

Plan d'actions 2026

La conjoncture économique à laquelle s'ajoutent les arbitrages budgétaires nationaux ont des répercussions sur les finances des collectivités locales et donc sur les contributions à Gironde tourisme. Avec une baisse de 25 % de sa subvention, 2025 aura été une année compliquée pour Gironde tourisme.

Il a fallu mettre en place un plan de redressement budgétaire et une baisse des effectifs. Malgré cela 2025 reste une année compliquée pour Gironde tourisme.

Ce travail de fortes réductions devrait porter ses fruits en 2026, qui sera une année de transition et qui devra permettre à Gironde tourisme de retrouver une activité en lien avec ses moyens humains revus à la baisse (20 personnes au lieu de 30) tout en répondant aux objectifs du DOTL, nous proposons un plan d'action en deux grands chapitres:

- Accompagnement des professionnels et animation des filières
- Communication en direction du public girondin et des touristes lorsqu'ils sont arrivés en Gironde.

Chapitre 1: Accompagnement et professionnalisation des acteurs du tourisme et activation des réseaux de partenaires pour un tourisme responsable

1. L'observation : connaître pour agir

Suivi conjoncturel: Il s'agit de disposer de données de tendances en « temps réel » :

- **Poursuite de l'enquête de conjoncture en collaboration avec le CRT Nouvelle-Aquitaine,** pour mesurer, chaque mois en saison et après chaque période de vacances scolaires, l'opinion des professionnels sur leur activité récente et leurs perspectives d'activité (8 vagues d'interrogation des professionnels seront organisées : vacances de Toussaint en novembre, vacances d'hiver en mars, vacances de printemps fin avril, printemps en mai, avant-saison en juin, mois de juillet, mois d'août et haute saison début septembre, bilan saison fin septembre)

Le suivi conjoncturel est indispensable pour alimenter les prises de parole de Gironde tourisme et répondre aux sollicitations presse - permet d'avoir des premières tendances en cas de crises (incendies, ...).

- **Données hôtellerie de chaîne MKG:** Renouvellement de l'achat de données en partenariat régional concernant les performances hôtelières quotidiennes de l'hôtellerie

de chaîne (Tableaux hebdomadaires ou par quinzaine : taux d'occupation, prix moyen et RevPAR (revenu par chambre disponible), livraison à J+4.)

Ces données MKG permettent de renforcer le suivi conjoncturel avec des données hôtellerie de chaîne « en temps réel ».

Assurer le suivi de la fréquentation :

- **Suivi de la fréquentation des hébergements**

Suivi des enquêtes INSEE dans l'hôtellerie et le camping. Enquêtes nationales menée tous les mois d'avril à septembre sur l'ensemble des campings et toute l'année sur un échantillon d'hôtels. Résultats à M+2 pour l'hôtellerie, en fin d'année pour les campings.

Ces études sont les plus solides parmi les outils utilisés. Elles permettent une comparabilité avec tous les territoires français.

- **Baromètre des meublés commercialisés via des plateformes en ligne**

Les indicateurs (offre en meublés, nuits réservées, taux d'occupation, tarifs, revenus générés) sont disponibles quotidiennement sur une interface avec consolidation à J+20 et détaillé jusqu'à la maille communale.

Ces données permettent d'avoir une vision du locatif en ligne et ont été appropriées par les territoires partenaires (SIBA, Bordeaux Métropole notamment).

- **Flux Vision Orange**

Renouvellement, dans le cadre d'un accord national, du contrat avec Flux Vision Orange Tourisme, dispositif estimant quotidiennement la fréquentation touristique d'un territoire via un comptage à partir des téléphones mobiles. Estimation de la fréquentation à partir de la téléphonie mobile : volume quotidien d'arrivées et de nuitées par origine.

Les données Flux Vision permettent de nourrir la conjoncture et sont maintenant prises en compte dans les bilans de fréquentation non seulement pour les variations mais aussi les volumes.

Améliorer la connaissance des clientèles.

L'étude clientèle Régionale a pour objet l'actualisation des données globales tant socio-démographiques que macro-économiques sur le profil ainsi que la connaissance des comportements et des activités des clientèles touristiques marchandes et non marchandes, françaises et étrangères, à l'échelle du département et des grands bassins touristiques (Littoral médocain, Bassin d'Arcachon, Bordeaux Métropole + focus Bordeaux, Gironde intérieure et vignoble).

Dispositif annuel dimensionné pour fournir une information détaillée sur quatre périodes distinctes (avril à juin, juillet-août, septembre-octobre, reste de l'année) et permettre des exploitations thématiques de l'information (par marché, type d'hébergement, filière, ...).

