



PÔLE PROMOTION ET COMMUNICATION DU BASSIN

Des incendies dramatiques qui ont meurtri le Bassin d'Arcachon durant l'été 2022, nous retenons une chose : la détermination sans faille du SIBA aux côtés des professionnels du tourisme du Bassin.

En 2022, le SIBA a déployé de nouvelles actions pour mobiliser habitants, partenaires de la marque et visiteurs à la qualité de l'eau et ses usages. L'idée étant de recentrer la communication autour du discours « ICI, commence la Mer », ici commence le geste pour la préserver ! ».

Enfin, tout au long de l'année, **tuba.fr** met en lumière la diversité et le dynamisme des communes, institutions et acteurs du territoire.



BASSIN D'ARCACHON

un monde à part

La démarche du pôle promotion est transversale tant dans ses champs d'intervention (secteurs, marchés, publics-cibles) que dans ses domaines d'actions (communication, relations presse, collaborations...) avec un CHALLENGE : «conjuguer préserver et promouvoir le Bassin d'Arcachon».

Chaque année, le pôle promotion propose un plan d'actions en adéquation avec le document stratégique 2021-2026, à consulter sur : <https://www.siba-bassin-arcachon.fr/pole-de-competences/le-pole-communication/faire-du-tourisme-durable-un-moteur-pour-tous>

POIDS ÉCONOMIQUE DU TOURISME SUR LE BASSIN



760 M€

injectés
dans l'économie locale
Source Insee

PLAN DE RELANCE

L'été 2022 a été marqué par **les incendies en forêt de La Teste de Buch**.

Afin de relancer l'activité touristique en rassurant la clientèle estivale, le SIBA a lancé une campagne publicitaire « coup de poing » opérationnelle dès le 25 juillet. La priorité était de mobiliser les professionnels et médias autour d'un message à porter collectivement : **"L'esprit Bassin est là et sera toujours là !". Soutenir le Bassin, c'est y venir !**

2 PHASES :

PHASE 1 : du 22 au 24 juillet

En situation de crise, la communication intra-Bassin prend une autre dimension. Le SIBA, en contact permanent avec les professionnels du tourisme, s'attache à actualiser en temps réel un état des lieux de l'offre touristique accessible (selon arrêtés préfectoraux) en étroite collaboration avec les offices de tourisme et à recenser les aides financières à leur disposition.

En parallèle, il répond aux questions et rassure la clientèle « sur place et à venir » sur les réseaux. Mais face aux annulations massives des réservations, il s'attèle à mettre en place un plan de relance pour sauver le mois d'août et le second semestre.

Le 22 juillet, un **point presse**, avec l'ensemble des Maires du Bassin, présente le plan de relance qui s'est articulé comme suit :

PHASE 2 : à partir du 25 juillet (déclinée en 2 points) :

- **Lancement d'une campagne publicitaire « coup de poing » en national :**

Version 30 sec : <https://vimeo.com/731374098/>

Version 15 sec : <https://vimeo.com/732006870/>

Objectif : rendre visible les champs des possibles sur le Bassin au-delà de la catastrophe sectorisée sur la commune de La Teste de Buch.



Point presse : présentation du plan de relance



41 555 227
contacts touchés
par la campagne

Dispositif de campagne sur 2 semaines à partir du 25-27 juillet :

EN TELEVISION NATIONALE :

Diffusion d'un spot de 15 secondes sur France TV (France 2 et France 3) autour de la météo et du journal : 70 000 € TTC

EN DIGITAL :

Diffusion de 2 millions de spots sur des sites d'informations (Le Monde, Le Figaro, Elle, Le Point...), sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram), sur YouTube (en pré-roll de chaînes tourisme et autour du mot clé Bassin d'Arcachon) : 40 000 € TTC

- **Organisation d'un événement médiatique :**

Un rassemblement maritime sur l'eau, symboliquement le jour de la réouverture au public de la Dune du Pilat le 27 juillet. L'idée était de montrer aux médias que la vie sur le Bassin reprend son cours : images drone du rassemblement diffusées sur l'ensemble des médias nationaux, le soir du 27 juillet.



Rassemblement maritime

LA MISSION DU PÔLE COMMUNICATION & PROMOTION DU SIBA EST DOUBLE

1. PROMOUVOIR LE BASSIN D'ARCACHON TOUTE L'ANNÉE

(tourisme de loisirs et tourisme d'affaires), en national et international. En tant que destination touristique majeure, il est important de prendre la parole toute l'année afin de maîtriser ce qui est dit sur le Bassin. Cela évite que d'autres communiquent à notre place et ce de manière erronée.

