

ENTRE-DEUX-MERS  
TOURISME

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

# ASSEMBLEE GENERALE

## RAPPORT D'ACTIVITES

2020

- Rapport d'activités 2020
- Rapport financier 2020



OFFICE DE TOURISME DE L'ENTRE-DEUX-MERS  
ASSEMBLEE GENERALE  
Rapport d'activités 2020

## SOMMAIRE

1. L'année touristique 2020 .....	3
1.1 Un programme de visites théâtralisées : Vivez la Belle Epoque .....	3
1.2 Des bons cadeaux Entre-deux-Mers Tourisme.....	3
1.3 Les conseils des experts de la Team Entre-deux-Mers Tourisme.....	3
1.4 Lancement du partenariat Mobalib .....	4
1.5 Deux nouveaux circuits Terra Aventura .....	4
2. Fonctionnement et Organisation.....	4
2.1 Avec nos collectivités... ..	4
2.2. Avec nos partenaires touristiques .....	6
3. Accueillir et Informer .....	7
3.1. Fréquentation touristique 2020.....	7
3.2 Accueils numériques .....	8
3.3 Démarche qualité .....	9
3.4 Espace pro site web .....	10
4. Communiquer, Séduire et Attirer ...;.....	10
4.1 Nos éditions .....	10
4.2 Nos outils de promotion web .....	11
4.3 Réseaux sociaux et newsletters.....	12
4.4 Campagnes de communication .....	13
4.5 Accueils presse et opérations de promotion .....	13
5. Commercialiser .....	18
5.1 Production .....	18
5.2 Boutiques Entre-deux-Mers Tourisme .....	19
6. Développement Touristique .....	19
6.1 Entre-deux-Mers Tourisme au service du territoire.....	19
6.2 Entre-deux-Mers Tourisme, accompagnateur des projets du territoire .....	20
6.3 Entre-deux-Mers Tourisme, acteur tout au long de la vie d'un projet touristique ... ..	21

# 1. L'année touristique 2020

## 1.1 Un programme de visites théâtralisées : Vivez la Belle Epoque

Des visites théâtralisées tout au long de l'été :



Entre-deux-Mers Tourisme a souhaité proposer durant la saison estivale un programme de visites à destination des touristes et des locaux sur différents lieux de l'Entre-deux-Mers. En juillet et août, les bastides et cités médiévales ont été mises à l'honneur par les personnages de la Belle Epoque :

- Augustine Michel à Monségur et Castelmoron d'Albret
- Joséphine de la Baudinière à Saint Ferme
- Anatole de Guimar à Créon
- Henri de Toulouse Lautrec à Sauveterre de Guyenne et La Réole

Un succès pour les nocturnes :

Deux visites nocturnes ont été proposées sur juillet et août à Castelmoron d'Albret et La Réole. Les trois personnages étaient alors réunis pour la soirée et mettaient en scène les sites de l'Entre-deux-Mers. Un grand succès pour ces soirées qui ont réunies 70 personnes.

Durant la saison, 400 personnes ont participé aux visites théâtralisées, 50 % d'entre elles étaient issues du territoire.

## 1.2 Des bons cadeaux : Entre-deux-Mers Tourisme

L'année 2020 a été marquée par la nécessité d'une adaptation permanente pour les activités touristiques. Notre offre de séjour a été complètement repensée du fait de la crise sanitaire et nous avons réinventé des forfaits adaptés aux attentes des visiteurs.

Le service production-commercialisation Entre-deux-Mers Tourisme a donc travaillé sur le format de Bons cadeaux ayant une validité de 18 mois afin de correspondre aux attentes et à la réactivité dont les touristes avaient besoin.

L'aventure en famille, l'arrière-pays à vélo, escapade en amoureux ou vivez la vie d'un vigneron, des idées de séjour pour tous les goûts et tous les publics.



