



Bilan de saison 2022



Sommaire

Introduction	5
1- Accueil et Information	6
1-1 Front Office.....	6
1-1-1L'ouverture du Point d'Information Touristique à Lamarque	6
1-1-2 La fréquentation.....	7
1-1-3 Les demandes de renseignements des touristes	9
1-2 Tournées	10
1-3 La qualité de l'accueil.....	10
1-3-1 L'enjeu de la qualité de l'accueil.....	11
1-3-2 Les objectifs Qualité	11
1-3-3 L'engagement de la Direction.....	12
2- Communication et promotion	13
2.1 Les éditions print	13
2-1-1 Les supports signalétiques pour guider les visiteurs vers le PIT	13
2-1-2 Les supports informatifs pour répondre aux questions des touristes.....	13
2-1-3 Les souvenirs personnalisés print ou goodies	16
2-2 Internet et réseaux sociaux	17
2-2-1 Site internet	17
2-2-2 Réseaux Sociaux.....	19
2-3 Relations presse	21
2-3-1 Accueil des journalistes sur le territoire Médoc Estuaire.....	22
2-3-2 Communiqué de presse.....	23
2-3-3 Interviews - Radio France Bleu Gironde.....	23
2-3-4 Parutions Presse.....	25
2.4 Triporteur	26
2.5 La communication interne : la diffusion des bilans mensuels du PIT	27
2.6 L'exposition avec les cartels	27
2.7 La Micro-Folie Mobile	28
2.8 Les Journées Européennes du Patrimoine 2022	28
3- Les animations	29
3-1 Animations mises en place par l'Office de Tourisme	29
3-1-1 Les dégustations.....	29
3-1-2 Kid's Bat.....	30
3-2 Animations mises en place par les partenaires du territoire.	30
3-2-1 Les Portes Ouvertes des Crus Artisans en Médoc	30
3-2-2 La programmation du Fort Médoc.....	31
3-2-3 Le Dôme panoramique de Lamarque	31

3-2-4 Afterwork en Médoc.....	31
3-2-5 Les marchés nocturnes.....	32
4- Les partenaires.....	33
4-1 Transport – Bac Lamarque-Blaye	33
4-2 Oenotouristique	33
4-3 Hébergeurs	34
4-4 Restaurateurs	35
5- La commercialisation.....	35
6 -Les prémisses d'un observatoire via SIRTAQUI	36
Conclusion.....	36
Annexes	37

Sommaire des annexes :

Annexe 1 : Bilan de saison 2020	38
Annexe 2 : Bilan de saison 2021.....	43
Annexe 3 : Fiches Instruction du Manuel de Qualité.....	62
Annexe 4 : Les Pépites n°1	72
Annexe 5 : Plan liasse à destination des appellations viticoles.....	74
Annexe 6 : Les Affiches	75
Annexe 7 : Road book - Accueil Presse du 22/07.....	78
Annexe 8 : Les Communiqués de presse.....	90
Annexe 9 : Article Kid's Bat.....	93
Annexe 10 : Les Bilans mensuels	94
Annexe 11 : Les cartels pour l'exposition « Les Iconiques » de Gironde Tourisme	100
Annexe 12 : Exemples - Communiqué de presse Micro-Folie	109
Annexe 13 : Communiqué de presse Journées Européennes du Patrimoine	114

Introduction

Eté 2022, en **France** : nous avons vécu une saison au croisement des grandes mutations. Malgré les bons chiffres de fréquentation pour certains et de remplissage pour les hébergeurs, la saison estivale a été marquée par les effets du dérèglement climatique et par les conséquences économiques de l'invasion russe en Ukraine. "L'été de tous les extrêmes" dans l'Hexagone selon Météo France, avec une température moyenne de 2,3°C au-dessus des normales de saison et 33 jours de vague de chaleur, le plaçant au 2ème rang des étés les plus chauds depuis le début des mesures en 1900.

Ces chaleurs intenses ont eu des effets sur les comportements au niveau des choix de destination et d'hébergement, des activités sportives, des lieux de visite mais aussi de la restauration.

La saison touristique n'est pas encore terminée, mais la Présidente du Comité Régional du Tourisme (CRT) de **Nouvelle-Aquitaine**, Christelle Chassagne a informé au début du mois de septembre lors d'une conférence de presse que « les événements jusqu'ici rarissimes dans notre région n'ont pas réussi à freiner une fréquentation touristique très tonique marquée par le retour des vacanciers étrangers mais aussi un panier moyen à la baisse ».

Les incendies pour ne pas dire des méga-feux ont détruit plus de 60 000 hectares, l'équivalent de six fois la surface de Paris en l'espace d'une semaine. En **Gironde**, la haute saison estivale aura été marquée par un contexte particulièrement éprouvant : ce sont plus de 20 000 hectares de forêt qui ont été décimés avec des conséquences dramatiques pour la faune et la flore mais aussi pour les habitants, les touristes et les professionnels des zones concernées. 22 % de la capacité d'accueil du Bassin d'Arcachon a été réduite en cendres avec 40 % de baisse de fréquentation enregistrée sur les dernières semaines pour le Bassin. Mi-septembre, c'était au tour du Sud-Médoc de bruler avec des reprises intempestives. Le coût de reboisement est estimé entre 3000 et 10000 € par hectare et des espaces inexploitables pour les 30 prochaines années. La sécheresse a eu aussi des conséquences sur de nombreux cours d'eau, impactant les activités proposées notamment sur la Garonne et la Leyre.

Outre ces événements d'un niveau historique, l'inflation (*les prix à la consommation auraient augmenté de 0,4% en août après +0,3 % en juillet d'après les estimations provisoires publiées par l'INSEE*) et la baisse du pouvoir d'achat qui en résulte ont aussi compliqué la donne, avec des arbitrages des visiteurs pour réduire leurs dépenses en cours de séjour.

