



ENTRE-DEUX-MERS
TOURISME

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

ASSEMBLEE GENERALE

RAPPORT D'ACTIVITES

2019

- Rapport d'activités 2019
- Rapport financier 2019



OFFICE DE TOURISME DE L'ENTRE-DEUX-MERS
ASSEMBLEE GENERALE
Rapport d'activités 2019

SOMMAIRE

1. L'année touristique 2019	3
1.1 Tourisme et Habitants : Kit accueil, cartographie collaborative	3
1.2 Projet de Pays d'Art et d'Histoire : nouveaux outils de visite	3
1.3 La Tribu : accueil privilégié des familles	4
1.4 « Esprit Entre-deux-Mers » : un réseau qui s'installe	4
1.5 Lancement de la saison Terra Aventura à La Sauve	4
2. Fonctionnement et Organisation.....	6
2.1 Avec nos collectivités... ..	6
2.2. Avec nos partenaires touristiques	7
3. Accueillir et Informer	8
3.1. Fréquentation touristique 2019.....	8
3.2 Accueils mobiles et hors les murs	Erreur ! Signet non défini.
3.3 Accueils numériques	10
3.4 Démarche qualité	11
4. Communiquer, Séduire et Attirer	12
4.1 Nos éditions	12
4.2 Bourse d'échange de documentation	12
4.3 Une évolution du site internet	12
4.4 Réseaux sociaux et newsletters	13
4.5 Campagnes de communication	15
4.6 Accueils presse	15
4.7 Salons	18
5. Commercialiser	18
5.1 Production	18
5.2 Chiffre d'affaires	21
6. Développement Touristique	24
6.1 Entre-deux-Mers Tourisme au service du territoire.....	24
6.2 Entre-deux-Mers Tourisme, accompagnateur des projets du territoire	24
6.3 Entre-deux-Mers Tourisme, acteur tout au long de la vie d'un projet touristique	25

1. L'année touristique 2019

1.1 Tourisme et Habitants : Kit accueil, cartographie collaborative

Une cartographie collaborative :

Entre-deux-Mers Tourisme a souhaité mettre au cœur du développement touristique les habitants de son territoire en déployant un outil de cartographie collaborative et participative pour les habitants et associations locales afin de valoriser l'offre accessible du territoire et conforter la volonté de la destination accessibilité pour tous. Il s'agit par ce projet de mettre en avant les offres touristiques accessibles mais aussi l'ensemble des services qui peuvent être utile à la fois aux visiteurs et à la population locale.

Un Kit Accueil :

Il s'agit de faire des locaux nos premiers prescripteurs en termes de découverte de notre destination touristique. Pour cela, Entre-deux-Mers Tourisme a déployé différents outils afin de mieux les accueillir, les sensibiliser et les impliquer.

- création du Kit d'accueil habitants : mieux les accueillir et faciliter l'accès à l'information - 10 000 exemplaires dans les communautés de communes.
- création de la carte ambassadeur : privilégier les prescripteurs avec un accès à des bons plans territoire « La Locale »
- portraits d'habitants : création de contenu web, témoignages des habitants sur leurs lieux préférés et bons plans en Entre-deux-Mers.



En septembre, lancement de notre **pass gratuit**, qui permet aux habitants de l'Entre-deux-Mers de bénéficier d'avantages chez plus de **30 prestataires**, en faisant découvrir le territoire à leurs proches.



1.2 Projet de Pays d'Art et d'Histoire : nouveaux outils de visite

Dans le cadre de la réalisation des circuits d'interprétation du patrimoine, Entre-deux-Mers Tourisme développe différents outils de visite permettant de proposer une prestation ludique aux visiteurs dans les bureaux d'information touristique.

Les outils numériques ont également pour intérêt de proposer une offre accessible de visite du patrimoine. Ils peuvent être utilisés sur les supports à disposition dans les bureaux d'information touristique mais également de façon autonome.



En complémentarité, une gamme de produits innovants de visite à destination du public famille a été développée :

- Déploiement des visites théâtralisées 3 sites : La Réole, Monségur et Sauveterre de Guyenne, 308 visiteurs accueillis durant la saison. Pour clôturer l'été, une visite théâtralisée a été organisée à l'occasion de la Nuit du Patrimoine à Sauveterre de Guyenne.

