

ENTRE-DEUX-MERS
TOURISME

OFFICE DE TOURISME
Classé Catégorie II
&
PAYS TOURISTIQUE ENTRE-DEUX-MERS

ASSEMBLEE GENERALE

RAPPORT D'ACTIVITES

Baigneaux
Mardi 3 avril 2018

- Rapport d'activités 2017
- Rapport financier 2017
- Projets 2018



OFFICE DE TOURISME DE L'ENTRE-DEUX-MERS
ASSEMBLEE GENERALE
Rapport d'activités 2017

SOMMAIRE

1.	Les points marquants de l'année touristique 2017.....	5
	1.1 Nouvelle image, nouveau positionnement.....	5
	1.2 L'Entre-deux-Mers en film	5
	1.3 Des bureaux d'information touristique à la nouvelle image.....	5
	1.4 Bordeaux Fête le vin Québec.....	6
	1.5 Le Tour de Gironde à Vélo	6
	1.6 Les Visites théâtralisées.....	6
	1.7 Ils ont 20 ans.....	6
2.	Fonctionnement et Organisation.....	7
	2.1 Avec nos collectivités.....	7
	2.2. Avec nos partenaires touristiques.....	8
3.	Accueillir et Informer	Erreur ! Signet non défini.
	3.1. Fréquentation touristique 2017.....	8
	3.2 Accueils mobiles et hors les murs	8
	3.3 Accueils numériques	Erreur ! Signet non défini.
	3.4 Démarche qualité	15
4.	Communiquer, Séduire et Attirer	14
	4.1 Nos éditions	14
	4.2 Bourse d'échange de documentation	15
	4.3 Un site internet et un film promotionnel	15
	4.4 Réseaux sociaux et newsletters	15
	4.5 Campagnes de communication	16
	4.6 Accueils presse	16
	4.7 Salons	16
5.	Commercialiser.....	Erreur ! Signet non défini.
	5.1 Production	17
	5.2 Chiffre d'affaires	18
6.	Développement Touristique	Erreur ! Signet non défini.
	6.1 Entre-deux-Mers Tourisme au service du territoire	20
	6.2 Entre-deux-Mers Tourisme, accompagnateur des projets du territoire	20
	6.3 Entre-deux-Mers Tourisme, acteur incontournable tout au long de la vie d'un projet touristique ...	
	Erreur ! Signet non défini.	

1. Les points marquants de l'année touristique 2017

1.1 Nouvelle image, nouveau positionnement

A l'occasion de ses 20 ans, l'Office de Tourisme de l'Entre-deux-Mers s'offre une nouvelle image. Notre volonté de fédérer ce territoire pour défendre son identité et mettre en valeur ses terroirs a servi notre vocation première : être un outil de développement pour les 7 communautés de communes adhérentes.

Aujourd'hui, nous pouvons revendiquer avec fierté notre identité, celle d'un arrière-pays nourricier de Bordeaux, point cardinal aux portes de la métropole, qui a su préserver sa nature, son patrimoine et son art de vivre.



1.2 L'Entre-deux-Mers en film

Afin d'affirmer notre esprit « Entre-deux-Mers » et poursuivre la communication sur ce nouveau positionnement. Entre-deux-Mers Tourisme a réalisé un film de destination présentant les valeurs de notre territoire.

1.3 Des bureaux d'information touristique à la nouvelle image



Pour accentuer et poursuivre le déploiement de notre nouvelle charte et image, il est apparu indispensable d'adapter la décoration de nos bureaux d'information touristique.

Ce qui permet de rappeler sur le territoire et auprès de nos clientèles, la nouvelle image et nos valeurs de destination.

1.4 Bordeaux Fête le Vin Québec

En partenariat avec Gironde Tourisme, Entre-deux-Mers Tourisme a participé en septembre 2017, au salon grand public Bordeaux Fête le Vin à Québec. Cet évènement nous a permis de conforter notre destination auprès d'une clientèle en recherche d'hébergement chez le vigneron et de randonnées pédestres et cyclotouristiques. 250 personnes ont été renseignées durant le salon.



1.5 Le Tour de Gironde à Vélo



En partenariat avec Gironde Tourisme, Entre-deux-Mers Tourisme a participé en mars 2017, au lancement du Tour de Gironde à Vélo à la Maison d'Aquitaine à Paris.

Le tour de Gironde est le fil conducteur d'un parcours de 430 Km proposé par Gironde Tourisme qui permet de découvrir autrement, en famille ou entre amis les 10 sites incontournables qui le jalonnent. Il reprend une partie des tracés de la Véloodyssée et du Canal des 2 Mers. La force de ce nouvel itinéraire est sa diversité, on y découvre toutes les richesses girondines et on peut aller de découvertes en découverte à son rythme, lors de balades à la journée, pour un week-end ou pour un séjour sur une semaine ou plus.

L'Entre-deux-Mers possède une porte d'entrée : le port de Fontet, un relais : la Station Vélo de Créon et deux incontournables : l'abbaye de La Sauve Majeure et la ville d'Art et d'Histoire de La Réole.