2. AGIR LOCALEMENT

- L'eau comme point de départ du rassemblement : la préservation du Bassin
- Le plaisir de vivre, de faire, d'agir au quotidien
- La fierté d'appartenance au territoire

VALORISER UN TERRITOIRE D'EXCEPTION (LE BASSIN), AVEC DES VALEURS COMMUNES (LA PRÉSERVATION ET LA VALORISATION), ET DES ACTIONS INITIÉES LOCALEMENT.

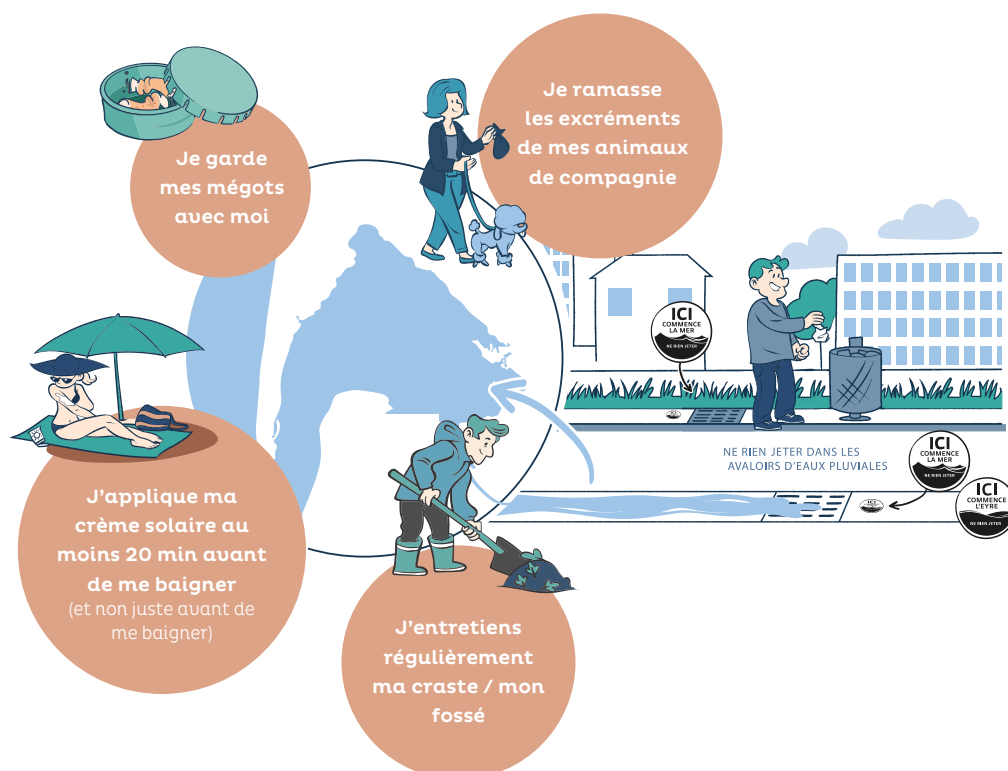


CONJUGUER PRÉSERVER ET PROMOUVOIR
LE BASSIN D'ARCACHON

- **2 kits de communication** à destination des communes membres du SIBA, en faveur de la biodiversité et de la qualité de l'eau : la gestion différenciée des espaces verts / comment entretenir sa craste ou son fossé sur un terrain privé



En 2022, l'objectif du pôle a été de lier plus encore les initiatives « Ici commence la mer » et la marque Bassin d'Arcachon. Ce qui réunit les 850 partenaires de la marque, c'est la préservation de l'eau avec le Bassin au cœur. **L'enjeu est d'animer cette communauté, en leur donnant des outils pour qu'elle diffuse le bon discours... dans l'idée « chacun fait sa part ! ».**



Tout ce qui est jeté dans les villes et villages, sur la plage ou dans les avaloirs d'eaux pluviales finit dans la mer.

TEMPS FORTS

COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE

Printemps / Été 2022

- **Réalisation d'une carte des fonds marins du Bassin d'Arcachon** (bathymétrie), distribuée en avant-première au Salon Nautique d'Arcachon 2022
- **TERRE DE MERS #3** avec un sujet consacré au réensablement
- **Création de vidéos de sensibilisation à la qualité de l'eau : « le Bassin, je l'aime, je le préserve »** pour mobiliser les partenaires de la marque sur les enjeux du SIBA. Ainsi, ils s'approprient leur rôle de porte-voix, de relais pour diffuser ces vidéos : dans leurs salles d'attente, sur internet...
- **Publi-rédactionnel** dans T La Revue « spécial eau » de « La Tribune » – support national.



