

**Convention annuelle 2024 - Subvention de fonctionnement
entre Gironde Tourisme et Bordeaux Métropole**

Entre les soussignés

L'Agence de Développement Touristique de la Gironde, régie par la loi du 1^{er} juillet 1901, dont le siège social est situé Immeuble Gironde, 1 et 4 terrasse du 8 mai 1945 – CS 92015 – 33076 Bordeaux, représentée par sa Présidente Karine Desmoulin
ci-après désignée « organisme bénéficiaire »

Et

Bordeaux Métropole, dont le siège social est situé Esplanade Charles de Gaulle – 33045 Bordeaux cedex, représentée par son Président, Alain Anziani, dûment habilité aux fins des présentes par délibération n° 2024/ du Conseil de Bordeaux Métropole du 2 février 2024.

ci-après désignée « Bordeaux Métropole »

PRÉAMBULE

Bordeaux Métropole a retenu, dans le cadre de ses compétences en matière de tourisme, le programme d'actions initié et conçu par l'organisme bénéficiaire, décrit à l'Annexe 1_plan d'actions 2024 de Gironde Tourisme, laquelle fait partie intégrante de la convention.

Ce projet est conforme à l'objet statutaire de l'organisme bénéficiaire.

En application de l'article 10 de la loi n° 2000-32 1 du 12 avril 2000 relative aux droits des citoyens dans leurs relations avec les administrations et de l'article 1^{er} du décret d'application n° 2001-495 du 6 juin 2001, une convention s'impose pour tout financement public aux organismes de droit privé supérieur à 23 000 €.

ARTICLE 1. OBJET ET TEMPORALITÉ DE LA CONVENTION

La présente convention a pour objet de définir les conditions dans lesquelles Bordeaux Métropole attribue une subvention à l'organisme bénéficiaire pour l'année 2024.

L'organisme bénéficiaire s'engage à son initiative et sous sa responsabilité à mettre en œuvre, en cohérence avec les orientations de politique publique mentionnées au préambule, le programme d'actions décrit à l'annexe 1_Plan Actions 2024.

Dans ce cadre, Bordeaux Métropole contribue financièrement à ce projet et n'attend aucune contrepartie directe de cette contribution.

ARTICLE 2. CONDITIONS DE DÉTERMINATION DE LA SUBVENTION

Bordeaux Métropole s'engage à octroyer à l'organisme bénéficiaire une subvention plafonnée

à 180 000 €, équivalent à 7,08 % du montant total estimé des dépenses éligibles (d'un montant de 2 542 505 €), conformément au budget prévisionnel figurant en Annexe 2.

Cette subvention est non révisable à la hausse.

Dans l'hypothèse où la subvention accordée est inférieure à la subvention demandée par l'organisme, il appartient à ce dernier de trouver les recettes nécessaires à l'équilibre du budget prévisionnel.

ARTICLE 3. CONDITIONS D'UTILISATION DE LA SUBVENTION

La subvention accordée devra être utilisée conformément à l'objet défini en préambule. Toute contribution inutilisée ou non utilisée conformément à son objet devra être remboursée.

Par ailleurs, selon les dispositions prévues à l'article L.1611-4 du Code général des collectivités territoriales (CGCT), il est interdit à tout groupement ou à toute association, œuvre ou entreprise ayant reçu une subvention d'en employer tout ou partie en subventions à d'autres associations, œuvres ou entreprises, sauf lorsque cela est expressément prévu dans la convention conclue entre la collectivité territoriale et l'organisme subventionné.

ARTICLE 4. MODALITÉS DE VERSEMENT DE LA SUBVENTION

Bordeaux Métropole procèdera au versement de la subvention selon les modalités suivantes :

- 70%, soit la somme de 126 000 €, après la signature de la présente convention
- 30%, soit la somme de 54 000 € après les vérifications réalisées par Bordeaux métropole, conformément à l'article 5.

La subvention sera créditée au compte de l'organisme bénéficiaire selon les procédures comptables en vigueur.

ARTICLE 5. JUSTIFICATIFS

Pour pouvoir prétendre au versement du solde de la subvention, l'organisme bénéficiaire s'engage à fournir dans les six mois de la clôture de l'exercice comptable et au plus tard le 31 août 2025, dans le respect des dispositions du droit interne et du droit communautaire :

- un compte rendu financier, signé par la Présidente ou toute personne habilitée, et conforme à l'arrêté du 11 octobre 2006 pris en application de l'article 10 de la loi n°2000-321 du 12 avril 2000 relative aux droits des citoyens dans leurs relations avec les administrations. Ce document retrace de façon fiable l'emploi des fonds alloués pour l'exécution des obligations prévues dans la présente convention. Il est accompagné d'un compte rendu quantitatif (notamment le budget financier définitif « signé » faisant apparaître les écarts entre le prévisionnel et le réalisé) et qualitatif du programme d'actions comprenant a minima les éléments mentionnés à l'Annexe 1.
- le rapport général et le rapport spécial sur les conventions règlementées du commissaire aux comptes accompagnés des comptes annuels signés et paraphés par le commissaire aux comptes (bilan, compte de résultat, annexes aux comptes annuels) prévus par l'article L.612-4 du code de commerce.
- le rapport d'activité ou rapport de gestion.

À défaut de communication des documents susmentionnés, auprès de Bordeaux Métropole dans les délais impartis, l'organisme est réputé renoncer au versement du solde de la subvention.

ARTICLE 6. AUTRES ENGAGEMENTS

- L'organisme bénéficiaire communique sans délai à Bordeaux Métropole la copie des déclarations mentionnées aux articles 3, 6 et 13-1 du décret du 16 août 1901 portant réglementation d'administration publique pour l'exécution de la loi du 1^{er} juillet 1901 relative au contrat d'association.
- L'organisme bénéficiaire fournit la copie de toute nouvelle domiciliation bancaire.
- En cas d'inexécution ou de modification des conditions d'exécution et de retard pris dans l'exécution de la présente convention par l'organisme bénéficiaire, pour une raison quelconque, celui-ci doit en informer Bordeaux Métropole sans délai par lettre recommandée avec accusé de réception.
- Respect des règles de la concurrence : l'organisme bénéficiaire pourra être soumis aux directives communautaires de coordination des procédures de passation des marchés publics dans la mesure où celui-ci répondrait à la définition de « pouvoir adjudicateur » ou « d'entité adjudicatrice » au sens du droit communautaire

ARTICLE 7. CONTROLES EXERCÉS PAR BORDEAUX MÉTROPOLE

L'organisme bénéficiaire s'engage à faciliter le contrôle par Bordeaux Métropole, tant d'un point de vue quantitatif que qualitatif, de la réalisation des actions prévues, de l'utilisation de la subvention attribuée et de façon générale de la bonne exécution de la présente convention.

Bordeaux Métropole peut demander le cas échéant, toute explication ou toute pièce complémentaire qu'elle juge utile quant à l'exécution de l'action subventionnée.

Sur simple demande de Bordeaux Métropole, l'organisme bénéficiaire devra lui communiquer tous les documents utiles de nature juridique, fiscale, sociale, comptable et de gestion.

En vertu des dispositions de l'article L.1611-4 du CGCT, Bordeaux Métropole pourra procéder ou faire procéder par des personnes de son choix aux contrôles qu'elle jugerait utiles pour s'assurer de la bonne utilisation de la subvention et de la bonne exécution de la présente convention.

À cette fin, l'organisme bénéficiaire conserve les pièces justificatives de dépenses pendant 10 ans pour tout contrôle effectué a posteriori.

ARTICLE 8. ASSURANCES ET RESPONSABILITÉS

L'organisme bénéficiaire exerce les activités rattachées à la présente convention sous sa responsabilité exclusive.

L'organisme bénéficiaire s'engage à souscrire toutes les polices d'assurances nécessaires pour garantir sa responsabilité et pour que la responsabilité de Bordeaux Métropole ne puisse être recherchée.

Il devra être en capacité de produire à tout moment à Bordeaux Métropole les attestations d'assurance correspondantes.

ARTICLE 9. COMMUNICATION

L'organisme bénéficiaire s'engage à mentionner le soutien apporté par Bordeaux Métropole (notamment en apposant le logo de Bordeaux Métropole) sur les documents destinés au public, ainsi qu'à l'occasion de toute manifestation publique ou opération médiatique qui pourrait être organisée par ses soins.