1.6 Les Visites théâtralisées

Dame Loïse et Pey ont fait leur apparition durant la saison 2017, en proposant des visites théâtralisées dans les bastides de Sauveterre de Guyenne et Monségur. 310 visiteurs ont participé à ces nouvelles visites, qui permettent de découvrir notre patrimoine sous un œil nouveau.

1.7 Ils ont vingt ans !

Après avoir fêté ses 20 ans, Entre-deux-Mers Tourisme a souhaité remercier 5 de nos collègues pour leur implication, leur motivation et leur travail durant 20 ans au sein de la structure. A l'occasion d'une soirée en décembre, notre vice-président ainsi que notre président ont remis à Dominique, Florence, Jean-Philippe, Marie-Noëlle et Nathalie leur médaille du travail des 20 ans.

2. Fonctionnement et organisation

2.1 Avec nos collectivités

En 2017, Entre-deux-Mers Tourisme a débuté une réflexion de structuration touristique à l'échelle du périmètre des 7 Communautés de Communes partenaires :

- Communautés de communes du Réolais en Sud Gironde
- Communautés de communes Rurales de l'Entre-deux-Mers
- Communautés de communes du Créonnais
- Communautés de communes des Portes de l'Entre-deux-Mers
- Communautés de communes des Coteaux Bordelais
- Communautés de communes du Secteur de Saint Loubès
- Communautés de communes Convergences Garonne

Il s'agissait de travailler ensemble sur un nouveau projet et fonctionnement.

Les motifs de la réflexion :

- Notre positionnement touristique
- Optimiser la structure et son organisation
- Rénover, moderniser et maintenir à niveau les outils de communication
- Redéfinir le rôle commercial de la structure avec une vraie volonté de développement
- Maintenir ou réduire le montant des subventions versées par les CDC

La méthode appliquée :

- Etat des lieux des fonctionnements d'autres OT
- Travail en petit groupe d'administrateurs OTEM
- Méthode et objectifs partagés avec l'ensemble des CDC lors de rencontres (attentes et besoins)

En parallèle, nous avons intégré le bureau d'information touristique de Targon en cours d'année.

Les travaux ont aboutis sur une structuration et organisation partagée par nos collectivités dans le cadre de la délégation de compétence tourisme sur les missions suivantes :

Déploiement de l'accueil

- Accueil touristique physique et numérique
 - bureaux d'informations touristiques
 - accueils mobiles/bornes numériques
 - wifi territorial
- Promotion touristique
- Commercialisation :
 - conception de produits touristiques
 - prospection vers les cibles définies
 - fidélisation clientèle
- Animation et coordination des acteurs:
 - actualisation et suivi de l'offre territoriale
 - animation des partenaires touristiques (formations/ professionnalisation)
 - Animation démarche qualité (labels & classements)

- Développement touristique:
 - accompagnements des porteurs de projets
 - pilotage des appels à projets
 - suivi des labels et contractualisations
 - support logiciel TS

2.2 Avec nos partenaires touristiques

Nos adhérents

1 Guide du partenaire présentant les services Entre-deux-Mers Tourisme pour l'année.
230 adhérents à Entre-deux-Mers Tourisme sur le territoire.

1 Commission Marketing Edition et Commercialisation qui travaille en étroite collaboration avec les partenaires touristiques.

Notre offre territoriale

115 Visites prestataires réalisées pour l'inventaire et la mise à jour des données

> L'OFFRE EXHAUSTIVE ET LE NOMBRE D'ADHERENTS SUR LE PAYS TOURISTIQUE 2016

Dénomination	nombre de prestations		Ecart
	Offre existante	Offre adhérente	%
Dégustations (tous produits)	264	84	31,82%
Meublés et chambres d'hôtes	482	127	26,35%
Hôtels	18	6	33,33%
Campings	9	7	77,78%
Equipements de loisirs	139	54	NS
Musées	7	7	100,00%
Sites et monuments	283	45	NS
Restaurants	117	26	22,22%
Totaux	1319	356	26,99%
Totaux hors NS	897	257	28,65%

*NB: Non Significatif car offre non marchande ou non soumise à adhésion * : Pour l'activité chambre d'hôtes, c'est la maison d'hôtes qui est comptabilisée (qu'elle ait 1 ou 5 chambres) alors que les meublés sont comptabilisés par unité*

La dépense touristique générée par nos visiteurs en séjour en Entre-deux-Mers

La dépense touristique ne représente pas le chiffre d'affaires touristique du territoire car d'une part, il ne concerne que les touristes hébergés en séjour durant la saison et d'autre part ces touristes ne dépensent pas forcément cette somme uniquement sur le territoire. Ils peuvent loger dans ma zone et passer leurs journées ailleurs. On parlera donc de dépenses générées par les touristes en séjour et non de chiffre d'affaires du tourisme.