Le rapport départemental est attendu début 2026.

Compte tenu de l'importance des données produites pour tout l'écosystème touristique (privés et institutionnels), une restitution des résultats sera réalisée.

Participer aux dynamiques nationales.

Renouvellement du partenariat avec France Tourisme Observation, le data-hub de la filière Tourisme piloté par Atout France en partenariat avec les acteurs institutionnels du tourisme, et de la participation à l'observatoire mutualisé du locatif permettant de disposer de données de fréquentation sur l'offre présente sur les plateformes collaboratives.

Diffusion des données : Gironde tourisme publie tout au long de l'année différentes analyses (bilans de saison et annuels, notes de conjoncture, chiffres clés ...) mis à disposition dans son centre de ressources et diffusés via ses différents outils de communication.

La gestion des datas touristiques : participer au déploiement d'une stratégie partagée de la donnée touristique

- **Gestion du réseau départemental SIRTAQUI** : accompagnement des offices de tourisme et des têtes de réseau contribuant au recensement des offres et de leurs caractéristiques, soutien à la diffusion des offres sur différents supports. -
- **Poursuite de la démarche d'ouverture des données** via DATAtourisme, la plateforme nationale Open Data du tourisme en France.
- **Participation à la construction d'une plateforme régionale de données NAdata** : le CRT Nouvelle-Aquitaine porte l'ambition de concevoir, aux côtés des partenaires publics régionaux, une plateforme régionale des données, hub adossé à France Tourisme Observation, permettant d'agréger, à celles des SIT, d'autres informations provenant du public ou du privé au service de l'ensemble de l'écosystème régional ; Gironde tourisme poursuivra son engagement dans le comité de pilotage de ce projet.

2. Les démarches de qualification

- Poursuivre le classement des meublés de tourisme et la qualification des chambres d'hôtes avec Chambre d'hôtes Référence
- Accompagner les offices de tourisme pour la labellisation qualité "Réseau ADN Tourisme"
- Accueil vélo. Poursuivre le déploiement de la marque.
- Vignobles et découvertes. Le renouvellement du label sur les 6 territoires labellisés en Gironde a eu lieu en 2025, il est valable 3 ans. En 2026, nous poursuivrons la labellisation des châteaux et prestataires qui candidatent au renouvellement ou à l'obtention nouvelle du label.

- Tourisme et Handicap. Accompagner les prestataires dans leurs démarches vers un tourisme accessible à tous et déployer la marque national Tourisme et Handicap
- Rando étape Gironde. Promouvoir et déployer ce label.
- Accompagner les OT dans leur démarche qualité, la constitution et le dépôt de leur dossier de classement préfectoral.
- Réaliser une veille et diffuser de l'information thématique aux professionnels du territoire (espace pro, réseaux sociaux, newsletter, ...)

3. Déploiement du tourisme solidaire et accompagnement

à l'accessibilité des sites touristiques

- Renouveler le programme d'éductours et de rencontres pour les travailleurs sociaux
- Organiser une journée "famille" avec le Secours Populaire (éductours bénévoles, journée familles) ou une journée "enfance" avec l'appui du CDEF.
- Proposer de nouvelles actions afin d'élargir le spectre du tourisme solidaire: présentation des métiers du tourisme aux jeunes de 16 à 20 ans, créer du lien entre EHPAD et Offices du tourisme,....
- Organiser une journée de réseau dédiée aux labellisés T&H de Gironde
- Organiser une rencontre entre professionnels du tourisme et associations PSH dont les Groupes Entraide Mutuelle (GEM)
- Organiser une formation au FALC ou à l'accueil des PSH pour les prestataires touristiques
- Réaliser une veille et diffuser de l'information thématique aux professionnels du territoire et participer aux rencontres de réseaux au niveau départemental et national.