Enfin, l'été aura été complexe pour les professionnels du tourisme, en particulier ceux de l'hôtellerie-restauration, confrontés au manque de personnel. Selon les données publiées par Pôle Emploi, 3 890 postes, dont 2 230 CDI, étaient à pourvoir en hôtellerie/restauration au 2ème trimestre en Gironde. Dans un tel contexte, tous les territoires et secteurs d'activité girondins n'atteindront vraisemblablement pas le niveau de fréquentation record que laissaient entrevoir les très bons indicateurs du printemps. Mais, au regard des événements qui ont affecté durement la Gironde, les résultats de la haute saison sont plus qu'honorables.

L'analyse de l'enquête au niveau de la Gironde présente les réponses des 156 professionnels girondins (sur 2600) qui ont bien voulu participer :

- 53% des répondants jugent en effet la fréquentation supérieure à celle de l'an dernier
- 70% estiment leur chiffre d'affaires en hausse.

La destination Gironde a pu compter sur une bonne fréquentation domestique, et, après deux années COVID, le déficit de clientèle étrangère a été en grande partie comblé, grâce aux clientèles européennes et au retour de certaines clientèles lointaines, en particulier la clientèle américaine favorisée par la parité euro/dollar.

Bordeaux et le littoral du Médoc paraissent avoir particulièrement bien tiré leur épingle du jeu : 2 professionnels sur 3 y estiment en effet la fréquentation en hausse par rapport à l'an dernier.

Sur le Bassin d'Arcachon, si 88% des répondants jugent positivement leur activité au mois d'août, 40% d'entre eux déclarent néanmoins un bilan global de haute saison en baisse, notamment dû aux difficultés du mois de juillet.

Dans l'intérieur du département, les opinions positives sont majoritaires quant au cœur de saison, mais 14% des répondants font tout de même état d'un chiffre d'affaires en baisse, les professionnels du Sud Gironde ayant durement pâti des incendies et des restrictions d'accès au massif forestier.

Le mois de septembre, qui a pesé pour 22% des nuitées en hôtellerie et 10% des nuitées en camping durant la saison 2021, s'annonce très favorablement, 40% des répondants faisant d'ores et déjà état de réservations, à date, supérieures à celles de l'an dernier.

1- Accueil et Information

1-1 Front Office¹

1-1-1 L'ouverture du Point d'Information Touristique à Lamarque

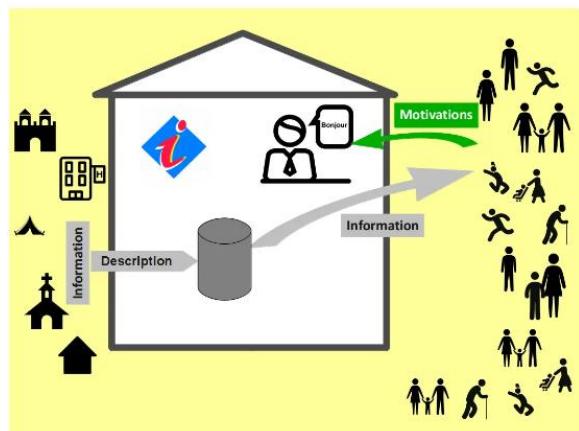
L'ouverture d'un PIT est liée à deux paramètres : l'entretien & les travaux du bâtiment d'une part, les missions et le budget alloués à l'Office de Tourisme d'autre part.

Suite à la saison 2021, plusieurs réunions entre les services techniques du Département et la CdC ont été organisées par la Direction de l'Office de Tourisme afin d'obtenir la réalisation des travaux d'entretien et de réparation de la terrasse en bois devenue dangereuse et du toit laissant passer pluie et chauve-souris. Les travaux ont finalement eu lieu semaines 26 et 27.

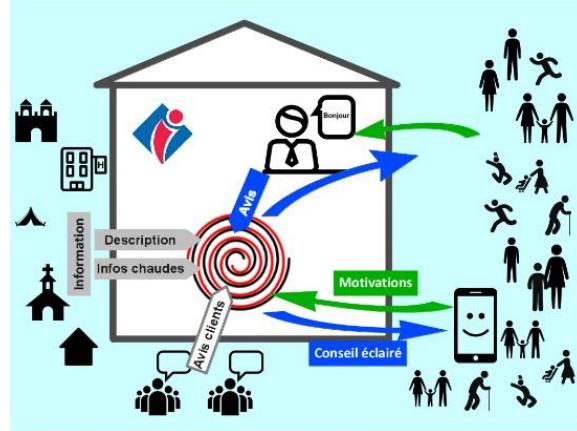
C'est pourquoi **en 2022**, le Point Info Tourisme (OT Communautaire) n'a été ouvert au public que du 6 juillet au 28 août (54 jours au lieu de 90 jours initialement prévus), 7 jours sur 7 de 10h à 13h et de 15h à 19h (7 h/jour) soit un **total de 378 heures d'ouverture en 2022** (*baisse du nombre de jours d'ouverture du PIT de 44 %*).

En 2021², le Point Info Tourisme (service Tourisme) a été ouvert en 2021 du 3 juin au 30 septembre (118 jours) pour **un total de 628 heures d'ouverture**.

Afin de pallier à cette baisse d'ouverture au public, un partenariat a été mis en œuvre avec le service des transports maritimes départementaux. La documentation de l'Office de Tourisme est disponible depuis le mercredi 15 juin dans le salon du bac Vauban sur la liaison Blaye-Lamarque. Malgré cela, cette présentation de notre documentation ne remplace pas l'accueil du visiteur par un conseiller en séjour qui réalise du **conseil éclairé**.



Hier, l'accueil dans un Office de Tourisme c'était ça : une distribution d'informations avec une aide bienveillante pour s'y retrouver.