LA DEPENSE TOURISTIQUE GENEREE PAR LES VISITEURS EN SEJOUR EN 2017

> L'INVENTAIRE DE L'OFFRE EN HEBERGEMENT MARCHAND ET NON MARCHAND SUR LE PAT

	Nombre d'établissements	Nombre de lits touristiques (Nombre total en personnes)	Part des lits en %
Meublés	366	2185	17,30%
Chambres d'hôtes	157	1024	8,11%
Hôtels	17	698	5,53%
Camping	11	883	6,99%
Hébergement de groupes	8	190	1,50%
Résidences secondaires au sens strict (*)	882	4361	34,52%
Meublés non déclarées (*)	666	3292	26,06%
Total	2106	12 633	100,00%

Sur le Pays d'Accueil Touristique
12 633 lits touristiques
1 025 683 nuitées en moyenne par an.
8 272 lits marchands
59 758 780 € de dépenses générées par les touristes.
1030 emplois générés par le tourisme

> LA DEPENSE TOURISTIQUE

	Nombre de lits	Taux d'occupation / nuit	Nombre de nuitées total	Dépense journalière	Dépense touristique	Dépense touristique en %
Meublés	2185	105	229425	58 €	13 306 650 €	22%
Chambres d'hôtes	1024	120	122880	63 €	7 741 440 €	13%
Hôtels	698	190	132620	77 €	10 211 740 €	17%
Camping	883	109	96247	44 €	4 234 868 €	7%
Hébergement de groupes	190	61	11590	55 €	637 450 €	1%
Résidences secondaires au sens strict (*)	4361	20	87221	41 €	3 576 066 €	6%
Meublés non déclarées (*)	3292	105	345699	58 €	20 050 566 €	34%
	12633		1 025 683		59 758 780 €	100%

SOURCES

L'estimation du nombre de lits touristiques est établie à partir de la déclaration des hébergeurs (en mairies donc base de données régionale Sirtaqui et logiciel taxe de séjour) ou, à défaut, par des ratios appliqués par le Secrétariat d'Etat au Tourisme, soit :

- Hôtels : nombre de chambres x 2.
- Campings : nombre d'emplacements x 3.
- Meublés : nombre d'établissements x 4.
- Chambres d'hôtes : nombre de chambres x 2.
- Résidences secondaires : nombre de résidences x 5.

Taux d'occupation moyen (source CDT – Gironde intérieure) révisé et décliné sur l'Entre-deux-Mers

- Hôtels : 52%
- Campings : 29,9%
- Meublés : 28,76%
- Chambres d'hôtes : 32,9%
- Résidences secondaires : 5,47%

Dépenses moyenne par jour et par touriste :

Etude « La clientèle française en Aquitaine » CRTA 2008

Emploi touristique (INSEE) : 1 emploi = 58 000€ PIB

(*) Résidences secondaires (INSEE 2011) : du nombre trouvé, je déduis le nombre de meublés déclarés de mon territoire ; du chiffre obtenu, 57% sont des résidences secondaires au sens strict (*), 43% sont des meublés de tourisme non déclarés.

3. Accueillir et Informer

3.1 Fréquentation touristique 2017



5 110 contacts
soit 12 775 personnes

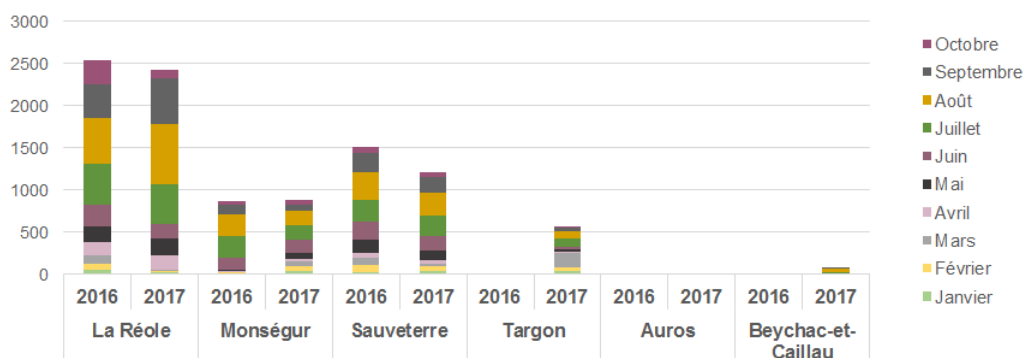


- 1 %

En 2017, 5 110 contacts sont venus dans les 6 antennes touristiques de l'Entre-deux-Mers (Auros, Beychac-et-Caillau, La Réole, Monségur, Sauveterre-de-Guyenne et Targon), soit 12 775 personnes.
(1 contact = 2,5 personnes)

On note une légère baisse de 1 % comparé à 2016.

EVOLUTION DE LA FREQUENTATION PAR ACCUEIL



Hausse estivale (juin à septembre) de **+33 % à La Réole**, baisse de **-26 % à Monségur** et baisse de **-16 % à Sauveterre-de-Guyenne**.

Pas de données comparatives pour Targon (mode de saisie des statistiques différentes les années passées et 1^{ère} année de gestion d'EDMT) et Beychac-et-Caillau (1^{ère} année). Seulement 3 contacts sont venus à Auros.



80 %



20 %

La fréquentation française est toujours en hausse (+6%) et la fréquentation étrangère stagne comparé à l'an dernier.



- 1 – GIRONDE 64 %
- 2 – BRETAGNE 8 %
- 3 – PARIS 2 %
- 4 – LOT-ET-GARONNE 2 %



- 1 – ROYAUME-UNI 38 %
- 2 – BELGIQUE 14 %
- 3 – ESPAGNE 12 %
- 4 – ALLEMAGNE 10 %

Pour la fréquentation française : Toujours les mêmes départements sur le territoire, on note aussi une hausse de la Charente-Maritime, la Dordogne et la Haute-Garonne.

