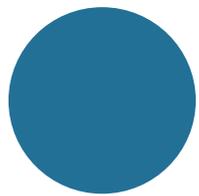




# Rapport d'activité 2022

Assemblée Générale Ordinaire  
Office de Tourisme des Grands Lacs  
*Le lundi 22 mai 2023*



# Préambule

2022

Un contexte  
inédit



# Un contexte inédit

Une année marquée par une catastrophe naturelle **survenue en juillet...**

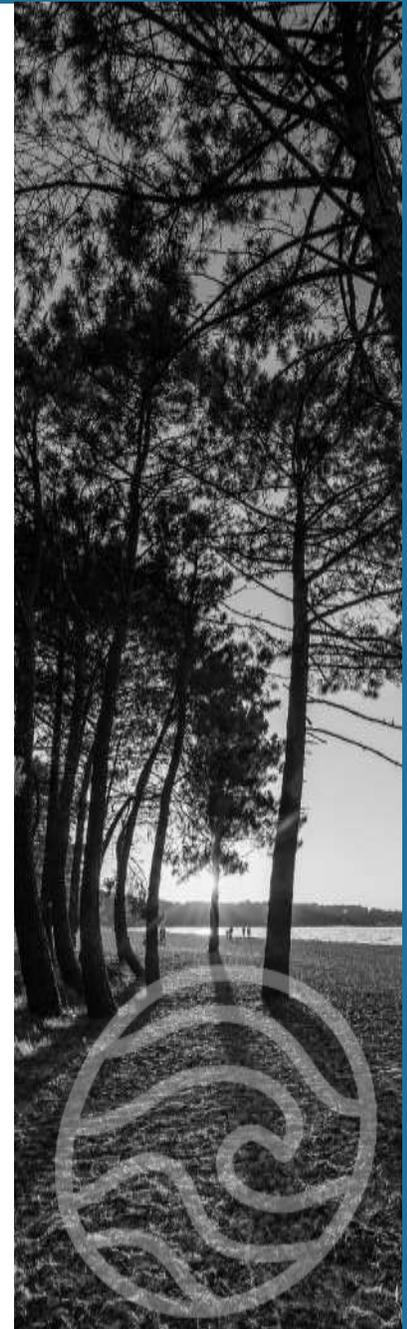


Les feux en Gironde, capturés par Effis, le système européen d'information sur les incendies de forêt.

© Capture écran, Effis.

**...cumulée avec une canicule importante** tout au long de l'été nécessitant

UNE ADAPTATION DE TOUS LES INSTANTS



1

# La Fréquentation



# Bilan Général de l'année

Nouveau record de nuitées touristiques en 2022



## 4.06 millions

de nuitées touristiques estimées (françaises et étrangères)

vs 3.1 millions en 2019 (+28%)

vs 3.5 millions en 2021 (+15.3%)

dont

3.3 millions (83%)  
de nuitées françaises  
(+12% / 2021)

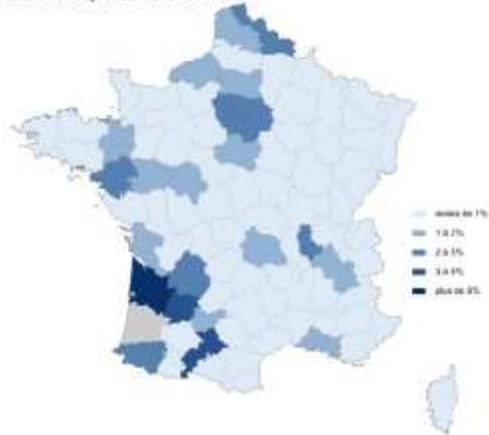
700 000 (17%)  
nuitées étrangères  
(estimées)  
(+36% / 2021)



# Bilan Général de l'année

## Clientèle française de la destination 83%

Les Grands Lacs: Origine de la clientèle en 2022



Poids important de la clientèle des départements voisins comme la Gironde

## Clientèle étrangère de la destination 17 %

Retour de la clientèle étrangère dont le niveau de fréquentation dépasse 2019.



- 1 ALLEMAGNE 23% +42 % / 2021
- 2 ROYAUME-UNI 15% +544 % / 2021
- 3 PAYS-BAS 14% +60 % / 2021



# Les bureaux d'Information Touristique

## Statistiques bureaux

	Personnes renseignées au comptoir	Total personnes renseignées (comptoir, tel, mail, envoi infos)
Biscarrosse Plage	28 701 (-15%)	37 356
Biscarrosse Ville (juil/août)	1 833 (-43 %)	/
Sanguinet	7 217 (-25%)	6 467
Parentis en Born	4 632 (-49%)	4 971

Total personnes renseignées : 49 090 (-16%)

Contexte d'accueil : bureau de Biscarrosse ville fermé 1 semaine début juillet. Personnel transféré à Biscarrosse plage pour renforcer l'accueil téléphonique au moment des incendies (600 appels/jour).

## Statistiques hors les murs

Juillet / Août



GASTES  
8 sorties  
**229**  
personnes

STE  
EULALIE EN  
BORN  
7 sorties  
**142**  
personnes



2

# Le Site Internet



# Statistiques Biscagrandslacs.com



795 000 visites

(vs 712 000 en 2021 +12%)

