



RAPPORT D'ACTIVITÉS 2021

Médoc Atlantique Tourisme

MÉDOC
ATLANTIQUE
TOURISME



Océan Atlantique

ESTUAIRE DE LA GIRONDE

Royan

Soulac-sur-Mer

Le Verdon-sur-Mer

Talais

Grayan-et-l'Hôpital

Saint-Vivien-de-Médoc

Jau-Dignac-et-Loirac

Vensac

Valeyrac

Montalivet les-Bains

Vendays-Montalivet

Lesparre-Médoc

Naujac-sur-Mer

Hourtin Plage

Hourtin

Carcans Plage

Carcans

Brach

Lacanau Océan

Lacanau

Salaunes

Saumos

Le Porge

Le Temple

SOMMAIRE

4

MOT DU PRÉSIDENT

14

ATTRACTIVITÉ

Objectifs **15**

Campagne de communication **16**

Stratégie digitale **19**

Relations médias **23**

Marchés étrangers **26**

Événementiel **27**

Editions **29**

Promotion **30**

38

RELATIONS PRESTATAIRES

Répartition des partenaires **39**

Accompagnements prestataires **40**

Chiffres clés **45**

5

PRÉSENTATION DE L'OFFICE

Missions de l'Office de Tourisme **6**

Gouvernance **7**

Administration **10**

Organisation **12**

Finances **13**

30

INFORMATION ET ACCUEIL

Information et accueil **31**

Dispositifs accueil **32**

MOT DU PRÉSIDENT

Malgré un contexte sanitaire anxiogène peu favorable, cette année 2021 a laissé augurer un avenir solide et radieux pour Médoc Atlantique Tourisme

En termes de fréquentation, les résultats ont été au-delà des prévisions, constants et dans la continuité de la progression des dernières années.

Ces bons résultats sont le fruit de cinq années d'une stratégie axée sur un tourisme de destination de qualité et durable valorisant les atouts de nos communes et de nos acteurs locaux.

Une politique déterminée de fidélisation et de conquête des clientèles nationales et internationales, doublée d'une volonté d'affirmer une dynamique de fréquentation tout au long de l'année finissent de compléter un ensemble cohérent, constant, puissant et légitime pour conforter la position de destination touristique majeure du littoral Atlantique.

La mise en lumière de la dimension communautaire et de sa richesse ainsi que l'appropriation de cette dimension par les équipes de Médoc Atlantique et les acteurs du tourisme ouvrent de belles perspectives pour les années futures.

Un développement maîtrisé, une conscience des risques liés au « surtourisme » - même si notre destination en est encore loin - et une écoute attentive des communes et des acteurs se prêtent parfaitement à de nombreux projets pour Médoc Atlantique Tourisme.

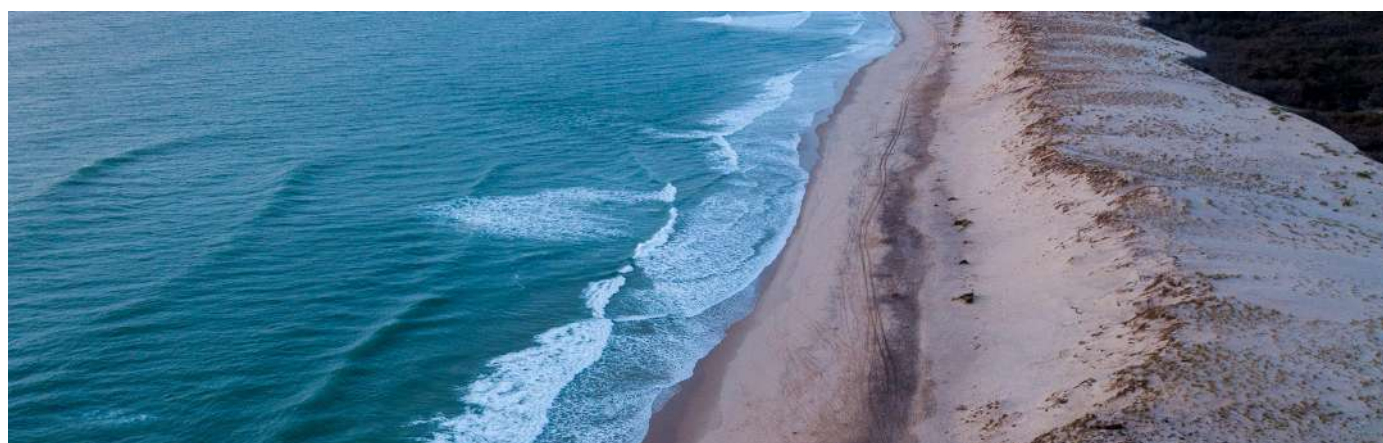
L'expérience engrangée dans la difficulté comme dans le succès durant ces 5 années d'histoire touristique commune nous permet d'affirmer que notre destination entre estuaire et océan, est et restera résiliente parmi les premières destinations touristiques en France.

Je vous souhaite une bonne lecture de ce rapport d'activité, et surtout de continuer à contribuer au succès collectif de Médoc Atlantique Tourisme.



Laurent Peyrondet

Maire de Lacanau
et Président de l'Office de
Tourisme Médoc Atlantique



An aerial photograph of a coastal area. In the foreground, a stone wall runs along the water's edge. A small lighthouse with a white tower and a blue roof stands on a grassy area. Next to it is a small white building with a red roof. A paved road curves around the lighthouse area, with a few cars parked. In the background, there are green fields, a small pond, and a large body of water. The sky is clear and blue. A white text box with pink borders is overlaid on the image, containing the text 'PRÉSENTATION DE L'OFFICE DE TOURISME'.

PRÉSENTATION DE L'OFFICE DE TOURISME



MISSIONS DE L'OFFICE DE TOURISME

L'Office de Tourisme représente un outil de médiation entre les différents profils de visiteurs et les différents aspects de l'offre d'une destination.

Il intervient selon différentes modalités :

- En amont du séjour, pour générer de l'attractivité sur la base d'une offre parfaitement connue et qualifiée, notamment grâce à une marque porteuse de sens ; pour encourager la concrétisation (réservations) des séjours dans un environnement de plus en plus concurrentiel.
- Pendant le séjour, l'Office de Tourisme accueille, oriente, conseille le visiteur pour que celui-ci découvre la destination dans les meilleures conditions. Il intervient à ce titre en tant que facilitateur de séjour.
- Enfin, une fois le séjour réalisé, les clientèles émettent des avis qui constituent autant d'images renvoyées par la destination vers des personnes qui ne la connaissent pas encore. A ce titre, l'Office de Tourisme doit veiller à ce que ces avis, ces images soient autant de recommandations possibles, le reflet d'une qualité objective d'accueil.

La destination	L'Office de Tourisme	Le client	
Fondations touristiques du territoire / offre : accessibilité - infrastructures...	Maîtrise l'offre : concentre une information complète Accroît la notoriété de Médoc Atlantique, de la marque Anime / impulse le développement touristique	RÊVE RECHERCHE	AVANT
Destination cohérente : propositions commerciales adaptées	Anime le réseau de prestataires / partenaires. Qualifie l'offre, rassure (labels, Qualité Tourisme). Diffuse une information fiable, détaillée et à jour. Facilite la réservation et l'acte d'achat (mise en marché)	COMPARE APPROFONDIT PLANIFIE RÉSERVE	
"Coeur de vie" de la destination	Accueille, conseille, informe. Facilite la découverte (billetterie, visites). Anime le séjour (soutien et organisation d'événements)	VIT SUR LA DESTINATION DÉCOUVRE ET EXPLORE	PENDANT
Images renvoyées par la destination	Analyse de l'image véhiculée par la destination. Analyse des attentes clientèles, des fréquentations.	RECOMMANDÉ DEVIENT AMBASSADEUR	APRÈS

GOVERNANCE

CONVENTION D'OBJECTIFS ET DE MOYENS ENTRE LA COMMUNAUTÉ DE COMMUNES MÉDOC ATLANTIQUE ET L'EPIC OFFICE DE TOURISME MÉDOC ATLANTIQUE 2021-2023