- Mise en place des « livrets Cluedo » - Nouvelle gamme des Aventuriers.

- Déploiement de l'offre « Pistes de Robin »

L'ensemble de ces prestations ont été mises en place dans la logique de valorisation du patrimoine du Pays d'Art et d'Histoire et sa mise en tourisme.

1.3 La Tribu : accueil privilégié des familles

Un pass privilèges pour nos visiteurs, lancement officiel le 9 avril à l'occasion de notre bourse d'échange de documentation Entre-deux-Mers.

Entre-deux-Mers Tourisme a créé la carte « La Tribu » afin de conforter son accueil à destination des familles et privilégier les prescripteurs avec un accès à des tarifs préférentiels.

Dans ce cadre différentes actions ont été déclinées pour accompagner le projet :

- Mise en place de la newsletter « bons plans visite »

- Création des événements « Au top pour les vacances » pour les habitants et les visiteurs en lien avec l'action de Gironde Tourisme « Gironde Kids » et création du Kit Au top pour les vacances.

- Récolte de témoignages de visite : création de contenu web, témoignages des expériences vécues durant les visites pour nos supports.



1.4 « Esprit Entre-deux-Mers » : un réseau qui s'installe



Entre-deux-Mers Tourisme a lancé son nouveau Plan Qualité Hébergement « Esprit Entre-deux-Mers » qui donne l'impulsion d'une montée en gamme de la qualité d'hébergement et de services associés à une véritable valeur ajoutée de l'offre et de la destination touristique.

Les propriétaires adhérents à cette démarche qualité peuvent être accompagnés par des conseils en relooking ou en rénovation gratuits.

Après avoir réalisé le référentiel du territoire, les visites ont été réalisées et le réseau s'est constitué sur cette première année : 40 partenaires intégrés dans la démarche.

Afin de conforter et animer le réseau des hébergeurs, Entre-deux-Mers Tourisme a mis en place un programme de sensibilisation et d'accompagnement collectif des hébergements touristiques (anglais, juridique,...) et développer un club ambassadeur (privilèges hébergeurs,...)

1.5 Lancement de saison Terra Aventura à La Sauve

Dans le cadre des actions engagées par le CRT Nouvelle Aquitaine et Gironde Tourisme, Entre-deux-Mers Tourisme développe les circuits Terra Aventura sur les lieux propices à la découverte en famille et permettant de mettre en valeur le patrimoine caché de l'Entre-deux-Mers. Après le succès du premier circuit à Castelmoron d'Albret, 2 nouveaux circuits pérennes ont été mis en place à St Loubès et Sauveterre de Guyenne.



18 500 personnes !

Castelmoron d'Albret :
4 268 personnes

Sauveterre-de-Guyenne :
6 376 personnes

Saint Loubès :
7 848 personnes

La Sauve :
1 569 personnes

Le lancement officiel de l'ensemble des nouveaux circuits aquitains s'est déroulé à La Sauve suite à la victoire du circuit créé par les joueurs sur La Sauve Majeure.

2. Fonctionnement et organisation

2.1 Avec nos collectivités

En 2019, Entre-deux-Mers Tourisme a poursuivi sa réflexion de structuration touristique à l'échelle du périmètre des 6 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

Il s'agissait de conforter ensemble le projet commun et son fonctionnement.

Les motifs de notre réflexion étant notre positionnement touristique, l'optimisation de la structure et son organisation, maintenir à niveau les outils de communication et conforter le rôle commercial de la structure avec une vraie volonté de développement.

En parallèle, après avoir intégré le bureau d'information touristique de Créon au 1er janvier 2018, nous avons déployé nos accueils saisonniers et hors les murs sur des lieux stratégiques du territoire.

Les travaux ont abouti 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
 - Accueils presse
 - Salons et opérations de promotion

- 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
 - accompagnement 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. **240 adhérents** à Entre-deux-Mers Tourisme sur le territoire.

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

Une évolution des cotisations de **15% par rapport à 2018**.

Notre offre territoriale

122 visites prestataires réalisées pour l'inventaire et la mise à jour des données (hébergement, restauration, châteaux viticoles, sites de loisirs et de visites...) durant les journées back-office (d'octobre à avril). Ce qui représente environ 20 visites par Communauté de Communes.