Pages vues	Pages vues par visite	temps moyen passé
1 487 900	2.2	2.04 mn

## Provenance géographique top 5 (régions)

 Nouvelle-Aquitaine, France

 Occitanie, France

 Hauts-de-France, France

 Île-de-France, France

 Auvergne-Rhône-Alpes, France

## Provenance géographique top 5 (pays)

 France

 Royaume-Uni

 Espagne

 Allemagne

 Belgique



18 146 visites

durée moyenne d'une visite

3 min 8s

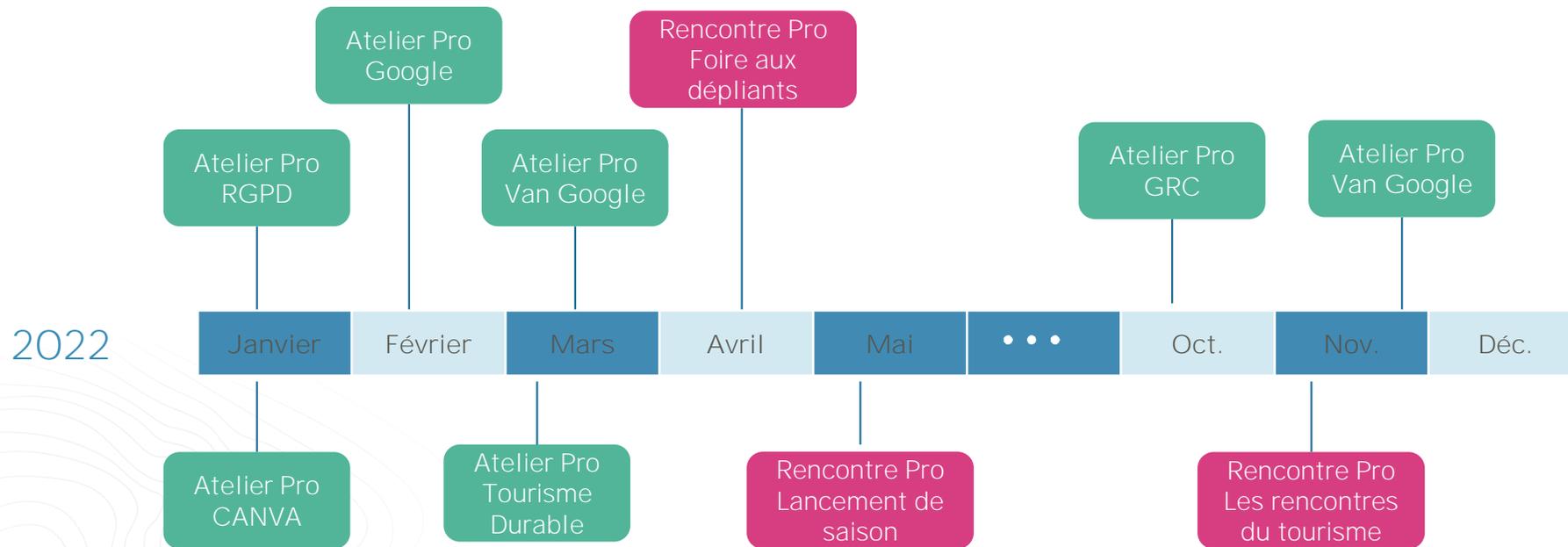
49 460 pages vues

3

# Développement Touristique



# Les ateliers professionnels, rencontres et coordination



# Soutien et conseil aux porteurs de projets

## 8 Porteurs de projets accompagnés et conseillés



1

Accompagnement à la **récupération de données** d'observatoire (quantitatives et qualitatives) pour :

- étude de marché
- étude de (re)positionnement

2

Accompagnement dans **l'étude de marché**

3

Accompagnement au montage de **dossiers d'aides** (subventions tourisme, Région, Département, Europe)

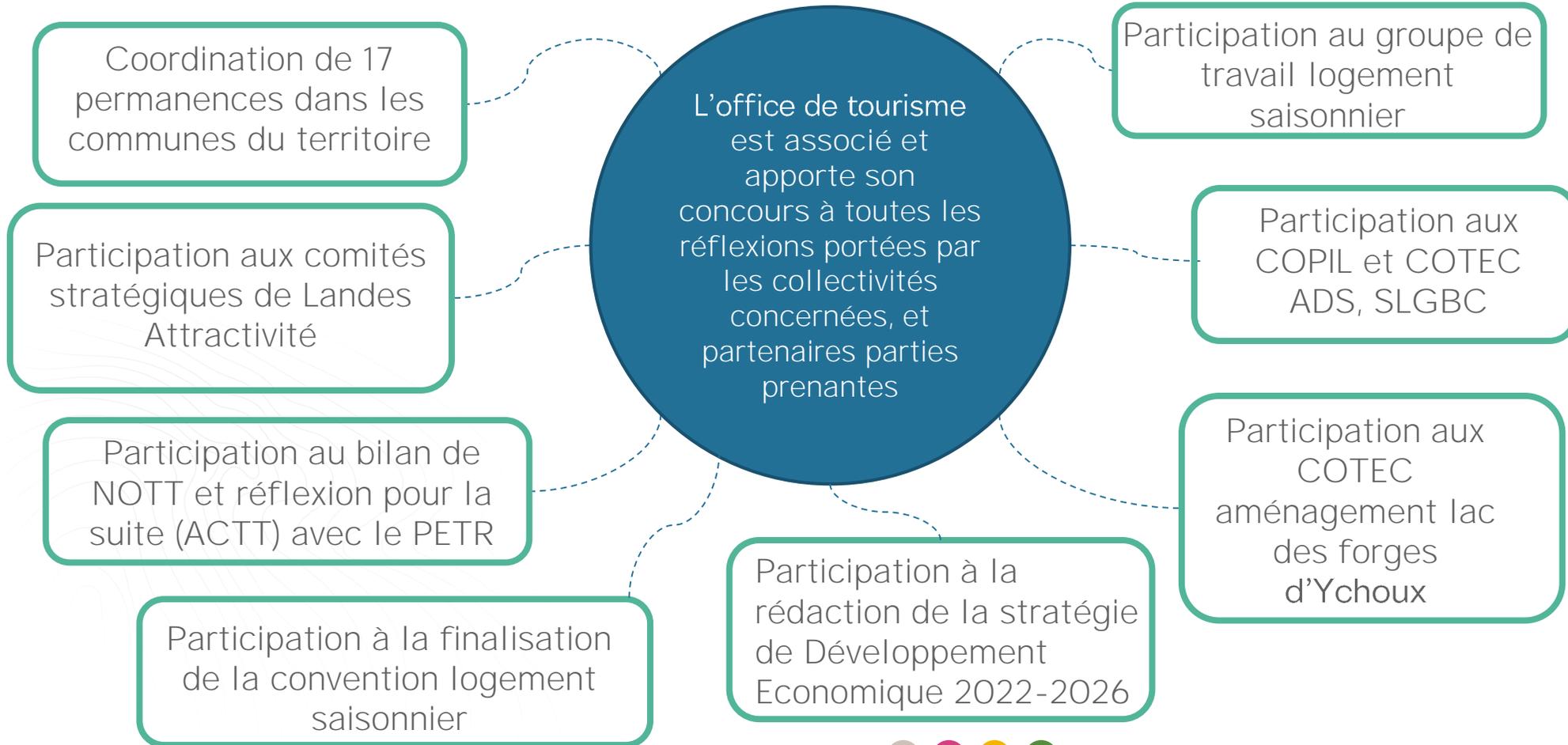
4

Accompagnement et veille sur :