4. L'animation des territoires, des réseaux

et des filières touristiques, formation, sensibilisation

- Organisation de la diffusion des dépliant aux offices de tourisme de Gironde
- Réalisation de formations et interventions dans le cadre du réseau EXPAIRS de la MONA
- Formations au Facile à Lire et à Comprendre (FALC) et à l'accueil des Personnes en Situation de Handicap (PSH) pour les prestataires touristiques

Vélo et randonnée

- Organisation de la Grande Journée Accueil Vélo
- Suivi des projets avec le service infrastructure du Département et les Centres Routiers Départementaux - CRD
- Diagnostic pour la certification de la Scandibérique
- Jalonnement de la V.91, Vallée de la Dordogne à vélo et du Tour de Gironde
- Création du 1er Pôle d'excellence vélos à la Dune de Pilat.
- Réaliser des Diagnostics Vélos Territoriaux, principalement sur la future V91
- Suivi partenariat avec la FFC33 - Fédération Française de Cyclotourisme
- Renouvellement de la convention avec la FFRandonnée Gironde
- Animation des clubs randonnée et vélo avec les offices de tourisme

Patrimoine

- Poursuite de l'accompagnement des offices de tourisme pour la création de nouveaux parcours en lien avec le CRT Nouvelle Aquitaine. Animation du Club Terra Aventura.
- Suivi de la Convention avec les Guides Conférenciers de Nouvelle Aquitaine - AGNA
- Suivi de la convention avec l'Union des Villes-Bastides Exposition Bastides : organisation d'une exposition itinérante.
- Suivi de la Convention avec Bordeaux Compostelle
- Animation du réseau des sites remarquables - Iconiques en Gironde
- Suivi du club culture et patrimoine du CRT Nouvelle Aquitaine
- Travail partenarial avec l'association Nouvelle Aquitaine des Petites Cités de Caractère®
- Accompagnement des offices de tourisme pour la création de parcours pistes de Robin.

Ecotourisme

- Suivi des projets des PNR Médoc et Landes de Gascogne (forums, animation du réseau des Imaginaterres)
- Suivi la convention avec le Grand Site de la Dune du Pilat

Vignoble

Nous poursuivrons le développement les actions pour les pros qui permettent à la fois de professionnaliser l'offre et de faire jouer l'effet réseau entres les professionnels du tourisme et de la filière vin avec :

- la poursuite des **rdv du réseau Bordeaux wine trip**, rendez-vous thématiques dans l'année, pour les labellisés Vignobles et Découvertes
- Le développement de "**Vignobles en Scène**" décentralisés dans le vignoble, avec la participation des offices de tourisme et des partenaires du vignoble.

5. Animation de la filière Cinéma, soutien à la production cinématographique

Accompagnement des professionnels du cinéma

- **Sociétés de production** : Offrir un soutien personnalisé pour la recherche de lieux de tournage, l'obtention des autorisations nécessaires et la mobilisation des ressources locales (techniciens, prestataires, etc.).
- **Collectivités locales** : Guider les municipalités dans la mise en place de procédures facilitant l'accueil des tournages sur leur domaine public.
- **Partenaires institutionnels** : Accompagner les acteurs clés du territoire dans leurs démarches liées aux tournages.

Valorisation du territoire

- **Base Lieux de Tournage** : Gérer et enrichir la base de données des lieux propices aux tournages en Gironde.

Prospection et promotion

- **Salons et marchés professionnels** : Participer aux événements nationaux majeurs tels

que le Paris Production Forum, Séries Mania, le Marché du film de Cannes et le Festival de la Fiction de La Rochelle afin de promouvoir la Gironde comme terre de tournage.

Structuration et animation des filières: Accompagnements, rencontres, journées professionnelles, mise en réseau.

- **Les rencontres professionnelles « Gironde Tournages »**

Ces rencontres, permettant de développer la mise en réseau et le développement des liens interprofessionnels, s'organisent en quatre événements saisonniers :

- a. **Avril 2026** : Journée Bilan et Perspectives à l'amphithéâtre Badinter.
- b. **Juin 2026** : Speed-meeting et temps de réseau, organisés dans un lieu partenaire.
- c. **Octobre 2026** : Speed-meeting et temps de réseau, dans le cadre du Festival International du Film Indépendant de Bordeaux (FIFIB).
- d. **Décembre 2026** : Speed-meeting en format réduit.

- **Rendez-vous individuels**

Ces rendez-vous, organisés deux fois par mois, visent à accueillir les nouveaux professionnels sur le territoire, tout en informant, évaluant et orientant l'ensemble des acteurs du secteur. Les rencontres se font aussi sur d'autres temps en fonction des profils.

- **Organisation de formations**

Gironde tournages continuera d'accueillir des formations dans ses locaux. Celles-ci seront axées sur la prévention des violences et du harcèlement sexistes et sexuels dans l'industrie cinématographique, ainsi que sur la professionnalisation en matière d'écoproduction.

Valorisation des ressources du territoire

- **Base de données Techniciens et prestataires**

Mise à jour hebdomadaire de la base de données de techniciens et prestataires. Entretien des relations humaines avec les techniciens et relances régulières pour avoir une base de données fiable et de qualité.