## 1.3 Les Conseils des experts de la Team Entre-deux-Mers Tourisme

Tout au long de la saison, l'équipe Entre-deux-Mers Tourisme a donné des conseils d'experts sur différents thèmes de visites, découverte de pépites par des posts journaliers sur la page Entre-deux-Mers Tourisme et sur les pages locales.

Le but était de favoriser le conseil éclairé pour faire découvrir ou redécouvrir le territoire aux visiteurs « les conseils de ... sur les meilleures rando »

Pour Entre-deux-Mers Tourisme il était important tous les jours de pousser les activités et disponibilités par type d'activités et de valoriser les thématiques du territoire et donner du contenu aux partenaires touristiques toutes les semaines via nos conseils.

#### 1.4 Lancement du partenariat « Mobalib »



Entre-deux-Mers Tourisme est engagé depuis 2014 sur la structuration, valorisation et promotion de l'offre accessible du territoire de l'Entre-deux-Mers. Il s'agit pour notre destination de favoriser le développement de l'offre touristique accessible à tous. Afin de proposer aux visiteurs un outil qualitatif pour connaître l'offre adaptée, Entre-deux-Mers Tourisme a lancé son partenariat avec Mobalib. Il s'agit d'une application qui permet de recenser les offres accessibles et d'en présenter tous les services de manière harmonisée. Des partenaires touristiques divers ont souhaité rejoindre le projet et se sont engagés à l'automne 2020 afin de préparer la future saison

touristique.

#### 1.5 Deux nouveaux circuits Terra Aventura

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 des premiers circuits, Entre-deux-Mers Tourisme poursuit son déploiement avec Zart à La Réole et Zechop à Monségur.



En 2020, le circuit de St Loubès est N° 1 du top 10 des circuits de Gironde !

## 2. Fonctionnement et organisation

### 2.1 Avec nos collectivités

En 2020, Entre-deux-Mers Tourisme a poursuivi la 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'agit de conforter ensemble le projet commun et son fonctionnement en l'adaptant de manière continue aux évolutions des tendances touristiques.

L'année 2020 nous a contraint à réadapter notre plan d'actions afin qu'il réponde au

contexte touristique en cette période de pandémie.

Nous avons donc travaillé avec nos partenaires institutionnels et nos collectivités de tutelle à la stratégie de relance pour la saison 2020.

Le socle de notre réflexion restant notre positionnement touristique, l'optimisation de la structure et son organisation, maintenir à niveau les outils de communication et renforcer le rôle de coordination de la structure avec une vraie volonté de développement de la destination.

Tout ceci afin de garantir une continuité de nos services et une organisation partagée par nos collectivités dans le cadre de la délégation de compétence tourisme sur les missions confiées.

- 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

Ce travail collaboratif, nous a permis de pouvoir proposer des services adaptés, d'inventer de nouveaux fonctionnements et de conforter des bases de réflexion pour les années à venir.

## 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 Promotion qui travaille en étroite collaboration avec les partenaires touristiques.

Une évolution des cotisations de **15% en moyenne depuis 2018.**

### Notre offre territoriale

**Les 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) ont été remplacées par des réunions en visio conférence ou des entretiens téléphoniques afin de s'adapter au contexte sanitaire.

Dès le premier confinement, un suivi des partenaires a été réalisé par l'ensemble de l'équipe Entre-deux-Mers Tourisme afin de leur apporter le plus d'informations possibles en fonction de leurs demandes.

Il a été impératif de maintenir le lien afin que les partenaires puissent se préparer à la saison.

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 Monségur et La Réole, des visites théâtralisées pour l'été.

Les repérages et vérifications des circuits pédestres avant la saison ont également été réalisés durant cette période.