- les **classements**
- les **labels** et **signes de qualité**
- la **réglementation** en vigueur



# Projets et enjeux du territoire



# Projet carafe d'eau

Création du logotype « Aigua » l'eau des Grands Lacs dans le cadre d'un projet de la Communauté de Communes visant à la fabrication de 150 carafes d'eau par la SAUR à destination des salles de séminaires et réunion du territoire. Ces carafes seront dans un deuxième temps proposées gratuitement à l'ensemble des restaurants du territoire.



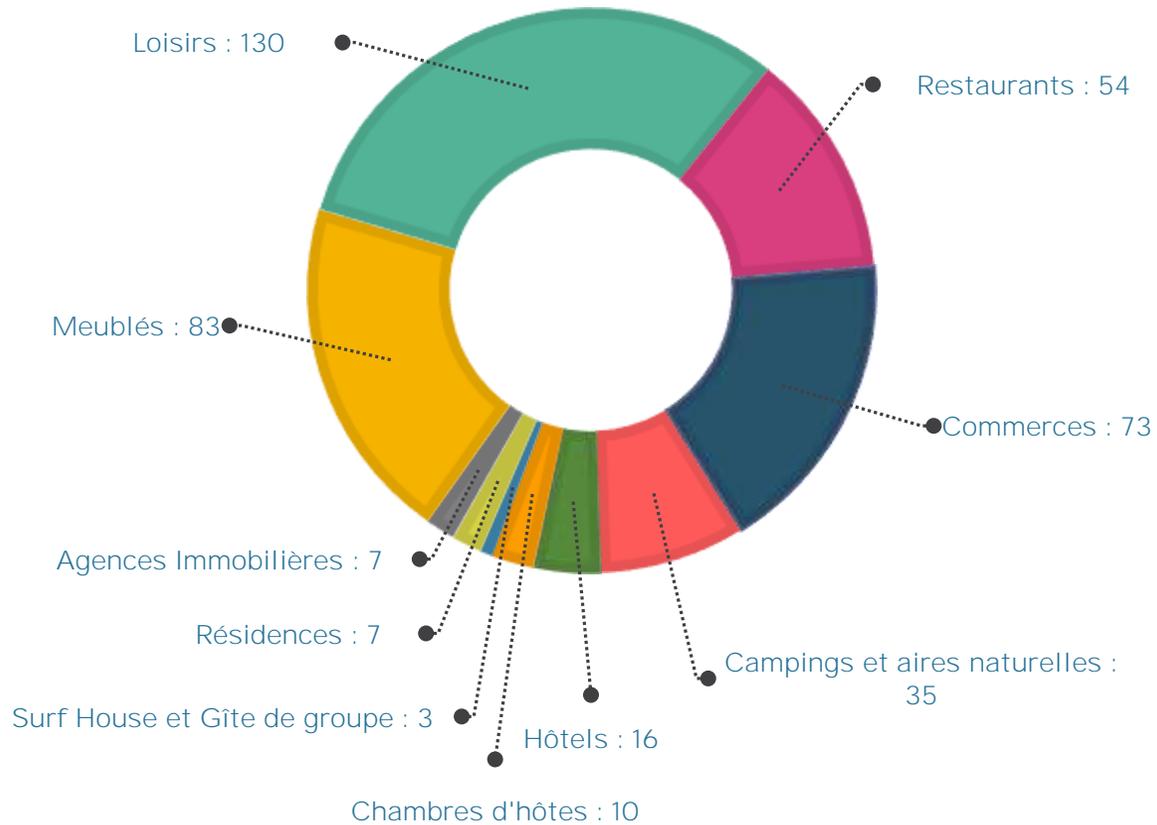
4

# Partenariats et Démarches Commerciales

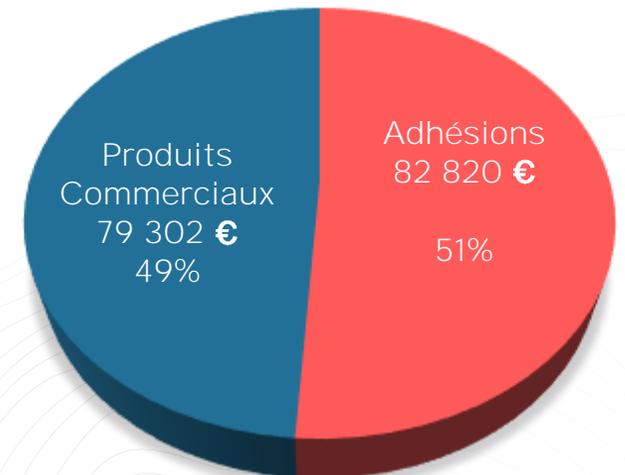


# Données chiffrées

## 418 PARTENAIRES



## CHIFFRE D'AFFAIRE 162 122 €



5

# Classement des meublés de tourisme



# Classement des meublés de tourisme



202 classements en 2022  
*(vs 129 en 2021)*



Chiffre d'Affaires **32 790 €**  
*(vs 19 930 € en 2021)*

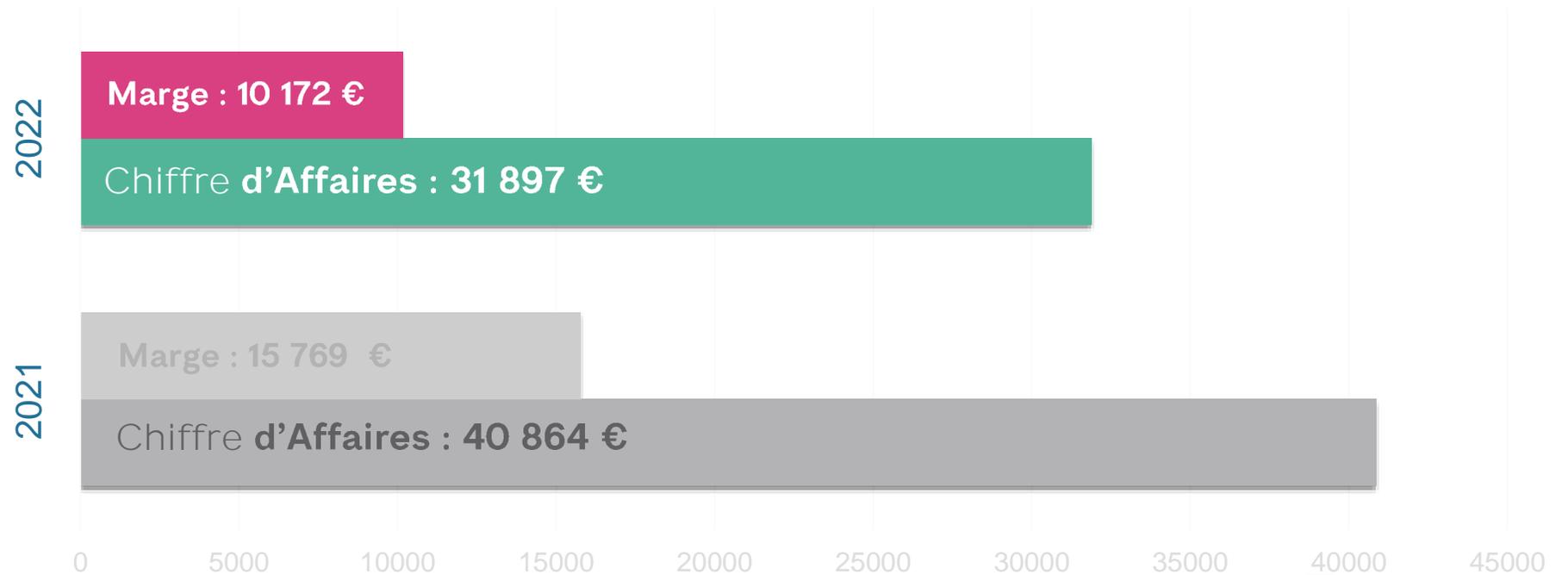


6

# La Boutique & la Billetterie



# La boutique en chiffres



## Top 3 des ventes

Plan Topo Guide Biscarrosse  
Médaille souvenir  
Textiles

1



2



3



# La Billetterie

Revente des activités et produits  
des partenaires



Vente directe des produits et  
activités de l'Office de Tourisme

## MISE EN AVANT SUR

les écrans  
d'accueil...



...le Web reservation.biscagrandslacs.com