Automne / Hiver 2022

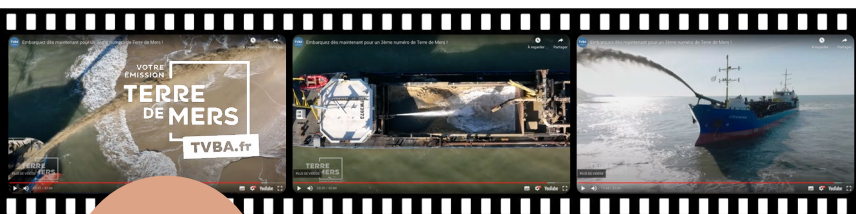
Pensé et réalisé en interne par les pôles Environnement et Communication du SIBA : le Jeu de l'oie « Ici commence la mer ! »... Ici commence les gestes pour préserver la qualité des eaux du Bassin !

• **septembre** : présentation aux membres de la commission REMPARG INTER-SAGE, aux conseillers pédagogiques du territoire, Maison de la Nature et Parc naturel marin du Bassin.

• **octobre** : point presse du Président du SIBA ; distribution et présentation du jeu dans les écoles primaires, centres de loisirs et ludothèques du territoire : « Les élèves, ambassadeurs de la préservation du plan d'eau ».

• **novembre** : inscription du déploiement des actions « Ici commence la mer » sur l'ensemble des écogestes dans le profil de vulnérabilité conchylicole.

• **décembre** : distribution du jeu de l'oie avec la carte de vœux 2023



PROMOTION DU TERRITOIRE



688 744 €
actions réalisées
en Promotion

Dans le respect du document stratégique 2021-2026, le pôle promotion déroule en 2022 son plan d'actions comme suit :

ACTIONS DE PROMOTION À L'INTERNATIONAL

Redévelopper la visibilité de la destination post covid : reconquérir les visiteurs européens

- Organisation de voyages de presse (Forbes Magazine USA, WS Magazine Suisse, Radwelt Magazin Allemagne, TV Autrichienne ORF, influenceurs italiens et espagnols) et éditeurs de tours opérateurs en collaboration avec Gironde Tourisme (Cloudsandsea, Behringer, Reisen Giessen, Ikarus Services, Touren Reisen Schweda, La Cordée Reisen, Hotelbeds / Beyond the Bed, Atout France)
- Valorisation du Bassin dans la marque collective « Atlantikküste » (marchés Allemand, Néerlandais & Belge flamand), définie par le collectif du contrat interrégional « Côte Atlantique ». À ce titre, le SIBA participe à des campagnes de communication multi-supports et actions presse avec l'ADT Gironde Tourisme.

Travailler la clientèle madrilène pour insister sur le hors saison (cibles : urbains / couples actifs sans enfant / jeunes retraités : pas de dépendance aux vacances scolaires) et s'appuyer sur l'accessibilité aérienne de l'aéroport de Bordeaux

- Participation en juin au workshop #ExploreFrance à Madrid : collaboration avec le CRTNA et Atout France, rencontres et échanges avec des journalistes et blogueurs pour faire connaître la destination « Bassin d'Arcachon ».
- Création d'un publi-rédactionnel dans 4 quotidiens et 3 revues voyages - collaboration CRTNA et Atout France.
- Traduction en espagnol du journal de bord, du dossier de presse et de la carte touristique.



ACTIONS DE PROMOTION EN NATIONAL

Faire connaître le Bassin d'Arcachon 12 mois sur 12

L'étude de notre cible, réalisée par l'agence Opinion Way en 2021, confirme que la clientèle touristique a besoin d'être rassurée sur l'accueil touristique sur le Bassin en automne et hiver ; c'est la raison pour laquelle l'essentiel des achats d'espaces s'effectuent durant cette période.

- Distribution du Magazine de destination en supplément de TELERAMA (mars - 20 000 abonnés Paris).
- Campagne sonore automne-hiver sur Radio France (44,6 M de contacts en radio et 2 M en podcasts) et RTL (8 M de contacts en podcasts).
- Encartage du Journal de Bord «magazine de destination» dans un titre de presse : LE FIGARO (septembre - 85 000 abonnés IDF et Lyon)
- Publi-rédactionnel dans une presse spécialisée « randonnée pédestre » : Rando Balades - parution automne hiver.