#### > L'OFFRE EXHAUSTIVE ET LE NOMBRE D'ADHERENTS 2020

Dénomination	Nombre de prestations		Ecart
	Offre existante	Offre adhérente	%
Dégustations (tous produits)	312	50	16 %
Meublés et chambres d'hôtes	673	154	23 %
Hôtels	21	3	14 %
Campings	9	5	55 %
Equipements de loisirs	179	80	NS
Musées / Sites et monuments	318	34	NS
Restaurants	152	11	7 %
<b>Totaux</b>	<b>1664</b>	<b>337</b>	<b>20,25 %</b>
<b>Totaux hors NS</b>	<b>1167</b>	<b>223</b>	<b>19,10 %</b>

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 2020

L'équipe Entre-deux-Mers Tourisme a réadapté son fonctionnement en raison du contexte sanitaire, en revoyant les ouvertures des accueils saisonniers (La Sauve en juillet et août) et l'annulation des accueils hors les murs.

Chaque bureau d'information touristique a mis en œuvre un protocole d'accueil lié au contexte sanitaire en proposant des kits de documentation aux partenaires et visiteurs. Nous avons également proposé des accueils en visioconférence et favoriser les réponses via Messenger pour plus de réactivité.

## LA SAISON 2020

*c'est...*

**10 500** visiteurs en BIT  
**94%** de clientèle française  
**6 %** de clientèle étrangère  
**Hausse de fréquentation**  
des lieux de visite et  
activités de plein air sur  
juillet/août

**6850**

DEMANDES

32% Billeterie / boutique  
/ informations pratiques  
21% Patrimoine  
20 % Activités de plein air