Il s'engage par ailleurs à ce que les relations qu'il pourra développer en direction des partenaires privés ou publics, dans le cadre d'opérations de mécénat ou de parrainage, ne puissent en aucune manière porter atteinte à l'image de Bordeaux Métropole ou laisser entendre, sauf autorisation expresse de sa part, que Bordeaux Métropole apporte sa caution ou son soutien à ce partenaire.

ARTICLE 10. SANCTIONS

En cas d'inexécution ou de modification substantielle et en cas de retard des conditions d'exécution de la convention par l'organisme bénéficiaire sans l'accord écrit de Bordeaux Métropole, cette dernière peut exiger le reversement de tout ou partie des sommes déjà versées au titre de la présente convention, diminuer ou suspendre le montant de la subvention, après examen des justificatifs présentés par l'organisme et avoir préalablement entendu ses représentants. Bordeaux Métropole en informe l'organisme par écrit.

ARTICLE 11. AVENANT

La présente convention ne peut être modifiée que par avenant signé par les deux parties. Les avenants ultérieurs feront partie de la présente convention et seront soumis à l'ensemble des dispositions qui la régissent.

ARTICLE 12. CONTENTIEUX

Les difficultés qui pourraient résulter de l'application de la présente convention feront l'objet, préalablement à toute procédure, d'une conciliation à l'amiable devant un tiers choisi par les deux parties.

En dernier ressort, les litiges qui pourraient s'élever entre les parties au sujet de l'exécution de la présente convention seront soumis au tribunal administratif de Bordeaux.

ARTICLE 13. ÉLECTION DE DOMICILE

Les notifications ou mises en demeure faites entre les parties au titre des dispositions de la présente convention sont valablement effectuées par lettre recommandée avec avis de réception, adressée à leur domicile respectif dans le ressort de l'exploitation.

Pour l'exécution de la présente convention et de ses suites, les parties font élection de domicile :

Pour Bordeaux Métropole :

Monsieur le Président de Bordeaux Métropole
Esplanade Charles de Gaulle
33045 Bordeaux cedex

Pour l'organisme bénéficiaire :

Madame la Présidente de Gironde Tourisme

Immeuble Gironde
1 et 4 Terrasse du 8 mai 1945
CS 92015
33076 Bordeaux

PIÈCES ANNEXES

Les pièces suivantes sont annexées à la présente convention :

- Annexe 1 : Actions 2024
- Annexe 2 : Budget prévisionnel 2024
- Annexe 3 : Modèle de compte-rendu qualitatif et financier

Fait à Bordeaux, le _____, en 3 exemplaires

Signatures des partenaires

Pour Bordeaux Métropole
La Vice-présidente
Brigitte Bloch

Pour Gironde Tourisme,
La Présidente
Karine Desmoulin

ANNEXE 1 - PLAN D' ACTIONS PRÉVISIONNELLES

Le tourisme est un atout majeur pour la Gironde, qui dispose de territoires diversifiés et de professionnels de qualité. Il représente 558 000 lits touristiques, 8 millions de séjours et 42 millions de nuitées/an, 40 369 emplois salariés et non-salariés en moyenne annuelle, 3,2 milliards d'€ de dépenses annuelles directes des touristes.

Le **Conseil départemental de la Gironde a souhaité se doter d'un nouveau Document d'Orientations Tourisme et Loisirs**, offrant une vision cohérente, dynamique et durable du tourisme girondin.

Un travail de concertation a été mis en place avec les offices du tourisme et EPCI.

En parallèle, une enquête auprès des Girondins a été diligentée.

Ce travail collégial et concerté a permis **l'adoption, le 12 décembre 2022 en séance plénière du Conseil départemental, du Document d'Orientations Tourisme et Loisirs.**

La **volonté politique du Département n'est plus d'être à la recherche exclusive "du plus de touristes" mais "d'accueillir mieux les différentes clientèles", avec une répartition plus équilibrée au niveau de l'ensemble du territoire girondin, et de s'engager sur un tourisme à l'année, avec des propositions adaptées au fil des saisons.**

Il convient de mieux prendre en compte la clientèle locale dans la variété de ses pratiques, dans une dimension inclusive et solidaire, **et de réintégrer les Girondins au cœur de la stratégie touristique.**

C'est cette feuille de route que Gironde tourisme s'appliquera à mettre en œuvre de 2023 à 2028 :

- développer un tourisme durable, responsable et accessible à tous,
- faire de l'itinérance et du slow tourisme une marque identitaire du département,
- renforcer la solidarité territoriale par la structuration des filières identitaires,
- impulser une gouvernance territoriale et favoriser la co-construction.

PLAN D' ACTIONS 2024



1. OBSERVATOIRE/SIT

Observatoire

Objectif DOTL : accompagner les acteurs - renforcer l'observation touristique en partenariat avec les territoires et les filières

Outil d'information et d'aide à la décision pour tous les acteurs publics et privés, l'observatoire de Gironde tourisme a pour vocation d'apporter une meilleure connaissance des filières et des marchés touristiques de la Gironde. Il collecte, interprète et restitue des données essentielles sur l'économie touristique départementale - données quantitatives (offre et fréquentation, retombées économiques) et qualitatives (connaissance des clientèles) - qu'il met à la disposition de ses partenaires institutionnels et privés.

En 2024, Gironde tourisme va poursuivre le déploiement de nouveaux indicateurs permettant de mieux connaître l'activité touristique départementale à partir de nouveaux outils et nouvelles méthodologies, notamment celles basées sur l'exploitation des données numériques récupérées via web scraping :

- analyse du marché locatif de particuliers à particuliers sur les plateformes en ligne à partir des données fournies par la plateforme Transparent, retenue dans le cadre d'un dispositif mutualisé au niveau national,
- suivi des clientèles aériennes internationales en s'appuyant sur une solution fondée sur le big data issu des réservations aériennes permettant de suivre l'évolution des réservations vers la destination, en temps réel et par marché émetteur,
- observation de l'e-réputation avec l'agrégateur d'avis FairGuest, solution d'observation en ligne permettant de suivre et d'analyser les avis issus de plus de 20 plateformes dans le monde tant d'un point de vue quantitatif (agrégation des avis et des notations déposés) que qualitatif (analyse sémantique) et pour tous les types d'offres touristiques,
- estimation des flux touristiques via la téléphonie mobile avec la solution "Flux Vision Tourisme" développée par Orange Business et co-construite avec ADN Tourisme et le réseau des ADT.

Gironde tourisme participera également au déploiement de la plateforme nationale France Tourisme Observation, nouveau data-hub de la filière tourisme intégrant de nombreuses applications mobilisant des jeux de données originaux de nature conjoncturelle, structurelle et prospective et exploitant les dernières technologies de pointe en data visualisation et machine learning.

----- Gironde Tourisme -----



En complément, les travaux pérennes reposant sur des outils éprouvés seront reconduits notamment :

- enquêtes hébergements avec l'INSEE (en particulier hôtellerie et hôtellerie de plein-air),
- enquêtes de conjoncture auprès des professionnels en partenariat avec le CRT Nouvelle-Aquitaine.

Gironde tourisme participera à l'étude de clientèle menée par le CRT au niveau régional visant à disposer de données de cadrage macro économiques sur les profils et les comportements des clientèles française et étrangère à l'échelle de la région et des départements qui la composent. La dernière étude de ce type date de 2019.

Compte-tenu de l'évolution des habitudes de consommation, de l'impact de plus en plus grand des nouvelles technologies dans les processus d'information et d'achat, il apparaît indispensable de réactualiser ces données et d'apporter un éclairage sur les nouvelles pratiques touristiques.

Système d'Information Touristique et utilisation des datas touristiques

Objectif DOTL : favoriser les synergies entre acteurs publics et privés - conforter le système d'information touristique

Depuis plus de 20 ans, les institutionnels du tourisme s'appuient sur des plateformes numériques d'agrégation de données, nommées systèmes d'information touristique (SIT) alimentés par des réseaux associant offices de tourisme, agences de développement touristique et comités régionaux de tourisme. Tous travaillent ensemble pour gérer la donnée touristique.

Tendant vers l'exhaustivité et détaillées, les données des SIT permettent d'exercer différentes missions : promotion, observation, lien avec les socioprofessionnels, gestion de la relation client, etc. Elles servent à des transactions nombreuses et variées (réservations, achats, communication, production de catalogues, etc.).