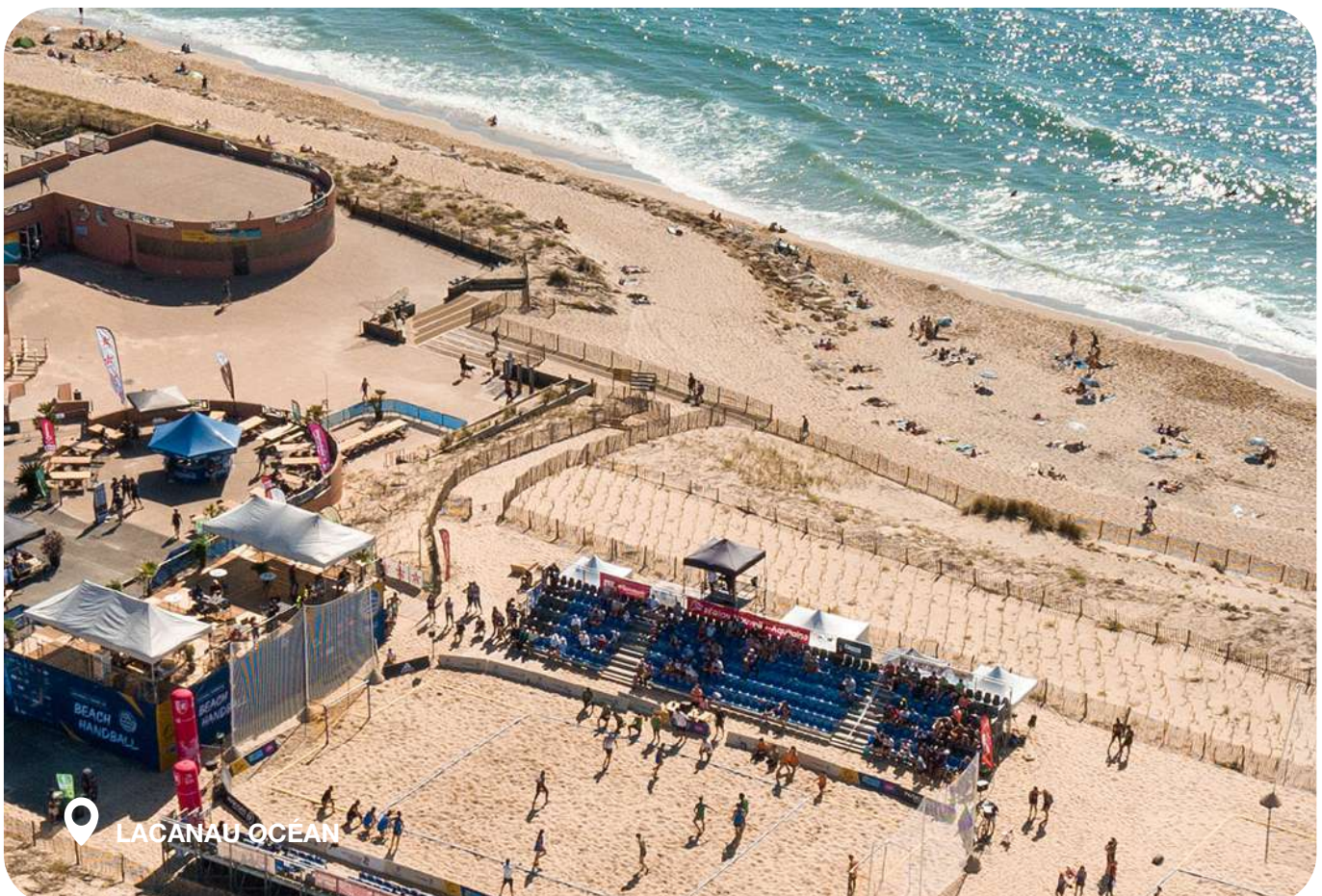
Cette convention, signée le 2 novembre 2020 par le Directeur de l'EPIC et validée par le Comité de Direction le 3 février 2021, a un double objectif :

- fixer les missions déléguées à l'Office de Tourisme Communautaire Médoc Atlantique ainsi que les objectifs à atteindre par ce dernier pour la période 2021-2023
- fixer les modalités et conditions d'attribution des moyens alloués à l'Office de Tourisme Communautaire Médoc Atlantique pour exercer les missions qui lui ont été confiées et atteindre les objectifs qui lui ont été attribués.

Parmi ces missions :

- Accueil et information des touristes
- Promotion touristique de la Communauté de Communes
- Coordination des prestataires et des partenaires de la destination
- Participation à l'élaboration de la politique touristique sur demande de la Communauté de Communes
- Commercialisation de prestations de services touristiques conformément au code du tourisme

Extrait convention objectifs 2021-2023



GOVERNANCE

L'Office de Tourisme Médoc Atlantique est administré par un Comité de Direction, composé de **20** élus, **9** suppléants, **11** socioprofessionnels et **8** personnes qualifiées dans le domaine du tourisme.

COMPOSITION DU COMITÉ DE DIRECTION

COLLÈGE DES ÉLUS COMMUNAUTAIRES

Laurent Peyrondet

Maire de Lacanau

Pascale Marzat

Lacanau

Adrien Debever

Lacanau

Hervé Cazenave

Lacanau

Evelyne Moulin

Soulac-sur-Mer

Marie-Dominique Dubourg

Soulac-sur-Mer

Bernard Lombrail

Soulac-sur-Mer

Jean-Marc Signoret

Maire d'Hourtin

Karine Forgeron

Hourtin

Patrick Meiffren

Maire de Carcans-Maubuisson

Catherine Robineau

Carcans-Maubuisson

Jean-Antoine Trijoulet

Vendays-Montalivet

Jean-Marie Bertet

Vendays-Montalivet

Christine Grass

Le Verdon-sur-Mer

Florence Legrand

Maire de Grayan-et-l'Hôpital

Marie-Hélène Giral

Saint-Vivien-de-Médoc

Jean-Louis Breton

Maire de Valeyrac

Christian Boura

Maire de Jau-Dignac-et-Loirac

Yves Barreau

Maire de Naujac-sur-Mer

Véronique Chambaud

Maire de Queyrac

SUPLÉANTS

Alexia Bacquey

Élue à Lacanau

Xavier Pintat

Maire de Soulac-sur-Mer et Président de la CDC Médoc Atlantique

Stéphane Margaleff

Élu à Hourtin

Thierry Desprez

Élu à Carcans-Maubuisson

Valérie De Costa Oliveira

Élue à Vendays-Montalivet

Jacques Bidalun

Maire du Verdon-sur-Mer

Frédéric Quillet

Élu à Grayan-et-l'Hôpital

Gérard Gonzalez

Élu à Saint-Vivien de Médoc

Franck Laporte

Maire de Talais



GOUVERNANCE

COLLÈGE DES SOCIOPROFESSIONNELS DU TOURISME

REPRÉSENTANT VILLAGES VACANCES, RÉSIDENCES DE TOURISME ET LOCATIVES

Frédéric Dadoy UCPA

REPRÉSENTANT DES PRESTATAIRES D'ACTIVITÉS DE LOISIRS, CULTURELLES ET PATRIMONIALES

Jean-Marie Calbet Association des
Phares de Cordouan et de Grave

REPRÉSENTANT HÔTELLERIE

Laurent Barthélémy Hôtel l'Arberet,
Vendays-Montalivet

REPRÉSENTANT AGENCES IMMOBILIÈRES

Xavier Mahieu Brazeco, Soulac-sur-Mer

REPRÉSENTANTS RESTAURATEURS ET COMMERÇANTS

Romain Laurent Bistrot des cochons,
Lacanau

Daniel Milliet Milliet Sonorisation, Soulac-
sur-Mer

PERSONNES QUALIFIÉES

Jérémy Boisson Lacanau

Michel Espagnet Cercle de voile de Bordeaux, Carcans-Maubuisson

Dominique Février Élu Carcans-Maubuisson

Pierre Jacob Carcans-Maubuisson

Nicolas Larue Président de l'Association des Commerçants de Carcans-Maubuisson

Arnaud Peroux Camping Le Village Western, Hourtin

Jean-Marc Rodriguez Président de l'Association des Commerçants de Montalivet

Antoine Poinot Directeur de Port Médoc, Le Verdon-sur-Mer

REPRÉSENTANT DES PRESTATAIRES D'ACTIVITÉS PHYSIQUES ET DE PLEINE NATURE

Laurent Rondi Lacanau Surf
Club, Lacanau remplacé en
novembre par **M. Cédric Grèze**
HCL

REPRÉSENTANTE LOUEURS EN MEUBLÉS DE TOURISME

Mélanie Pigneguy Gites les
Tellines, Soulac-sur-Mer

REPRÉSENTANTS HÔTELLERIE DE PLEIN AIR

Kaing Eap Camping Airotel de l'Océan,
Lacanau

Nicolas Maridat Camping des Pins,
Soulac-sur-Mer

REPRÉSENTANTE DE LA VITICULTURE

Marie-Dominique Saint-Martin Cave Uni-
Médoc, Gaillan-Médoc

UN OFFICE DE TOURISME PROCHE DES ÉLUS LOCAUX ET DES PROFESSIONNELS DU TOURISME DE LA DESTINATION

74 rendez-vous chez les prestataires

Nouveauté en 2021, rendez-vous personnalisés avec les prestataires afin de :

- connaître leurs besoins
- les accompagner sur différents axes dont la visibilité et le développement commercial de leurs activités
- qualifier leurs offres
- assurer une cohérence de la destination.

100 rendez-vous avec les maires et élus de la Communauté de Communes de Médoc Atlantique

- dont 14 rendez-vous de préparation de saison en avril (avec les 14 maires des communes)
- et 14 rendez-vous de bilan de saison en septembre (avec les 14 maires des communes)

ADMINISTRATION

RESSOURCES HUMAINES

Au cours de l'année, la Direction a proposé au Président Laurent Peyrondet une restructuration de l'équipe. En effet, les élus de la destination ont souhaité que le management apporte un soin tout particulier à la gestion d'une équipe composée de collaborateurs provenant des différentes structures fusionnées en 2017.

Pour cela, l'embauche d'un Secrétaire Général en charge de la direction des finances, des ressources humaines et de l'administration générale a été décidée.