Ces journées de back-office ont également permis aux conseillers en séjour d'aller sur le terrain pour la mise en place et la réalisation de nos Cluedos des parcours Terra Aventura à Saint Loubès, Sauveterre de Guyenne et La Sauve Majeure, de randonner à cheval pour faire du repérage lié à l'itinérance équestre, d'accompagner la refonte de notre Plan Départemental de randonnée, ...

> L'OFFRE EXHAUSTIVE ET LE NOMBRE D'ADHERENTS 2019

Dénomination	nombre de prestations		Ecart
	Offre existante	Offre adhérente	%
Dégustations (tous produits)	292	84	29 %
Meublés et chambres d'hôtes	581	173	30 %
Hôtels	18	6	33 %
Campings	9	5	55 %
Equipements de loisirs	161	75	NS
Musées	7	7	100 %
Sites et monuments	279	37	NS
Restaurants	127	21	16 %
Totaux	1474	410	27,68 %
Totaux hors NS	1008	292	28,96 %

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

3. Accueillir et Informer

3.1 Fréquentation touristique 2019



8 400 contacts
soit 21 000 personnes



+ 14 %

7 antennes touristiques de l'Entre-deux-Mers (Beychac-et-Caillau, Créon, La Réole, La Sauve, Monségur, Sauveterre-de-Guyenne et Targon),
(1 contact = 2,5 personnes)

On note une hausse de **+14 %** comparé à 2018.



91 %



9 %

Augmentation de 9 % de la clientèle française :
hausse de la clientèle en séjour d'Ile de France et du Pays de Loire .



- 1 – NOUVELLE AQUITAINE 59 % (-21 %)
- 2 – ILE DE FRANCE 7 % (+2 %)
- 3 – PAYS DE LA LOIRE 4 % (+1%)
- 4 – BRETAGNE 3,5 % (stable)
- 5 – OCCITANIE 3 % (stable)
- 6 - AUVERGNE RHÔNE ALPES 3% (stable)

- 1 – ROYAUME-UNI 28 % (-2%)
- 2 – BELGIQUE 14 % (-1%)
- 3 – PAYS-BAS 14 % (+6%)
- 4 – ALLEMAGNE 12 % (+1%)
- 5 - ESPAGNE 11 % (+1%)

Pour la fréquentation française : on note une baisse de la Nouvelle-Aquitaine.

Pour la fréquentation étrangère : baisse du Royaume-Uni et hausse des Pays-Bas
Légère hausse de l'Australie (3%), du Canada (2%), de l'Italie (3%), de la Suisse (2%) et des Etats-Unis (4%).



INDIVIDUEL
4 129 contacts
58 %



COUPLE
1 539 contacts
22 %



FAMILLE
781 contacts
11 %



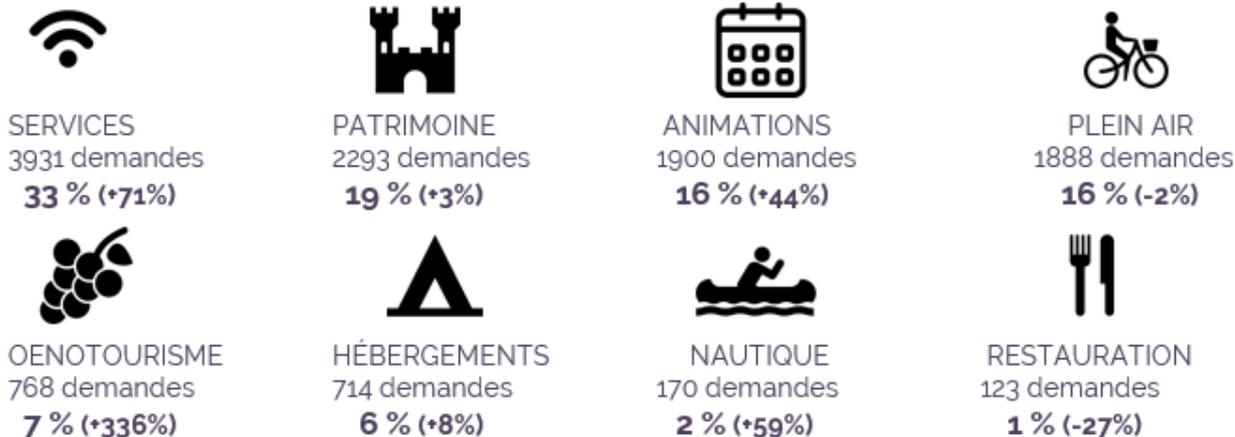
ITINÉRANT/PÈLERIN
557 contacts
8 %



GROUPE
89 contacts
1 %

Augmentation des familles et des itinérants.