Pour la fréquentation étrangère : Hausse du Royaume-Uni (38%), de la Belgique (14%), Espagne (12%), Allemagne (10%). Légère hausse de l'Australie du Canada et des Etats-Unis.



INDIVIDUEL
2 758 contacts



COUPLE
1 033 contacts



FAMILLE
310 contacts



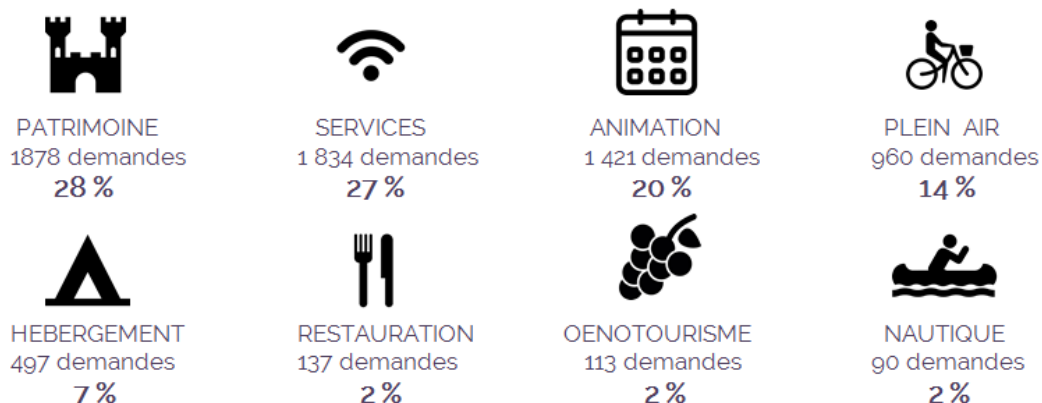
ITINERANT/PELERIN
300 contacts



GROUPE
71 contacts

Pour les individuels, on note une légère baisse de – 4% alors que les couples restent stable. Augmentation importante des familles de 36 % et des itinérants de 30 %.

PLUS DE 7 000 DEMANDES



Patrimoine et services restent toujours les premières demandes.
Baisse des demandes oenotouristiques et d'hébergements.

Légère baisse globale de -1 % comparé à 2016.

Certains chiffres sont difficiles à mesurer comparés à 2016 :

- Gestion de nouveaux BIT : Targon et Beychac-et-Caillau
- Perte de la gestion du BIT de Saint-Macaire qui avait un taux de fréquentation important
- Déménagement des BIT de Monségur et La Réole : période de fermeture
- Mode de saisie différent dans la base de données Sirtaqui : des onglets ont été modifiés et supprimés en cours d'année par Gironde Tourisme

Fréquentation française principalement locale et limitrophe.

La Bretagne est toujours présente sur le territoire : couples de retraités souvent en camping-car.

Les étrangers consomment de plus en plus les voies vertes.

Demandes sur le patrimoine, la nature et les animations en hausse : qualité, richesse et grande diversité des prestations à travers l'Entre-deux-Mers : marchés des producteurs locaux, concerts, spectacles culturels, randonnées, châteaux et sites historiques, variété du paysage...

3.2 Accueils mobiles et hors les murs

ACCUEIL MOBILE SUR L'ENSEMBLE DE LA SAISON ESTIVALE



Présence sur 10 manifestations



400 contacts
soit 1 000 personnes

Action de promotion touristique plus large, avec plus d'impact, en accueil hors des BIT.

Notre équipe a participé à différentes manifestations pour valoriser notre territoire :

Opéra de Barie
Foire de la Toussaint à La Réole
Fête des Vins à Sauveterre de Guyenne
Transhumance à Aillas
...

3.3 Accueils numériques

Entre-deux-Mers Tourisme poursuit le déploiement des accueils numériques sur le territoire, avec la mise en place du premier Point I-mobile à Latresne et l'équipement constant des partenaires touristiques en wifi territorial (40 sites équipés).

Le Point i-mobile est une marque déployée par Offices de Tourisme de France.
Elle permet de signaler, aux visiteurs d'un territoire, un lieu où ils vont pouvoir retrouver :



- Une connexion WiFi gratuite (et sécurisée)
- Un équipement pour recharger les appareils mobiles (tablettes, smartphones,...)
- De l'information touristique

3.4 Démarches qualité

Entre-deux-Mers Tourisme poursuit son implication dans les démarches de qualité pour ses Bureaux d'Information Touristique avec le maintien des Label Tourisme et Handicap et Label Vélo sur les 4 points d'accueil.

Dans un souci d'évolution permanent, l'ensemble de l'équipe se prépare aux audits afin de passer la Marque Qualité Tourisme, qui permettra ensuite à la structure d'évoluer vers un classement d'Office de Tourisme en catégorie I.

En septembre 2017, le territoire Entre-deux-Mers a obtenu le renouvellement de son Label Vignobles et Découvertes : Les Routes du Vins de Bordeaux en Entre-deux-Mers
84 prestataires labellisés sur ces itinéraires touristiques.