...les guides animations & billetterie



50 partenaires >> 170 activités

...campagnes webmarketing dédiées



Chiffre d'Affaires

**174 845 €**

(vs **87 742,15 €** en 2021)



7

# Nos animations



# Les animations de Biscarrosse

Une programmation événementielle orientée sur la découverte du territoire, les traditions, le ressourcement et le sport



**115 événements** *(85 événements estivaux / 30 événements ailes de saison)*  
pilotes ou coordonnés par l'Office de Tourisme  
*entre le 1<sup>er</sup> avril et le 31 août 2022*

## Quelques événements marquants

Le Big Tour  
Juillet 2022



Le 15 Août et concert  
de Julien Loko  
Août 2022



Le troquet vagabond  
Septembre 2022



**Exploitation  
De la Patinoire  
de Glace**



*Décembre 2022*

8 648 entrées  
Sur 3 semaines  
d'exploitation



# Les animations de Sanguinet & Gastes

Sanguinet



15 événements *(sports, gastronomie, enfants et familles)*  
pilotés par l'Office de Tourisme



+

Le Festival Jazz in Sanguinet  
*Un événement incontournable de l'été*

15 CONCERTS sur 3 jours 2800 SPECTACTEURS



Gastes

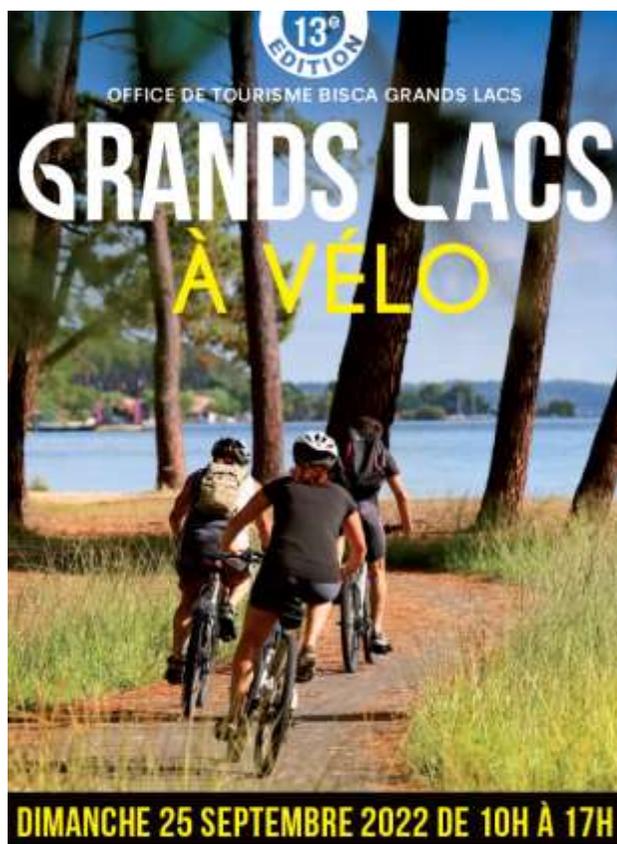


12 événements *(sports, gastronomie, enfants et familles)*  
coordonnés par l'Office de Tourisme et financés collectivement  
par les acteurs économiques et la ville