Fort de ce constat, les pratiques managériales ont évolué vers :

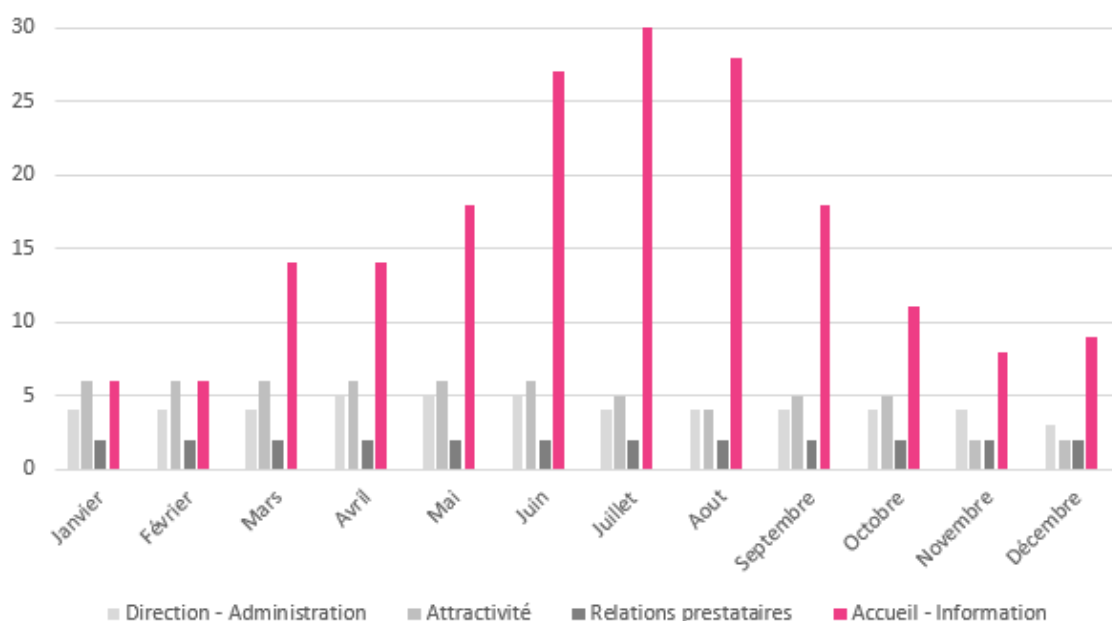
- Une organisation, qui fonctionne, doit proposer une politique ressources humaines et salariales motivantes
- Augmenter le niveau d'exigences global
- Faire évoluer les collaborateurs par la formation
- Développer une politique Qualité de vie au travail passant par la reconnaissance des collaborateurs méritants
- Positionner Médoc Atlantique Tourisme comme une organisation vertueuse attirant les talents
- Positionner la valeur travail comme valeur première de l'Office de Tourisme
- Respecter la convention collective

Dès sa prise de fonction, le Secrétaire Général a effectué un état des lieux social de l'EPIC qui a mis en évidence :

- Un niveau moyen de diplôme satisfaisant
- Une connaissance métier confirmée
- Des collaborateurs qui, s'ils étaient présents, ont subi la fusion des Offices de Tourisme en 2017
- Des collaborateurs attachés au territoire et à l'Office de Tourisme
- Un besoin légitime de reconnaissance des collaborateurs
- Les collaborateurs en poste sont motivés et ont réaffirmé leur attachement à l'EPIC.

Cette politique a été partagée aux collaborateurs en proposant à chacun de revalider les valeurs de l'entreprise.

EVOLUTION DES EFFECTIFS 2021 EN FONCTION DE LA SAISON



ADMINISTRATION

DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

En 2021, une majorité de collaborateurs a suivi des actions de formation :

- Secourisme au travail
- Habilitation électrique
- Base de données d'information touristique
- Logiciel métier Welogin
- Logiciel comptabilité

A la fin de l'année 2021, les collaborateurs ont émis leurs vœux.

L'intégralité des demandes et besoins en formation a été prise en compte :

- Gérer la relation client à distance en tant que conseiller en séjour
- Ancrer son cœur de métier d'expert de destination
- Renforcer sa légitimité et définir sa plus-value
- Langues étrangères
- Outils de bureautique
- Logiciels métiers

CSE (Comité social et économique)

Un comité social et économique (CSE) est mis en place dans les entreprises d'au moins 11 salariés. Celui de l'Office de Tourisme Médoc Atlantique est en place depuis 2020.

Le CSE est chargé de la prise en compte de l'intérêt des salariés dans certaines décisions de l'entreprise.

Son champ d'action est de :

- Promouvoir la santé, la sécurité, les conditions de travail,
- Participer à la prévention des risques professionnels,
- Participer aux actions de prévention du harcèlement moral et sexuel, transmettre les sujets à aborder à l'employeur (de type salarial, juridique, protection sociale, hygiène et sécurité),
- Saisir l'inspection du travail pour toutes questions relatives à l'application des lois et règlements, l'application des conventions et accords, d'avertir l'employeur en cas d'atteinte aux libertés individuelles ou droit des personnes, participer à des enquêtes en cas d'accident ou de maladie professionnelle.

En liaison avec la Direction, le CSE a été associé à toutes les décisions stratégiques concernant les ressources humaines : mise en place des protocoles sanitaires, télétravail, etc.

PROTOCOLE SANITAIRE ET TÉLÉTRAVAIL

Conformément aux dispositions légales en vigueur, l'Office de Tourisme a rédigé, depuis mai 2020, son protocole sanitaire.

Ce document présente les dispositions mises en œuvre pour garantir la santé et la sécurité de tous les collaborateurs et ainsi limiter la propagation du virus " Covid 19 ".

Les personnels ont été informés de l'existence et du contenu de ce protocole par l'ensemble des moyens de communication de l'entreprise. La première des mesures a été de déployer le télétravail pour l'ensemble du personnel.

L'actualisation du document s'est effectuée à plusieurs reprises durant l'année au gré des événements.

Grâce au suivi strict de ce protocole, les missions de l'Office de Tourisme ont pu être menées en protégeant les personnels ainsi que les personnes extérieures.

ORGANISATION

L'ÉQUIPE AU 31/12/2021

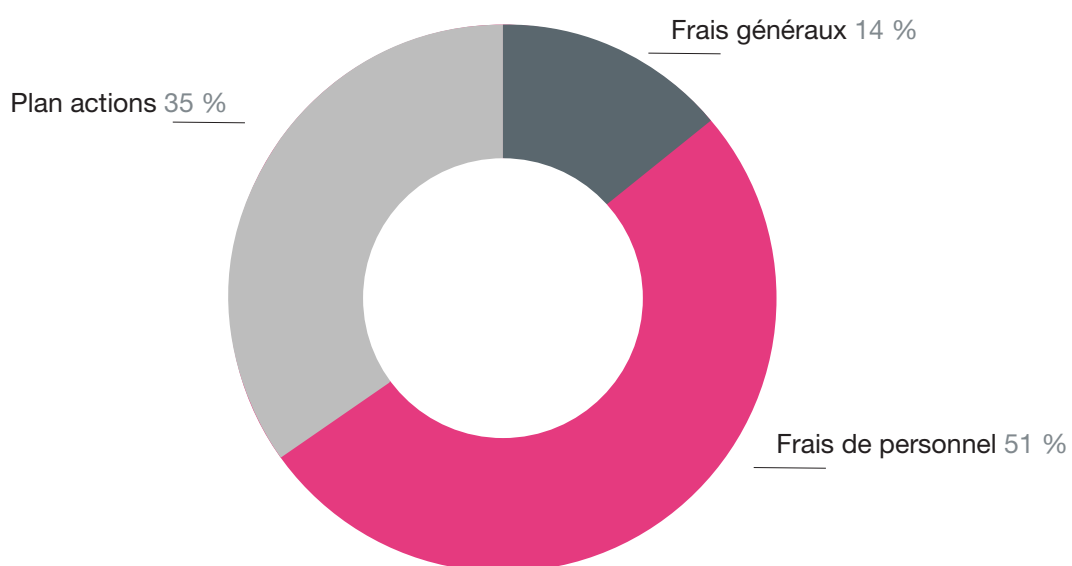
L'organisation de l'équipe de Médoc Atlantique Tourisme s'articule autour de deux processus de réalisation : l'Accueil – Information et l'Attractivité – Relations prestataires. Un processus support vient compléter cette organisation : l'administration, la comptabilité, les ressources humaines, la logistique et la prospective.



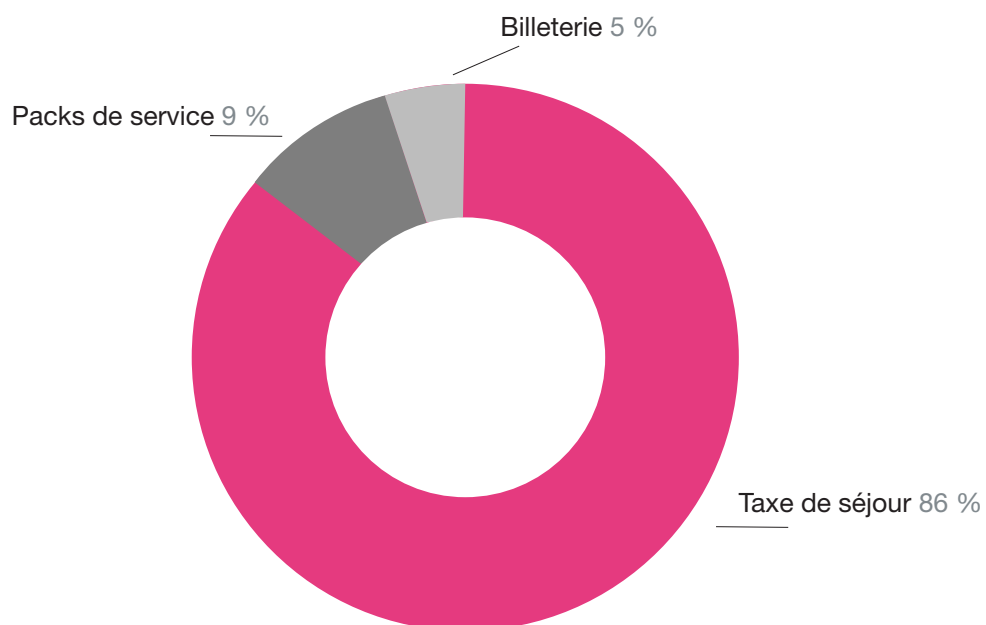
FINANCES

L'exercice 2021 a été placé sous le signe de la prudence en lien avec les évolutions sanitaires. La répartition des recettes et dépenses se traduit comme suit :

RÉPARTITION DES CHARGES 2021



RÉPARTITION DES PRODUITS 2021



An aerial photograph of a coastal landscape. On the left, the ocean with white-capped waves meets a wide, sandy beach. To the right of the beach, a long, narrow strip of land, likely a dune ridge or causeway, extends into the distance. The terrain is sandy with sparse, low-lying vegetation. The sky is a clear, pale blue. A large white rectangular box is centered over the image, containing the word 'ATTRACTIVITÉ' in pink capital letters. Three pink rectangular shapes are positioned around the white box: one at the top-left corner, one at the bottom-right corner, and one at the bottom-right corner of the white box itself.