**400**

PERSONNES  
lors des visites  
théâtralisées

**11 745**

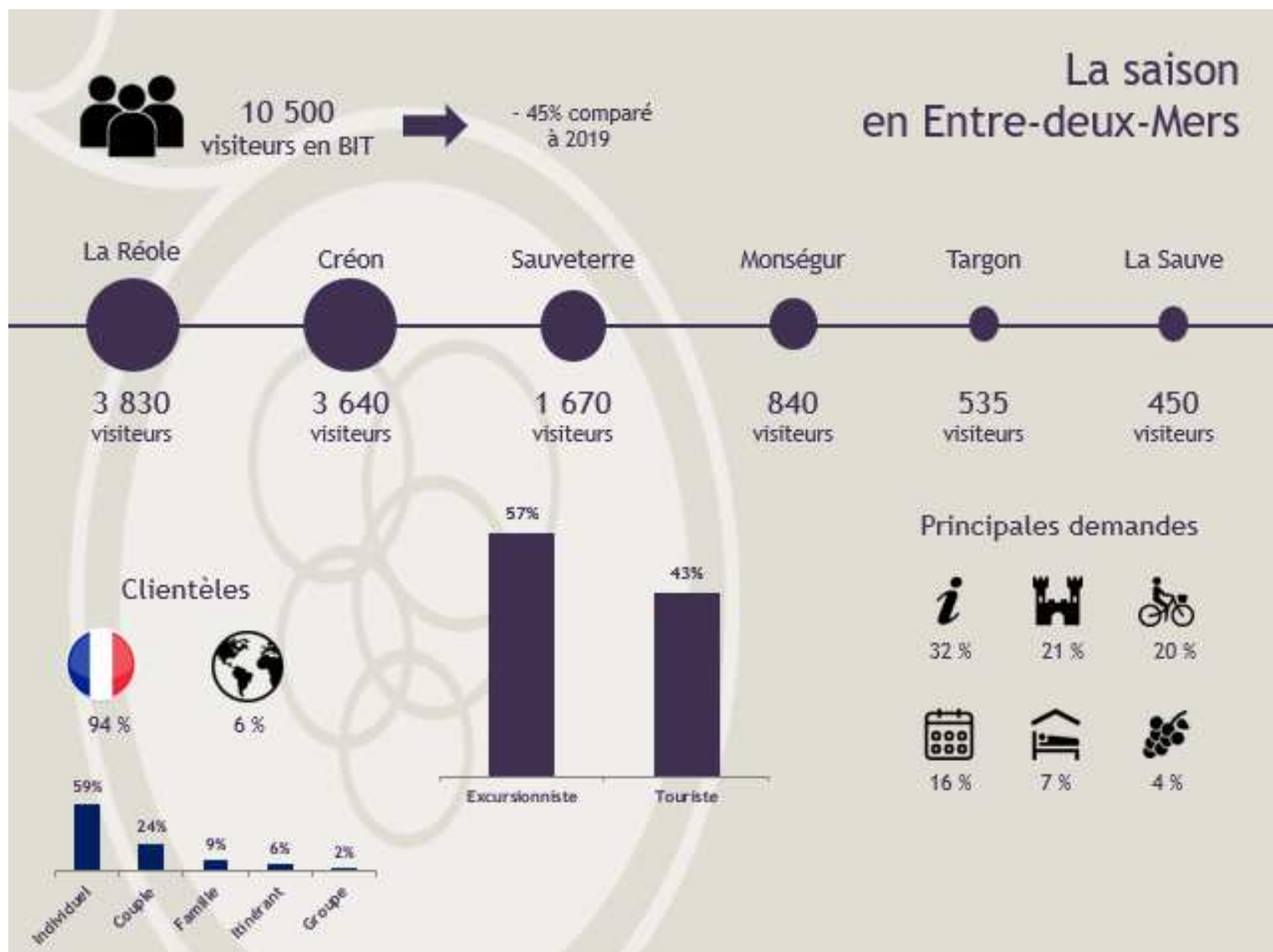
JOUEURS SUR TERRA AVENTURA

LA RÉOLE 2180 joueurs - juillet  
MONSÉGUR 260 joueurs - octobre  
SAUVETERRE 2340 joueurs - sur l'année  
CASTELMORON 2100 joueurs - sur l'année  
SAINT-LOUBÈS 5125 joueurs - sur l'année



**terra aventura**  
Geocaching Nouvelle-Aquitaine

**+ 2 NOUVEAUX PARCOURS**



### 3.2 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, une cinquantaine de partenaires sont équipés.

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



### 3.3 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 ouverts à l'année du territoire.

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. Une démarche de qualité pour nos accueils et une démarche de progrès permanente pour notre fonctionnement et notre organisation interne.

Le territoire Entre-deux-Mers labellisé Label Vignobles et Découvertes : Les Routes du Vins de Bordeaux en Entre-deux-Mers compte 136 prestataires labellisés sur ces itinéraires touristiques dont 16 nouvelles prestations pour 2020.

Notre réseau de partenaires labellisés vélo compte 87 partenaires dont 10 nouveaux en 2020.

33 hébergements ont également été classés sur l'année 2020.

Le contexte a malgré tout permis de renforcer le réseau des partenaires qui se sont intégrés dans les démarches qualité.

Plan qualité hébergement "Esprit Entre-deux-Mers" : un réseau de 50 partenaires engagés dans des projets communs :



- Répondre aux attentes de leur clientèle et augmenter leur fréquentation
- Renforcer la qualité de notre image territoriale
- Être accompagné dans la rénovation de leur hébergement touristique
- Être ambassadeurs de notre destination
- Participer au plan de formation dédié : anglais, juridique, commercialisation



### 3.4 Espace Pro du site web

Un espace pro est à disposition des prestataires touristiques :  
<https://pro.entredeuxmers.com/>.

Il est accessible à tous, adhérents comme non adhérents. Il nous a permis, durant la crise sanitaire, d'avoir un espace ressource où nous pouvions intégrer toutes les informations juridiques ou réglementaires à disposition. Les professionnels peuvent y retrouver l'ensemble des aides financières mise en place, les conditions d'annulation ou de report des séjours réservés durant cette période ou encore l'ensemble des protocoles de réouverture des différents secteurs : hébergements, lieux de visite, restauration... Cet outil nous a permis d'être réactifs. En effet, des mises à jour régulières sont faites en fonction des actualités. C'est également un espace dédié à toute l'information utile à nos partenaires touristiques.

## 4. Communiquer, Séduire et Attirer

### 4.1 Nos éditions



Entre-deux-Mers Tourisme participe habituellement 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.