4. Communiquer, Séduire et Attirer

4.1 Nos éditions

COMMUNICATION ENTRE-DEUX-MERS 2017
EDITORIAL



The image displays three promotional materials for Entre-Deux-Mers Tourism. On the left is a vertical brochure titled 'L'arrière-pays bordelais Wild Nature of Bordeaux' with a bicycle wheel graphic and the text 'CARTE CYCLO'. In the center is a horizontal guide titled 'L'arrière-pays bordelais Wild Nature of Bordeaux' with a person clapping and the text 'GUIDE TOURISTIQUE'. On the right is a horizontal brochure titled 'L'arrière-pays bordelais Wild Nature of Bordeaux' with a bicycle and the text 'BALADES'. All materials feature the 'ENTRE-DEUX-MERS TOURISME' logo and the website 'entredeuxmers.com'.

Un tourisme exalté

Trois incontournables du tourisme en EDM stylisés en vue d'atteindre la plus grande intensité expressive.
Un charme magnifié qui exalte le désir de découvrir.
Un logo qui renvoie au tourisme "de grappe".
Cette option accueille toutes les intentions par la variété de ses perspectives.

Dans la déclinaison de notre nouvelle image, nos outils de communication ont été édités à :

- 18 000 exemplaires pour la carte touristique
- 13 000 exemplaires pour le guide touristique
- 5 000 exemplaires pour le guide balades
- 8 000 exemplaires pour la carte cyclotouristique

Deux guides spécifiques sous forme de cartes à destination des camping-caristes et des personnes en situation de handicap.



4.2 Bourses d'échange de documentation

Entre-deux-Mers Tourisme participe aux différentes bourses d'échanges de documentation départementales de la Gironde, de la Dordogne et du Lot et Garonne afin de diffuser la documentation auprès des offices de tourisme partenaires avant la saison.

Sur le même principe, une bourse d'échange est organisée en Entre-deux-Mers avant la saison pour remettre aux prestataires touristiques locaux les documents touristiques.

4.3 Un nouveau site internet et un film promotionnel

Lancé en septembre 2017, le nouveau site internet entredouxmers.com aux couleurs de la nouvelle image, met en valeur les paysages et l'esprit Entre-deux-Mers. En parallèle, le film promotionnel Entre-deux-Mers a été réalisé durant la saison et diffusé sur les réseaux (16 000 vues).

Top 3

Agenda
Balades et randonnées
Incontournables



4.4 Réseaux sociaux et newsletters

Une déclinaison sur les réseaux sociaux :

Une page Entre-deux-Mers Tourisme - 1428 fans

Pour valoriser l'image du territoire et l'identité Entre-deux-Mers

4 pages locales pour valoriser les animations par secteur :

- La Réole Tourisme
- Monségur Tourisme
- Sauveterre de Guyenne Tourisme
- Targon Tourisme

2 Newsletters :

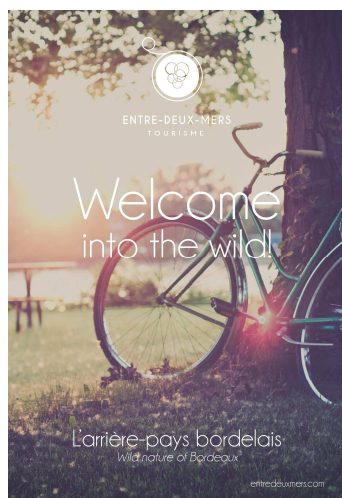
Une première newsletter est dédiée à la promotion des animations du territoire tout au long de l'année à destination des partenaires touristiques, collectivités et visiteurs inscrits. La seconde est dédiée aux partenaires touristiques adhérents afin de les informer sur les actions Entre-deux-Mers Tourisme.

Diffusion :

- Bons plans : 691 abonnés
- Réseau : 1066 abonnés

Taux d'ouverture en moyenne de 30 %

4.5 Campagnes de communication



En 2017, Entre-deux-Mers Tourisme a renforcé ses actions de promotion à destination du grand public :

- Une campagne d'affichage à l'aéroport de Bergerac toute l'année dans les halls de départ et d'arrivée
- Une campagne de communication Région Nouvelle Aquitaine toute l'année dans la nouvelle région
- Deux campagnes de communication en partenariat avec les Monuments Nationaux :
 - affichage arrière de bus à Bordeaux durant 3 semaines avant la saison
 - création de sets de table distribués dans un réseau de restaurateurs à St Emilion avant la saison

4.6 Accueils presse

En partenariat avec Gironde Tourisme :