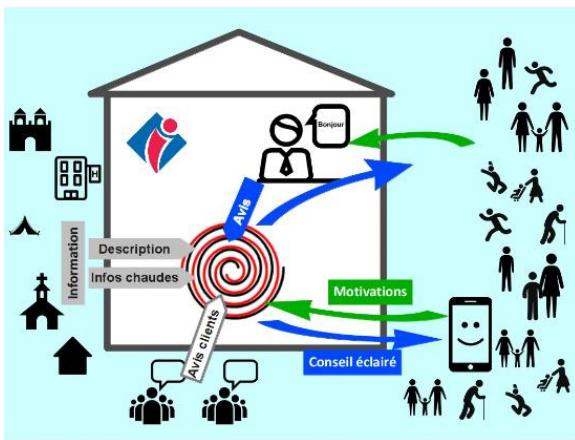
Pour offrir un **conseil éclairé**, l'Office de Tourisme devient « un espèce de laboratoire » qui :

¹ Bilan de Saison 2020 Cf. Annexe 1

² Pour mémoire 2021 :

Juin et septembre : 5j/7 : Du mercredi au vendredi exclusivement les matins de 9h15 à 13 heures soit 210 heures d'ouverture.

Juillet et août : 7j/7 de 9h15 à 13h et de 14h30 à 17h30 soit 418 heures d'ouverture.



enregistre et valide l'information descriptive « objective » fournie par les acteurs locaux (fiche SIRTAQUI) ;

enrichit cette information brute des informations dites « chaudes », comme les disponibilités par exemple ;

recense et même collecte les avis clients ;

porte un regard critique sur l'offre pour la hiérarchiser ;

établit un positionnement³ du territoire attractif pour les clientèles-cibles ;

traduit ce positionnement en organisant des réponses autour de motivations gagnantes pour les visiteurs ;

Grâce à ce travail immense en interne, le conseiller en séjour peut s'engager et proposer un conseil éclairé aux touristes qui l'interrogent.

Pour réaliser cette mission d'accueil et d'information, 1^{ère} mission régionale d'un Office de Tourisme :

En 2022 : 1 salarié dédié à l'accueil représentant 0.15 ETP annuel travaillé + 3 renforts représentant 188h d'accueil et 87 d'heures d'animation (soit 275 h) représentant 0.17 ETP → 0.32 ETP (*baisse de 41 %*)

En 2021 : 2 salariés dédiés à l'accueil représentant 0.5 ETP annuel travaillé + 2 renforts représentant 64h d'accueil représentant 0.04 ETP → 0.54 ETP

La baisse de 0.22 ETP, entre 2022 et 2021, est à mettre en parallèle avec la baisse d'ouverture au public au PIT de Lamarque.



Enfin, même si le Point d'Information Touristique est fermé depuis le 28 août, la chargée de promotion et la directrice gère une permanence téléphonique 5j/7 : 06 26 70 06 81 et mail infotourisme@medoc-estuaire.fr

1-1-2 La fréquentation

En 2022, l'équipe Margaux Médoc Tourisme a renseigné près de 2 484 personnes selon la base de données SIRTAQUI sur laquelle doit être saisie le code postal ainsi que le pays d'origine du/des visiteur/s pour être correctement comptabilisée. Au regard de certaines données, des défauts de saisie sont à déplorer.

En 2021⁴, c'était 7 869 personnes accueillies soit environ 3 934 personnes renseignées.

On constate cette année, une baisse de la fréquentation de 36 % soit la moyenne enregistrée dans le Médoc estuaire.

³ La rédaction du 2^{ème} schéma de développement et de stratégies touristiques 2023-2028 est l'une des actions communes à mettre en œuvre dès cet hiver 2022-2023 avec le service Tourisme de la CdC Médoc-Estuaire.

⁴ Bilan de Saison 2021 (Cf. Annexe 2)

En 2022

FREQUENTATION



83,02 % de français



1^{er} Gironde

2^{ème} Ex Poitou-Charentes

3^{ème} Paris et Ile de France



16.98 % d'étrangers (hausse de 4.55%) avec le grand retour des anglais !
(en 2019, 14 % d'étrangers avaient été accueillis au PIT)



Royaume-Uni
4.91 %



Allemagne
3.60%
(légère baisse)



Belgique
2.56 %
(baisse sensible)

Enfin, on constate que la fréquentation des espagnols est supérieure à celle des hollandais et ce pour la 1^{ère} fois au PIT.

En 2021

FREQUENTATION



87,57 % de français



12,43 % d'étranger



ALLEMAGNE
3,78%



BELGIQUE
3,11%



PAYS-BAS
2,01%

1-1-3 Les demandes de renseignements des touristes

Comme l'an passé, nous avons pu établir un podium des demandes de renseignement les plus récurrentes après les informations sur le Bac et la Citadelle de Blaye à savoir :

RANG	2021	RANG	2022
1 ^{er}	Les activités de plein air : les randonnées cyclistes (plan des pistes cyclables, le canal des 2 mers), des randonnées pédestres	1 ^{er}	Les activités de plein air avec notamment la randonnée pédestre et le vélo, au même niveau que les demandes sur le chemin de Compostelle (reprise forte)
2 ^{ème}	L'œnotourisme : visites et dégustations	2 ^{ème}	L'œnotourisme , avec bien souvent la recherche de <u>châteaux ouverts sans rendez-vous le week-end</u>
3 ^{ème}	Le patrimoine : visite du Fort-Médoc	3 ^{ème}	Le patrimoine culturel

Bilan / Perspective :

Malgré une situation géographique ainsi qu'un plan de circulation délicats, les résultats de la fréquentation du PIT à Lamarque sont proportionnellement identiques à l'ensemble du territoire intérieur médocain.

Il est donc important de déterminer - après l'installation de l'Office de Tourisme à Margaux-Cantenac - l'implantation (ou pas) d'un ou plusieurs PIT saisonniers aux portes d'entrée du territoire, en mode fixe ou mobile. Pour cela, il est indispensable dès à présent de :

- **Recruter un personnel en conseil en séjour qualifié** afin de :
- Remplir les missions d'accueil et de conseil en séjour conformément aux référentiels de la marque Qualité Tourisme et du classement Catégorie 2
- **Définir et mettre en œuvre une politique d'accueil (SADI) applicable sur l'ensemble du territoire** : ce plan d'accueil territorial homogène optimisera le maillage d'accueil, d'accès et de circulation de l'information touristique sur le territoire afin de créer un effet de réseau (mairies, prestataires...) par tout moyen jugé adapté (chaîne d'informations, espace d'accueil...) et mettra en place les outils permanents pour offrir un accueil de qualité tout au long de l'année. Accueillir non seulement physiquement, par téléphone mais aussi via les différents médias sociaux et virtuellement les clients qu'ils soient visiteurs, habitants, prestataires et élus.