Cette année a bien entendu nécessité une nouvelle organisation. Nous avons donc organisé une tournée dans les offices de tourisme partenaires afin de remettre notre documentation pour la saison et donné des créneaux de rendez-vous à nos prestataires touristiques pour récupérer nos kits de documentation touristique.

Cette adaptation nous a permis de gérer au plus près notre stock d'éditions.

## 4.2 Nos outils de promotion web

The infographic displays several digital marketing tools and their performance metrics:

- Site internet:** 56 750 visiteurs/an. The website features a banner for 'L'ARRIERE-PAYS BORDELAIS #WILDNATUREOFBORDEAUX'.
- Facebook:** 5 609 fans. The profile shows a scenic landscape with people on a path.
- Instagram:** Includes a 'Mais aussi...' callout and a grid of photos. Hashtags include #entredouxmers, #arrierepaysbordeais, and #wildnatureofbordeaux.
- Bons plans Week-ends:** A section for weekend offers with the text: 'Chaque semaine pour ne rien manquer des animations phares du territoire.'
- Newsletters:** A section for newsletters with the text: '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' and a callout '« C'est de neuf ? »'.
- Bordeaux Wine Trip:** A section for wine trips with the text: 'Pour les labelisés Vignoble et Découvertes, une promotion supplémentaire sur le site Bordeaux Wine Trip'.
- Flickr:** A section for a photo gallery with the text: 'Galerie photos libres de droits qui est à votre disposition pour vos outils de communication'.

+ de 60 000 visiteurs  
 + 7% de nouveaux utilisateurs par rapport à 2019  
 2.60 pages vues par session

Principales pages vues :

- Randonnée : 17 400 pages vues + de 40% d'augmentation par rapport à 2019  
 Viennent ensuite l'agenda, principalement cette année pour les mises à jour, puis le cyclotourisme et les Activités et loisirs.

## 4.3 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 2020 : 1494 abonnés

Les abonnés sont répartis de la manière suivante :

60% de Femmes et 40% d'hommes

Tranche d'âge : 50% des abonnés ont entre 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

Au 31/12/2020 : 2792 Fans

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

Top 3 des villes (provenance des Fans)

Bordeaux

La Réole

Sauveterre de Guyenne

3 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 : 823 abonnés

- Réseau : 187 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 %**

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.

## 4.4 Campagnes de communication



En 2020, Entre-deux-Mers Tourisme a poursuivi ses actions de promotion à destination du grand public en s'adaptant au contexte.

- Sud-Ouest et Républicain : travail de relations presse, transmission des informations actualisées.
- Envoi des dossiers de presse à notre fichier presse ainsi qu'aux agences de voyage et services presses ADT et CRT avec nos catalogues produits réactualisés.
- Au Top Vacances : diffusion des offres disponibles pour les familles sur les mois de juillet et août.
- Posts Facebook autour des produits : Tribu, chèques cadeaux, Au Top Vacances, week-end en famille.
- France Bleue Gironde Communication sur nos offres et sur le territoire dans le cadre du jeu concours Objectif Dune.

Objectif : donner des idées de sorties aux Girondins. Nous avons enregistré de très bons retours ce qui a conforté notre positionnement sur un tourisme de proximité.

## 4.5 Accueils presse et opérations de promotion



# COMMUNIQUER

## Plan départemental et régional



> **Cap Sud Ouest** : le 17 mai 2020 Rediffusion de l'émission sur l'Entre-deux-Mers : la Toscane du Bordelais sur France 3 Aquitaine et France 3 Grand Est.

> **Les Régionales de Tibo Rando** diffusion de la vidéo "Balade champêtre dans l'Entre-deux-Mers" sur Noa et reprise sur France 3 Aquitaine - novembre 2020.