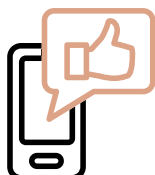


Les relations presse sont indissociables du plan média pour cibler l'action presse sur un tourisme 12 mois sur 12 :

- Accompagnement par une agence de presse ZMIROV pour la réalisation d'un communiqué par saison, la recherche d'influenceurs qualifiés et créer des prétextes de RDV avec la presse parisienne pour sortir des sentiers battus.



RETOMBÉES DES ACCUEILS INFLUENCEURS EN 2022



240
publications Instagram



2 529 578
personnes touchées
4 322 000 impressions

- Organisation de voyages de presse (Télérama, Geo, Femme Actuelle, Destination France, Balades, Voyages et Stratégie, Télématin) & Influenceurs (organisation et prise en charge déplacements, hébergements, restauration, activités...)
- Réalisation d'un dossier de presse : valoriser les hommes et femmes du territoire par les métiers

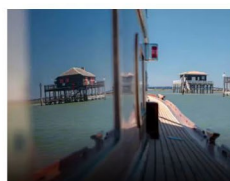


- Rédaction de contenus expérientiels et inspirationnels (articles + photos mois par mois pour le blog tourisme du Bassin d'Arcachon avec mise en lumière des 12 communes et des prestataires locaux)



20/09/2022

Prémices d'automne



12/07/2022

Comment découvrir le Bassin... sur l'eau?



12/07/2022

50 nuances d'huîtres



11/07/2022

Du soleil et des copains sur le cœur du Bassin !



06/06/2022

Confectionner un repas 100% Bassin !



01/06/2022

Le cœur des hommes

- Réalisation d'une vidéo des espaces naturels du territoire aux couleurs de l'automne, pour diffusion sur les réseaux sociaux



**Relancer la saison estivale, suite aux incendies
déploiement d'un plan de relance touristique dès le 25 juillet (cf. p150-151)**

Développer la notoriété « Bassin d'Arcachon Destination Affaires »

- Affichage permanent Aéroport de Bordeaux (600 000 passagers entre le hall A et B)



- **Adhésion et présence dans le réseau national :**
« **France Congrès et Événements (FCE)** »

10 newsletters envoyées par FCE valorisant la destination (hébergements, activités, agences événementielles...) et **présence dans le réseau régional avec le Club Affaires du CRTNA.**

<https://france-congres-evenements.org/bassindarcachon/>

- Participation à **2 Workshops** spécialisés sur Paris (prospection commerciale) – 5 juillet et 22 novembre
« Faire découvrir nos offres affaires au bord de l'eau avec un aspect environnemental »
- Suite à un voyage de presse, **Bassin d'Arcachon Destination Affaires fait la une de Voyages & Stratégie.** Distribution aux 20 500 abonnés et lors du salon IFTM à Paris le 20-22 septembre 2022 (4 000 ex.) Une belle mise en lumière de notre destination.





- **Campagne de référencement** sur la rubrique « séminaires et congrès » du site portail (objectif de notoriété et mise en valeur de l'offre locale)

<https://bassin-arcachon.com/seminaires-congres/>

- **Publi-rédactionnel** dans Meet and travel Mag. (6 000 ex. et diffusion dans 2 salons majeurs MICE : Heavent Meetings Cannes et IMEX Francfort).

- **Campagne digitale de notoriété** sur LinkedIn auprès des décideurs affaires, elle a suscité un très fort intérêt : plus de 341 000 impressions.

- **Animateur du réseau « tourisme d'affaires »**, le SIBA a proposé **3 temps forts aux professionnels Bassin** afin de mieux se connaître et créer des synergies : speed meeting, rencontre avec le Bordeaux Convention Bureau et afterwork.

<https://tuba.fr/le-tourisme-daffaires-en-speed-dating/>

<https://tvba.fr/cooking-challenge-avec-le-reseau-daffaires-du-bassin-darcachon/>

- **Recensement, visites et rendez-vous chez les professionnels du tourisme d'affaires du Bassin** pour connaître l'offre, **actualiser la vitrine du site Internet** et brochures : guide de l'organisateur, lieux événementiels, hébergements MICE et lieux de restauration, document d'appel

- **Gestion des demandes de séminaires reçues** : « le SIBA facilitateur d'événements professionnels »

- Réalisation de 2 présentations (cibles : Presse et Décideurs) ; 2 kakémonos pour les workshops

<https://www.siba-bassin-arcachon.fr/pole-de-competences/le-pole-communication/bassin-darcachon-destination-affaires>



ANIMATIONS TERRITORIALES

Valoriser la diversité des savoir-faire du territoire



850

partenaires
engagés

Par la création de contenus thématiques, valorisant les filières et l'identité locale :

- **TVBA.FR**, télévision du Bassin : 1 224 publications dont 510 vidéos réalisées et diffusées + tournage d'une émission documentaire identitaire « Terre de Mers n°3 » comptabilisant 77 265 vues
- Réalisation d'une vidéo de valorisation de la filière nautique animée par le navigateur Yves PARLIER, pour diffusion lors d'événements thématiques locaux : clubs d'entreprises, conférences, réunions et sur internet.
- Opération « Mon Bassin sous le sapin » : mise en lumière des idées cadeaux des partenaires de la marque.