- Assurer une veille permanente de l'offre touristique : élargir la connaissance de cette offre et desservices de tous les opérateurs.
- Créer et harmoniser les pratiques d'information sur le territoire.

A la lecture du top 3, il semble important aussi de développer deux axes dans le cadre du **futur schéma de développement et de stratégies touristiques 2023-2028** :

- * Le développement et la mise en valeur des activités de plein air
- * La valorisation et la mise en scène du patrimoine culturel et immatériel du territoire

Une demande peut être réalisée en ce sens au **service Tourisme de la CdC**.

La rédaction de ce **schéma est indispensable pour un bon fonctionnement de l'Office de Tourisme** : c'est un document stratégique et opérationnel dans sa déclinaison en fiche-actions, pour une durée de 6 ans. Il se décompose en 3 temps :

- Ⓐ Etat des lieux
- Ⓑ Diagnostic et enjeux
- Ⓒ Orientations et plans d'actions

Il s'agit bien de faire du tourisme un véritable vecteur de développement économique sur le territoire en prenant en compte les potentialités du territoire dans son environnement touristique.

1-2 Tournées

Plusieurs tournées de distribution de la documentation ont été réalisées les 13 et 26 juillet puis le 1^{er} août (réassort) sur le territoire. Pour cerner au mieux les besoins en documentation de chacun des acteurs du territoire :

- un appel téléphonique a été passé auprès de chaque mairie du territoire de compétences, de l'ODG de Margaux, des sites patrimoniaux, des hébergeurs classés et des restaurants.
- un mail avec un tableau précisant les différentes documentations auprès des châteaux viticoles.

Dans un premier temps chaque mairie a reçu :

- 1 carton de 125 exemplaires de carnets de voyage,
- 50 exemplaires des Pépites n°1,
- 25 à 50 exemplaires (selon la demande) de la carte touristique,
- 25 à 50 exemplaires (selon la demande) de la carte de randonnée de la route de l'estuaire,
- 100 à 150 exemplaires des topoguides des chemins de randonnée du territoire communautaire,
- 80 brochures dont 20 sur l'hébergements, 20 sur la restauration, 20 sur les activités de loisirs et 20 sur les vacances en camping-cars.

L'ODG Margaux a également pu récupérer :

- 1 carton de 125 exemplaires de carnet de voyage,
- 50 exemplaires des Pépites n°1,
- 500 exemplaires du topoguide « La route des châteaux de Margaux »
- 50 exemplaires de la carte touristique,
- 40 brochures dont 10 sur l'hébergements, 10 sur la restauration, 10 sur les activités de loisirs et 10 sur les vacances en camping-cars.

Suite à cela, les châteaux ont reçu :

- 1 carton de 100 exemplaires de carnet de voyage,
- 50 exemplaires des Pépites n°1,
- 25 exemplaires de la carte touristique,
- 25 exemplaires de la carte de randonnée de la route de l'estuaire,
- 5 à 10 brochures de chaque thématique,
- 25 plans liasse détachables pour les châteaux ayant formulé la demande.

Concernant les sites patrimoniaux, les hébergements classés et les restaurants, la documentation leur ayant été remise dépendait de leurs besoins, néanmoins, tous avaient dans leur lot, des carnets de voyage, des Pépites ainsi qu'une carte du territoire.

1-3 La qualité de l'accueil

L'Office de Tourisme Margaux Médoc Tourisme a mis en place son propre Manuel Qualité, base pour l'obtention de la marque Qualité Tourisme™.

L'objectif est de définir les procédures mises en place par Margaux Médoc Tourisme, afin d'assurer la qualité de ses missions d'accueil, de gestion de l'information et de la promotion conformément aux attentes de ses clients visiteurs et partenaires, et, s'assurer de leur satisfaction en conformité avec les objectifs nationaux de qualité des Offices de Tourisme de France.

Fiches Instruction⁵ de « Manuel Qualité »

1-3-1 L'enjeu de la qualité de l'accueil

La qualité de l'accueil est un levier essentiel du développement économique du tourisme. Il est donc primordial d'amener l'ensemble des services de l'Office de Tourisme dans une démarche globale de qualité, en mettant à la disposition des touristes et habitants, des offres de voyage et prestations de service conformes à leurs attentes.

1-3-2 Les objectifs Qualité

L'Office de Tourisme Communautaire se voit confier la responsabilité de contribuer au développement de l'économie touristique sur le territoire Médoc-Estuaire et notamment l'amélioration de la fréquentation touristique sur le territoire.

Les compétences définies dans les statuts de l'Office de Tourisme Communautaire et la convention d'objectifs et de moyens annuelle sont les suivantes et sans ordre de priorité :