# Les Grands Lacs à Vélo

Une treizième édition positive autour de nombreuses animations organisées aux Arènes de Parentis tout au long de la journée



**GRANDS LACS** DÉPART DE LA GARE D'YCHOUX EN DIRECTION DES ARÈNES ROLAND PORTALIER À PARENTIS-EN-BORN **Bisca Grands Lacs** Comité de Lacs



Profitez de cette journée pour rejoindre en vélo les arènes Roland Portalier à Parentis-en-Born depuis la gare d'Ychoux, et participez à l'inauguration d'une nouvelle piste cyclable.

Sans oublier le 20<sup>ème</sup> anniversaire de la Communauté de Communes des Grands Lacs !

**10H00**

• Rendez-vous à la gare d'Ychoux. Collation autour d'un café et de verrosertes

**11H00**

• Inauguration de la nouvelle piste cyclable, rue Simon Dumartin à Ychoux  
• Puis, départ en direction des arènes à Parentis-en-Born par les pistes cyclables

**12H00**

• Restauration et bière truck aux arènes Roland Portalier à Parentis-en-Born (en partenariat avec l'association Chez Les Landais)

Location de vélos et navettes de retours (voir p.4)

**POUR ROULER EN SÉCURITÉ, PENSEZ À VOTRE CASQUE ET VOTRE GILET FLUORESCENT !**



**13H00 À 17H00**

Animations gratuites pour petits et grands aux arènes

• Yoyo le clown et ses vélos rigolos



• Saut sur coussin d'air  
• Mur d'escalade  
• Manège écocitoyen  
• Initiation aux trottinettes électriques  
• Circuit de voitures électriques

• Marché du vélo d'occasion  
• Ambiance musicale assurée par La Band'à Bisca

*Soyez actifs...*

• La carte de Gulliver Plan surdimensionné des Grands Lacs posé au sol et sur lequel vous pourrez marcher, tel Gulliver chez les Lilliputiens, visualiser le territoire, les secteurs à développer, et y inscrire vos propositions pour améliorer les itinéraires cyclables. Les équipements, les services...



8

# Les actions de promotion de la destination le digital



# Ecrans d'information dans les OT et chez les partenaires

14 écrans sur le territoire

- 4 affichages répartis dans nos bureaux d'informations touristiques (*Biscarrosse - Sanguinet – Parentis en Born*)
- 10 de nos partenaires locaux et les mairies.



# Les réseaux sociaux

Objectif : Développer la notoriété de la marque et de la destination  
Séduire de nouveaux clients  
Fidéliser les fans



Facebook :  
65 000 Fans

Facebook : 1 483 718 personnes atteintes  
par nos publications en 2022



Instagram :  
13 850 abonnés



YouTube : 533 000  
vues de nos vidéos



Twitter :  
2358 abonnés



Pinterest :  
180 abonnés



# La Gestion de la Relation Client

Objectif : Amélioration de la RC

Récupération de données qualifiées

Fidélisation de la clientèle

et conquête de nouvelle clientèle + Parcours automatisé pour les hébergeurs

- Base de données : 34 712
- Taux d'ouverture OT : 61%
- Taux d'ouverture Hébergeurs : 64 %



**Vous avez demandé notre Magazine 2022 ?**  
[Téléchargez-le en cliquant ici !](#)



Destination  
Bisca Grands Lacs !  
[Téléchargez le mag](#)



**Vous partez à Bisca Grands Lacs ?  
Voici notre sélection d'hébergements !**



**HÔTELS**

Découvrez notre offre d'hôtels sur Biarritz et sur les Grands Lacs pour des vacances au top ! [Découvrez en plus](#)



**CHAMBRES D'HÔTES**

Besoin de vous détendre ? Partez pour un séjour NATURE dans l'une de nos maisons d'hôtes ! [Découvrez en plus](#)



**Notre agenda d'animation pour un séjour inoubliable !**

Parce que des vacances réussies ne passent pas qu'une plage et baignade, voici notre agenda d'activités et d'animations !



Découvrez les animations sportives et les événements culturels  

[EN LIRE PLUS](#)



Marchés artisanaux, expositions ou visites guidées de la région ? A vous de choisir !  

[EN LIRE PLUS](#)



# Le blog de destination

Objectif : Accompagner les acteurs touristiques locaux dans leur stratégie digitale

Blog expérientiel

> En 2022 :

- 21 articles écrits et publiés sur le blog
- 21 Newsletter envoyées à une base de 23 800 personnes
- 98 017 pages vues sur le blog
- 516 800 personnes atteintes via la diffusion des articles sur Facebook



## Le Top des marchés de l'été à Bisca Grands Lacs

Vous aimez flâner et chiner sur les marchés ? Y acheter vos produits frais et découvrir des produits artisanaux ?



## Vacances d'été en tribu : 7 jours, 7 activités

Pour tous les goûts, et pour tous les âges... Vous repartirez des souvenirs plein la tête !



## Notre road trip dans les Landes

Inspirez-vous pour créer votre itinéraire pour un road trip sur les routes de Bisca Grands Lacs...



## 7 activités traditionnelles à tester seulement à Bisca Grands Lacs

Du gemmage, aux marais, en passant par les échasses, les activités traditionnelles à Bisca Grands Lacs, c'est 100% fun !