PLUS DE **11 750** DEMANDES (+32%)



Patrimoine et services restent toujours les premières demandes. Hausse des demandes oenotouristiques (La Sauve).

3.2 Accueils mobiles et hors les murs

ACCUEIL MOBILE SUR L'ENSEMBLE DE LA SAISON ESTIVALE



800 contacts

Présence sur 25 manifestations



soit 2 050 personnes

+3% de contacts comparé à 2018

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 :

Festival des Coteaux à Fargues Saint Hilaire
Fête des Vins à Sauveterre de Guyenne
Transhumance à Aillas
Forum des associations sur l'ensemble du territoire

...

3.3 Accueils numériques

Entre-deux-Mers Tourisme poursuit le déploiement des accueils numériques sur le territoire, avec la mise en place des Points I-mobile et l'équipement constant des partenaires touristiques en wifi territorial.

Le Point i-mobile est une marque nationale.

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 Labels Tourisme et Handicap et Label Vélo sur les 5 Bureaux d'Information Touristique.

Dans un souci d'évolution permanente, Entre-deux-Mers Tourisme est engagé en Démarche Qualité depuis 2003, après obtention du label Générosité de l'accueil dans nos 5 Bureaux d'Information Touristique, nous avons obtenu la Marque Qualité Tourisme pour 5 ans.

Le territoire Entre-deux-Mers labellisé Label Vignobles et Découvertes : Les Routes du Vins de Bordeaux en Entre-deux-Mers compte 102 prestataires labellisés sur ces itinéraires touristiques et 18 nouvelles prestations pour 2019.



4. Communiquer, Séduire et Attirer

4.1 Nos éditions



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. A cette occasion, notre carte Tribu a été présentée à nos partenaires.

4.3 Nos outils de promotion web

NOS OUTILS DE PROMOTION WEB

The infographic displays several digital marketing tools used for promotion:

- Site internet:** A screenshot of the website homepage featuring a pair of hands holding grapes. It reports **55 000 visiteurs/an**.
- Facebook:** A screenshot of the Facebook page for 'Entre-deux-Mers Tourisme', showing **4 300 fans**.
- Instagram:** A screenshot of the Instagram profile for '@ot_entredeuxmers', including the hashtag #entredeuxmers.
- Flickr:** A screenshot of a Flickr photo gallery, described as a 'Galerie photos libres de droits qui est à votre disposition pour vos outils de communication.'
- Newsletters:** A screenshot of a newsletter titled 'C'est de nous ?' with a red speech bubble. The text below states: 'À chaque fois que l'actualité le nécessite, pour vous faire partager les nouveautés et vous tenir au courant des actions menées par votre Office de Tourisme.'
- Bons plans Week-ends:** A screenshot of a website section for weekend deals, with the text: 'Chaque semaine pour ne rien manquer des animations phares du territoire.'

Mais aussi...

56 750 visiteurs 2.60 pages vues par session 59% de taux de rebond

Principales pages vues :

- Randonnée : 12 300 pages vues
- Agenda : 9 500 pages vues
- Activités et loisirs : 5 750 pages vues

4.4 Réseaux sociaux et newsletters

Une déclinaison sur les réseaux sociaux :

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

INSTAGRAM :

Au 31 décembre 2019 : 163 publications et 1356 abonnés

Les abonnés sont répartis de la manière suivante :

57% de Femmes et 43% d'hommes

Tranche d'âge : 25/44 ans

TOP 3 des villes (provenance des abonnés) :

Bordeaux

Paris

La Réole

FACEBOOK :

PAGE ENTRE-DEUX-MERS TOURISME

Au 31/12/2016 : 965 Fans

Au 31/12/2017 : 1337 Fans

Au 30/10/2018 : 1687 Fans

Au 31/12/2019 : 2194 Fans

Les fans sont majoritairement des Femmes entre 35 et 44 ans.