ATTRACTIVITÉ

OBJECTIFS

ÉMERGER

En mettant en place un plan de communication de assurance, déployé à l'échelle nationale afin de gagner en visibilité en France.

MAÎTRISER

La définition des priorités avec une gestion des coûts maîtrisée permet d'optimiser les actions à la mesure des ambitions fixées.

VALORISER

Tous les atouts de la destination sont à mettre au centre des prises de parole : la diversité des territoires (océan, lac, forêt, estuaire) et la diversité des activités.

RÉPERTORIER

Collecter tous les résultats de campagne, analyser les indicateurs et données des études menées.



La stratégie de communication en 2021 a une nouvelle fois dû prendre en compte le contexte sanitaire afin de continuer à travailler la notoriété et l'attractivité de la marque Médoc Atlantique, tout en rassurant le visiteur grâce au slogan "Immense Eté" déployé lors de nombreuses campagnes.

Les actions de promotion ont été centrées sur un public français. Les clientèles de proximité, de la région bordelaise, ont été privilégiées.

Le rayonnement international a également été maintenu sur des bassins émetteurs importants et proches, tel que l'Allemagne grâce à la collaboration au sein des contrats de destination Côte Atlantique et Bordeaux ainsi qu'à la participation au salon IMM (International Media Marketplace).

La fermeture des stations de ski durant la saison hiver 2020/21 a été une réelle opportunité pour la destination Médoc Atlantique d'attirer une clientèle non présente traditionnellement sur le littoral.

En 2021, Médoc Atlantique Tourisme a donc continué à capitaliser sur les publics fidèles, tout en travaillant à la conquête de vacanciers habitués à partir à l'étranger ou à la neige. Cette année fut aussi l'occasion d'échelonner les campagnes de communication - de mars à novembre - afin de positionner Médoc Atlantique en tant que destination quatre saisons.

CAMPAGNE DE COMMUNICATION

MÉDIAS TRADITIONNELS - AFFICHAGES



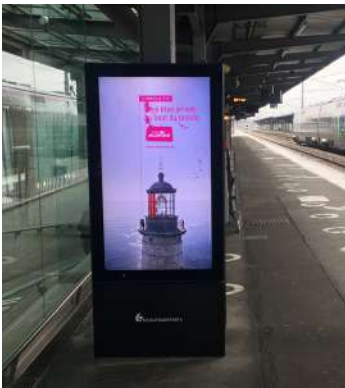
AFFICHAGE URBAIN - "IMMENSE ÉTÉ"

Bordeaux Métropole

130 faces

Du 5 au 11 mai

600 000 personnes touchées



AFFICHAGE ANIMÉ DANS LES GARES - "IMMENSE ÉTÉ"

Angoulême, La Rochelle, Nantes, Poitiers, Toulouse

56 faces animées

Du 10 au 17 mai

600 000 personnes touchées



AFFICHAGE ARRÊTS DE TRAM CLEAR CHANNEL - "IMMENSE ÉTÉ"

Quinconces et Chartrons

2 faces

Juin



AFFICHAGE COLONNES MORRIS - "BRAVO CORDOUAN"

Bordeaux

16 colonnes

Du 7 au 14 septembre

970 071 personnes touchées

CAMPAGNE DE COMMUNICATION

PUBLI-RÉDACTIONNEL



VIVRE LYON - DESTINATION PLEIN AIR

Lyon

24 mars

35 000 exemplaires / 140 000 lecteurs



PARIS MATCH - SPÉCIAL ESCAPADE

Edition Île-de-France

20 mai

88 449 exemplaires / 641 000 lecteurs



FEMME ACTUELLE - 1/2 PAGE

Editions Nouvelle-Aquitaine, Île-de-France et Rhône-Alpes

17 mai (Île-de-France et Rhône-Alpes)

24 mai (Nouvelle-Aquitaine)



CAMPAGNE DE COMMUNICATION

RADIO



SPOT RADIO - WIT FM

Bordeaux et Bassin d'Arcachon

Vague 1 : 8 au 16 mai / Vague 2 : 5 au 12 juin

20 secondes



SPOT RADIO - BLACKBOX

Bordeaux et Bassin d'Arcachon

Vague 1 du 8 au 16 mai / Vague 2 du 5 au 12 juin

20 secondes



SPOT RADIO ANNONCE MÉTÉO - VIRGIN RADIO

Bordeaux

Juin

6 et 26 secondes



SPOT AUDIO - SPOTIFY

France

Du 12 au 24 mai

30 secondes

145 842 impressions, 654 clics



STRATÉGIE DIGITALE

MÉDIAS DIGITAUX



NEWSLETTERS BTOC MENSUELLES

7 416 contacts

Taux d'ouverture moyen de 30 %



DISPLAY LEBONCOIN

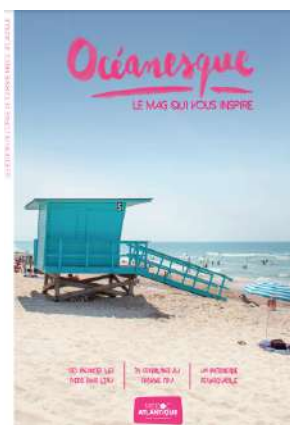
3 vagues (23 au 30 avril / 1 au 8 mai / 9 au 16 mai)

Cibles : 25-40 ans urbains, familles, CSP +

1 125 019 impressions et 1 869 clics



DISTRIBUTION MAG'OCEANESQUE DANS LES GARES



DISTRIBUTION MAG'OCEANESQUE

Gares Paris Montparnasse et Lyon Part-Dieu

Du 20 au 22 mai

5 000 et 2 000 exemplaires

STRATÉGIE DIGITALE

RÉSEAUX SOCIAUX



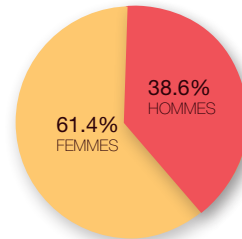
5 014
ABONNÉS AU 31/12/2020

+17,9%

5 915
ABONNÉS AU 31/12/2021

TOP ORIGINE PAYS

1. France
2. Allemagne
3. Belgique
4. Royaume-Uni



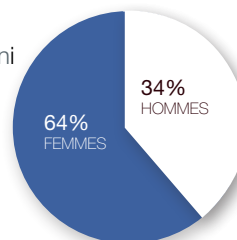
12 097
ABONNÉS AU 31/12/2020

+17,3%

14 198
ABONNÉS AU 31/12/2021

TOP ORIGINE PAYS

1. France
2. Allemagne
3. Belgique
4. Royaume-Uni



LES PAGES COMMUNES

Lacanau	1 559	+16,2%
Carcans-Maubuisson	1 337	+26,1%
Hourtin	968	+15,2%
Vendays-Montalivet	3 033	+9,9%
Grayan-et-l'Hôpital	1 093	+5,5%
Soulac-sur-Mer	7 417	+5,2%
Le Verdon-sur-Mer	1 631	+7%
Saint-Vivien-de-Médoc	532	+13,4%



NOUVEAU LE 16 AVRIL 2021 CRÉATION D'UNE CHAÎNE TIKTOK

30
vidéos publiées

110
abonnés

Plus de **5 000** vues

STRATÉGIE DIGITALE

RÉSEAUX SOCIAUX



PUBLICATION LA PLUS VUE DE L'ANNÉE

Le 1er avril, une baleine est aperçue sur le lac d'Hourtin-Carcans.

57 953
personnes touchées

11 507
interactions



CAMPAGNE JEUX CONCOURS

Lancement d'une campagne jeux concours entre mai et octobre en collaboration avec les prestataires du territoire.