Progressivement complétés par des interfaces web, applications et outils de GRC, les SIT sont une réponse tangible et effective aux enjeux de la promotion touristique numérique. Les connecteurs et API permettent de diffuser les données vers un écosystème d'applicatifs et d'interfaces numériques qui dépendent, parfois intégralement, des données contenues dans les SIT. Tous les SIT se sont ouverts à l'open data, notamment via la plateforme DATAtourisme.

En Nouvelle-Aquitaine, le SIRTAQUI (Système d'Informations Régional Touristique de Nouvelle-AQUitaine) rassemble environ 350 structures, principalement des offices de tourisme, des responsables de filières et des organismes labellisateurs, et plus de 1100 utilisateurs, dont près de la moitié en utilisation quasi-quotidienne.

----- Gironde Tourisme -----

Immeuble Gironde - 1 et 4 Terrasse du 8 mai 45 - CS 92015 - 33076 Bordeaux Cedex

Tél. +33(0)5 56 52 61 40 / Courriel : contact@gironde-tourisme.com / Site : www.gironde-tourisme.fr - Association loi 1901 - N° SIRET 781843750 00055
Code APE 8413Z - Immatriculée au registre des opérateurs de voyage et de séjours sous le numéro IM0033190012



Gironde tourisme assure l'administration du SIT en Gironde, l'animation du réseau des partenaires départementaux ainsi que l'assistance aux utilisateurs.

En 2023, Gironde tourisme a participé au Comité de Pilotage de l'étude réalisée par le CRT concernant l'utilisation des datas touristiques en Nouvelle-Aquitaine.

En 2024, Gironde tourisme prendra part à la mise en oeuvre de la feuille de route définie collectivement au niveau régional visant à :

- construire une gouvernance partagée de la donnée (établir une charte organisationnelle, évaluer et améliorer la qualité, faciliter et automatiser la mise à jour par les socioprofessionnels, associer plus largement les réutilisateurs de données, se doter d'indicateurs partagés d'observation et de suivi, accroître la digitalisation des professionnels, construire un écosystème applicatif de référence),
- s'engager dans une démarche de numérique responsable (tenir compte des impacts du numérique, qu'ils soient environnementaux, sociaux ou sociétaux, pour guider la stratégie).

2. QUALITÉ et TOURISME RESPONSABLE

Objectif DOTL : accélérer les transitions vers un tourisme éco responsable

- Accompagner et soutenir les professionnels dans la transition environnementale de leurs activités et dans les labellisations et certifications durables

Depuis 2017, Gironde Tourisme propose aux hébergements et sites touristiques girondins un accompagnement à la mise en œuvre d'une démarche environnementale appliquée à leur secteur d'activité.

S'engager permet aux hébergements et sites de visite de :

- structurer leur démarche environnementale grâce à des référentiels recensant les meilleures pratiques du secteur,
- réduire leurs coûts en maîtrisant leurs consommations en eau, énergie, déchets, et en sélectionnant des équipements plus sobres en énergie,
- se présenter sereinement aux audits pour obtenir une certification reconnue et différenciante.
- se positionner et répondre à une demande de la clientèle en augmentation constante et continue.

Depuis 2021, Gironde Tourisme accompagne également les prestataires des secteurs de l'hébergement ou de la restauration à déposer une demande de subvention dans le cadre du Fonds du Tourisme Durable. Il s'agit d'identifier avec le prestataire les postes d'amélioration de

----- Gironde Tourisme -----



performance et d'examiner les achats ou services à mettre en place, faisant l'objet de financements de l'Ademe.

Gironde Tourisme s'engage donc à maintenir et développer les actions d'accompagnement suivantes :

Pré-diagnostics pour Ecolabel Européen

Diagnostics Fonds du Tourisme Durable

Informations territoires sur la transition environnementale

Organisation d'un évènement pendant la semaine du tourisme durable

Diagnostics NF Environnement

Communication sur le sujet de la transition environnementale (site pro, LinkedIn...)

Accompagnement des offices de tourisme dans une démarche RSE

Objectif DOTL : agir pour un tourisme solidaire et accessible à tous

Gironde Tourisme a acquis, depuis vingt ans, une expertise reconnue sur le sujet de l'accessibilité aux personnes en situation de handicap. Il s'agit donc de capitaliser et de continuer à accompagner les porteurs de projets sur ce sujet tout en initiant de nouveaux projets collaboratifs.

- Accompagner les prestataires dans leurs démarches de labellisation tourisme accessible

Déployer la marque Tourisme et Handicap

Labelliser T&H des itinéraires de promenade/randonnées

Nouveau : Co construire des produits de balades ou découvertes pour jeunes en situation de handicap

- Initier des actions en collaboration avec la démarche 100% inclusive du CD

Mettre en place des ateliers de formation-action avec associations PSH et Groupes Entraide Mutuelle (GEM)

Organiser deux éducteurs pour les associations de PSH

Contribuer au développement de lieux de séjours adaptés

- Promouvoir des actions innovantes en faveur des personnes en situation de handicap

En lien avec le pôle Communication, améliorer l'accessibilité du site GT, des sites internet des OT et des brochures (FALC)

Améliorer l'accessibilité des Pistes de Robin à labelliser T&H

Organiser une formation au FALC et à l'accueil des PSH pour les prestataires touristiques

- Déployer des actions avec l'ANCV

Organiser un workshop CSE/prestataires tourisme

- Valoriser l'offre départementale de tourisme solidaire par des opérations de promotion en direction des professionnels de l'accompagnement social

Pendant deux ans, Gironde Tourisme a organisé un partenariat dont l'objectif était de créer une passerelle entre l'action sociale du Conseil Départemental de la Gironde et Gironde Tourisme, à

----- Gironde Tourisme -----

Immeuble Gironde - 1 et 4 Terrasse du 8 mai 45 - CS 92015 - 33076 Bordeaux Cedex

Tél. +33(0)5 56 52 61 40 / Courriel : contact@gironde-tourisme.com / Site : www.gironde-tourisme.fr - Association loi 1901 - N° SIRET 781843750 00055
Code APE 8413Z - Immatriculée au registre des opérateurs de voyage et de séjours sous le numéro IM0033190012



travers la mise en place de projets vacances soutenus méthodologiquement et financièrement par Vacances Ouvertes. De cette première action (2021/2023), d'autres projets voient le jour comme :

- Mettre en place un programme d'éductours destinés aux travailleurs sociaux
- Organiser un séminaire tourisme social (travailleurs sociaux et prestataires touristiques)
- En lien avec le pôle Communication, réaliser des capsules vidéo pour les travailleurs sociaux
- Pérenniser les actions avec le Secours Populaire (éductours bénévoles, vide-dressing territoires...)

- Réfléchir au positionnement de GT

Réfléchir à une réponse à l'Appel à Projet de la conférence des financeurs

Objectif DOTL : renforcer la solidarité territoriale par la structuration des filières

Soutenir les actions en faveur de la qualification des offres

Poursuivre le classement des meublés de tourisme pour lequel Gironde Tourisme est accrédité et la qualification des chambres d'hôtes avec Chambre d'hôtes Référence.

Outil : application métier Glam

Déployer la marque Qualité Tourisme pour les sites de visite et activités sportives et de loisirs

Objectif DOTL : impulser une gouvernance territoriale et favoriser la co-construction

- Soutenir la professionnalisation des acteurs touristiques, notamment par l'organisation de rencontres thématiques

Organiser deux matinées de GT

- Déployer un réseau d'expertise et d'ingénierie autour de GT pour accompagner les territoires et les professionnels, en lien avec Gironde Ressources

Club Ingénierie (adhésion et déplacements)

Mise en place du service d'accompagnement des meublés et chambres d'hôtes

Organiser des demi-journées sur des sujets techniques pour les OT et les professionnels (normes ERP, incendie, urbanisme...)

- Association Acteurs du Tourisme Durable

Adhésion et participation aux travaux

Participer à l'accueil des Universités du Tourisme Durable 5/6 novembre 2024

Classement et marque Qualité Tourisme des offices de tourisme :

Accompagnement des offices de tourisme de Gironde + 5 OT hors Gironde (4 en Dordogne et 1 en Lot et Garonne) pour l'élaboration du dossier de classement de l'office de tourisme, labellisation Générosité de l'Accueil, préparation à la marque Qualité Tourisme : mise en place, audits blancs puis suivi.