Suivi des initiatives locales de structuration de filières

- **Académie Mano** : Suivi et valorisation de la mise en place de ce programme inclusif d'éducation et de formation à l'image, visant à orienter des jeunes issus de milieux défavorisés vers les métiers du cinéma et de l'audiovisuel.
- **Résidences d'auteurs** : Suivi des résidences menées en Gironde par divers opérateurs (ex: FIFIB, Villa Valmont).
- **Collectifs et associations professionnelles** : Suivi d'entités telles que MicMac (Mouvement des Intermittents et des Créateurs des Métiers de l'audiovisuel et du cinéma)

Observation-Conseil-stratégie

Veille sectorielle

- Abonnements à la presse professionnelle

Accusé de réception en préfecture
033-243300316-20260925-lmc1118956-DE-1-1
Date de télétransmission : 02/10/2026
Date de réception préfecture : 02/10/2026
Publié le : 02/10/2026

Réseaux professionnels

- Suivi de la convention CNC - Etat - Collectivité en lien avec la Direction de la Culture
- Participation au groupe de travail Film France sur le réseau des commissions du film.
- Participation au Réseau régional des commissions du film.
- Adhésion à l'association Ecoprod et participation aux assises de l'écoproduction, en lien avec les réseaux spécialisés dans l'écoproduction.

Observatoire et études

La Gironde représente environ un tiers de l'activité du secteur cinématographique en Nouvelle-Aquitaine, ce qui en fait un département clé. Il est donc essentiel de se positionner à l'avant-garde en valorisant les nouveaux métiers et en facilitant l'accès des intermittents à la formation.

Afin de mener des actions pertinentes, il est crucial de s'appuyer sur des données fiables. Pour cela, nous devons être en mesure de produire des études sur l'activité des tournages en Gironde, notamment concernant les retombées économiques, l'écoproduction, l'accueil de tournages et les statistiques sur les techniciens basés en Gironde.

Pour y parvenir, nous devons collecter des données et promouvoir les bonnes pratiques ainsi que les initiatives vertueuses.

Nous poursuivrons également l'étude de faisabilité d'une recyclerie sur Bordeaux Métropole.

Chapitre 2 : Communication en direction des professionnels, des habitants et des touristes en Gironde

1. Communication aux professionnels

La stratégie : Gironde tourisme, en termes de communication aux professionnels, devient un média pro. Il se fait le relais du territoire, des partenaires, de leurs initiatives et de l'émulation du collectif. Tout en parlant de ses actions, Gironde tourisme pro raconte surtout un territoire plein d'effervescence, d'initiatives, de compétences et d'engagement.

- **dans le fond** : un écosystème tourisme et cinéma chargé d'informer sur tous les dispositifs, veille, tendances, revue de presse, webinaires, formations, initiatives durables et engagées qui se déroulent sur le territoire.
- **dans la forme** : une digitalisation du discours pour une mise à disposition d'infos constamment mises à jour à disposition des professionnels du tourisme et du cinéma. Seule une série d'éditions venant porter une parole forte de la maison, à savoir le tourisme engagé, solidaire, viendrait se diffuser sous format papier à tous les professionnels labellisés sur le territoire.
- **Refonte du site pro : vaisseau amiral de la nouvelle stratégie**, sur le fond comme sur la forme, avec une arborescence clarifiée et pensée "utilisateur", des contenus complémentaires entre ressources "techniques" et articles éditorialisés (mise en récit de témoignages de pros, décryptages d'actus sectorielles et filières...) + digitalisation des guides papier existants pour intégration du propos et mise à jour facile des process pour les pros.
- **Guide d'accueil digital des hébergeurs** : une édition pré-remplie par Gironde tourisme et à compléter par chaque hébergeur afin d'accueillir au mieux l'hôte au sein de son hébergement mais aussi de lui fournir les informations touristiques essentielles à sa découverte du territoire.
- **Editions tourisme accessible** : nous proposons de conserver les éditions qui marquent la valeur solidaire de Gironde tourisme, via les éditions existantes: "Le vignoble pour tous", "Vacances pour tous" et enfin "Préparer ses vacances". Ces éditions constituent une exception à la digitalisation totale de la stratégie de com ' aux pros, en incarnant une carte de visite, une feuille de route, une valeur portée haut et fort et à diffuser largement.
- **Carnet de décors** : véritable document d'attractivité, il n'a de valeur que par la force de sa direction artistique couchée sur du papier.
- **Refonte de la stratégie de newsletter** : en lien avec le nouveau site internet Pro