# COMMUNIQUER

## Plan départemental et régional



OT DE BORDEAUX MÉTROPOLE  
+ CONTRAT DE DESTINATION BORDEAUX  
Campagne « Voyager local et solidaire »

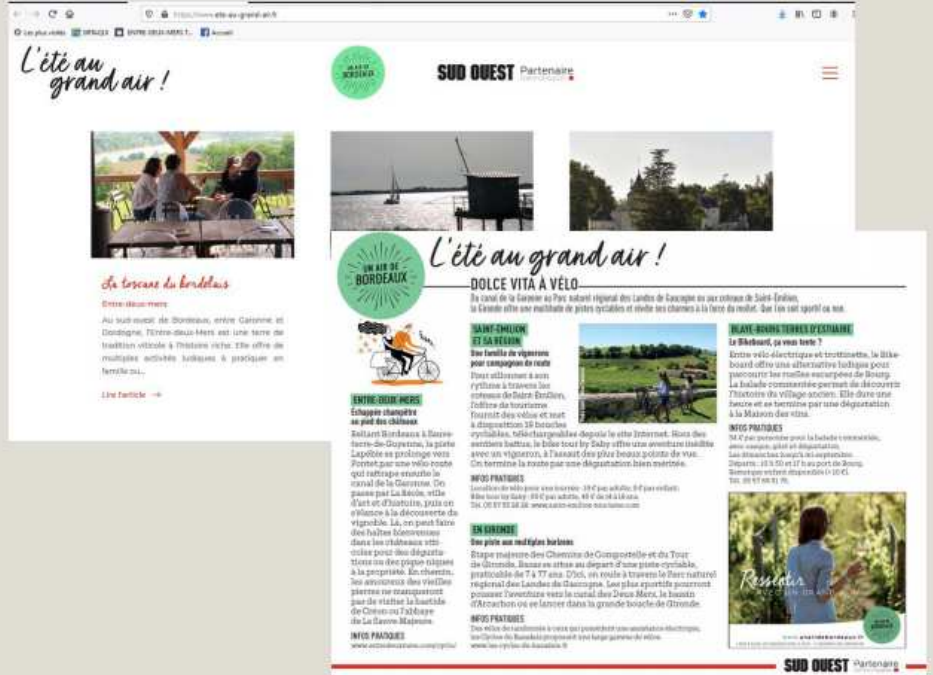
### SUD OUEST

**Supplément 4 pages dans le Sud Ouest Dimanche** -> 992 000 lecteurs + couverture sur l'Aquitaine et les 2 Charentes,

**Relai digital sur le site de Sud-Ouest et tous ses sites partenaires associés** -> 2 millions de pages affichées + 1 campagne social média (Facebook, Instagram).

**Campagne dans le Cahier d'été de Sud-Ouest** : une demi-page sur 8 semaines (du 4 juillet au 22 août) permettant de décliner tous les territoires (chacun sur une semaine) -> 1 millions de lecteurs.

**Création d'un mini site** [www.ete-au-grand-air.fr](http://www.ete-au-grand-air.fr) pour pouvoir retrouver l'ensemble des articles de Sud-Ouest (supplément 4 pages et les 8 demi-pages)



