DELIB2024_09V2-DE

4.

DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

PROJET ACTT

“Accompagnement au Changement des Territoires Touristiques

Dépôt de la candidature début juillet - commission région octobre 2023

→ **Candidature acceptée**

- 2023 : il s'agissait de l'année de réalisation de la stratégie pour répondre à l'appel à projet ACTT. De cette stratégie ont été ciblées 60 actions à mettre en place durant la candidature. Lors d'un séminaire d'équipe, les actions de l'année 2024 ont été priorisées.
- Durée de l'accompagnement du dispositif 2024-2026
- Prolongation de la contractualisation possible 2027-2028

COLLECTIF LA GIRONDE DU SUD

Plan local de professionnalisation

- 5 sessions thématiques
- 3 Matinées Découvertes
- Sensibilisation appellations Sauternes Barsac et Pessac Léognan pour les techniciens OTs
- **Nouveauté** : gestion des inscriptions sur Régiondo par l'OTPCP

Echos du Tourisme #3

- **96 participants**
Dont 62 socioprofessionnels, 10 membres du Collectif, 6 institutionnels (Gironde Tourisme, OTEM, Centre des Monuments Nationaux), 18 membres des Offices de tourisme
- Retours très positifs sur le lancement de la marque et sur la présentation, lieu très apprécié des participants qui était en lien avec l'univers de La Gironde du Sud



Déploiement marque

Janvier 2023 : réception des livrables de l'Agence Signes des Temps

Janvier-Avril : création de la carte LGDS afin de l'obtenir avant la bourse d'échange départementale

Mai 2023 : lancement de la marque auprès des partenaires avec les Echos du Tourisme



Promotion

Juin 2023 : achat de deux encarts publicitaires dans le magazine national Paris Match

- Création de goodies pour déployer la marque (stickers, pochettes, chemises)
- Création de 5 kakémonos La Gironde du Sud

Communication @lagirondedusud

Animation Instagram & LinkedIn
Depuis juin 2023



Création site web portail
Août - Septembre 2023



Carte touristique
Janvier-Avril 2023



Guide d'utilisation
de la marque
Juin-Septembre 2023



Rédaction Expériences par
Signes des Temps
Mai-Septembre 2023



COLLECTIF LA GIRONDE DU SUD

Accompagnement NOUVEAU MArKeting de services (NOMAK)



02 et 03 Février 2023 et 09 et 10 Mars 2023

- **Livrables** : La Foire aux Remarques & Questions que l'on pose aux Offices / Pourquoi être partenaire de mon Office de Tourisme ? / Mode d'emploi Visite prestataire
- **Encouragement de la MONA** à mutualiser la méthode et les outils à l'échelle des 4 structures, pour travailler les relations prestataires sous le prisme de LGDS
- Accompagnement prématuré



Projet : Guide des partenaires commun

Cette année les Offices de tourisme partagent leur guide partenaire afin de renouveler les partenariats d'adhésion auprès de leurs prestataires touristiques.

- Adhésion de base à 100€ pour OTB, SBT, OTSGLG et OTCPCP
- 50€ par activités complémentaires (10€ pour OTCPCP)
- 50% pour adhésion en cours d'année, 50% pour tous les OT à propos de l'adhésion extérieure



5.

BOUTIQUE

ET

BILLETTERIE

VENTES RÉALISÉES EN 2023

Comme tous les ans, les ventes de la boutique dépendent de la fréquentation du bureau d'informations touristiques de Martillac.

De plus, les ventes conséquentes ou l'absence de vente conséquente impactent fortement les statistiques.

En 2023, nous avons pu observer deux évolutions importantes :

- Une très forte augmentation de la billetterie grâce :
 - au retour de Jazz & Blues (2 festivals => 114 billets) dans nos propositions de billetterie,
 - à la vente des billets des deux concerts de J.C BORELLY (57 billets) ayant eu lieu sur la Communauté de communes de Montesquieu.

Les ventes de billetteries spectacles ont représenté 85% du chiffre d'affaires (CA) 2023 de la boutique soit 8 690 €.

- Une baisse significative des locations vélos : 12 locations effectuées en 2023 (41 en 2022)

581 ventes



CHIFFRE D'AFFAIRES : 10 154 €

391 ventes pour 4 161€ en 2022



Mois avec le plus important chiffre d'affaire :

- 1 Juin
- 2 Juillet
- 3 Octobre

Ces périodes de recettes importantes concordent avec les périodes de vente de la billetterie. Ce service est une composante essentielle de l'autofinancement de l'Office de Tourisme.

BENEFICES ANNUELS

Bénéfices en 2021	Bénéfices en 2022	Bénéfices en 2023
649,20	746,37	1 096,00

BILLETTERIE EN LIGNE

Les ventes en ligne ont connu en 2023 une augmentation de 1 157% grâce à :

- La présence de l'URL de notre billetterie en ligne sur les visuels et les sites des organisateurs
- Les publications sur les réseaux sociaux Sud bordeaux Tourisme
- La notoriété grandissante de notre billetterie en ligne auprès des habitants notamment.