- assurer l'accueil et l'information des visiteurs,
- décliner les orientations politiques fixées par la Communauté de Communes par la conception, l'animation et coordination du développement touristique du territoire depuis la définition de la stratégie et la programmation des actions de développement (*comme par exemple l'élaboration des services touristiques, de l'exploitation d'installations touristiques et de loisirs, des études, ...*) jusqu'à l'évaluation des actions entreprises, mais aussi par la mise en œuvre d'un schéma local de développement touristique,
- assurer la promotion touristique du territoire Médoc-Estuaire, en coordination avec le Parc Naturel Régional Médoc, l'Agence de Développement Touristique Gironde Tourisme, le Comité Régional de Tourisme Nouvelle-Aquitaine, et tous les partenaires identifiés (*Atout France, CIVB, UTMédoc...*)
- contribuer à coordonner les interventions des divers acteurs locaux et des divers partenaires du développement touristique local à l'échelle intercommunale, et participer à la coordination de celles-ci à l'échelle du Parc Naturel Régional Médoc, du département et de la Région,
- contribuer à faire connaître le patrimoine architectural, historique, naturel de l'ensemble des communes du territoire,
- affirmer le développement de la filière économique œnotouristique reposant sur l'identité viticole forte et mondialement connue du territoire,
- encourager les démarches de classement et qualification et être exemplaire,
- apporter son concours à la coordination, à la réalisation et à la création d'événements à caractère touristique et culturel destinés à renforcer la notoriété du territoire et à son animation permanente, en lien avec les structures extérieures compétentes,
- proposer la vente de produits et objets destinés à assurer la promotion du territoire,
- être inscrit au registre d'immatriculation des agents de voyages et autres opérateurs pour commercialiser des produits touristiques et forfaits touristiques tels que prévu par l'article L211-2 du Code du Tourisme,
- contribuer au développement de l'offre touristique du territoire en terme d'éco-tourisme, de slow tourisme et de tourisme durable, et favoriser son adaptation aux exigences des touristes français et étrangers, en particulier avec la création de nouveaux produits,
- accroître les performances économiques de l'outil touristique,
- en réaliser des études et statistiques,
- autoriser à commercialiser des prestations de services touristiques, et réaliser, en collaboration avec les différents partenaires, la promotion et la commercialisation de produits touristiques. La commercialisation des prestations de services touristiques de l'Office de Tourisme s'opère dans les conditions prévues au chapitre unique du titre premier du livre II du Code du Tourisme.

⁵ Cf. Annexe 3

Il pourra en outre :

- exploiter des installations touristiques et de loisirs. Gérer des biens et équipements ainsi que le prévoient les contrats passés entre la Communauté de Communes et l'OTC,
- animer des loisirs,
- organiser des fêtes et manifestations à caractère communautaire destinées à renforcer la notoriété du territoire Médoc-Estuaire,
- être obligatoirement consulté et associé aux projets d'équipements collectifs touristiques,
- accompagner les communes, le territoire et les professionnels dans l'obtention de labels touristiques et de qualité.

Enfin, l'Office de Tourisme Communautaire peut procéder à la conclusion de conventions d'actions touristiques avec d'autres collectivités ou organismes pour favoriser la promotion touristique de la destination.

1-3-3 L'engagement de la Direction

La direction avec les membres du Bureau définisse la politique Qualité de l'Office de Tourisme, fixe les objectifs à court et moyen terme en matière de qualité du service. Elle vérifie l'efficacité du système et y remédie en cas de défaillance. Également, elle attribue les différentes fonctions et supervise l'application des décisions prises lors des réunions d'équipe.

- Inciter, motiver, accompagner, organiser le suivi permanent du Plan Qualité,
- Développer l'implication et les échanges au sein de l'Office de Tourisme.

Bilan / Perspective :

Avec l'arrivée tardive de la chargée de promotion et de communication, les éditions print ont connues un retard important dans la fabrication et l'impression. De plus, nous constatons que les tournées de distribution de la documentation ont été particulièrement difficiles à organiser avec des résultats très mitigés : partenaires absents, erreurs de commande de la documentation... sans oublier l'explosion des kilomètres parcourus. C'est pourquoi en amont de la saison estivale prochaine, il sera organisé :

- La diffusion de la liste complète de la documentation OT
- La préparation des cartons pour chaque prestataire
- **Une bourse aux dépliants interne** (sur une après-midi J et une matinée J+1) afin que chaque partenaire vienne lui-même chercher la documentation OT souhaitée, et le dépôt par ce dernier de sa documentation pour l'OT et pour les autres partenaires/prestataires du territoire si besoin.

Le recrutement d'un chargé des partenaires de l'Office de Tourisme comme initialement prévu sur l'année 2022 afin d'atteindre les objectifs :

- Susciter et/ou renforcer le désir de découverte chez le visiteur : de l'information à la proposition
- Faciliter le séjour et l'accès du visiteur aux produits, aux sites et autres composantes de l'offre touristique locale,
- Développer la consommation touristique sur le territoire,
- Mettre en valeur les productions et les savoir-faire locaux, notamment au travers l'exploitation d'une boutique,
- Engager une réflexion avec l'ensemble des acteurs concernés pour optimiser les démarches d'accueil et se doter des moyens de s'y engager.
- Harmoniser les ouvertures au public, équilibrer et coordonner les périodes de fermeture au public de l'ensemble des structures touristiques (hébergements, sites, ...)

- Organiser, en réseau, l'accueil des visiteurs sur le territoire : les périodes et horaires d'ouverture figureront sur la façade du Point d'Information Touristique, sur les brochures à large diffusion et dans les messages des répondeurs téléphoniques.
- Actualiser la connaissance de l'offre touristique locale mais aussi structurer et mettre à jour les informations collectées.

2- Communication et promotion

L'Office de Tourisme est un lieu qui doit être très plébiscité par les visiteurs.

Il a pour objectif **d'accueillir, d'informer et de promouvoir** le tourisme sur notre destination touristique en devenir.

Les visiteurs s'adressent à des professionnels qui se doivent être qualifiés et souhaitent avoir accès à un maximum d'informations. Cela leur permet d'appréhender notre destination si spécifique.

2.1 Les éditions print

Pour faire la promotion de notre destination, nous avions envisagé pour cette année, 3 types de supports de communication propres au secteur d'activité du tourisme : les supports print **signalétiques et informatifs avec les différentes éditions**, et les souvenirs personnalisés print et goodies. Ces derniers n'ont pas pu être créer (cf. paragraphe commercialisation)

2-1-1 Les supports signalétiques pour guider les visiteurs vers le PIT



Prisé par les visiteurs, notre PIT doit être repérable par tous et attirer le regard. Pour ce faire, une signalétique extérieure a été réalisée l'an dernier via des kakemonos, et cette année un **chevalet de rue**, placé au milieu de la terrasse, annoncé tous les jours l'ensemble des animations du territoire. Il est important pour nous d'être visible et de rassurer le visiteur. Un PIT visible transmet un sentiment de réassurance et de qualité dans l'esprit des visiteurs.