Plus de **1 000**
participants au total

13
jeux concours



CAMPAGNE ADS : FACEBOOK ET INSTAGRAM

Du 26 juillet au 8 août et du 25 août au 13 septembre
Île-de-France, Charente, Charente-Maritime, Gironde, Haute-Garonne

2 091 613
vues au total

248 455
interactions

39 740
redirections vers le site
medoc-atlantique.com

STRATÉGIE DIGITALE

SITE INTERNET - MEDOC-ATLANTIQUE.COM



260 929
utilisateurs

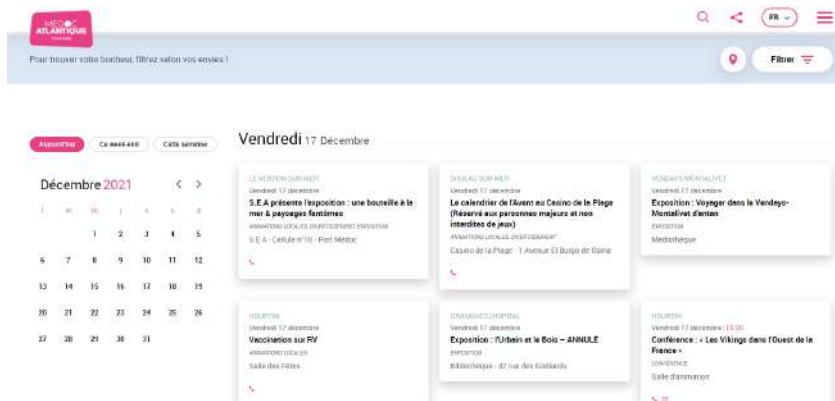
420 022
sessions

95 767
intentions de réservation
partenaires

23 344
prises de contacts
partenaires

Sources : Google Analytics
Entre le 1er janvier et le 31 décembre 2021

LES NOUVEAUTÉS 2021



Une nouvelle interface de l'agenda



Une nouvelle carte interactive

RELATIONS MÉDIAS

BILAN

TV

82

reportages TV

1 TV mondiale

70 TV nationales

11 TV régionales

144 353 429 €

contacts touchés

3 624 984 €

d'équivalence publicitaire

RADIO

58

reportages radio

39 radios nationales

19 radios régionales

103 003 000

contacts touchés

6 839 109 €

d'équivalence publicitaire

PRESSE ÉCRITE

314

articles presse

217 presses régionales

97 presses nationales

169 345 084

contacts touchés

3 624 984 €

d'équivalence publicitaire

WEB

267

articles web

1 709 777 380

contacts touchés

6 437 851 €

d'équivalence publicitaire



LE VERDON-SUR-MER

RELATIONS MÉDIAS

ACCUEIL PRESSE ET INFLUENCEURS



ACCUEIL JOURNALISTE LE FIGARO

12 au 13 juillet

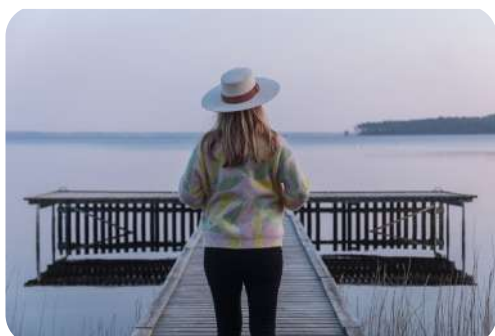
Test d'activités balnéaires et
rédaction d'un article web



ACCUEIL JOURNALISTE TV5 MONDE

30 avril 2021

Visite de la ferme aquacole et dégustation
"Epicerie Fine" Diffusée le 31/10/2021



ELSA & CYRIL, "1DUVETPOUR2"

Couple d'influenceurs aventuriers et
adeptes de nouvelles découvertes

80 500 abonnés sur Instagram

Du 10 au 14 mars

16 photos et 1 vidéo sur Instagram



BRICE PETIT, KOH LANTA 2020

130 000 abonnés sur Instagram

230 000 sur Tiktok

Du 18 au 20 juillet

11 stories et 2 vidéos sur Instagram et

Tiktok

RELATIONS MÉDIAS

CONFÉRENCE DE PRESSE - PARIS



1er juin

1ère conférence de presse auprès des médias nationaux

➔ 28 journalistes en présentiel

➔ 58 journalistes en distanciel

PRISES DE VUES EN DRONE



26

photographies

21

sites du territoire

212

rushs bruts

Plus de 50 retombées TV (JT, matinales et chaînes météo)



Crédit photos : Jean-Emmanuel Jay

MARCHÉS ÉTRANGERS

Médoc Atlantique Tourisme est membre actif de deux contrats de destination dont la vocation est de promouvoir des territoires élargis sur des marchés émetteurs internationaux ciblés et qui regroupent de nombreux acteurs publics et privés du tourisme.

Destination Côte Atlantique

Marchés cibles : Allemagne, Pays-Bas et Belgique

Positionnement : Côte, nature et environnement préservé

Stratégie :

- Accroître la portée digitale
- Optimiser la médiatisation de la marque
- Développer la mise en marché
- Internationaliser la marque
- Disposer d'un tableau de bord d'évaluation
- Accroître le collectif

Bordeaux

Marchés cibles : France, Europe

Stratégie : Développer des actions BtoC et BtoB



 GRAYAN-ET-L'HÔPITAL



SALON INTERNATIONAL MÉDIA MARKET UK (VIRTUEL)

Mai
Présentation de la destination
à 24 journalistes britanniques
en visio



ACCUEIL JOURNALISTE AUTRICHIEN

Du 9 au 12 septembre
Visite du patrimoine de l'estuaire et
rédaction d'un article



ACCUEIL VOYAGE DE GROUPE MÉDIAS

5 octobre
Stuttgarter Zeitung, Reisen Exclusiv,
Passauer Neue Presse, Donaukurier,
Merkur.de Blog Boarding Completed

WORKSHOP À BORDEAUX

24 novembre
17 agents de voyages et tour-opé-
rateurs européens
6 allemands, 5 néerlandais, 3 belges,
1 anglais, 1 espagnol, 1 italien

EVÉNEMENTIEL

AFTERBEACH

En 2021, l'Office de Tourisme Médoc Atlantique s'est associé à l'Office de Tourisme Médoc Plein Sud pour animer un rendez-vous hebdomadaire les mercredis de l'été : AFTER BEACH.

L'AfterBeach est un rendez-vous viticole de fin de journée (17h-21h) permettant d'initier petits et grands à la dégustation tout en profitant d'un apéro dinatoire au cœur des propriétés viticoles. En complément des dégustations, les châteaux ont proposé une visite des lieux pour sensibiliser le public à leur métier.

L'objectif de cette collaboration pour l'Office de Tourisme Médoc Atlantique était triple :

- créer une offre complémentaire aux activités balnéaires de journée,
- dynamiser l'œnotourisme sur la destination Médoc Atlantique,
- attirer des locaux / bordelais en période estivale.

Les châteaux participants en 2021 pour la destination Médoc Atlantique étaient :

Château Segue Longue Monnier
Jau-Dignac-et-Loirac

Château Carmenere
Queyrac

Château Saint-Hilaire
Queyrac

Afin de créer une visibilité globale autour de l'événement, plusieurs leviers de communication ont été activés :

- création et diffusion d'une affiche & d'un flyer,
- publicité sur Facebook pour chacun des événements,
- création de PLV pour les châteaux accueillant l'événement (beach flag, tablier),
- création de goodies pour les participants (drop stop...).

Afterbeach
de 17h à 21h
Après la plage,
Afterbeach 2021
rendez-vous au château
pour un apéro gourmand

Nombre de places limitées, réservation conseillée

05 64 31 07 77
www.medocpleinsud.com

05 56 03 21 01
www.medoc-atlantique.com

LE MEDOC
PLEIN SUD

MEDOC
ATLANTIQUE

Afterbeach

Mercredi 21 Juillet
CHÂTEAU MOURCILLON
Côte de valets, assiette de charcuterie et fromage
+ 1 verre de vin
+ Animation musicale - 15€
MOULIS-EN-MEDOC, 25 route de la Gare - 05 56 58 01 23

CHÂTEAU SEGUE LONGUE MONNIER
Côte de valets, 2 charcuteries et fromages à volonté
+ dégustation de 3 vins - 19€
5€ pour les enfants de 12 à 18 ans
Gratuit dès 0 à 12 ans
JAU-DIGNAC-ET-LOIRAC, 15 Chemin de Bélat - 05 56 00 57 28

Mercredi 28 Juillet
CHÂTEAU CHASSE SPLEEN
Côte de valets, pinches de trappistes, fromages, foie gras, palette salée
exclusivement composées de produits régionaux - de 5 à 40€
Verre de vin : de 5€ à 14€
MOULIS-EN-MEDOC, Chemin de la Raze - 05 56 58 02 37

Mercredi 04 Août
CHÂTEAU DUTRUCH
Côte de valets, plateau découverte - Billes de melon et pastis
de vin, foie gras avec confiture de figues du château,
brochettes de bœuf, grenier médocain + 2 vins - 19€
Food truck glacier + animation musicale
MOULIS-EN-MEDOC, 18 rue de la Forge - 05 56 58 02 35

CHÂTEAU GRAND POUJEAUX
Côte de valets, assiette de charcuterie ou assiette de fromage
+ dégustation des vins - 15 euros
QUEYRAC, 20 chemin de Lourtet - 06 52 70 63 28

CHÂTEAU CARMENERE
Côte de valets, assiette de charcuterie et fromage
+ dégustation des vins - 15 euros
QUEYRAC, 20 chemin de Lourtet - 06 52 70 63 28

Mercredi 11 Août
CHÂTEAU REVERDI
Assiette de charcuterie et fromages + 2 verres de vin (rose et rouge) + 10€/adulte
Gratuit pour les enfants (petits gâteaux individuels et boisson aux fruits)
Chaï en accès libre, animation musicale diélectronique
LISTRAC-MEDOC, 11 route de Doussan - 05 56 58 02 25

Mercredi 18 Août
CHÂTEAU LALRUDEY
Côte de valets, assiette de charcuterie ou assiette de fromage
+ verre de vin - 12€
MOULIS-EN-MEDOC, route de Pameys - 05 57 88 57 57

CHÂTEAU SAINT-HILAIRE
Côte de valets, assiette de la ferme composée de
côtes de Bordeaux d'Aquitaine du domaine,
charcuterie artisanales, fromage fermier,
+ canapé et vin du domaine - 20€
QUEYRAC, 12 rue de la Rivière - 05 56 58 80 88

Mercredi 25 Août
CHÂTEAU LIGNON
Côte de valets, assiette du bordel + fromages + verre de vin - 14€
Pour les enfants, jus de fruits + assiette charcuterie - 8€
Tirage d'une tombola : une caisse de 8 bouteilles à gagner
LISTRAC-MEDOC, 10 route de Bezon - 05 56 58 05 62

Tous droits réservés. Toute réimpression est formellement interdite.