Gironde tourisme anime le Club Qualité Gironde. Ce club pilote un ensemble d'**actions d'animation collective de la démarche qualité** des offices de tourisme, qu'ils soient marqués Qualité Tourisme

----- Gironde Tourisme -----

Immeuble Gironde - 1 et 4 Terrasse du 8 mai 45 - CS 92015 - 33076 Bordeaux Cedex

Tél. +33(0)5 56 52 61 40 / Courriel : contact@gironde-tourisme.com / Site : www.gironde-tourisme.fr - Association loi 1901 - N° SIRET 781843750 00055
Code APE 8413Z - Immatriculée au registre des opérateurs de voyage et de séjours sous le numéro IM0033190012



ou pas, notamment : un café visio / trimestre, une journée annuelle de rencontre, un groupe Facebook collaboratif pour échanges et partage de documents.

Gironde tourisme participe à l'organisation du Club Qualité Nouvelle Aquitaine : 2 jours de rencontres, conférences et ateliers.

En 2024 poursuivra son travail. Sur les 29 OT de Gironde :

- 22 sont classés,
- 23 sont accompagnés par GT en démarche qualité cette année*,
- 18 sont marqués Qualité Tourisme,
- 3 autres sont labellisés Générosité de l'Accueil.

** les 6 OT sans contrat : Castillon-Pujols, Fronsadais, Latitude Nord Gironde, Margaux Médoc Tourisme, Médoc Plein Sud, Le Teich.*

3. ITINÉRANCE ET ECOTOURISME

Objectifs généraux

- Favoriser l'émergence et la commercialisation d'une offre de séjours décarbonés (dans toutes les filières)
- Poursuivre le développement de l'itinérance sur plusieurs jours qui apporte plus de retombées sur les territoires que les parcours à la journée
- Consolider l'offre de service associés à la grand itinérance
- Favoriser les déplacements doux pour la découverte du patrimoine naturel et culturel des territoires
- Prendre en compte les attentes des partenaires privés et des offices de tourisme dans le développement et la promotion des filières

Objectifs DOTL :

- L'ensemble du travail effectué sur les séjours bas carbone et les séjours slow tourisme s'inscrit pleinement dans les objectifs du DOTL 2023-2028 d'encourager le développement d'offres favorisant une meilleure diffusion des flux des visiteurs sur les territoires, de conforter le positionnement de la Gironde sur le tourisme à vélo et la randonnée dans une vision globale, et de renforcer l'offre d'écotourisme en s'appuyant sur l'expérience des PNR.
- La poursuite du déploiement des parcours Terra Aventura et la collection des Plus belles balades du patrimoine s'inscrivent dans les objectifs du DOTL 2023-2028 de décongestionner certains espaces au profit de territoires plus confidentiels.
- Les actions de structuration et de promotion pour les filière randonnée (création d'un nouveau label Accueil Rando) et vélo (identification des aires de services) s'inscrivent dans

----- Gironde Tourisme -----

Immeuble Gironde - 1 et 4 Terrasse du 8 mai 45 - CS 92015 - 33076 Bordeaux Cedex

Tél. +33(0)5 56 52 61 40 / Courriel : contact@gironde-tourisme.com / Site : www.gironde-tourisme.fr - Association loi 1901 - N° SIRET 781843750 00055
Code APE 8413Z - Immatriculée au registre des opérateurs de voyage et de séjours sous le numéro IM0033190012



les objectifs du DOTL 2023-2028 de faire de l'itinérance et du slow tourisme des marqueurs identitaires de la destination et de soutenir l'aménagement d'aires d'accueil et de services le long des itinéraires.

- Le partenariat avec le Grand site de la Dune du Pilat s'inscrit dans les objectifs du DOTL 2023-2028 de transmettre des messages de sensibilisation et d'éducation, et favoriser une meilleure diffusion des flux de visiteurs sur les territoires.
- La mise en place de parcours de découverte "Pistes de Robin" accessibles à tous s'inscrit dans les objectifs du DOTL 2023-2028 d'initier des actions en lien avec la démarche 100% inclusive du Département.

Actions toutes filières confondues

➔ Les rendez-vous territoriaux du pôle itinérance & écotourisme

mercredi 17 janvier : Sud Gironde

mercredi 14 février : Médoc

mercredi 6 mars : Bassin d'Arcachon

mercredi 10 avril : Libournais

mercredi 29 mai : Entre-deux-Mer

mercredi 5 juin : Bordeaux Métropole

mercredi 3 juillet : Haute Gironde

➔ Valorisation des produits dans toutes les filières

Mise en avant de produits via le site Internet de Gironde Tourisme :

- Produits séjours clés en main (commercialisés par des opérateurs)
- Suggestion de produits
- Valorisation des produits bas carbone en lien avec le CRT Nouvelle Aquitaine et l'ADEME
- en lien avec le pôle promotion-communication mise en avant des produits liés au tourisme durable via les réseaux sociaux

➔ Poursuite du déploiement de Terra Aventura pour valoriser le patrimoine moins connu des territoires

- création d'une cache éphémère à caractère événementiel
- newsletter diffusée à 150.000 joueurs Terra Aventura (Gironde et départements limitrophes)
- animation du Club Terra Aventura avec les offices de tourisme

➔ Valorisation numérique des parcours (randonnée, vélo, VTT) via la plate-forme Outdooractive

➔ Suivi des réunions du CDESI - Commission départementale des espaces, sites et itinéraires.

Filière vélo

----- Gironde Tourisme -----

Immeuble Gironde - 1 et 4 Terrasse du 8 mai 45 - CS 92015 - 33076 Bordeaux Cedex

Tél. +33(0)5 56 52 61 40 / Courriel : contact@gironde-tourisme.com / Site : www.gironde-tourisme.fr - Association loi 1901 - N° SIRET 781843750 00055
Code APE 8413Z - Immatriculée au registre des opérateurs de voyage et de séjours sous le numéro IM0033190012



Actions renouvelées

- Abonnement à France Vélo Tourisme pour la valorisation du Tour de Gironde à vélo sur la plate-forme nationale
- Suivi des COPIL et COTECH des grands itinéraires vélo (Vélodyssée, Canal des deux Mers à vélo, Scandibérique)
- Troisième année de la campagne Gironde à vélo avec mise en avant de la boîte à outil
- Participation à la fête du vélo de la Métropole et une ou deux fêtes locales sur les territoires
- Animation de la marque Accueil Vélo : mise en oeuvre des nouvelles mobilités nationales
- Poursuite du partenariat avec la FFVélo (convention)
- Animation du Club vélo avec les Offices de tourisme

Actions nouvelles

- Evolution marketing du Tour de Gironde à vélo
 - plus valoriser la découverte des espaces naturels sur l'ensemble du parcours
 - développer une sémantique autour de la microaventure
 - mettre en avant les "pépites locales" et les lieux surprenants
 - mettre en exergue la section Bazas - Bassin d'Arcachon, la seule qui ne fait pas partie d'un itinéraire national ou européen (bien que touchée par les incendies de 2022)
 - mieux définir le concept de "portes d'entrée" et de "points relais" sur le parcours
 - identifier et valoriser la position des services (aires de piques-niques, aires de services vélo, etc...)
- Identifier et valoriser sur les territoires trois niveaux de lieux de service vélo : Pôle d'excellence vélo, aires de services, haltes vélo
- Meilleure valorisation en partenariat avec la Dordogne de la Vallée de l'Isle à vélo
- Organisation de la 1ère journée dédiée aux labellisés Accueil Vélo en Gironde
- Basculer la collection À vélo dans le vignoble de Bordeaux (actuellement sous forme de fiche) en numérique
- Via les différents partenariats (Grands itinéraires, Contrats de destination), améliorer la visibilité du Tour de Gironde à vélo et de la destination Gironde sur les marchés étrangers.