<https://www.marque-bassin-arcachon.fr/du-local-sous-le-sapin/>

Rassembler les acteurs du Bassin autour de RDV annuels

- Animation du Club SIRTACUI avec les Offices de Tourisme : 6000 fiches d'information actualisées chaque année pour alimenter les outils du SIBA et du territoire.
- Organisation de café de bienvenue « accueil des nouveaux partenaires » : l'occasion de remettre le guide du partenaire, réédité en 2022.
- Opération Mon Bassin Mon Action avec l'ONF, le 1^{er} décembre 2022. Le début d'une belle histoire entre la mer et la forêt : réalisation des semis (mai 2023) avec la terre végétale issue des sédiments de dragage du Bassin d'Arcachon.

<https://www.marque-bassin-arcachon.fr/a-vos-marques-prets-cueillez/>

110

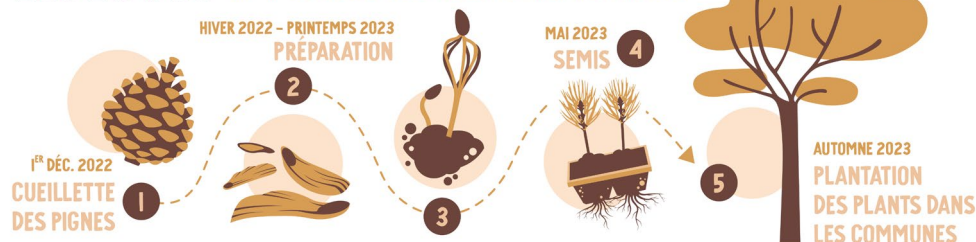
partenaires mobilisés
pour Mon Bassin mon Action



Mon Bassin Mon Action 2022



LES ÉTAPES #MONBASSINMONACTION



BROCHURES BASSIN

À QUI S'ADRESSENT-ELLES ?



+ DE 500
publications digitales

+ DE 50
réunions techniques
(en présentiel ou visio)

+ DE 50
supports élaborés



Destination
Bassin d'Arcachon :

N°1
sur 360 destinations
littorales de France sur les
réseaux sociaux
(source : Agence We Like
Travel 2022)

Réseaux sociaux
de la marque :



Facebook
13 000
abonnés



LinkedIn
3500
abonnés

AVANT SÉJOUR • PROMOUVOIR LA DESTINATION



MAGAZINE DE DESTINATION « JOURNAL DE BORD »

Prospects (distribué en amont des séjours)



DOSSIER DE PRESSE (FR, ES, EN)

Journalistes

SUR PLACE • INFORMER & FACILITER LE SÉJOUR DES VISITEURS



CARTE TOURISTIQUE (FR, EN, ES)

O.T. et Points Info tourisme / Professionnels du tourisme (hébergeurs, loisirs & activités...)



IDÉES BALADES

O.T. et Points Info tourisme / Hébergeurs



DÉPLIANT « EMBARQUEZ »

Ostréiculteurs et pêcheurs



MON BASSIN SANS MA VOITURE

O.T. et Points Info tourisme / Professionnels du tourisme



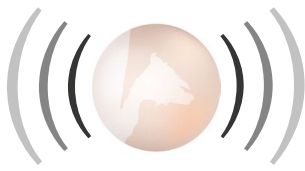
GUIDE NUMÉRIQUE DES HÉBERGEMENTS (FR, EN)

O.T. et Points Info tourisme / Professionnels du tourisme



GUIDE NUMÉRIQUE DES LOISIRS & ACTIVITÉS (FR, EN)

O.T. et Points Info tourisme / Professionnels du tourisme



ÉCOSYSTÈME DIGITAL

DE LA DESTINATION BASSIN D'ARCACHON

Gestion de l'information multicanal

AVANT SÉJOUR • PROMOUVOIR LA DESTINATION



PRODUCTION DE CONTENUS PAR LE SIBA • VIDÉOTHÈQUE / BANQUE D'IMAGES / RÉDACTION DE CONTENUS

SUR PLACE • INFORMER & FACILITER LE SÉJOUR DES VISITEURS