Top 3 des villes (provenance des Fans)

Bordeaux

La Réole

Langon

Top 3 des villes (provenance des personnes atteintes)

Bordeaux

La Réole

Langon

Différences entre Fans et Personnes Atteintes :

Les fans sont les personnes qui ont fait la démarche volontaire de s'abonner à la page « Entre-deux-Mers Tourisme ».

Les personnes atteintes sont les personnes qui voient les publications d'Entre-deux-Mers Tourisme suite aux partages des Fans, alors qu'ils ne sont pas abonnés à notre page.

4 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 : 831 abonnés

- Réseau : 223 adhérents Entre-deux-Mers Tourisme + Techniciens CDC

- News spécifiques pour chaque CDC : 318 élus communautaires

- News Commercial : 529 prospects

Taux d'ouverture en moyenne de 30 %

Une newsletter spécifiquement dédiée aux visiteurs est envoyée trimestriellement pour mettre en avant des forfaits touristiques ou opérations commerciales.

Et la dernière est envoyée à nos élus référents sur le territoire par communauté de communes pour les tenir informés de l'actualité touristique et des principales actions collectives et locales en matière touristique.

4.5 Campagnes de communication



Visitez l'abbaye de La Sauve-Majeure et profitez de l'arrière pays bordelais en Entre-deux-Mers

En 2019, Entre-deux-Mers Tourisme a poursuivi 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 ainsi qu'un affichage digital
- Une campagne de communication Région Nouvelle Aquitaine toute l'année dans la nouvelle région
- Une campagne de communication en partenariat avec les Monuments Nationaux :
 - affichage sur les campings de la côte Atlantique 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 :

4 accueils presse – 1 éductour « pro »



PROMOTION / PRESSE

4 Émissions de télévision - France 3 Aquitaine NOA TV

« Tous les chemins mènent à vous »



**ÉQUIVALENCE INSERTIONS :
6 450 €**



Dossier de presse de territoire



1 Emission Radio – o2Radio



- Voyage de presse canal des 2 Mers - 12-13 juin - Partenariat ADT Gironde
4 journalistes : camping-car magazine, Côté Santé, La Voix du Nord, le Routard
1 attachée de presse du Canal des2Mers (Agence AirPur) - 1 article La voix du Nord
- Voyage de presse Dordogne-Garonne - 21 juin - Partenariat ADT Gironde
6 journalistes : la quotidienne.fr, Sud-Ouest le Mag, Côté Santé (revenue pour LR suite éductour du 12-13 juin), MacCenter-Blog les boomeuses, Challenges
4 prestataires mobilisés - 1 article sur site Dynamic Seniors (journaliste de Côté Santé)
- Accueil presse - direct et collaboration avec CDT47- Camping-Car magazine
Patrick Géraud - sur les recommandations d'un collègue venu au voyage de presse du 12-13 juin - 4 prestataires mobilisés - Article à venir 30 % sur LR et 70% jardins de Latour-Marliac
- Accueil de Vincent Micou : influenceur - les evasionbordelaises - Partenariat ADT Gironde - Thématique Canal des 2 Mers - 1100 follower Instagram - 558 followers FB- 234 Twitter

REPORTAGES TV/RADIO

- NOA Tv- France 3 Aquitaine 4 Emissions « Tous les chemins mènent à vous »
 - ✓14/01 : 3'55 mn à Quinsac (cave)
 - ✓21/01 : 3'53 mn au Tourne - Langoiran (chantiers tramasset-bistrot le Splendid)
 - ✓14/10 : 3'48 mn à Sauveterre (bastide-cave-castrum)
 - ✓12/11 : 3'27 mn à Monségur (bastide)
- 1 Emission radio : O2 Radio avec pour thématique le développement du tourisme en E2M - 1 h00 - 2 prestataires mobilisés : Traiteur O Délices de Benjamin + Entre2Coeurs

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.