# COMMUNIQUER

## Plan départemental et régional

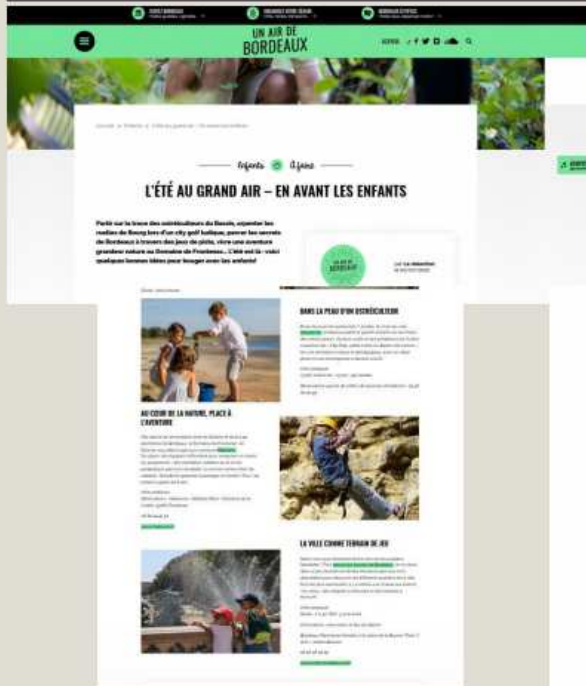


OT DE BORDEAUX MÉTROPOLE  
+ CONTRAT DE DESTINATION BORDEAUX  
Campagne « Voyager local et solidaire »

Site [www.unairdebordeaux](http://www.unairdebordeaux) : reprise des articles de Sud-Ouest dédié à un territoire environnant chaque semaine et relais dans le programme du week-end et de la newsletter hebdo ainsi qu'un post Facebook dédié à un produit touristique par semaine.

OT DE BORDEAUX MÉTROPOLE  
+ CONTRAT DE DESTINATION BORDEAUX

Campagne « Voyager local et solidaire »



1 post Facebook par semaine en lien avec les articles Sud-Ouest

Mise en avant d'une activité par territoire dans les programme du week-end

**Entre-deux-mers. Ces guides ont été écrits du passé**  
Suivre Augustine Michel, conseillère de la commune communautaire, ou le peintre Henri de Toulouse-Lautrec dans les rues de Marquay et La Bèze, écouter le journaliste Antoine de Curmat, né sous le Second Empire, décrire les évolutions de son époque à Céron ou encore se laisser porter par l'architecte Josephine de la Baudinière, qui décrypte le vie quadrillé des maisons de l'abbaye de Saint-Ferre, une manière ludique de mettre au jour les péripéties de l'Entre-deux-Mers.



Photo: Entre Deux Mers

**Entre-deux-Mers. Au cœur de la nature, place à l'aventure**  
Site isolé de 20 hectares doté de falaises et situé à 40 kilomètres de Bordeaux, le Domaine de Frontenac, en Gironde, accueille le parcours aventure Matheux. Sur place, des équipes s'affrontent pour remonter un filin. Au programme : rapid orientation, initiation au tir à l'arc, parcours parabolique, parcours acrobatique, ou encore construction de cabanes. Sessions garanties à partager en famille (Châ Barts).

Infos pratiques  
Réservations : Matheux - Matheux Paris - Domaine de la Livette, 33700 Frontenac. 06 60 34 41 30.  
www.matheux.fr



Photo: Matheux

# COMMUNIQUER

plan départemental et régional



Coup de projecteur sur l'Entre-deux-Mers la semaine du 31 juillet.

## ADT GIRONDE TOURISME

### Communication digitale « Feuille de Vigne et Bikini »

Coups de projecteur sur chaque destinations girondines et sur des thématiques fortes : posts sponsorisés, jeu-concours, playlists, bons plans, vidéo promotionnelles, article blog, relations presse thématiques...

Offre d'un week-end à 2 en Entre-deux-Mers dans le cadre du jeu-concours Instagram





# COMMUNIQUER

Plan régional  
et national

COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME NOUVELLE-AQUITAINE

Campagne Solidarité Tourisme  
Promotion du dispositif « chèques vacances »



Insertion d'une page de publicité consacrée à l'Entre-deux-Mers dans le guide digital de la Gironde et le guide digital régional.