EVÉNEMENTIEL

EVÉNEMENTS SOUTENUS



*Fête de l'environnement, de la forêt et des métiers du Médoc

ÉDITIONS

LES GUIDES



Livret activités, patrimoine et vignobles
18 000 exemplaires



Livret restaurants, commerces et services
18 500 exemplaires



Livret locations
3 000 exemplaires



Livret hébergements professionnels
4 000 exemplaires

LES MAG DE VOS VACANCES



Carcans-Hourtin



Le Verdon-sur-Mer



Vendays-Montalivet



Soulac-sur-Mer



Lacanau

6 500 exemplaires

LES PLANS DES COMMUNES



42 750 exemplaires

LES GUIDES DES MARÉES



Guide des marées Lacs

15 000 exemplaires

Guide des marées Pointe

15 000 exemplaires

PROMOTION

AMBASSADEURS SPORTIFS

En 2021, l'Office de Tourisme a fait le choix de soutenir des sportifs locaux œuvrant au rayonnement de la destination grâce à leurs actions auprès de leurs communautés et à leurs exploits sportifs. Ce sont ainsi 7 sportifs qui sont devenus ambassadeurs de Médoc Atlantique Tourisme. Ils ont participé à la promotion du territoire par le biais de publications sur leurs réseaux sociaux, d'interviews, de reportages photos et/ou vidéos. Ils ont aussi participé à des événements de promotion organisés par l'Office de Tourisme qui, en contrepartie, sponsorise leur activité.



TÉVA BOUCHGUA
Surf Sénior

📍 Carcans 20 ans
Maubuisson

Champion de France Junior (2019)



ALEXANDRE BICREL
Waterman

📍 Pointe Médoc 21 ans

Champion du monde en équipe de 2
Stand-Up-Paddle - M20
à Hawaii 2018



PACO ALONZO
Surf junior

📍 Carcans 15 ans
Maubuisson

1^{er} : Open de France Cadet
La Torche (2021)



SARA JUGLA
Moto sur sable

📍 Pointe Médoc 28 ans

Participation au Dakar (2021)



ELIJAH CHORT
Surf Junior

📍 Lacanau 16 ans

3^{ème} au classement national (2020)



MÉDOC VA'A 33 - LUDOVIC MARTIN
Pirogue polynésienne

📍 Carcans Maubuisson

1^{er} : Championnat de France équipe mixte (2017)



ARMAND GENEVOIS
Planche à voile

📍 Hourtin 18 ans

Champion du monde de slalom (2017)
Champion de France (2019)

An aerial photograph of a coastal town. In the foreground, a tall, white lighthouse with a black lantern room stands prominently. Below it are several white buildings with red-tiled roofs. The town is surrounded by lush green trees. In the background, a harbor with several boats and a large body of water are visible under a clear sky. A white rectangular box with pink decorative corners is centered over the image, containing the text 'INFORMATION ET ACCUEIL' in pink capital letters.

INFORMATION ET ACCUEIL



INFORMATION ET ACCUEIL

L'ACCUEIL

Venir à la rencontre des experts locaux est la promesse d'un conseil personnalisé et chaleureux. Ce sont des amoureux de la destination qui ont envie de partager les richesses du territoire avec tous les visiteurs, les locaux comme les touristes.

Certaines actions historiques menées par l'Office de Tourisme n'ont pas pu être déployées en 2021 (participation aux pots d'accueil des hébergements partenaires, dispositifs d'accueil au cœur des événements phares de la destination).

Cette année, en juillet et en août, les équipes d'accueil sont sorties des murs des offices de tourisme pour être au plus près des visiteurs sur la zone d'embarquement au bac de Royan et dans les campings du Gulp, d'Euronat, des Franquettes et des Familles à Grayan-et-l'Hôpital.

L'INFORMATION

Les experts locaux assurent tout au long de l'année une veille permanente de l'information touristique. Sur le web, dans les journaux, lors des échanges avec les locaux et les prestataires, ils sont à l'affût de tous les changements et nouveautés afin de prodiguer l'information la plus fiable, à jour et exhaustive possible.

En juillet et en août, les experts locaux appellent les hébergeurs quotidiennement afin de proposer une liste des disponibilités en temps réel dans les offices de tourisme et sur les bornes d'information.



LA FORMATION DES EXPERTS LOCAUX

En amont de leur arrivée, les nouveaux entrants reçoivent un livret d'accueil, qui leur permet de comprendre le fonctionnement général de l'Office de Tourisme, les transversalités entre les différents services et les points d'intérêts touristiques majeurs du territoire.

Cette année, en plus de ce livret, un indispensable par commune leur a également été fourni. Ces indispensables contiennent des informations très ciblées sur la commune en question. Dès leur arrivée, les équipes de saisonniers qui intègrent le service accueil, bénéficient de 5 jours de formation comprenant :

- une réunion transversale, présentant les membres des différents services, pour comprendre le rôle de chacun et l'organisation de l'Office de Tourisme,
- un éducteur autonome, permettant un meilleur apprentissage,
- une journée de formation sur le logiciel de billetterie, ainsi qu'une formation sur les produits en vente,
- une journée de formation en immersion à l'accueil avec les experts locaux permanents,
- la découverte des visites produites par l'Office de Tourisme, et des visites de partenaires.

LE DISPOSITIF ACCUEIL

FRÉQUENTATION DES POINTS D'INFORMATION

LACANAU

35 875 visiteurs,
ouvert à l'année

CARCANS

17 708 visiteurs,
ouvert d'avril à septembre

HOURTIN

11 535 visiteurs,
ouvert d'avril à septembre

VENDAYS-MONTALIVET

19 918 visiteurs,
ouvert à l'année

GRAYAN-ET-L'HÔPITAL

1 372 visiteurs,
ouvert de juin à septembre

SAINT-VIVIEN-DE-MÉDOC

3 824 visiteurs,
ouvert à l'année (mercredi matin
d'octobre à mars)

SOULAC-SUR-MER

33 075 visiteurs,
ouvert à l'année

LE VERDON-SUR-MER

1 605 visiteurs,
ouvert de juin à septembre

BAC coté Royan

1 501 visiteurs,
les mercredis, samedis et dimanches de juin
et juillet

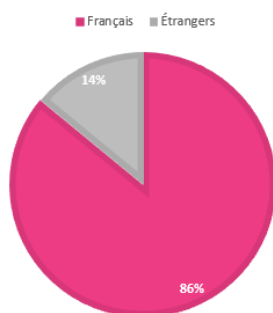


119 584 visiteurs soit 21% de plus que 2020

LE DISPOSITIF ACCUEIL

PROFIL DES VISITEURS

ORIGINE DES VISITEURS



TOP 3 VISITEURS ÉTRANGERS

- Allemagne
- Belgique
- Pays-Bas

TOP 5 RÉGIONS FRANÇAISES

- Nouvelle-Aquitaine (43 %)
- Île-de-France (12 %)
- Auvergne-Rhône-Alpes (10 %)
- Occitanie (6 %)
- Pays de la Loire (5%)

TOP 3 DES DEMANDES

- Informations pratiques (transport, marchés, vie de la station)
- Activités en plein air (vélo, randonnées...)
- Animations et manifestations

LES ÉQUIPES ACCUEIL

SOULAC-SUR-MER

1 permanente
4 saisonniers d'avril à septembre
2 saisonniers de mai à août
2 saisonniers en juillet-août

SAINT-VIVIEN-DE-MÉDOC

1 permanente
1 saisonnier d'avril à août

GRAYAN-ET-L'HÔPITAL

2 saisonniers de juin à septembre

VENDAYS-MONTALIVET

1 permanente
1 saisonnier d'avril à septembre
2 saisonniers en juillet-août

LACANAU

2 permanents
4 saisonniers d'avril à septembre
2 saisonniers en juillet-août

HOURTIN

2 saisonniers d'avril à septembre
1 saisonnier en juillet-août

CARCANS-MAUBUISSON

2 saisonniers d'avril à septembre
2 saisonniers en juillet-août

LE VERDON-SUR-MER

2 saisonniers de juin à septembre

+ 1 permanente dédiée aux visites guidées

soit **35 conseillers en séjour** dédiés à l'accueil et l'information des touristes

LES DISPOSITIFS ACCUEIL

LES BORNES



Nombres total de consultations des bornes

Carcans-Maubuisson	2 697
Soulac-sur-Mer	1 892
Phare de Richard	2 454
Montalivet-les-bains	3 426
Hourtin Plage	3 701
Lacanau-Océan	2 721
Saint-Vivien-de-Médoc	1 948
Hourtin Ville	1 335
Lacanau Ville	1 689
Grayan-et-l'Hôpital	1 783
Le Pin Sec	675
Le Verdon-sur-Mer	651
Carcans-Ville	3 821
Queyrac (Nouveauté 2021)	2 021

Les pages les plus consultées

1. Météo
2. Agenda
3. Les activités
4. Sortir et se loger
5. Nos brochures

AVIS GOOGLE - NOTE MOYENNE

Carcans-Maubuisson
4,4/5

Grayan-et-l'Hôpital
4,4/5

Hourtin
4,2/5

Lacanau
4,3/5

Le Verdon-sur-Mer
4,3/5

Saint-Vivien-de-Médoc
4,3/5

Soulac-sur-Mer
4,3/5

Vendays-Montalivet
4,3/5



Yves POTARD
Local Guide · 135 avis · 5 518 photos



Bon accueil documentation riche et réponse immédiate à des questions pratiques comme la grande surface la plus proche. J'en suis ressorti avec plusieurs idées de promenade.