MISE EN MARCHÉ

Workshop Oenotourisme à Bordeaux : 16 contacts

14 rendez-vous avec des agences
2 rendez-vous « presse » (journaliste et blog)



MISE EN MARCHÉ



Forum GIHP à Bordeaux : 15 contacts



OPÉRATIONS DE PROMOTION

3 éducteurs « réseau »

> 7 et 12 mars pour les équipes de l'**OT de Bordeaux** et de **Gironde Tourisme**
Thématique vélo à proximité de Bordeaux

> 4 novembre : présentation de l'Entre-deux-Mers et de ses nouveautés au **directeur de l'OT de Bordeaux** et à la **chargée Oenotourisme**

2 salons Grand Public

> **Salon Nautique d'Arcachon**
les 12-13 et 14 avril
25 contacts

> Le **Bon Goût d'Aquitaine**
les 27-28/29 septembre
151 contacts dont 120 enfants
en atelier chocolat



PROMOTION / PRESSE



5. Commercialiser

5.1 Production

Nos Produits « Catalogue »



17 Produits créés avec les prestataires

(mise à disposition immatriculation)



Lancement officiel le 9 avril

1 Petit-déjeuner Pro

Les règles de la commercialisation
18 prestataires présents

42 rendez-vous prestataires

en 2019

MISE EN MARCHÉ

-Vente en ligne des offres à destination des individuels sur le site www.entredeuxmers.com

L'OFFRE DE SÉJOURS & EXCURSIONS EN ENTRE-DEUX-MERS

LES SÉJOURS PROPOSÉS PAR ENTRE-DEUX-MERS TOURISME :

SÉJOUR AUTHENTIQUE	SÉJOUR EN ÉTOILE	SÉJOUR VIGNE, VIN & GASTRONOMIE
Découvrez les vins de l'Entre-deux-Mers à vélo. 6 jours / 5 nuits – 575 €		
VOIR / RÉSERVER EN LIGNE		

BALADE AVEC BACCHUS	LE LONG DU CANAL ET DE LA GARONNE	WEEK-END À DEUX
Un week-end cyclo pour les amoureux du vin. 2 jours / 1 nuit – 107 €		
VOIR / RÉSERVER EN LIGNE		

- Newsletter commerciale : **Entre-deux-Mers Touristez-vous !**

4 numéros annuels

- Mars/Avril = ponts de mai, fêtes des pères et des mères, et préparation des vacances d'avril
- Juin = les réservations de dernières minutes, les bons plans hébergements, activités et visites...
- Fin août-début septembre = courts séjours des derniers beaux jours
- Novembre/Décembre = préparation des vacances d'été, donner envie de venir et pousser les offres coffrets cadeau pour les fêtes de fin d'année



Envoyé sur un fichier de 570 adresses (conforme au RGPD)

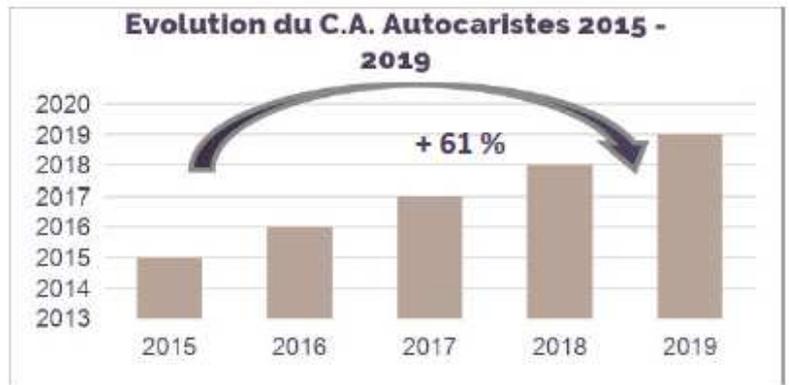
Vente en ligne



Newsletter Entre-deux-Mers Tourismez-vous ! 3 numéros annuels



Démarchage
4 RDV autocaristes

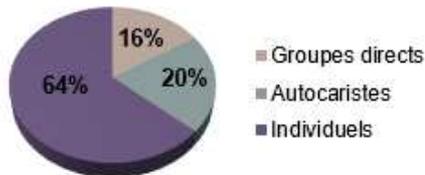


5.2 Chiffre d'affaires



Chiffre d'affaires 2019

Répartition du C.A. par cibles clientèles 2019



61 dossiers traités en réservation

C.A. GROUPES - 21 %

- ↗ De personnes venues : + 1,6 %
- ↘ Prix moyen de la demi-journée
- ↘ DMS - 2,6 %

C.A. INDIVIDUELS - 18 %

- ↘ De personnes venues : - 20 %
- ↗ Panier moyen : + 4 %
- ↗ DMS : + 7,4 %

C.A. - 19 %

MARGE + 23%
par rapport à 2018

Le C.A. 2019 se monte à 32706 € - 61 dossiers ont été traités en réservation.
Concernant la répartition du CA par cible il est identique à l'an dernier avec 64% d'individuels (lié quasi exclusivement à la programmation de 2 circuits par 2 agences Evazio et Cyclomundo), et 36 % pour le groupe dont 20% d'autocaristes et 16% de groupes directs.