Filière randonnée

Actions renouvelées

- Poursuite du partenariat avec la FFRandonnée (convention)
- Suivi du Comité d'itinéraire du Chemin d'Amadour : pilotage de la commission marketing-promotion
- Participer au salon du randonneur via le Comité d'itinéraire du Chemin d'Amadour
- Points réguliers avec le service sports de pleine nature du Département sur la révision du PDIPR

----- Gironde Tourisme -----



- Mise à jour des livrets de la collection des Plus belles balades de Gironde Tourisme et sortie de 3 nouvelles brochures
- Valorisation de Gironde à pied 2024 spéciale Bassin d'Arcachon
- Animation du Club randonnée avec les offices de tourisme
- Suivi de la Convention avec Bordeaux Compostelle
- Déploiement du label Accueil Compostelle en France (Convention Agence des Chemins de Compostelle)

Actions nouvelles

- Réflexion pour la mise en place d'un label Accueil Randonnée
- Valoriser la grande convergence vers Paris dans le cadre des jeux Olympiques 2024 organisée par la FFRandonnée

Filière patrimoine

Actions renouvelées

- Valorisation des Iconiques en Gironde
- Animation du Club du réseau des sites remarquables en Gironde
- Suivi de la convention avec l'AGNA (Association des guides de Nouvelle Aquitaine)
- Organisation d'une journée de découverte pour les guides de l'AGNA : patrimoine de la Vallée de l'Isle
- Suivi de la convention avec l'AGAM pour une durée de 3 ans
- Participation aux Journées Européennes des moulins : mise en avant du Moulin de Moustelat (Pessac-sur-Dordogne)
- Diffusion brochure dédiée aux Moulins de Gironde

Actions nouvelles

- Accompagnement à la création du Musée de la Villa gallo-romaine de Plassac
- Accueil d'un stagiaire Master II - Projet Plassac et filière patrimoine
- Exposition Bastides : finalisation et organisation d'une tournée sur les territoires
- Organisation d'une journée d'information sur les Petites cités de caractères avec l'association nationale
- Evolution de la promotion des Pistes de Robin
- Poursuite du travail avec les 4 Maisons des illustres
- Tourisme mémoriel : réalisation d'un diagnostic autour des sites à valoriser en Gironde en lien avec les conflits contemporains.

Filière écotourisme

Actions renouvelées

- Suivi de la convention avec le Grand Site de la dune du Pilat
- Participation au Comité de Pilotage du label Grand site de France de la Dune du Pilat
- Suivi des projets du PNR Médoc

----- Gironde Tourisme -----

- Suivi des projets du PNR Landes de Gascogne
- Suivi de la feuille de route avec la direction de l'environnement du Département
- Promotion des sites nature en Gironde
- Valorisation des séjours nature et bas carbone

Actions nouvelles

- Promotion de l'écotourisme sur le grand site de la dune du Pilat (vacances de Toussaint)

Filière Fluviale

Actions renouvelées

- Promotion de l'offre de bateaux promenades
- Participations aux réunions de Croisière Bordeaux

4. OENOTOURISME

Contexte 2023 :

L'année 2023 a été une année pleine, tant sur la partie événementielle (pro et grand public) que sur les actions de communication print et digital.

La fréquentation aura été bonne sur l'ensemble de l'année mais contrastée. contrastée dans le temps avec un bon printemps, un mois de juin et juillet plus en recul et un mois de septembre et octobre très bon.

Contrastée également par territoire et en fonction des prestataires. L'offre de visite, de loisir et de restauration aura été la première variable d'ajustement des budgets des touristes, du fait de l'inflation. Cette baisse des budgets a amené à des choix et a rendu les offres très concurrentielles entre elles, de fait certains ont très bien réussi leur saison quand d'autres ont eu une fréquentation très faible. La capacité d'adaptation, dans les prix comme dans la communication et la disponibilité aura été la clé pour attirer la clientèle.

L'offre événementielle de guinguette, festive et culturelle aura très bien marché laissant penser que nous sommes dans une évolution vers un 3e âge de l'oénotourisme. Le premier aura été de s'ouvrir au public, le deuxième de lui faire vivre des expériences, le troisième semble être de faire des propriétés viticoles le décorum d'une offre qui les dépasse.

Les actions les plus marquantes de 2023 auront été :

Pour le réseau :

- une forte augmentation à la participation des rendez vous réseaux
- le déploiement des accompagnements éco oeno

Pour le grand public :

- la sortie d'un pulpe 4

- le succès de bordeaux fête le vin
- la campagne des événements de l'été dans le vignoble
- la coupe du monde de rugby

Plan d'action 2024 :

Compte tenu des contraintes budgétaires de l'année 2024 , plutôt que de revoir à la baisse l'ensemble des actions nous préférons supprimer certaines opérations et maintenir le niveau d'exigences de celles jugées prioritaires. Ainsi nous proposons par exemple de ne pas s'engager cette année sur le marathon du médoc.

Le plan d'actions s'articulera autour de 3 axes :

1. le développement et l'animation du réseau
2. La communication envers les agences et TO
3. la communication envers le grand public

avec deux objectifs :

1. communiquer vers les girondins
2. mettre en valeur les territoires à l'écart des flux touristiques.

Objectifs DOTL :

- renforcer la solidarité territoriale par la structuration des filières
- accélérer les transitions vers un tourisme éco responsable
- agir pour un tourisme solidaire et accessible à tous
- Favoriser le tourisme de proximité et l'excursionnisme pour les Girondins

1. Développement et animation du réseau :

En dehors des cotisations et partenariat (Atout France, Fédération V&D - 15 000€ et Great wine capital - 6 000€- et du déploiement du label V&D - 3 000€ -, nous proposons d'axer le budget sur deux actions pro :

❖ La création d'un guide sur l'accessibilité dans les propriétés viticoles.

En partenariat avec le CAUE, le CIVB et la chambre d'agri, réalisation d'un guide pro sur la notion d'accessibilité des châteaux pour aborder les thème de :

- l'accessibilité d'un ERP (normes, réglementations, démarche obligatoire)
- l'accessibilité handicaps
- l'accessibilité digitale

Le guide serait réalisé par un conseil spécialisé pour des raisons de sécurité sur les conseils et avis juridiques donnés.

❖ Les rendez vous du réseau

Nouvelle saison des rdv du réseau qui réunissent chaque année plus de partenaires. Proposition de thématiques :

- Rendez vous des nouveaux du réseau
- brunch des petits nouveaux
- educ tour
- innovation
- modèle économique
- hébergement dans le vignoble
- lancement de pulpe

Communication en direction des agences et TO :

En 2024 aura lieu le salon destination Vignobles, rendez-vous bi annuel entre les vignobles français et les acheteurs étrangers.

Ce salon se déroule en deux temps :

- deux éductours en Gironde
- le salon

Nous proposons de prendre en charge une partie des éductours en partenariat avec le CRT et les OT concernés afin de pouvoir mettre en valeur des territoires plus isolés comme l'entre deux mers, les côtes ou encore Blaye et Bourg.

Sur Le salon, nous préconisons de contractualiser avec les territoires pour aider les territoires qui n'ont pas les moyens d'être sur le salon d'être présents ou représentés soit :

- en cofinancant leur stand
- soit en contractualisant le stand d'un OT capable de commercialiser l'offre en contractualisant avec lui pour qu'il représentent d'autres territoires en plus du sien.

Communication en direction grand public:

Les principales actions B to C seront :

- ❖ Edition de pulpe 5
- ❖ Bordeaux fête le vin (animation et promo)

Comme l'an dernier nous préconisons de prendre Bordeaux fête le vin comme un moyen pour faire venir le vignoble sur les quais. Nous proposerons aux châteaux et territoires d'investir le pavillon une journée dans le vignoble pour leur montrer toute la diversité de l'offre bordelaise. Une soirée dédiée au pro de lancement de Pulpe sera également organisée.

❖ Les événements pulpés de l'été - campagne digitale

Au vu du succès de la campagne digitale 2023 nous proposons de reconduire l'opération auprès des événements dans le vignoble bordelais de juillet à septembre. Le but est de montrer la diversité de l'offre partout dans le vignoble, particulièrement dans les zones à l'écart des grands centres de



fréquentation touristique qui mise beaucoup sur l'événementiel pour attirer les locaux et les touristes de passage.

❖ Fascinant Week end vignobles et découvertes

Il s'agit de l'événement de l'automne qui se déroule dans tous les vignobles de France. L'idée est de proposer des offres inédites de découverte du vignoble pour tous. volontairement hors saison, il a pour but de diversifier les publics, de toucher les girondins sans alimenter le sur-tourisme en période estivale.

Une grande campagne digitale permettra de personnaliser et de cibler la communication autour de l'événement.

5. BUREAU D'ACCUEIL DES TOURNAGES

L'année 2024 doit nous permettre de poursuivre le développement du BAT

Pour mettre en valeur l'accompagnement départemental en faveur du cinéma, il s'agit de mettre en place différentes actions qui seront déclinées selon le processus de suivi de création. Outre la partie tournages, via l'accueil de tournages et plus récemment du fonds d'aide à la production, les enjeux des temps de création et du suivi des films soutenus et accompagnés sont moteurs de nouvelles actions.