Quant à la signalétique intérieure du PIT, elle permet de diriger les touristes afin qu'ils puissent s'orienter par eux-mêmes. Les **affiches** accrochées au mur et les **kakemonos** positionnés devant les supports apportent des informations utiles. Cela permet à chacun de se diriger lorsque les conseillers en séjour renseignent déjà d'autres touristes. La signalétique leur permet de passer plus de temps à répondre à des questions précises sur le territoire que sur l'organisation de la documentation dans le PIT.

2-1-2 Les supports informatifs pour répondre aux questions des touristes

Une fois que le visiteur a trouvé notre PIT, il va pouvoir circuler à l'intérieur et chercher les informations qui lui sont utiles. Cette année nous avons travaillé sur plusieurs supports.

2-1-2-1 Les nouvelles éditions

Par rapport à l'année 2021, nous avons créé avec le concours d'une agence de communication spécialisée dans le tourisme, deux éditions touristiques pour mettre en avant notre territoire et ses nombreux trésors.

Avec le « Carnet de Voyage » et le tiré à part « Les Pépites n°1 », l'objectif est de mettre en avant le patrimoine naturel et historique de la destination Margaux Médoc, ainsi que les nombreuses animations qui ont ponctué cette saison estivale.

- **Carnet de Voyage :**

Véritable outil de séduction et d'invitation à la découverte de notre territoire, cette première brochure suggère des visites ou découvertes insolites, mettant en lumière l'identité du territoire (vignoble, patrimoine, estuaire, nature, loisirs). De plus, elle reflète une offre touristique qui s'ajuste aux différentes clientèles (locale, de proximité ou régionale), avec une envie d'évasion aux portes de Bordeaux.

Ce carnet est une mise en avant des 10 villages aux noms prestigieux comme Margaux et aux appellations viticoles mondialement connues comme Haut-Médoc ; des richesses naturelles (environ 20 km de berges et 80 km de sentiers de randonnée praticables à pied, à vélo, à cheval), historiques (classé au patrimoine mondial de l'UNESCO....), architecturales (Le Versailles médocain), gastronomiques (le grenier médocain...) et festives.

Il s'agit d'une brochure qui se situe à mi-chemin entre un document d'appel et un magazine de destination.

• **Les pépites n°1 - Tiré à part⁶**

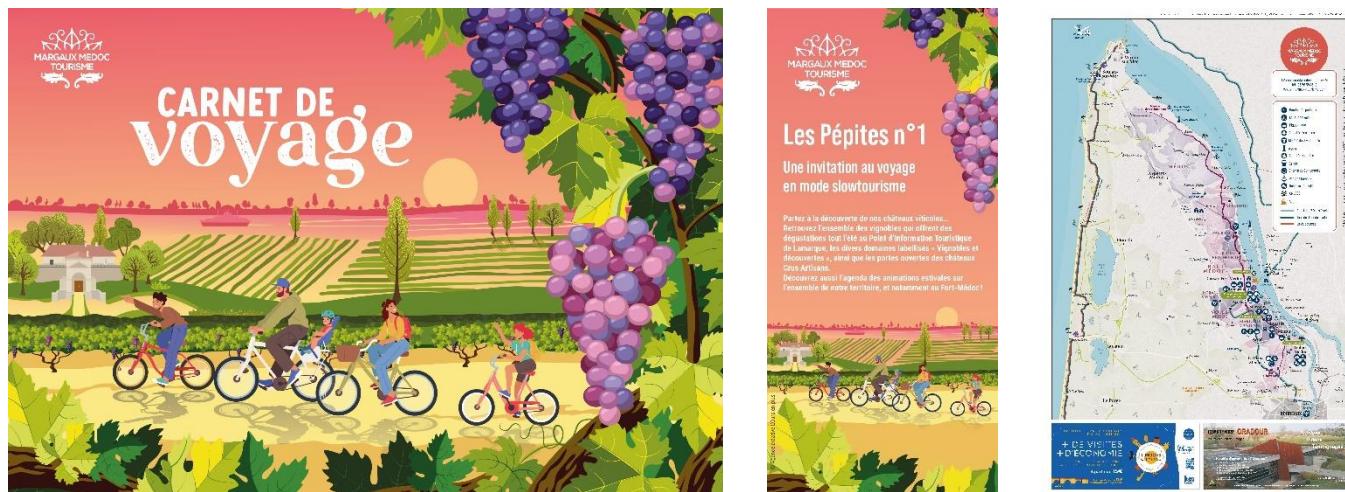
Ce dépliant recto/verso, est une invitation au voyage en mode slowtourisme, avec la mise en avant d'une mobilité douce à pied ou à vélo, le long de la route de l'Estuaire.

On retrouve sur une face, une carte présentant les pépites du territoire et les lieux de visite, avec 3 grandes lignes directrices :

- Oenotourisme : les vignobles présents lors des dégustations de cet été au Point d'Information Touristique de Lamarque, les divers domaines labellisés « Vignobles et découvertes », et les châteaux ayant participé aux Portes Ouvertes des Crus Artisans.
- Patrimoine historique et architectural : les monuments historiques classés ou inscrits (un monument par commune)
- Patrimoine naturel : mise en avant des 5 boucles de randonnée et de la route de l'Estuaire.

Sur la seconde face, on retrouve un récapitulatif des animations estivales, des marchés ou autres manifestations sur l'ensemble du territoire, et notamment au Fort-Médoc et au Dôme de Lamarque, pour découvrir chaque jour une facette de notre destination touristique.

Il s'agit d'un dépliant qui se situe à mi-chemin entre un plan et un guide d'animation.