327 ventes en ligne

324 billets festivals et spectacles, 3 billets activité

26 ventes en ligne en 2022



CHIFFRE D'AFFAIRES : 8 690 €

CA de 2 250 € en 2022

BILAN BILLETTERIE

Concerts et Festivals : excellente année 2023

- 2022 : 88 billets vendus => C.A = 2 250 €
- 2023 : 324 billets vendus => C.A = 8 690 €

Résultats par évènement :

- J.C BORELLY => 2 concerts => 57 billets
- Jazz & Blues => 2 Festivals => 114 billets
- Festes Baroques => 40 billets (+10 billets – Festival a toujours été un peu en retrait)
- RMIG => 113 billets (+55 billets)

Activités : aucune vente

Locations vélos : effondrement des locations (44 en 2021, 41 en 2022, 12 en 2023)

PISTES D'AMÉLIORATION

- Cibler des activités attrayantes pour la vente en ligne
- Renouveler avec assiduité les conventions de partenariat
- Accompagner le développement touristique pour faire grandir l'offre
- Location de vélos : diversifier l'offre (vélos électriques, charriots pour enfant...)

BOUTIQUE

TOP3 DES PRODUITS VENDUS EN BOUTIQUE :

- 1 Bières locales "La Gironde"
- 2 Cartes postales
- 3 Jetons "Château de La Brède"



PRODUITS QUI N'ONT PAS FONCTIONNÉ CETTE ANNÉE :

- Foies gras
- Livres en perte de vitesse malgré quelques nouveaux ouvrages
- Produits autour du vin
- Objets décoratifs en béton

PISTES D'AMÉLIORATION

Le volume des ventes de la boutique étant fortement lié à la fréquentation de l'Office de Tourisme, nous allons établir une stratégie d'accueil qui aura pour but de dynamiser la fréquentation de toute la destination et également de l'Office de tourisme. Nous en ferons découler une stratégie boutique dans laquelle une réflexion sera menée sur les produits à mettre en vente.

Envoyé en préfecture le 08/06/2024

Reçu en préfecture le 08/06/2024

Publié le

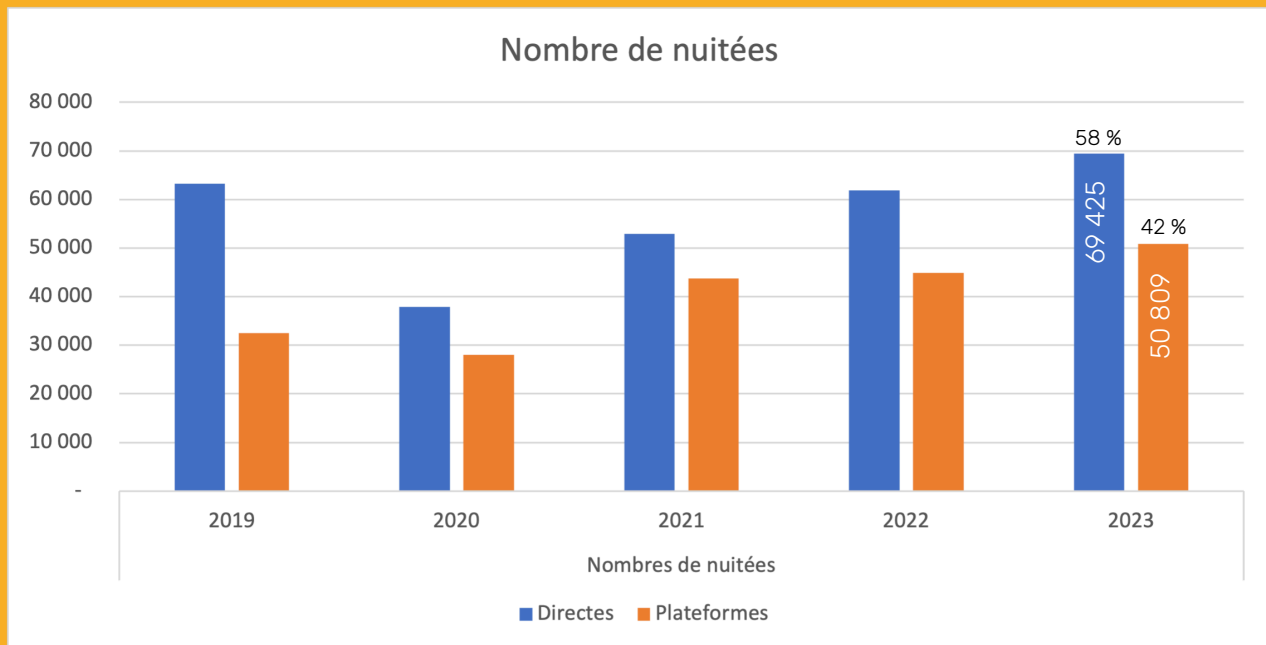
ID : 033-487556664-20240415-DELIB2024_09V2-DE



6. TAXE DE SÉJOUR

NUITÉES

+ 12% de nuitées par rapport à 2022
soit + 13 475 nuitées de plus qu'en 2022



Augmentation due à l'ouverture d'hébergements attractifs :

- Ouverture de l'hôtel du Château Léognan en Juillet 2023 => + 2 635 nuitées
- Sources de Caudalie fermées durant le T1 - 2022 => + 3 100 nuitées
- Ouverture des Cabanes Girondines en Juillet 2023 => + 900 nuitées

AirBnb représente 85% des locations et se maintient très largement en tête et a repris sa forte progression (+25%) après une année 2022 plus calme

Gîtes de France perd du terrain mais se maintient.