ANALYSE GROUPE CA -21%

26 groupes venus en 2019 (idem 2019)

=> Nombre de pers venues en légère ↗ +1,6 %
(858 contre 844 pers. en 2018)

=> Panier moyen :

* Journée complète +2,6 % (31,42 € contre
30,62 € en 2018)

* ½ journée -22,75 % (13,86 € contre 17,94 € en
2018)

Tendance nettement confirmée : forte
progression des demandes de visites sèches qui
se poursuit et s'amplifie.

De ce fait, la DMS ↘ - 2,6 % (0,65 jours contre
0,67 en 2018) - Tendance bien confirmée si l'on
prend en compte l'évolution de ces dernières
années : on est passé de 0,98 jours en 2015
(presque 1 journée) à 0,67 jours cette année
(soit presque la ½ journée).

Sur 26 dossiers cette année, seulement 8
concerne des journées complètes (en majorité
commandées par des autocaristes).

🔍 Zoom autocaristes :

CA en constante évolution depuis 2015
=> bénéfice des actions de démarchage menées
auprès de cette cible. De plus c'est sur ces
dossiers que le prix moyen de la journée
augmente (31,42 € contre 30,62 €)

ANALYSE INDIVIDUELS CA -18 %

=> Nombre de pers en ↘ : -20 % (110 ≠ 139)

=> Nombre de journées vacances en ↘ : -14 %
(251 ≠ 292)

=> DMS en ↗ + 7,4 % (2,31jours ≠ 2,15)

Lié à la progression de la vente des séjours via
Cyclomundo -qui programme un séjour + long
qu'Evazio

=> Panier moyen (prix moyen du séjour) : + 4%
(189 ,23 ≠ 181,97 en 2018)

Lié à la progression des ventes via Cyclomundo
et à une légère augmentation des tarifs des prix
des circuits.

🔍 Zoom

EVAZIO CA - 28%

89 pers venues contre 178 en 2018

30 dossiers contre 42 en 2018 (-28,8 %)

CYCLOMUNDO CA + 23 %

6 dossiers contre 5 en 2018

Cyclomundo maintient son augmentation des
réservations entamée depuis de 2017 mais cela
ne suffit pas à combler la chute d'Evazio

CLIENTS INDIVIDUELS DIRECTS : 1 week-end
œnologique sur mesure entre amis (11 pers)



Estimation du chiffre d'affaires indirect 2019



383 565 €



ESTIMATION DU CHIFFRE D'AFFAIRE INDIRECT

L'évolution de la demande des clients, la montée en puissance de l'utilisation d'Internet pour organiser ses vacances, y compris à l'étranger, provoque depuis quelques années, un bouleversement des canaux de distribution et notre relation aux TO notamment.

Aujourd'hui, nous sommes face à un touriste toujours plus connecté, plus informé et plus autonome, avec un renforcement des comportements d'achat déjà existants autour de la pratique d'achat malins et du consommateur-acteur.

Le client redéfinit le contrat de base avec des exigences en hausse, une capacité de négociation grandissante (il est toujours à la recherche de la meilleure affaire possible) et sa demande d'autonomie est de plus en plus forte car il est de mieux en mieux outillé avec les nouvelles technologies qui lui permettent maintenant de construire lui-même son séjour sur mesure.

Les opérateurs traditionnels comme les TO sont confrontés à un réel processus de désintermédiation, ils doivent passer d'un mode de fonctionnement cloisonné et ordonné - hier l'offre des producteurs (hébergement, transports, activités de loisirs...) était assemblée par les TO et vendue par les agences dans un système cloisonné avec des systèmes informatiques non connectés - à un fonctionnement partenarial voire collaboratif avec leur fournisseurs/prestataires - les nouvelles logiques d'intermédiation (web = systèmes informatiques connectés) permettent des interactions dans tous les sens entre producteurs et distributeurs. En complément, la multiplication du nombre d'acteurs, le développement des ventes multicanal, et surtout la concentration d'acteurs chargés de la commercialisation avec les OTA font que le processus de distribution est complètement modifié.