- 21 accueils presse
- 1 Voyage de presse

Réseaux sociaux

16 blogueurs accueillis

218 400 visiteurs sur les réseaux sociaux

En moyenne **30 000 visiteurs/supports**

Presse écrite

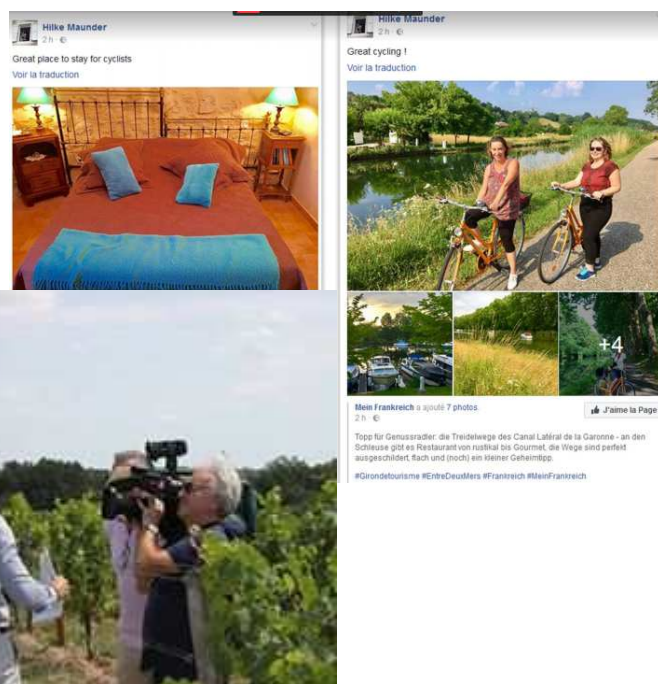
5 journalistes accueillis

En moyenne **150 000 tirages/supports**

Télévision

France 3

2 reportages durant la saison



4.7 Salons

En partenariat avec Gironde Tourisme, Entre-deux-Mers Tourisme a pu réaliser et être présent sur différents événements pour valoriser notre territoire et faire la promotion auprès de différents publics.

- Eductour Canal des 2 mers à vélo pour les guides conférenciers AGICA : visites de lieux touristiques
- Bordeaux Fête le Fleuve : valorisation des activités du territoire et produits du terroir auprès de la clientèle bordelaise

- Lancement du Tour de Gironde à Vélo à Paris : promotion des itinéraires cyclotouristiques auprès des visiteurs parisiens
- Fête du vélo à Mérignac : valorisation des itinéraires et prestataires cyclotouristiques auprès de la clientèle bordelaise
- Bordeaux Fête le Vin à Québec : valorisation des hébergements touristiques (Bacchus) et des itinéraires de randonnées pédestres et cyclotouristiques.
- Forum Tourisme et Handicap à Bordeaux : valorisation de l'offre accessible auprès de la clientèle bordelaise.

En partenariat avec les syndicats viticoles du territoire :

- Cabanes en fête à Andernos : en partenariat avec la Maison des Vins de l'Entre-deux-Mers promotion des routes du vins de Bordeaux en Entre-deux-Mers auprès de la clientèle Nouvelle Aquitaine.
- Challenge des vins de l'Entre-deux-Mers : promotion des châteaux viticoles auprès des visiteurs du territoire.

Promotion auprès des camping-caristes à l'occasion d'un salon promotionnel organisé sur le territoire par une agence spécialisée dans le voyage en camping-car.

Environ 2000 personnes renseignées

5. Commercialiser

5.1 Production

De nouveaux produits à commercialiser dans le cadre de notre nouvelle image. Il s'agit pour Entre-deux-Mers Tourisme de créer ou compléter la gamme produits à destination des clientèles individuelles en courts séjours et séjours. De rajeunir les produits et d'y ajouter l'expérience et la plu value du territoire.

- L'Entre-deux-Mers à deux
- L'Entre-deux-Mers viticole
- L'Entre-deux-Mers entre amis
- L'Entre-deux-Mers à vélo
- L'Entre-deux-Mers en famille

CATALOGUE DES PROGRAMMES INDIVIDUELS :

> BALADE AVEC BACCHUS	> LE LONG DU CANAL ET DE LA GARONNE	> SÉJOUR AUTHENTIQUE
TÉLÉCHARGER	TÉLÉCHARGER	TÉLÉCHARGER
Découvrez les richesses naturelles de l'arrière-pays bordelais. Cette	Cette échappée cyclotouristique sur l'itinéraire du	Randonnée cyclotouristique itinérante. Au cœur d'un vignoble empreint d'authenticité, aux portes

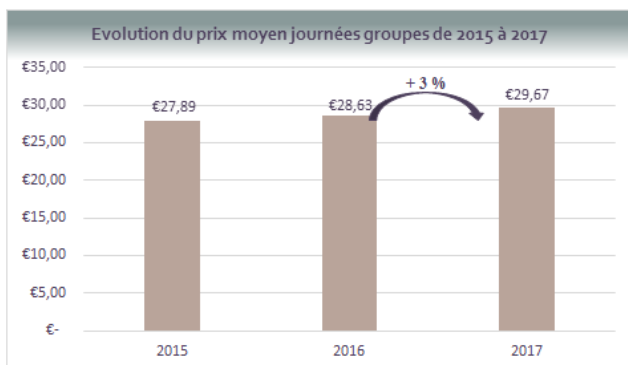
A ce jour, une quarantaine de prestataires touristiques sont engagés dans les produits Entre-deux-Mers Tourisme.

Une offre groupe est également proposée dans le cadre de démarchage auprès des autocaristes et agences réceptives.