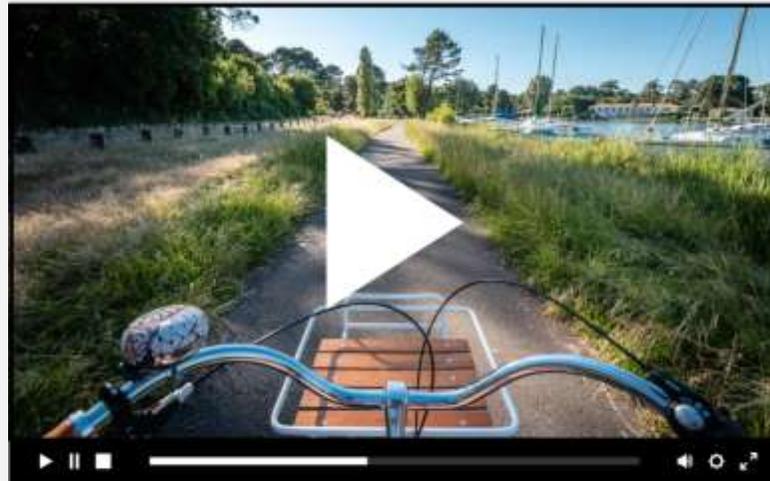


# Les campagnes vidéos

Objectif : développer la notoriété de la marque en local et sur les grandes villes aux alentours (sur les ailes de saison)

## VIDÉO PROMOTIONNELLE de 1min40 secondes et de 21 secondes

- 1 vidéo promotionnelle de la destination sur les réseaux sociaux en cible nationale et en cibles prioritaires régionales et locales.



Diffusion ADS  
Facebook + Google  
via Youtube

309 925  
Vues

40 697  
interactions



# Les campagnes Webmarketing (1)

Objectif : Activer de la réservation d'hébergements puis d'activités



## Campagne d'Activités

> En 2022 :

- CA généré de 4000 €
- CPC à 0.17€ (très attractif)
- Budget : 2000€
- Ajout de budget (suite aux incendies) : 500€

## Campagne Hébergement

> En 2022 :

- Taux de conversion : 25% ( $\frac{1}{4}$  personne effectue une action)
- CPC de 0.6€ (très attractif) à 1.70€
- Budget : 1500€
- Ajout de budget (suite aux incendies) : 500€

## Campagne Week-End

> En 2022 :

- Taux de conversion : 20% ( $\frac{1}{5}$  personne effectue une action)
- CPC de 0.6€ (très attractif) à 1.70€
- Budget : 455€ (de très bons résultats pour un petit budget week-end sur les ailes de saison)



# Les campagnes Webmarketing (2)

Objectif : Activer de la réservation d'hébergements puis d'activités



## Bilan des campagnes Campagne de notoriété



Des résultats très positifs :

**Au niveau de la visibilité :**

un nombre important de personnes atteintes au vu du budget, des personnes qui ont pour beaucoup regardé la vidéo dans son intégralité, avec un faible coût par visionnage.

**Au niveau de l'engagement :** un taux d'engagement très élevé avec un coût par interaction très bas.

**Au niveau du trafic :** un taux de clic bon avec un coût par clic faible.



# Les campagnes Webmarketing (2)



Objectif : Activer de la réservation **d'activités sèches**

## Bilan des campagnes Campagne activités sèches



**Visite du sentier des résiniers**  
+ 12 ans : 5,00€

Réserver



**Découverte des orairies**  
Gratuit

Réserver



**Location de Waterbike**  
Dès 13,00€

Réserver



**Échasses Landaises**  
7,00€

Réserver



**Pirogue Hawaïenne**  
4 pers. : 35,00€

Réserver



Des résultats très positifs :

Plus de 56 000€ d'ajout au panier et des paiements initiés d'une valeur de 21 000€ pour un montant dépensé de 3 000€ !



# Les campagnes Webmarketing (2)

Objectif : Activer de la **réservation d'hébergements** puis d'activités



## Bilan des campagnes Campagne d'hébergements



Des résultats très positifs :

Plus de 144 000€ d'ajout au panier et des paiements initiés d'une valeur de 20 000€ pour un montant dépensé de 1 200€ !



# Les campagnes Webmarketing (2)

Objectif : Activer de la **réservation d'hébergements** puis d'activités



## Bilan des campagnes Campagne d'hébergements n°2



Des résultats moins bons à cette période (les internautes sont moins dans une démarche de réservation au mois de septembre qu'en avant saison). On a tout de même plus de **7 700€** d'ajout au panier. Et les taux de conversion d'une étape à l'autre du parcours client restent très élevés !



# Les campagnes Webmarketing (3)

Objectif : Activer de la **réservation d'hébergements en relance post incendies**



À partir du 20 juillet

## Objectifs

### Envoyer un trafic qualifié sur le site

- Comment s'assurer que l'objectif a été atteint ?
- Le taux de clic est élevé
  - Le coût par clic est faible

### Générer des réservations pour les hôtels et chambres d'hôtes qui ont subi des annulations à cause des incendies

- Comment s'assurer que l'objectif a été atteint ?
- Le nombre de conversions est élevé
  - Le taux de conversion est élevé

## Cibles

- **Audience froide** : cible régionale + côte Atlantique



Relance post incendies



- Bien que les résultats restent moins bons que la précédente campagne hébergement, **les taux de conversion d'une étape à l'autre du parcours client sont très élevés. C'est très positif !**
- D'ailleurs le montant total des ajouts au panier s'élève à plus de **6 700€** ! Quant à la valeur des paiements initiés, elle monte à plus de **2 600€**.