• **Plan liasse à destination des appellations viticoles⁷**

Nous avons créé par le biais d'une opération conjointe avec la MONA⁸ et le CRT⁹ Nouvelle-Aquitaine, un deuxième plan tourné cette année vers les appellations viticoles. Ce plan liasse est une production gratuite pour l'Office de Tourisme Communautaire autant pour la conception que l'impression. En effet il s'agit d'une régie publicitaire du CRT Nouvelle-Aquitaine, avec la mise en vente d'espaces publicitaires sur

⁶ Cf. Annexe 4

⁷ Cf. Annexe 5

⁸ Mission des Offices de Tourisme de la Nouvelle-Aquitaine <https://www.monatourisme.fr/>

⁹ Comité Régional du Tourisme Nouvelle-Aquitaine <https://www.nouvelle-aquitaine-tourisme.com/fr>

chaque face permettant de financer l'ensemble : une face pour Margaux Médoc Tourisme et l'autre face représentant la carte de la région Nouvelle-Aquitaine.

2-1-2-2 Une ligne graphique enrichie pour les éditions réalisées en interne

Nous avons édité en interne, des **livrets**, support qualitatif imprimable en grande quantité sans surcoût qui sont utilisés pour apporter des informations touristiques de base sur l'hébergement, la restauration.... Ils ont l'avantage de ne pas trop en dévoiler tout en donnant l'envie d'en savoir plus. Pour cette saison 2022, nous avons créé une nouvelle identité graphique pour les 4 livrets réalisés en interne, qui avaient été produits la première fois lors de la saison 2021. Le contenu a été mis à jour, et nous avons aussi changé le titre de la brochure « Vacances en plein air » par « Vacances en camping-cars ».



2-1-2-3 Les affiches

Cette année, deux animations gratuites ont été mises en place au Point d'Information Touristique de Lamarque, durant les mois de Juillet et d'Août. Il s'agit d'une animation à destination des adultes « **Dégustation de vin** », ainsi qu'une activité artistique pour les enfants « **Kid's Bat** ». Pour promouvoir ces animations, nous avons créé en interne deux affiches.



Le rôle de l'Office de Tourisme est aussi de recenser l'ensemble des animations du territoire. C'est pourquoi, nous avons réalisé une affiche pour mettre en avant les festivités organisées par les communes Médoc Estuaire, dans le cadre de la **Fête Nationale du 14 Juillet**¹⁰

Ces trois animations ont bénéficié de publications sur les réseaux sociaux. Il y a eu 6 publications pour l'activité « Kid's Bat », 8 pour l'animation « Dégustations de Vin » et 1 pour la Fête Nationale. Deux communiqués de presse ont également été rédigés pour nos deux animations.

¹⁰ Cf. Annexe 6

2-1-3 Les souvenirs personnalisés print ou goodies

Nos visiteurs ont pour habitude de ramener à leurs proches un souvenir de leur voyage. Le plus fréquent est d'envoyer une **carte postale** afin de partager les souvenirs de leur séjour.

Cependant, sans régie de recettes par défaut de personnel, nous n'avons pas pu mettre en place ce moyen de communication que nous souhaitons développer dès l'an prochain.

Bilan / Perspective :

De nouvelles éditions print, mettant en avant l'identité du territoire et ses trésors, ont été créées. Nous avons donc enrichi notre collection de brochures touristiques par rapport à l'année 2021. Ces premières réalisations permettent d'imprégner les touristes et les habitants du territoire, de l'identité visuelle Margaux Médoc Tourisme. Notre conduite marketing est bien « faire savoir, faire aimer, faire agir ». Notre destination doit accroître sa notoriété, améliorer son image, faciliter le passage à l'acte, fidéliser la clientèle, créer la culture clients.

Pour que notre communication, nos animations comme notre promotion soient efficaces, certaines conditions sont à respecter :

- La Qualité : tous les maillons doivent tenir le pari de la qualité tant le produit touristique que les services.
- La redondance : principe majeur de la pédagogie et donc de la communication.
- La pertinence et l'attractivité de l'événement / du site.

Enfin, nous vous proposons pour 2023 un marketing touristique qui se définira par :

- Identitaire (l'habitant au cœur de la démarche, marque forte)
- Hyperqualité (le tourisme est dans un contexte hyperconcurrentiel et le bassin Bordelais est très convoité par les autres destinations de proximité)
- Une relation personnalisée (dans un monde de plus en plus impersonnel)
- Affinitaire (segmenter la clientèle)
- Partenarial (repenser le tourisme à une échelle)

Carnet de Voyage : Il s'agit d'une brochure qui se situe à mi-chemin entre un document d'appel et un magazine de destination

Ambitions : C'est un document de présentation qui a pour but :

- D'interpeller le touriste comme l'habitant et lui donner envie de se renseigner davantage.
- Répondre à une présentation non exhaustive du territoire et de ses atouts.
- Mettre en avant un patrimoine et un château viticole par commune.

Frein :

- Par défaut de présentation de ce nouvel outil de promotion auprès de nos partenaires et prestataires, quelques-uns ont émis des remarques sur le fait que cette brochure n'est pas exhaustive comme un guide touristique.

Objectif 2023 :

- Traduire le Carnet de Voyage en Anglais

Les Pépites : Il s'agit d'un dépliant qui se situe à mi-chemin entre un plan et un guide d'animation.

Ambition : C'est un plan recto/verso qui a pour but :

- De faire découvrir quelques pépites de notre territoire en mode slowtourisme et en famille

Frein :

- Difficultés techniques : carte du territoire et animations

Objectif 2023 :

- Création d'une carte graphiquement touristique et décliner en 3 circuits touristiques du guide Médoc-Estuaire, des vignes aux rivages.
- Mise à disposition du planning des animations de chaque commune

Les Livrets : Ils apportent des informations touristiques de base : restaurant, sortie avec les enfants...

Ambition :

- Modernisation de la ligne graphique, par rapport à l'année 2021.