Les défis sur la parité et les démarches durables seront plus que jamais de mise. L'objectif est d'établir un observatoire pour les films soutenus CD33 qui portera tout autant sur les retombées économiques que sur ces questions sociales et environnementales.

Toutes ces actions sont faites en collaboration avec différentes entités. Parmi elles, en premier lieu la direction Culture et Citoyenneté du Département mais aussi l'agence régionale ALCA, L'Association des cinémas de proximité de la Gironde (ACPG), les associations professionnelles.

Création/Ecriture:

Le Fonds de soutien :

Mise en place d'une **Aide à l'écriture** dans le cadre du fonds régional destinée aux longs métrages de fiction et documentaire.

- Travail en cours sur un **programme de formation international** avec la DCC et ALCA qui vise à soutenir et accompagner l'écriture, le développement et la post-production de six longs métrages ayant un lien étroit avec la Région Nouvelle-Aquitaine.
- Lien avec la Villa Valmont à amorcer
- Suivi des auteurs girondins à mettre en place via les associations professionnelles et les résidences

Tournage:

Missions d'accueil de tournage et de co-coordination du fonds de soutien à la création.

----- Gironde Tourisme -----



- **Accompagnement sur-mesure des productions** dans la recherche de lieux de tournages, l'aide à l'obtention des autorisations de tournage, le référencement des ressources locales ;
- **Prospection** sur les marchés et salons professionnels en France et à l'étranger ;
- **Animation de la filière professionnelle locale** en individuel ou en journées professionnelles ;
- **Valorisation des ressources du territoire** via la gestion de 3 bases de données ;
- **Réseau CNC (ex Film France)**, Membre du groupe de travail suivi vie du réseau ;
- **Co-coordination du fonds de soutien piloté par la Direction de la Culture et de la Citoyenneté du Conseil Départemental** : Instruction des dossiers départementaux, lien avec le label jeune CaMéo,
- **Observatoire et études** de l'activité cinématographique et audiovisuelle en Gironde ;
- **Projets transversaux** en événementiel.

Vie des Films:

Suivi des films soutenus ou accompagnés suivi sur la diffusion des films soutenus avec l'Association des cinémas de proximité de la Gironde ;

- **Organisation d'avants-premières** en collaboration avec l'agence ALCA et les associations ACPG et CINA
- **Éducation à l'image** Participation à la plateforme d'éducation à l'image Comett avec l'intégration de plusieurs courts-métrages sur la plateforme.

La communication du BAT est au service du territoire. La Ligne éditoriale sur nos réseaux sociaux , reprend les 3 grands domaines de Gironde tournage :

- **Écriture** : mise en avant des résidences d'auteur, du fond départemental dédié, du lieu d'inspiration. formule d'ITW pour mettre en avant la rencontre d'un scénariste avec un territoire.
- **Tournages** : les tournages en cours sur le Département, les annonces de casting, les coulisses
- **Vie du film** : participations aux festivals, diffusion, soirées spéciales.

----- Gironde Tourisme -----



6. COMMUNICATION - PROMOTION

Objectifs du DOTL: les démarches d'éco-responsabilité, d'accessibilité et de solidarités territoriales forment le squelette des actions de communication responsable de Gironde tourisme en 2024.

- **Une stratégie de communication basée sur un tourisme 4 saisons** (90% du budget et des actions sont dédiés à la communication hors juillet-août) et **la promotion d'un tourisme solidaire, accessible et de proximité**
- **Une ligne éditoriale déclinée sur un modèle d'équité territoriale prenant en compte les besoins et les moyens** : les destinations les moins dotées et les moins fréquentées seront les plus valorisées.

Les objectifs :

- Resserrer notre communication pour être plus audibles
- Définir des bannières identitaires fortes et différenciantes
- Répondre aux enjeux de la RSE
- Impulser une communication touristique de proximité en direction des Girondins

Contexte marketing

Nos cibles :

- Les Girondins
 - Les touristes en séjour
 - Les potentiels touristes sur la destination
- Les marchés étrangers :
 - Royaume-Uni
 - Belgique
 - Allemagne
 - Espagne

----- Gironde Tourisme -----

Valeurs et secteurs de prédilection de l'agence

Grand public : l'art de vivre, le patrimoine girondin

Vélo

Vignoble

Tourisme engagé

Les pros

Co-construction

Innovation

Observation

Accompagnement

Comment ?

Comment ?

Mode participatif :

Sondages, votes, partage de contenus, crowdfunding

Mode collaboratif :

Clubs, co-construction sur les projets, expériences collectives, réseau



● COMMUNICATION GRAND PUBLIC

Grande action numéro 1 : Faire de la Gironde une destination vélo nationale

OBJECTIF DOTL : Faire de la mobilité douce un marqueur identitaire de la Gironde

Comment : en travaillant la boîte à outils "Gironde à vélo" comme marque locale

Travail de branding local : le branding local définit la personnalité de l'entreprise, et se décline via une forte présence en ligne et sur site. La marque doit devenir un véritable atout : la dimension "boîte à outils" doit être donc boostée. Il s'agit donc de rendre la marque présente visuellement dans les offices de tourisme, sur leurs sites internet et sur les réseaux sociaux.

- Campagnes et publicité digitales
- Stratégie social ads sur la marque, et sur la boîte à outils
- Carte touristique ambassadrice
- Présence dans les offices de tourisme : affichage et "corner itinérant" Gironde à vélo
- Valorisation pro
- Création de contenus digitaux (levier pour l'image de marque)
- Relations presse

----- Gironde Tourisme -----

- Influence
- Événementiel

Les événements pros associés

- Journée technique Accueil vélo

Les événements grand public associés

- Fête du vélo de Bordeaux métropole
- Fêtes du vélo locales partenaires

Thématiques associées transversales pouvant être exploitées à travers la marque :

Patrimoine

Rando

Écotourisme

Espaces naturels

Solidarité

Tourisme durable

Vignoble

Éditions

Travail en cours avec les éditions Sud-Ouest pour l'édition d'un guide Vino-vélo (fourniture de contenus et de suggestions de parcours et de points d'intérêt)

Carte touristique

Refonte de l'édition digitale "Le vignoble à vélo"

Intégration de la marque dans les éditions Pulpe et les pistes de Robin

<https://www.gironde-tourisme.com/sur-place/balades/gironde-a-velo/>

Grande action numéro 2 : faire du vignoble un lieu de vie et de sorties

DOTL : Favoriser la co-construction / Réintégrer les Girondins

Comment : en faisant monter en puissance la notoriété et la pertinence du média Pulpe via sa ligne éditoriale " L'essentiel de l'information et des bons plans pour découvrir le vignoble bordelais, toute l'année"

- Campagne digitale fil rouge "à vélo dans le vignoble"
- Magazine numéro 5 en mai (nouveau rubrique "vélo") et déclinaison éditoriale sur le blog
- Campagne estivale "les événements pulpés de l'été"
- Hors-série de fin d'année (pour info 2023 thématique gastronomique) et déclinaison sur le blog
- Création du site pulpe.com
- Suppression du compte Facebook

- Travail autour de la communauté de lecteurs et de pros, dont le nombre ne cesse de croître

Événements grand public associés

Bordeaux fête le vin
Eat festival Bruxelles (Contrat de destination)
Fascinant week-end

Événements pros associés

Les rdv du réseau Bordeaux wine trip
Lancement de Pulpe numéro 5
Lancement du hors-série numéro 2
Fascinant Cocktail

<https://www.bordeauxwinetrip.fr/pulpe-media/>

Grande action numéro 3 : Impulser un tourisme engagé

DOTL : Accélérer les transitions vers un tourisme éco-responsable

Comment : en renforçant notre engagement dans la forme des messages que nous diffusons et en prenant la parole pour dire quelque chose

- Tournage de capsules vidéo autour des prestataires solidaires
- Accueil influenceurs accessibilité GT / Bordeaux / CIVB
- Campagne digitale “mémo du voyageur nature” (ciblage préparation de séjours)
- Intégration dans les rubriques du site de la notion d’accessibilité
- Travail de mise en accessibilité du site Gironde tourisme
- Instagram GT devient un compte engagé inspiré par les trois piliers du développement durable = préservation de l’environnement, accessibilité économique, préservation du patrimoine culturel, écotourisme, pépites (à la limite du discours d’une ONG, qui montre que la destination est un spot à mieux connaître pour mieux la protéger)
- Communication autour des initiatives solidaires de l’agence
- Stratégie de communication à l’année sur la RSE, les exemples d’actions, afin d’être moteurs de cet engagement sur le territoire touristique