# Les campagnes Webmarketing (4)

leboncoin

Objectif : Développer la notoriété de la destination auprès de 3 cibles :

- Les vacanciers du printemps
- Les amateurs de pêche
- Les amateurs de vélo



Campagnes	Impressions	Clics	CTR	Budget dépensé
Cible Printemps ELE0088569_Masthead	1,200,089	1,086	0.09%	3,000.22 €
Cible Printemps ELE0088570_Masthead	747,558	3,521	0.47%	2,990.23 €
Cible Pêche ELE0088571_Masthead	335,848	1,092	0.33%	1,544.90 €
Cible Vélo	338,647	1,591	0.47%	1,490.05 €
<b>Total général</b>	<b>2,622,142</b>	<b>7,290</b>	<b>0.28%</b>	<b>9,025.40 €</b>



9

# Les autres actions de promotion de la destination



# Les éditions

Objectif : Accueillir, informer, promouvoir

Magazine de séjours



38 000 exemplaires

Guide hébergements



5 000 exemplaires

Guides animations et billetterie



127 000 exemplaires en 4 éditions :  
Printemps-Juillet-Août-Automne



# Les insertions publicitaires (presse)

Objectif : Développer la notoriété du territoire

Journal : Figaro Magazine  
Date Diffusion : Juin 2022

**RÉSERVEZ VOTRE SÉJOUR DANS LES LANDES à Bisca Grands Lacs !**

- Réserver la maison à la
- Louer les vélos
- Appeler l'école de
- Prendre le soleil des
- Emmener le chien

Office de Tourisme  
05 58 78 20 96

**MAGAZINE OFFERT**  
On vous offre le guide de vos vacances à Bisca Grands Lacs, dans les Landes. Scannez le QR Code et téléchargez votre magazine.

Journal : Paris Match  
Parution : Mai 2022

**UNE ESCAPADE DANS LES LANDES à Bisca Grands Lacs**

On vous propose une journée de votre escapade dans les Landes. On s'est facilement mis d'accord sur le thème de la destination, ce sera les Bisca Grands Lacs ? Plage de sable fin, eaux cristallines et activités pour tous ! en a assez ?

- 09:00 **1. Arrivée à Bisca Grands Lacs**  
Après un trajet de quelques heures par avion ou train, vous arrivez à Bisca Grands Lacs. C'est le moment de louer votre logement et de vous installer dans votre logement.
- 10:30 **2. Déjeuner à Bisca Grands Lacs**  
Après un trajet de quelques heures, vous arrivez à Bisca Grands Lacs. C'est le moment de louer votre logement et de vous installer dans votre logement.
- 12:30 **3. Déjeuner à Bisca Grands Lacs**  
Après un trajet de quelques heures, vous arrivez à Bisca Grands Lacs. C'est le moment de louer votre logement et de vous installer dans votre logement.
- 14:30 **4. Activités à Bisca Grands Lacs**  
Après un trajet de quelques heures, vous arrivez à Bisca Grands Lacs. C'est le moment de louer votre logement et de vous installer dans votre logement.
- 16:30 **5. Dîner à Bisca Grands Lacs**  
Après un trajet de quelques heures, vous arrivez à Bisca Grands Lacs. C'est le moment de louer votre logement et de vous installer dans votre logement.
- 18:15 **6. Nuit à Bisca Grands Lacs**  
Après un trajet de quelques heures, vous arrivez à Bisca Grands Lacs. C'est le moment de louer votre logement et de vous installer dans votre logement.

Réservez votre séjour à Bisca Grands Lacs  
bisca-grands-lacs.com

Journal : Chalosse Tourisme  
Parution : Saison 2022

« A deux pas de la Chalosse... Retrouvez-nous ici ! »

Bisca Grands Lacs  
www.bisca-grands-lacs.com

**Objectif :**  
Attirer la clientèle de l'arrière-pays landais vers la destination Bisca Grands Lacs.



# Les accueils presse & blogueurs (via OT/CDT/CRT)



## Journal allemand "Radwelt"

Sujet : ARTICLE SPÉCIAL VÉLO-TRIP SUR LA CÔTE ATLANTIQUE

*Venue en avril 2022*



## Voyage de presse

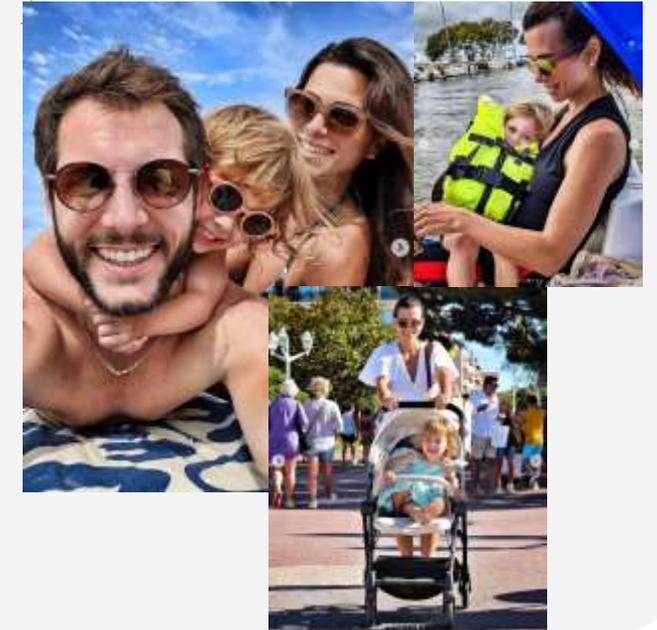
Sujet : DIFFÉRENTS ARTICLES DE PRESSE DANS 5 MAGAZINES ALLEMANDS

*Venue en mai 2022*

## Influenceur Clément Lazuech

Sujet : VOYAGE EN FAMILLE D'UNE SEMAINE AU MOIS D'AOÛT 2022

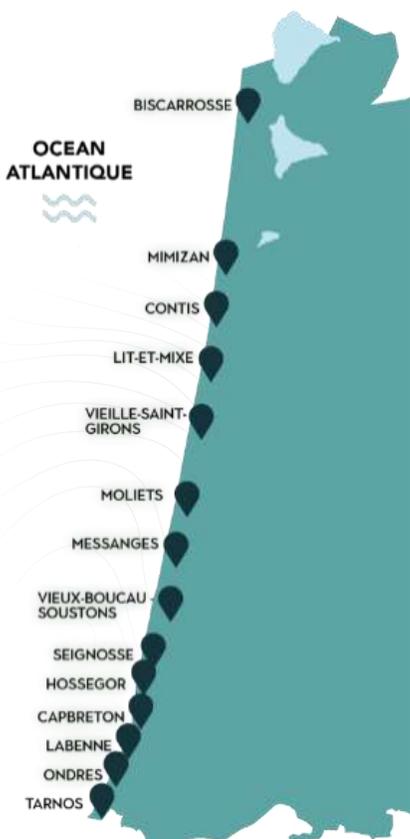
*Posts photos et stories sur [sa page](#)*