Idris Naulleau
7 avis



Quand j'étais résident à Lacanau, l'office du tourisme m'a parfaitement guidé lors de l'ouverture de mon entreprise et m'a proposé un partenariat très intéressant.

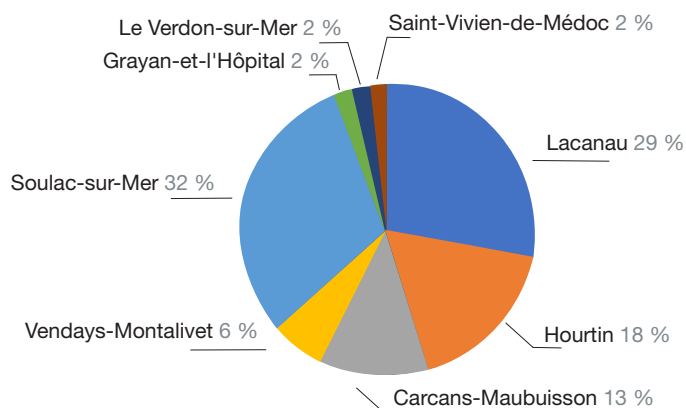
LES DISPOSITIFS ACCUEIL

BILLETTERIE

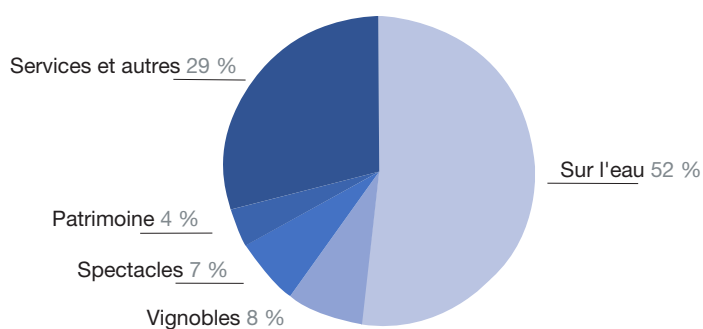
74 références
 5 584 billets émis + **44,2 %**
 8 points de vente

	CA en HT	Variation en %
2017	67 631	
2018	109 424	+62 %
2019	127 191	+16 %
2020	83 747	-34 %
2021	116 692	+39 %

REPARTITION DES VENTES PAR ACCUEIL



REPARTITION DES VENTES PAR THÉMATIQUE



2 VISITES ONT ÉTÉ RÉALISÉES PAR L'OFFICE DE TOURISME

Soulac-sur-Mer

- Visite guidée de la basilique et du village ancien

Saint-Vivien-de-Médoc

- Du producteur à l'assiette

100 % : le taux de satisfaction des visites réalisées par l'Office de Tourisme, tant au plan de l'expérience que du rapport qualité/prix et du niveau de recommandation .

LES DISPOSITIFS ACCUEIL

TÈRRRA AVENTURA

Tèrrra Aventura est un jeu de géocaching permettant de découvrir la Nouvelle Aquitaine en plongeant les « aventuriers » dans un univers captivant où des QR Codes permettent de découvrir des caches dans lesquelles sont dissimulés des Poi'z (jetons différents pour chaque aventure).

L'Office de Tourisme Médoc Atlantique Tourisme a rejoint l'aventure Tèrrra Aventura en 2019 afin de proposer un outil de découverte de la destination pour les familles. Depuis, 4 parcours ont été développés dont 2 en 2021 :

Parcours « Oui, c'est un paradis »
Hourtin

Tèrrra Aventura événementiel (en collaboration avec le Phare de Cordouan et Royan Tourisme)
Le Verdon-sur-Mer

Jusqu'à la fin des Terres - Soulac-sur-Mer

À pied - 3km - 2h00

Date de lancement 13/07/2019

2019	2020	2021
4 420 joueurs	3 316 joueurs	6 456 joueurs

Ziclou des Rails - Lacanau

À vélo - 15 km - +3h00

Date de lancement 20/06/2020

2020	2021
1 764 joueurs	2 928 joueurs

Oui, c'est un paradis - Hourtin

À pied - 3 km - 1h00 à 2h00

Date de lancement 10/07/2021

2021
5 456 joueurs

Parcours événementiel au Verdon-sur-Mer

En collaboration avec le Phare de Cordouan et Royan Tourisme

Un circuit éphémère, sur six semaines, a également été créé sur la commune du Verdon. C'est le premier à traverser deux territoires. En effet, le circuit débutait sur la commune de Royan, en Charente Maritime, pour finir au Verdon-sur-Mer, en Gironde.

26 septembre au 7 novembre
8 048 joueurs

Un jeu « écolo »

Tèrrra Aventura incite ses joueurs à avoir une démarche durable lors de chaque aventure. Ramasser des déchets et les déposer dans un espace de recyclage permet de gagner des points supplémentaires. Une façon originale de sensibiliser à la préservation des espaces naturels parcourus.



RELATIONS PRESTATAIRES

RÉPARTITION DES PARTENAIRES

Commune	Activités sportives de loisirs	Agence immobilières	Campings	Chambres d'hôtes	Châteaux	Commerces et services	Hôtels	Locations vacances	Restaurants	Résidences de tourisme Villages Vacances
Lacanau	52	5	8	8	0	58	4	58	31	5
Carcans-Maubuisson	23	1	0	0	0	9	0	30	4	6
Hourtin	16	0	1	1	0	10	2	19	7	3
Naujac-sur-Mer	2	0	0	0	0	0	0	4	0	0
Vendays-Montalivet	14	0	2	2	0	10	0	25	4	0
Saint-Vivien-de-Médoc	4	0	1	1	0	3	0	1	2	0
Grayan-et-l'Hôpital	2	0	2	1	0	2	0	2	1	0
Soulac-sur-Mer	13	2	8	4	0	18	6	38	8	4
Jau-Dignac-et-Loirac	1	0	0	2	5	0	0	4	0	0
Queyrac	0	0	0	0	2	0	1	0	0	0
Talais	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Valeyrac	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0
Vensac	4	0	3	0	0	0	0	2	0	0
Le Verdon-sur-Mer	7	0	1	0	0	1	0	0	3	2

INDICATEURS DE SATISFACTION

148 répondants

- 93 %** | satisfaits des services proposés par Médoc Atlantique Tourisme
- 96 %** | satisfaits des relations avec Médoc Atlantique Tourisme
- 76 %** | satisfaits de la visibilité proposée sur les supports de Médoc Atlantique Tourisme
- 88 %** | ont l'intention de renouveler leur collaboration avec Médoc Atlantique Tourisme en 2022



ACCOMPAGNEMENTS PRESTATAIRES

FORMATION DES SAISONNIERS

L'Office de Tourisme propose aux hébergeurs de former leurs saisonniers aux fondamentaux de la destination afin qu'ils deviennent de véritables ambassadeurs au sein de leurs établissements.

En 2020 : 22 participants formés soit 10 structures sur Lacanau, Hourtin, Soulac et Carcans.

En 2021 : 31 participants 4 communes Lacanau, Carcans-Maubuisson, Le Verdon-sur-Mer et Queyrac, soit 11 établissements.

Structures	Nombre de participants	Commune
Les Alçyons	4	Le Verdon-sur-Mer
Sunélia	3	Le Verdon-sur-Mer
Yelloh village les Grands Pins	4	Lacanau
WF Les Oyats	1	Carcans-Maubuisson
WF Les Bruyères	2	Carcans-Maubuisson
Camping Huttopia	3	Carcans-Maubuisson
Résidence Belambra	2	Carcans-Maubuisson
Résidence Goelia	3	Lacanau
Camping Airotel	3	Lacanau
Résidence Cévéo	4	Carcans-Maubuisson
Hôtel Les Vieux Acacias	2	Queyrac

TROPHÉES DE L'ACCUEIL BY CCI, 3^{ÈME} ÉDITION

La CCI de Bordeaux a renouvelé le concours des Trophées de l'accueil dont l'objectif est de mettre en valeur l'ensemble des territoires girondins et la qualité du plus grand nombre de professionnels.

2021

14 candidats.

2 lauréats

Le Mini-Golf des Vins (Vendays-Montalivet)

trophée Or

Côt Bord de Mer (Soulac-sur-Mer)



ACCOMPAGNEMENTS PRESTATAIRES

CLASSEMENT MEUBLÉS DE TOURISME

Proposer un parc locatif de qualité : tel est l'objectif du classement des meublés de tourisme.

De mars à décembre, 72 meublés de tourisme ont été classés ou ont vu leurs classements renouvelés.

En 2020, le nombre de classés ou reclassements était de 58.

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE MEUBLÉS DE TOURISME CLASSÉS

Commune	2020	2021
Soulac-sur-Mer	10	12
Vendays-Montalivet	7	10
Jau-Dignac-et-Loirac	4	3
Le Verdon-sur-Mer	1	1
Saint-Vivien-de-Médoc	3	2
Vensac	0	2
Grayan-et-l'Hôpital	0	1
Queyrac	0	1
Lacanau	21	20
Hourtin	2	13
Carcans-Maubuisson	9	7



MARQUE ACCUEIL VÉLO

La Marque nationale Accueil Vélo garantit un accueil privilégié et des services adaptés aux touristes à vélo.

Ce sont 11 prestataires qui ont renouvelé la Marque Accueil Vélo dont l'Office de Tourisme de Soulac-sur-Mer.