- **Réseaux sociaux pro** : Facebook change de ligne éditoriale à 90 ° et se fait le relais des initiatives des OT, pour abreuver les uns et les autres d'échanges d'expériences. Evidemment, GT a des choses à dire et prend la parole dans le cadre cette ligne édit. Linkedin poursuit sa route en se faisant l'écho du tourisme et de l'accompagnement des tournages en Gironde et en élargissant son discours le plus possible, afin de se positionner comme la structure qui apporte hauteur, analyse et veille. Une attention particulière est portée au lien avec nos partenaires et parties prenantes, et à la valorisation d'initiatives de territoires peu actifs ou exposés sur ce canal.
- **Programmation d'événements professionnels** : les rendez-vous du réseau BWT, Les matinées de Gironde tourisme, les speeds meeting de Gironde tournages.
- **La Place de Marché** : Gironde tourisme prépare la transition pour la fin du marché signé avec Regiondo (31/12/2026), avec l'office de tourisme de Bordeaux afin d'accompagner les offices de tourisme déjà engagés ou sur le point de le faire.

2. Communication en direction de la population girondine et des touristes arrivés en Gironde

La stratégie : valoriser les professionnels du tourisme via des campagnes de communication renvoyant vers leur offre et, au passage, légitimant notre capacité à labelliser l'offre et à recommander des sites de qualité.

- **Faire du vignoble un lieu de vie et de sorties (*Ou comment inciter les girondins et les visiteurs à visiter l'intérieur des terres*)**

Objectif: Renforcer la valorisation des territoires hors littoral et Bordeaux via la stratégie d'itinérance festive proposée par Pulpe depuis 2020.

- Chronique Pulpe sur l'émission Vinocité,
- Poursuite de la création de contenus sur les réseaux sociaux pour raconter le vignoble et annoncer les événements : création de contenus, collaborations, stories quotidiennes, publicités ciblées, partenariats médias et influenceurs
- 4e campagne des événements pulpés de l'été

- **Promouvoir la Gironde comme LA destination vélo, rando et patrimoine**

Objectif : s'appuyer sur les outils existants et développés depuis des années (site Gironde tourisme) par l'équipe pour faire un choix de thématiques-phares qui incarnent la destination.

- **Le site internet** : travail de référencement sur les pages-clés identifiées par l'équipe comme étant destinées à un public local et pouvant être valorisées sur les réseaux sociaux.

Par la suite, ces pages peuvent servir de pilier pour des campagnes numériques :

- **Campagne de communication saisonnière autour des hébergements** : Valorisation des coups de cœur de Gironde tourisme. A publier un mois et demi avant les vacances scolaires, par exemple, de façon à séduire et convertir.
- **Campagne de communication Gironde kids** : prévoir une campagne à l'approche des vacances scolaires (Terra Aventura, Pistes de Robin. Se caler aussi sur le lancement de saison de terra Aventura en juin.
- **Campagne Boîte à outils vélo** : Campagne de valorisation du Tour de Gironde à vélo et la boîte à outils super pratique.

Avec ces 3 campagnes, Gironde tourisme parle aux locaux, à ses marchés prioritaires et travaille l'image d'une destination accessible (une accessibilité sous toutes ses facettes), familiale et propice à l'itinérance.

- **Edition de la carte touristique** : tirage revu à la baisse (40 000 ex), mise à disposition du fichier pour impression sur le site pro.

- **Travailler l'image de la destination comme une terre d'engagements : focus sur l'accessibilité, la préservation de l'environnement**

Objectif: rappeler tous les piliers du développement durable en utilisant des ressorts tels que la marche pour découvrir un territoire, la sensibilisation aux vacances pour tous, la protection de l'environnement

- Poursuite des bons plans à chaque période de vacances scolaires
- Promotion d'une offre accessible et gratuite de découverte du territoire : refonte de la collection Les Plus Belles Balades de Gironde Tourisme consacrée aux Bastides de Gironde, promotion du Chemin d'Amadour, participation au salon du randonneur de Lyon, valorisation du GR6 via la participation au salon du randonneur en Gironde à Noaillan
- Promotion du film des 4 saisons : viralisation via les réseaux sociaux et les écrans sur nos événements et ceux de nos partenaires d'une destination simple, accueillante, résiliente et tournée vers les autres.
- Poursuite de la promotion des Iconiques en Gironde
- Promotion des tournages réalisés en Gironde afin de mettre en lumière le patrimoine cinématographique de la Gironde et de générer une image de territoire attractif, tout en renforçant la fierté d'appartenance pour les Girondines et les Girondins. 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