5.2 Chiffre d'affaires



PANIER MOYEN

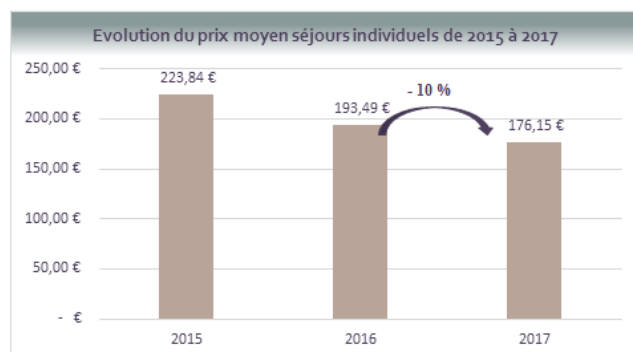


DUREE MOYENNE DE SEJOUR

GROUPES

↗ + 6 %

Evolution : 0,88 jours en 2017 contre 0,83 jour en 2016
Moins de demande de visites guidées sèches par rapport à 2016

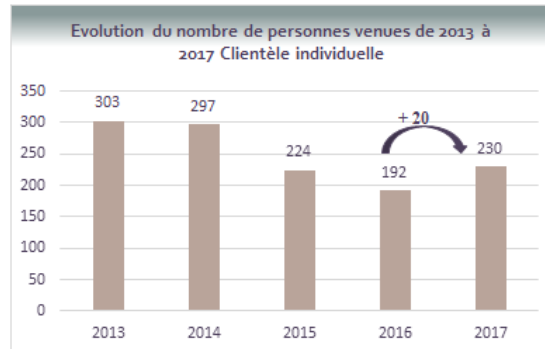
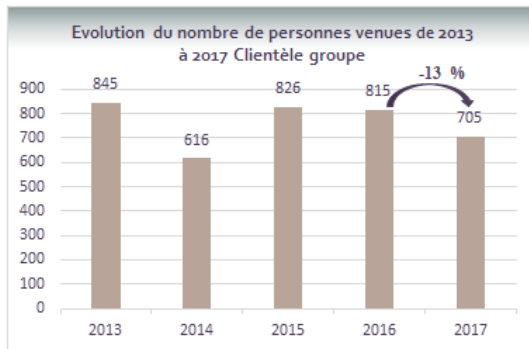
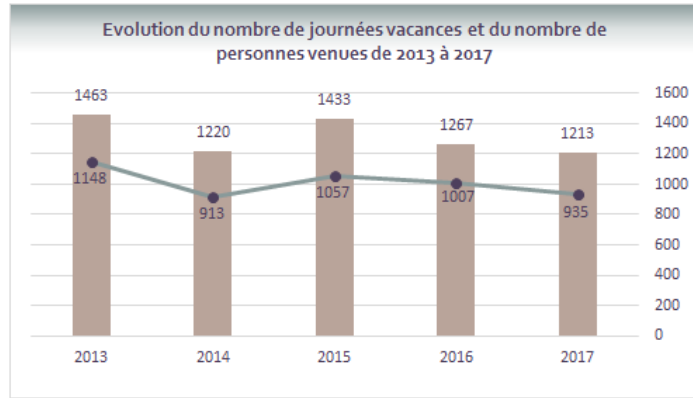


INDIVIDUELS

↘ - 5 %

Evolution : 2,04 jours en 2017 contre 2,15 jours en 2016
Moins de vente de séjours vélo de l'agence Cyclomundo
(Séjours de 4 jours – 3 nuits)

VOLUMES DES VENTES



CA GROUPE - 6 %

NBR DE PERS VENUES - 13 %

NBR DE JOURNEES VACANCES - 14 %

DMS +6,02 % (0,88 contre 0,83 jours)

PRIX MOYEN JOURNEE = +4 % (29,67 € contre 28,63 € en 2016)

↗ de la DMS => + de demandes de journées ou de 1/2 journées avec visites combinées ou restaurant (moins de visites guidées sèches)

Légère ↗ budget des clients

→ du CA même si un peu moins de groupe venus (22 en 2017 contre 26 en 2016)

CA INDIV + 17 %

NBR DE PERS VENUES + 20 %

NBR DE JOURNEES VACANCES +16 %

DMS -5 % (2,04 jours en 2017 contre 2,15 en 2016)

Forte ↗ des réservations Evazio + 37 %

Nbr de pers. venues + 37 %

Journées vacances Evazio +38 %

Nbr de dossiers + 25 %

↘ des réservations Cyclomundo -64 %

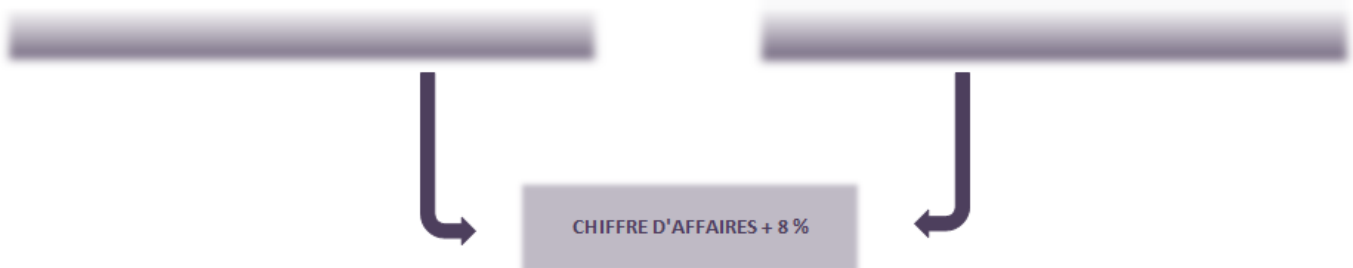
Nbr de pers. venues -64 %

Journées vacances Cyclomundo -64 %

Nbr de dossiers - 83 % (1 dossier en 2017 contre 6 en 2016)