# Le Contrat Destination Atlantique et Club Littoral

## Club Littoral landais

Objectif : Développer la notoriété du littoral landais et conquérir de nouvelles clientèles



Plan d'actions souple et adapté au contexte sanitaire. Stratégie orientée sur des actions numériques → Accueil de blogueurs - Facebook Ads

42 000 € HT (CDT + Ots)

= 10 ACTIONS

Faire connaître

- ▶ TV segmentée
- ▶ Réseaux sociaux

Convaincre

- ▶ TV segmentée
- ▶ RP

Faire acheter

- ▶ Search
- ▶ Retargeting

## Contrat Destination Atlantique

Objectif : Développer la notoriété de la côte Atlantique conquérir de nouvelles clientèles étrangères

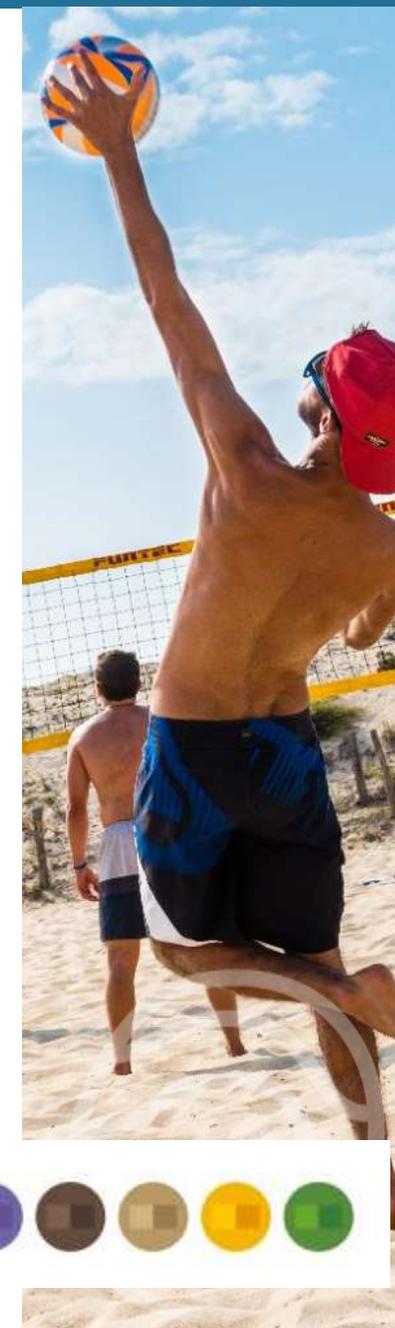


Relations presse

- ▶ Réseaux sociaux
- ▶ Marketing digital
- ▶ Commercialisation

LANDES :

Audience potentielle : 8 M



10

# La vie de la structure



# Etude de refonte des bureaux d'accueil

Consultation lancée pour le réaménagement, la valorisation et la scénographie des Bureaux d'Information Touristique

## Plan de Financement

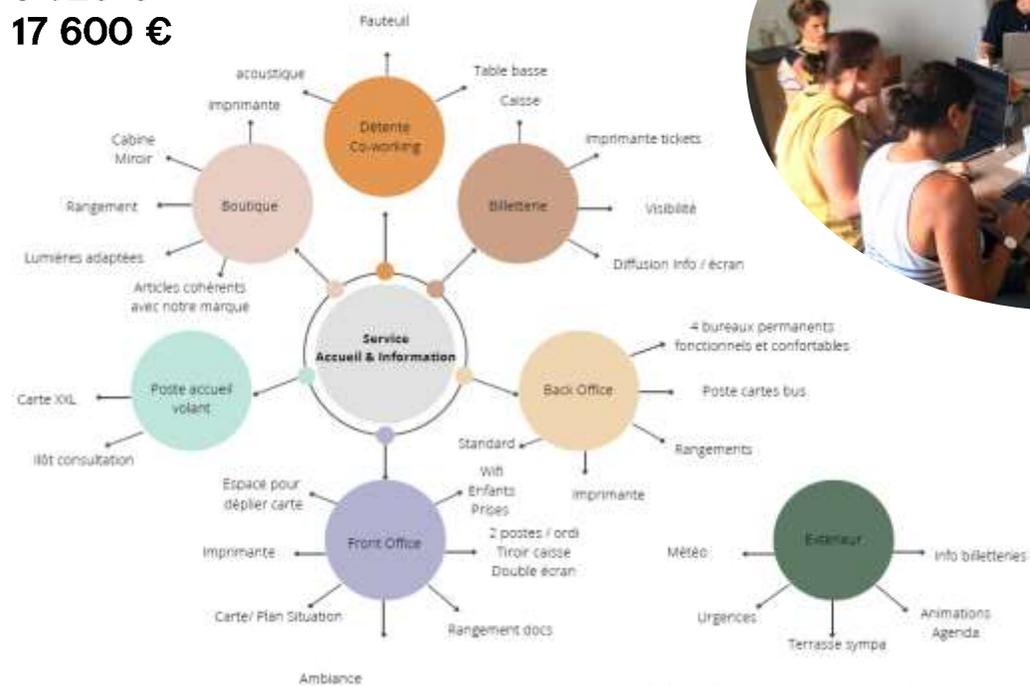
Région Nouvelle Aquitaine	38 %	6 800 €
Département des Landes	39 %	6 880 €
Autofinancement	20 %	3 920 €
<b>Total</b>		<b>17 600 €</b>



RÉGION  
**Nouvelle-Aquitaine**



Département  
**des Landes**





# Merci de votre attention

Présentation à retrouver sur [www.biscagrandslacs.com/espace-pro](http://www.biscagrandslacs.com/espace-pro)