De ce fait, les opérateurs que nous rencontrons sur les salons/workshops recherchent de plus en plus des prestataires directs et de moins en moins de produits packagés. Ils vont créer leur plus-value en créant eux-mêmes les séjours personnalisés et sur-mesure en fonction de la demande de leur client, ce qui leur permet également de maintenir leur marge.

Pour exemple, sur le dernier workshop Destination Vignoble, sur 149 Tours Opérateurs présents 69, soit la moitié, recherchent des prestataires directs et 8 seulement uniquement des produits packagés.

Nous avons eu depuis 2012 des programmations directes sur le territoire pour pouvoir estimer le chiffre d'affaires indirect qui se monte à 383 565 €

Aquitaine Croisière : accompagnement depuis 2015 (chiffres communiqués)

Evazio : programmation séjour randonnée pédestre, et nouveaux produits 2019 Tour de Gironde à Vélo et Bordeaux-Cognac - chiffres communiqués par l'agence

Das Beste in Frakreich : programmation suite à un éductour direct en 2017

Vinoscenti VIneyards : programmation suite aux éductours Destination Vignoble 2018 (château Mathereau)

Safran Tours : programmation suite éductour (Clos d'Any)

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 Nouvelle Organisation Touristique des Territoires) et le Département (Convention d'Actions 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 et de la randonnée pédestre :

- édition de boucles vélo et de randonnée pédestre
- suivi de la réflexion autour de la création d'un site VTT-FFC

Accessibilité :

- Tourisme adapté : formations et Eductour, cartographie

Exemples de projets accompagnés :

- circuit d'interprétation du patrimoine
- refonte du PDIPR à l'échelle de chaque CDC.

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

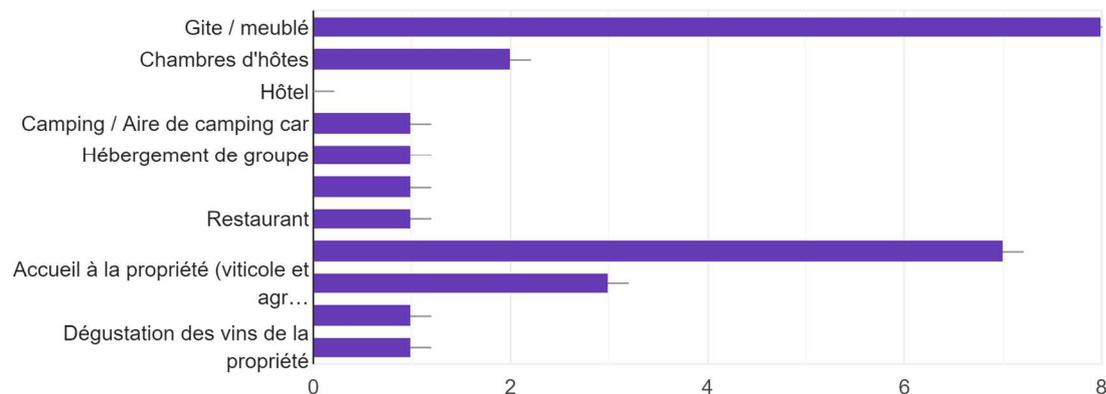
En 2019, 48 dossiers en cours privés ou publics sont accompagnés sur le territoire.

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.

La catégorie de l'activité envisagée

16 réponses



Une fois en activité, les prestataires touristiques sont accompagnés dans leur démarche de labellisation. En 2019, 45 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 2019, 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, anglais,...
- des journées de formation : mieux communiquer sur son offre accessible à tous
- 2 éductours pour mieux connaître le territoire : 60 participants
- 1 éductour : commercialiser l'offre accessible : 30 participants
- 1 petit déj pro commercialisation avec notre service commercial : 18 participants

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
<http://www.entredeuxmers.com>

Suivez l'actualité touristique
en Entre-deux-Mers sur espace pro :
<https://pro.entredeuxmers.com/>