● COMMUNICATION GÉNÉRALISTE

Refonte des Pistes de Robin, ambassadeur des enfants en Gironde

Travail autour de la thématique famille avec la refonte du poster, la création d'une charte graphique avec un univers plus ludique et des jeux pour les enfants sur le territoire, et une adaptation digitale faisant de Robin l'ambassadeur des enfants en Gironde (refonte de la rubrique famille et campagne digitale associée)

Poursuite de la promotion des Iconiques en Gironde

- Diffusion des carnets de secrets déjà édités toute l'année sur nos présences événementielles et digitale
- Mise en avant du storytelling avec les histoires du territoire sur le Facebook Gironde tourisme
- Projet de suppression du compte Facebook (en attente validation copil réseau des sites remarquables)
- Tiré à part Sud-Ouest au moment du lancement de saison
- Création d'une expo digitale avec les photos de Loïc Lagarde

Tourisme 4 saisons : La campagne des bons plans

Une campagne 100 % digitale basée sur les 4 périodes de vacances scolaires Hiver - Printemps - Été - Automne

Nos réseaux sociaux et notre site internet gironde-tourisme.fr répondent à l'expérience visiteur, qui cherche quoi faire en Gironde pendant les vacances scolaires : des posts et stories Facebook et Instagram redirigent vers l'exhaustivité de l'offre en Gironde, rédaction d'articles sur le sujet, campagne Google ads pour un très bon référencement durant ces périodes événementielles, relations presse autour des agendas radio, presse écrite, digitaux.

● COMMUNICATION PROFESSIONNELLE

Compte Facebook pro : mise en valeur des actions de Gironde tourisme,
Poursuite du compte LinkedIn
Éditions généralistes 2024 (DP, Rapport d'activité)
Éditions pratiques (arbitrage selon les besoins/ demandes par la direction)
Refonte de la stratégie autour de la newsletter

● PROMOTION - ACCUEIL DES TO

En 2024, les actions de promotion faites directement par Gironde tourisme vont être fortement réduites.

- Gironde tourisme sera en appui lorsqu'il s'agira d'actions de promotion pour les filières ou les territoires qui répondent aux objectifs de solidarité définis dans le document d'orientations tourisme et loisirs.

----- Gironde Tourisme -----



- Appui organisationnel à la promotion des filières soutenues par Gironde tourisme: Préparation en amont, relances de TO.
- Eductour contrat destination Bordeaux : mission limitée au soutien en amont de l'éductour, aux territoires retenus. Pas d'accompagnement sur le terrain.
- Pré-tour Rendez-vous en France: soutien en amont uniquement sur les territoires répondant aux objectifs de solidarité territoriale. Pas d'accompagnement sur le terrain.
- Workshop destination Vignoble. C'est le seul Workshop sur lequel Gironde tourisme ira en direct en 2024.

Lorsque l'accueil de TO a lieu dans le cadre d'un contrat destination ou d'un grand itinéraire, il revient à ce dernier, tout comme pour les accueils presse et influenceurs, de participer au financement. Nous travaillons avec eux bien entendu mais nous ne finançons pas seul cet accueil et ce quelque soit le territoire, qui doit lui aussi se mobiliser.

Hors de ces contrats ou grands itinéraires, les TO qui viendraient de façon indépendante, ne seront pris en charge qu'en partenariat avec le territoire qu'ils souhaitent visiter.

● CONTRATS DESTINATION

Objectif DOTL : favoriser les synergies entre acteurs publics et privés - conforter la mutualisation des actions marketing et communication avec les filières professionnelles, les territoires girondins et voisins et les partenaires institutionnels régionaux et nationaux

Contrat de destination Côte Atlantique

Suite à l'appel à manifestation d'intérêt "Contrat de Destination 2022-2024" lancé par Atout France (Agence de développement touristique de la France et opérateur de l'Etat français en matière de tourisme) et piloté par le contrat cadre Etat-Région, le groupement solidaire Destination Côte Atlantique, existant depuis 2016 et constitué de 36 partenaires régionaux, départementaux et locaux, institutionnels et privés de la Loire-Atlantique aux Pyrénées-Atlantiques dont les 2 CRT et 5 ADT, a confirmé sa volonté de poursuivre le travail commun (engagé lors du premier contrat de destination 2018-2021) de développement touristique de la Côte Atlantique à l'international en ciblant les marchés germanophones et néerlandophones (Länder de l'ouest de l'Allemagne, Pays-Bas et Belgique flamande) avec des actions privilégiant le marketing digital et les supports de communication numérique.

----- Gironde Tourisme -----



Les principaux objectifs co-validés par l'ensemble des partenaires pour la période 2022/2024 sont les suivants :

- accroître la portée digitale (web et réseaux sociaux) et continuer le développement (débuté en 2016) de la notoriété, l'attractivité, la visibilité et la présence à l'esprit de la destination sur les marchés ciblés,
- optimiser la médiatisation de la destination sur les différents marchés cibles grâce aux prescripteurs presse et e-influenceurs,
- développer la mise en marché par l'identification de tours opérateurs influents et engager des collaborations étroites et durables avec eux,
- internationaliser l'offre et la marque (professionnels engagés et mobilisés à l'accueil des clientèles des pays ciblés),
- disposer d'un tableau de bord d'évaluation quantitatif et qualitatif,
- accroître le nombre de partenaires du collectif et un volume de recettes permettant de rester compétitif face aux destinations concurrentes.

Les principales actions 2024 portent sur :

- le marketing digital et la création de contenus : participation aux campagnes multi-marchés #Explore France menées par Atout France avec un plan média trafic et notoriété en Allemagne, aux Pays-Bas et en Belgique flamande, production d'articles sur les sites web grand public de la destination en allemand (atlantikkustefrankreich.de) et néerlandais (atlantischekustfrankrijk.nl), gestion et optimisation SEO de ces sites, coopération avec des blogs de voyage pour la création de contenus (guest blogging),
- les relations presse et e-RP : coopération avec l'agence de presse Lieb Management (basée à Munich et Berkel en Rodenrijs), workshops médias, accueils presse groupes et individuels,
- les actions de communication : valorisation d'articles sur des plateformes de référence spécialisées sur les voyages en France,
- les réseaux sociaux : création de contenus dédiés et sponsoring de posts en partenariat avec Atout France et avec l'appui de l'agence RauMédia basée en Allemagne.

Contrat de destination Bordeaux

En 2021, le Département a renouvelé son adhésion à la troisième génération du Contrat de Destination Bordeaux pour la période 2021-2023 au côté de l'Office de Tourisme et des Congrès de Bordeaux Métropole, du CRT Nouvelle-Aquitaine et de l'ensemble des partenaires territoriaux (CIVB, Aéroport de Bordeaux Mérignac, OT du Libournais, OT de Montesquieu, Blaye-Bourg-Terres d'Estuaire, Arcachon Expansion, OT de l'Entre-deux-Mers et Médoc Atlantique).

Ce troisième contrat de destination Bordeaux a traduit l'expression concrète de la volonté des destinations touristiques girondines de mener des actions de promotion communes. Il permet de se recentrer sur les thématiques fortes d'attractivité qui renforcent les relations et les

----- Gironde Tourisme -----



complémentarités entre les territoires. Il a joué les cartes d'un tourisme durable, du slow tourisme et de l'itinérance, 3 orientations majeures du nouveau Document d'Orientations Tourisme et Loisirs pour la période 2023-2028.

Pour l'année 2024, il est proposé de poursuivre autour de 3 actions principales :

- Une action de communication grand public de la destination sur le marché allemand. Elle s'appuie sur des publi-rédactionnels dans un grand quotidien allemand, une campagne d'affichage digital en gares ainsi qu'une campagne display et de réseaux sociaux. L'objectif est de mettre en avant les composantes « art de vivre », « oenotourisme » et « gastronomie ».
- Une action destinée aux professionnels avec en mai une tournée de promotion dans deux villes allemandes), 2 voyages de presse allemande coordonnés par le Comité Régional du Tourisme de Nouvelle-Aquitaine, un éducateur d'une vingtaine de tour-opérateurs européens en partenariat avec Bordeaux, Médoc Atlantique, Blaye-Bourg et une conclusion sur la manifestation Bordeaux Fête le Vin.
- Deux opérations événementielles : Explore France Festival à Londres (printemps 2024) et Eat Festival – Brussels (septembre 2024) avec une mise en avant de l'oenotourisme girondin s'appuyant sur la marque Bordeaux Wine Trip et son réseau de prestataires animés par Gironde Tourisme.