Les ventes effectuées via Booking et Abritel ne sont pas très nombreuses sur le territoire. Il en est de même des canaux secondaires comme LBC, Mister B&B, GreenGo, CocoonR, etc...



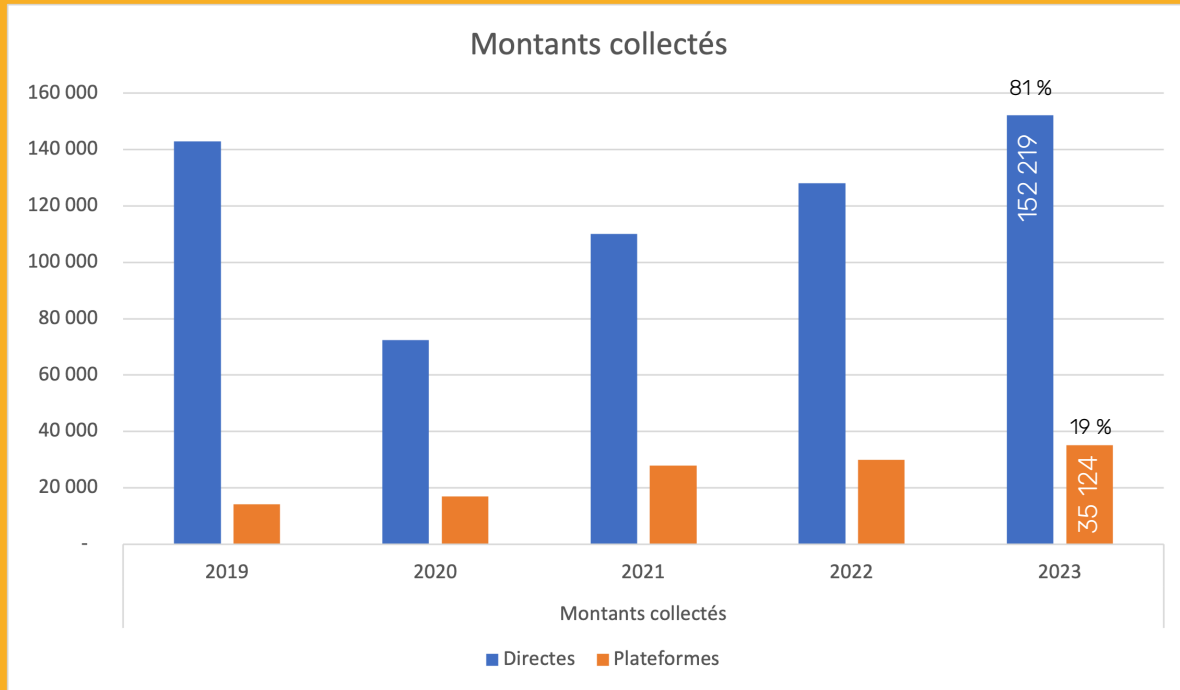
TOTAL DES LITS MARCHANDS EN 2023

1 051

+ 17 % par rapport à 2022 / + 160 lits marchands

TAXE DE SÉJOUR COLLECTÉE

+ 18% de nuitées par rapport à 2022
soit + 29 421 € en 2023 / 2022



OUVERTURES ET FERMETURES D'HÉBERGEMENTS EN 2023

23 nouveaux hébergeurs dont :

- Hôtel du Château Léognan
- Les Cabanes Girondines
- Le Lodge des Pessac – Léognan
- Plusieurs autres uniquement plateformes

11 cessations d'activité dont quelques « historiques » :

- Les Gîtes de Marie (retraite)
- Chez Les Potes (réouverture prévue après les travaux du nouveau propriétaire)
- La Libellule brédoise (retraite)
- Cuvier de la Dîme (changement d'activité)
- Le Biartigue (retraite)
- Domaine du Pacha (vente de l'hébergement)

Sans compter les ouvertures avortées d'hébergements présentant un potentiel certain tel que Le Château Bois – Martin et Les Arts Brisseaux.

Envoyé en préfecture le 08/06/2024

Reçu en préfecture le 08/06/2024

Publié le



ID : 033-487556664-20240415-DELIB2024_09V2-DE

Envoyé en préfecture le 08/06/2024

Reçu en préfecture le 08/06/2024

Publié le

ID : 033-487556664-20240415-DELIB2024_09V2-DE



sud
bordeaux.
sur les terres
de Montesquieu **tourisme**

OFFICE DE TOURISME

3, place Marcel Vayssière 33 650 MARTILLAC

Tél. 05 24 73 39 90

info@sud-bordeaux-tourisme.com

www.sud-bordeaux-tourisme.com