Travail avec le TO pour augmentation des ventes en 2018 début déc. =>

propo° tarifaire faite pour les mini groupes afin de les attirer sur le circuit



6. Développement touristique

6.1 Entre-deux-Mers Tourisme au service du territoire

Le développement touristique se déploie par des partenariats multiples, dans le cadre d'actions publiques et par l'initiative privée. Notre association, au-delà des actions classiques d'accueil et de promotion, accompagne de nombreux interlocuteurs dans leurs projets, parfois ponctuellement, parfois de façon récurrente.

Entre-deux-Mers Tourisme, actif dans l'écosystème touristique départemental et régional. Contrats avec la Région (Appel à projet Structuration Touristique des Territoire et Accessibilité) et le Département (finalisation des Conventions d'Organisation des Territoires Touristiques) qui permettent de financer une partie des actions de développement touristique portées par Entre-deux-Mers Tourisme.

Le développement touristique c'est :

- les permanences mensuelles au sein des communautés de communes pour coordonner le suivi des projets
- l'accompagnement des porteurs de projets privés et publics
- l'animation et développement des filières : oenotourisme, itinérance, patrimoine
- le pilotage des Appels à Projets régionaux et Convention Départementale
- le suivi des actions contractuelles avec nos partenaires (Pays, PETR et SCOT) : programmes Leader, contrats de ruralité
- le suivi du projet Pays d'Art et d'Histoire

Des projets initiés et portés par Entre-deux-Mers Tourisme

Structuration du cyclotourisme :

- édition des 22 boucles vélo
- lancement de la réflexion autour de la création d'un site VTT-FFC

Accessibilité :

- Tourisme adapté : finalisation de l'appel à initiatives (5 lauréats → environ 80 000€ de subventions mobilisées)

Exemples de projets accompagnés :

- Mise en tourisme du village de La Sauve
- Circuit d'interprétation de La Réole
- Refonte du PDIPR à l'échelle de chaque CDC.

6.2 Entre-deux-Mers Tourisme, accompagnateur des projets du territoire :

En 2017, **60 projets privés ou publics** ont été accompagnés sur le territoire.

Pour rappel, l'accompagnement des porteurs de projets publics et privés se matérialise de diverses manières :

- accompagnement stratégique : aide dans l'étude de marché grâce à notre base de données régionale et à nos données clientèles, amener le porteur de projet à se poser les bonnes questions (quelle réglementation, quel positionnement, quelle clientèle cible, etc.)
- technique : répondre à une ou des questions très précises selon le projet (problématique d'urbanisme par exemple)

- qualification : proposer les différents labels qui s'offrent au porteur de projet en fonction du projet, afin qu'il puisse répondre aux critères dès le début (prendre en compte avant les travaux par exemple)
- financier : jouer le rôle de piston entre le porteur de projet et les partenaires financiers institutionnels (Région, Département, Europe) pour faciliter sa démarche de demande de subventions.

Au total, **634 390 € de subventions** pour soutenir ces projets a été mobilisé sur le territoire.

Une fois en activité, les prestataires touristiques sont accompagnés dans leur démarche de labellisation. En 2017, 55 visites de labellisations ont été réalisées (renouvellement ou nouvelle obtention).

6.3 Entre-deux-Mers Tourisme, acteur incontournable tout au long de la vie d'un projet touristique.

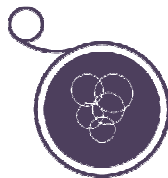
Une fois les projets lancés et/ou labellisés, le rôle d'Entre-deux-Mers Tourisme ne s'arrête pas là. De nombreuses actions de coordination, de fédération et de professionnalisation des acteurs touristiques privés sont organisées.

Un programme local de professionnalisation est proposé pour l'année aux prestataires touristiques partenaires.

En 2017, ont eu lieu :

- des réunions d'information sur nos filières touristiques pour présentation nos plans d'actions thématiques annuels : oenotourisme, cyclotourisme
- des journées de formation à destination des meublés et chambres d'hôtes sur les aspects juridiques, fiscaux et sociaux
- des journées de formation : mieux communiquer sur son offre accessible à tous
- des éductours pour mieux connaître le territoire

Des accompagnements individuels sont également réalisés concernant le numérique. Une dizaine de prestataires sont accompagnés chaque année.



ENTRE-DEUX-MERS
TOURISME

Office de Tourisme de l'Entre-deux-Mers
04 rue Issartier - 33 580 Monségur
Tél.+33(0)5 56 61 82 73 - Fax.+33(0)5 56 61 89 13
<http://www.entredeuxmers.com>

Suivez l'actualité touristique
en Entre-deux-Mers sur notre blog :
<http://www.tourismeentredeuxmers.overblog.com>