# COMMUNIQUER

plan national

OT DE BORDEAUX MÉTROPOLE  
+ CONTRAT DE DESTINATION BORDEAUX

Campagne « Avec un Grand Air »

- > 7 articles par destination sur un Air de Bordeaux, mise en avant sur la home page avec les contenus « voyager local ».
- > Partenariat sur Oui Sncf pour redonner de la visibilité à Bordeaux sur cette plateforme
- > Achat d'espace publicitaire print et digital (presse générale et éco., lifestyle...)
- > Réseaux sociaux
- > Relations presse (réactivation voyage de presse national)



# COMMUNIQUER

plan national



15-16 octobre  
Accueil des Frères Lezbroz

Réponses aux sollicitations  
directes des journalistes



## 5. Commercialiser

### 5.1 Production

Afin de préparer l'après-crise, l'équipe Entre-deux-Mers Tourisme a travaillé sur un plan de relance stratégique post-Covid avec des objectifs adaptés à la situation. Deux formations avec la MONA ont été suivies pour accompagner les prestataires touristiques en période de crise et pour adapter leur scénario de reprise.

Un travail d'adaptation des produits existants a été réalisé pour mettre à jour les offres catalogue post-Covid.



## MISE EN MARCHÉ

-Vente en ligne des offres à destination des individuels sur le site [www.entredeuxmers.com](http://www.entredeuxmers.com)  
Objectif : assurer une visibilité supplémentaire à nos partenaires touristiques.



## 5.2 Boutiques Entre-deux-Mers Tourisme

Entre-deux-Mers Tourisme a poursuivi en 2020 le déploiement des boutiques dans chacun des bureaux d'information touristique du territoire. Afin de développer ces espaces dans les accueils et professionnaliser la gestion boutique, chaque bureau a été équipé d'un logiciel de gestion de caisse et des stocks mutualisé en partenariat avec Gironde Tourisme. Ce logiciel permet également la gestion des billetteries.

## 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 le développement des filières : œnotourisme, 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 et mise à jour des itinéraires sur les plateformes de promotion.

#### Accessibilité :

- Tourisme adapté : formations, cartographie et intégration de l'application dédiée Mobalink

#### Exemples de projets accompagnés :

- refonte du PDIPR à l'échelle de chaque CDC.
- projet touristique structurant de la gare de La Sauve.

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

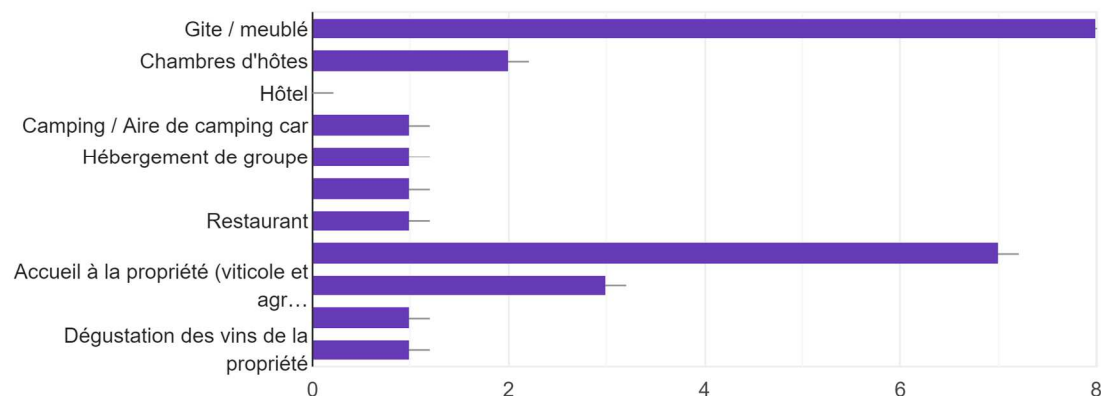
En 2020, 37 dossiers en cours privés ou publics sont accompagnés sur le territoire.

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 2020, 59 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 2020, ont eu lieu :

- des réunions d'information sur nos filières touristiques pour présentation de nos plans d'actions thématiques annuels : œnotourisme, cyclotourisme.
- des journées de formation à destination des meublés et chambres d'hôtes sur les aspects juridiques, fiscaux et sociaux, des sessions d'anglais,...
- des journées de formation : mieux communiquer sur son offre accessible à tous.
- des petits déj pro thématiques avec notre service commercial.

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 l'espace pro :  
<https://pro.entredeuxmers.com/>