7. DIRECTION GÉNÉRALE

Action : Poursuivre le déploiement de la démarche RSE

Objectifs DOTL : tous : développer un tourisme durable, responsable et accessible à tous, faire de l'itinérance et du slow tourisme une marque identitaire du département, renforcer la solidarité territoriale par la structuration des filières identitaires, impulser une gouvernance territoriale et favoriser la co-construction.

La poursuite du déploiement de la démarche RSE répond aux 4 axes du DOTL, elle se caractérise par la mise en oeuvre d'un plan d'actions internes complémentaire de notre plan d'action opérationnel puis vérification de l'efficacité des actions, suivi d'indicateurs pertinents et mise en place d'actions d'améliorations.

----- Gironde Tourisme -----



La mise en oeuvre du plan d'action interne s'appuie sur 13 groupes de travail qui mobiliseront l'ensemble de l'équipe de Gironde tourisme, tout au long de l'année 2024:

- CODIR : Améliorer la communication autour des enjeux et résultats RSE de Gironde tourisme, Mieux identifier les attentes de nos parties prenantes, Intégrer la performance sociale et la performance environnementale dans nos prises de décisions et suivi d'indicateurs
- RH et CSE: Plan de développement des compétences, Dialogue social, Intégration des nouveaux entrants, Sécurité
- QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL
- DIVERSITÉ
- ECOGESTES INTERNES
- DOCUMENTATION - EVENEMENTIEL (réduire la production de déchets liés)
- SATISFACTION PARTIES PRENANTES
- ACCESSIBILITÉ
- ACHATS RESPONSABLES
- ACTIONS SOLIDAIRES - mécénat, partenariat avec des associations sociales ou environnementales, bénévolat
- RISQUES en lien avec notre activité économique
- INITIATIVES RESPONSABLES - valorisation et accompagnement

----- Gironde Tourisme -----

ANNEXE 2 _ BUDGET GLOBAL DE L'ORGANISME

Exercice 2024

- Si le porteur de projet peut déduire la Tva, les montants inscrits sont Hors taxes (HT).
- A cet effet, indiquez clairement dans le tableau ci-dessous si les sommes sont HT ou TTC
- Pour vous aider à compléter le budget si-dessous : Cf Guide de constitution des budgets
- Le budget 2024 doit être équilibré

CHARGES (en euros)					PRODUITS (en euros)				
	Budget 2023 (1)	Budget 2024 (1)	Réalisé 2024 (2)	Ecart en valeur (2)		Budget 2023 (1)	Budget 2024 (1)	Réalisé 2024 (2)	Ecart en valeur (2)
60 - Achats	158 000	123 000	0	-123 000	70 - Ventes de produits finis, prestations de services	130 000	89 000	0	-89 000
Achats d'études et de prestations de service	130 000	100 000		-100 000	Vente de produits finis, de marchandises				0
Achats stockés de matières et fournitures				0	Prestations de services	110 000	75 000		-75 000
Achats non stockables (eau, énergie)				0	Produits des activités annexes	20 000	14 000		-14 000
Fournitures d'entretien et de petit équipement	20 000	15 000		-15 000	Parrainages (7063)				0
Fournitures administratives	4 000	4 000		-4 000	74 - Subventions d'exploitation	2 256 000	2 083 500	0	-2 083 500
Autres fournitures	4 000	4 000		-4 000	État (préciser le(s) ministère(s) sollicité(s))				0
61 - Services extérieurs	196 700	178 500	0	-178 500	Conseil Régional	5 000	5 000		-5 000
Sous traitance générale	173 200	155 000		-155 000	Conseil Départemental	2 041 000	1 861 000		-1 861 000
Locations mobilières et immobilières	5 000	5 000		-5 000	Bordeaux Métropole	180 000	180 000		-180 000
Entretien et réparation	3 000	3 000		-3 000	Autres EPCI				0
Primes d'assurance	15 000	15 000		-15 000	Ville de Bordeaux				0
Documentation	500	500		-500	Autre(s) commune(s)				0
Divers				0	Organismes sociaux				0
					Fonds européens				0
62 - Autres services extérieurs	262 300	245 300	0	-245 300	Emplois aidés				0
Rémunérations intermédiaires et honoraires	100 000	95 000		-95 000	Autres (précisez) : ADEME	30 000	37 500		-37 500
Publicité, publications	100 000	95 000		-95 000	Aides privées				0
Déplacements, missions et réceptions	50 000	45 000		-45 000	75 - Autres produits de gestion courante	115 000	110 000	0	-110 000
Frais postaux et de télécommunication	12 000	10 000		-10 000	Cotisations	35 000	30 000		-30 000
Services bancaires	300	300		-300	Dons manuels (75411)				0
Divers				0	Mécénats (75441)				0
63 - Impôts et taxes	113 000	113 000	0	-113 000	Abandons de frais de bénévoles (7541)				0
Impôts et taxes sur rémunérations	110 000	110 000		-110 000	Autres - partenariat oenotourisme	80 000	80 000		-80 000
Autres impôts et taxes	3 000	3 000		-3 000					
64 - Charges de personnel	1 760 000	1 863 705	0	-1 863 705	76 - Produits financiers	2 000	2 000		-2 000
Rémunérations du personnel	1 250 000	1 330 000		-1 330 000	77 - Produits exceptionnels	8 000	6 000	0	-6 000
Charges sociales	490 000	508 705		-508 705	Reprises de subventions (777)				0
Autres charges de personnel	20 000	25 000		-25 000	Autres - Aides embauche	8 000	6 000		-6 000
65 - Autres charges de gestion courante				0	78 - Reprises sur amortissements et provisions		74 000		-74 000
66 - Charges Financières				0	79 - Transfert de charges				0
67 - Charges exceptionnelles				0					
68 - Dotations aux amortissements, provisions et engagements	20 000	19 000		-19 000	Autofinancement le cas échéant				0
69 - Impôt sur les sociétés	1 000			0					
TOTAL DES CHARGES	2 511 000	2 542 505	0	-2 542 505	TOTAL DES PRODUITS	2 511 000	2 364 500	0	-2 364 500
<i>86 - Emploi des contributions volontaires en nature</i>	0	0	0	0	<i>87 - Contributions volontaires en nature</i>	0	0	0	0
- Secours en nature				0	- Bénévolat				0
- Mise à disposition gratuite des biens et services				0	- Prestations en nature				0
- Personnel bénévole				0	- Dons en nature				0

	Budget 2023 (1)	Budget 2024 (1)	Réalisé 2024 (2)	Ecart en valeur (2)
Résultat Net	0	-178 005	0	178 005

Personnel	2021	2022	Budget 2023	Budget 2024	Réalisé 2024 (2)
Nombre de salariés en équivalent temps plein travaillé					

(1) à renseigner pour le dossier de demande

(2) à renseigner pour la transmission des documents lors du bilan du projet

Annexe 3
Modèle de compte-rendu qualitatif et financier

Recommandations pour la présentation du bilan qualitatif et quantitatif d'une subvention de fonctionnement

Cette fiche est destinée à vous aider à la réalisation du bilan de l'action pour laquelle Bordeaux Métropole vous a accordé un financement. Ce bilan doit permettre aux responsables d'association de rendre compte de l'utilisation des subventions accordées.

Nom de l'organisme bénéficiaire :

1. BILAN QUALITATIF ANNUEL

Quelles ont été les actions entreprises ? Décrire précisément les actions mises en œuvre

L'intérêt de votre projet pour la métropole bordelaise :

Quels sont les résultats obtenus par rapport aux objectifs initiaux ?

Liste revue de presse et couverture médiatique :

Liste de vos outils de communication (site internet, plaquettes...) :

2. BILAN FINANCIER

2.1. Fournir le budget financier définitif « signé » faisant apparaître les écarts entre le prévisionnel et le réalisé

2.2. Expliquer et justifier les écarts significatifs éventuels entre le budget prévisionnel de l'action et le budget financier définitif :

2.3. Observations à formuler sur le compte-rendu financier :

Je soussigné(e), (nom et prénom)

représentant(e) légal(e) de l'organisme,

certifie exactes les informations du présent compte rendu

Fait, le : | | | | | | | | | | à

Signature :