Yelloh Village les Grands Pins
Lacanau

Le Village Western
Hourtin

Le Garage à Vélo
Hourtin

Les Ourmes
Hourtin

Vitalparc
Lacanau

Camping de Maubuisson
Carcans-Maubuisson

Funbike
Carcans-Maubuisson

Le Médoc Bleu
Carcans-Maubuisson

Le Palace
Soulac-sur-Mer

Hôtel Les Pins
Lacanau

ACCOMPAGNEMENTS PRESTATAIRES

LABEL VIGNOBLES ET DECOUVERTES

Label indispensable pour rejoindre le réseau de la Marque Bordeaux Wine Trip, qui intègre les socioprofessionnels de l'œnotourisme en Gironde. 4 prestataires ont obtenu le label et sont visibles sur le site de Bordeaux Wine Trip.

L'Ecume des jours
Hôtel à Soulac-sur-Mer

Le Clos des Hironnelles
Chambre d'hôtes à Jau-Dignac-et-Loirac

La Crêperie du Port de Goulée
Restaurant de Jau-Dignac-et-Loirac

Vigne Authentique
Organisateur de circuits œnotouristiques

MARQUE TOURISME ET HANDICAP

La marque d'Etat Tourisme et Handicap est une réponse à la demande des personnes en situation de handicap qui veulent pouvoir choisir leurs vacances et leurs loisirs en toute liberté. La marque apporte une garantie d'un accueil efficace et adapté aux besoins indispensables des personnes handicapées.

En 2021, l'Office de Tourisme de Soulac-sur-Mer a obtenu cette marque pour les 4 catégories de handicaps :

- Moteur
- Visuel
- Auditif
- Mental.



LABEL HÉBERGEMENT PÊCHE

La pêche de loisir suscitant depuis quelques années un intérêt grandissant auprès des familles et des jeunes, la FNPF (Fédération Nationale de la Pêche en France) attribue une qualification " pêche " à des hébergements ouverts à la location touristique : chambres d'hôtes, hôtels, campings. Leur situation est souvent déterminante pour le pêcheur désireux de partager un séjour en famille ou entre amis, au coeur d'un ensemble d'activités de pleine nature, sportives ou culturelles et en toute saison.

L'Office de Tourisme accompagne les prestataires candidats tout au long du parcours de labellisation, en collaboration avec la Fédération de Pêche de la Gironde. Une charte qualité permet de vérifier les critères à remplir pour l'obtention de ce label.

**1er labellisé en Gironde depuis
septembre 2021**

Camping Au bon Coin
Hourtin

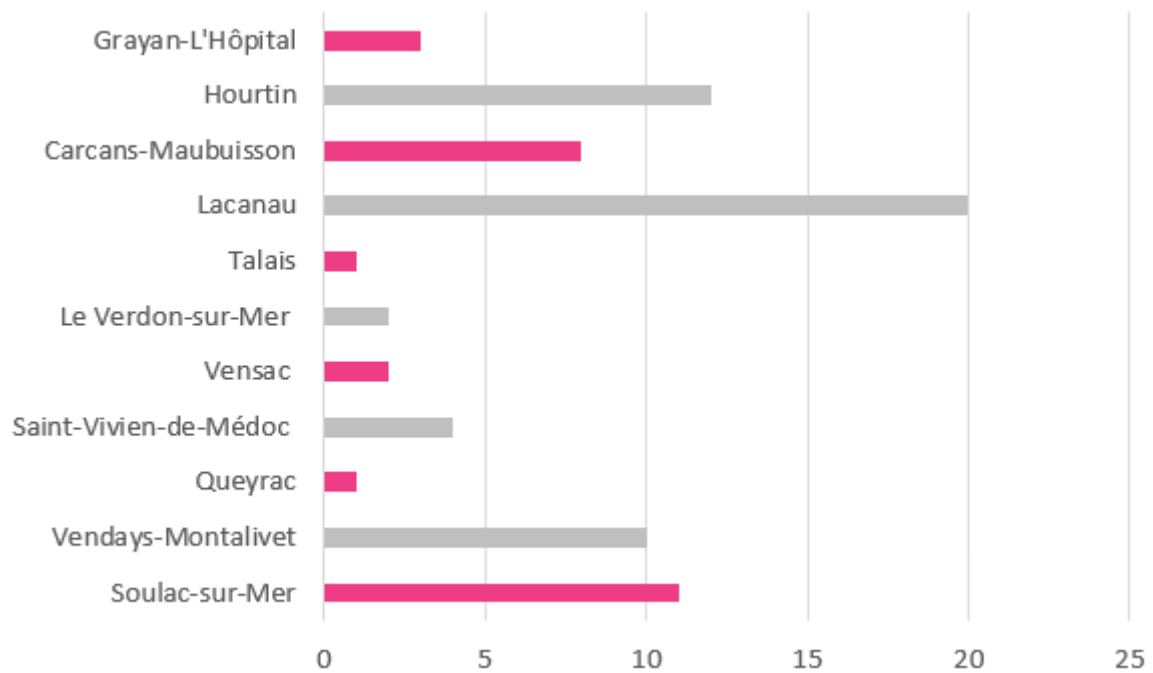


ACCOMPAGNEMENTS PRESTATAIRES

VISITES PRESTATAIRES

Nouveauté en 2021 : des rendez-vous personnalisés avec les prestataires afin de connaître leurs besoins, les accompagner sur différents axes dont la visibilité et le développement commercial de leurs activités.

74 visites réalisées



ACCOMPAGNEMENTS PRESTATAIRES

PLAN DE PROFESSIONNALISATION

La 3e édition du Plan Local de Professionnalisation a su s'adapter au contexte de 2021 : les formations, qui le permettaient ont été proposées en distanciel. Certains ateliers, dont les thématiques nécessitent une dynamique de groupe en présentiel, ont été programmés à des périodes plus propices.

Cette année, les stagiaires ont pu bénéficier d'un accompagnement individuel de 2h à l'issue de l'atelier et ainsi mettre en pratique les thématiques abordées.

Atelier	Date	Nombre de participants
Créer et gérer ma fiche Google My Business	6 avril	6
Ma position sur Google et la rédaction web	8 avril	8
Elaborer ma stratégie Instagram	1 ^{er} juin	13
Débuter sur Facebook	3 juin	5
Facebook confirmé	8 juin	9
Valoriser mon offre en photographie	10,11 juin	6
Elaborer ma stratégie Instagram	15 juin	5
Total		52



LAC DE CARCANS-HOURTIN

CHIFFRES CLÉS

RÉPARTITION DU NOMBRE DE LITS TOURISTIQUES PAR COMMUNE

Source :

Communauté de Communes Médoc Atlantique - plateforme taxedesejour.fr en date du 18 janvier 2022, sur un total de 2 207 hébergements enregistrés.

Commune	Nombre de nuitées
Lacanau	918 347
Carcans-Maubuisson	407 580
Hourtin	315 066
Naujac-sur-Mer	71 941
Vendays-Montalivet	597 653
Vensac	43 790
Grayan-et-l'Hôpital	412 117
Soulac-sur-Mer	490 675
Le Verdon-sur-Mer	94 300
Talais	4 585
Saint-Vivien-de-Médoc	15 458
Jau-Dignac-et-Loirac	5 548
Queyrac	11 715
Valeyrac	106
Total	3 388 900

Commune	Nombre de lits marchands
Lacanau	22 155
Carcans-Maubuisson	13 561
Hourtin	9 591
Naujac-sur-Mer	1 450
Vendays-Montalivet	24 091
Vensac	1 977
Grayan-et-l'Hôpital	11 124
Soulac-sur-Mer	15 493
Le Verdon-sur-Mer	3 445
Talais	227
Saint-Vivien-de-Médoc	555
Jau-Dignac-et-Loirac	213
Queyrac	251
Valeyrac	28
Total	104 161

NOMBRE DE NUITÉES DÉCLARÉES PAR COMMUNE EN 2021

Source :

Communauté de Communes Médoc Atlantique - plateforme taxedesejour.fr en date du 18 janvier 2022, sur un total de 2 207 hébergements enregistrés. Sont incluses les nuitées déclarées par les plateformes de locations de vacances en ligne.

CHIFFRES CLÉS

Commune	Montants déclarés
Lacanau	1 047 784,20 €
Carcans-Maubuisson	305 282,35 €
Hourtin	241 199,30 €
Naujac-sur-Mer	26 449,93 €
Vendays-Montalivet	367 052,59 €
Vensac	38 411,08 €
Grayan-et-l'Hôpital	235 144,55 €
Soulac-sur-Mer	391 365,85 €
Le Verdon-sur-Mer	88 991,23 €
Talais	4 730,08 €
Saint-Vivien-de-Médoc	19 666,14 €
Jau-Dignac-et-Loirac	6 139,74 €
Queyrac	14 132,14 €
Valeyrac	263,77 €
Total	2 781 666,97 €

MONTANTS DÉCLARÉS EN EUROS PAR COMMUNE EN DIRECT ET PAR LES OPÉRATEURS NUMÉRIQUES EN 2021

Source :

Communauté de Communes Médoc Atlantique - plateforme taxedesejour.fr en date du 18 janvier 2022, sur un total de 2 207 hébergements enregistrés. Inclus les nuitées déclarées par les plateformes de locations de vacances en ligne.





MEDOC
ATLANTIQUE
TOURISME



OFFICE DE TOURISME MÉDOC ATLANTIQUE - PLACE DE L'EUROPE - 33680 LACANAU

Crédits photo : Jean-Emmanuel Jay - 1duvetpour2