Affiches :**Ambitions :**

- Mise en avant des animations de l'Office de Tourisme, ainsi que des évènements nationaux organisés sur le territoire (Fête Nationale - 14 Juillet, Journées Européennes du Patrimoine, Journées du Petit Patrimoine...).
- Création d'une présence graphique de l'Office de Tourisme dans le paysage urbain.
- Manière plus créative de communiquer et d'informer les touristes et habitants.

Objectif :

- Principe de communication à reproduire pour la saison 2023, pour accroître la visibilité de l'Office de Tourisme et, montrer son engagement et son soutien envers les communes et les prestataires du territoire.
- Mise à disposition du planning des animations de chaque commune, au moins 3 mois à l'avance

Dans le cadre du classement de l'Office de Tourisme, nous sommes dans l'obligation de proposer plusieurs documents informatifs - traduits en deux langues étrangères - à destination des touristes et habitants.

Nous vous proposons pour 2023 de compléter cette première collection par :

- Un guide touristique (proposition format magazine) : découverte du territoire et de son estuaire, activités culturelles/naturelles/sportives/oenotouristiques, terroirs & restaurants, sorties & the place to be,
- Un guide d'accueil pratique (à l'usage des néo-médocains et nouveaux habitants / proposition format 99 x 210)
- Un guide des animations
- Un guide des hébergements
- Un plan touristique

2-2 Internet et réseaux sociaux

Le site internet et les réseaux sociaux permettent à l'Office de Tourisme de développer sa visibilité et sa notoriété sur le web, auprès des internautes (touristes et habitants connectés).

Ces outils ont pour objectif de promouvoir le territoire et les prestataires, ainsi que leurs animations. Ils permettent également de diffuser l'ensemble des informations de base sur les offres de voyage, tout en offrant des moyens de recherche et de réservation simples d'accès et efficaces.

2-2-1 Site internet

2-2-1-1 Intégration de contenu sur le site Margaux Médoc Tourisme

Création des onglets, pour les nouvelles brochures touristiques :

- Carnet de Voyage
- Les Pépites n°1

Intégration des différents livrets et brochures sur le site Margaux Médoc Tourisme, pour que les internautes puissent les télécharger.

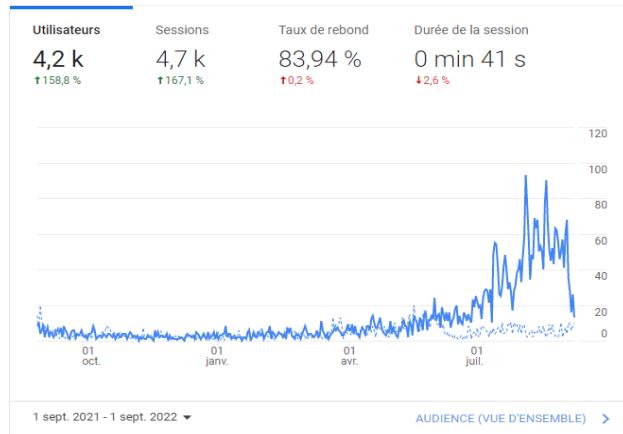
Les livrets / brochures téléchargeables sont :

- Carnet de Voyage
- Les Pépites n°1
- Brochures (Hébergements / Restaurants & bars / Activités en famille / Vacances en Camping-car)

Le blog n'a pas pu être alimenté durant la saison 2022, au contraire de la saison 2021, à cause d'un manque de temps alloué à cette mission.

2-2-1-2 Analyse du site Margaux Médoc Tourisme

CHIFFRES D'UTILISATEURS DU SITE MARGAUX-TOURISME.COM



Le site internet margaux-tourisme.com a connu une forte chute de fréquentation par rapport à l'année 2021. D'après les chiffres, on recense une moyenne de 4 200 utilisateurs sur l'année, contre 39 000 pour l'année 2021, soit une perte de 89% de notre flux annuel.

Parallèlement, on constate qu'on a eu une augmentation de plus 158% de visiteurs uniques sur le site, sur la période estivale 2022.

On note également que le taux de rebond* est de 83,94%, soit en augmentation d'environ 10% par rapport à l'année 2021 (73,59%).

De même, les internautes survolent extrêmement rapidement notre site interne, puisqu'ils passent en moyenne moins d'1 min sur une page, contre 1 min 18 en 2021.

Les utilisateurs sont toujours majoritairement Français (88,43%). Mais cette année, on retrouve en seconde position les allemands avec 4,96%, et les Suisses / Italiens / Russes en troisième avec 1,65%. Enfin, la connexion mobile est encore le premier levier d'entrée pour les visiteurs du site margaux-tourisme.com, avec 78,7%. Et ce chiffre a même augmenté par rapport à l'année 2021 qui était de 63,9%, soit une augmentation de presque 15%.

* Taux de rebond : le pourcentage d'internautes qui quittent le site margaux-tourisme.com après y être entrés, sans avoir consulté d'autres pages web.

Bilan / Perspective :

En 2021, le site internet a été analysé en profondeur, par Piriyanga THEVAPALAN, stagiaire au poste de chargée de promotion et communication à Margaux Médoc Tourisme : une refonte du site de l'Office de Tourisme était vivement préconisée.

Besoins :

- Mieux hiérarchiser le contenu,
- Rendre le site plus ergonomique,
- Syndication efficiente des données entre le front office du site et le back office de SIRTAQUI
- Création de la stratégie digitale du site,
- Mise en place d'une partie e-commerce.

Objectifs :

- Offrir une navigation plus agréable et efficace aux internautes,
- Accroître son référencement et son optimisation,
- Améliorer son aspect responsive sur la version mobile du site,
- Accroître la visibilité de l'Office de Tourisme sur le web,
- Développer sa notoriété,
- Création du premier volet commercial de l'Office de Tourisme.

On constate une forte baisse de fréquentation du site internet, cela est certainement dû au manque de mise à jour et de création de contenu sur le site, depuis un an. Cela correspond au départ de Madame Piriyanga THEVAPALAN et à l'arrivée de Madame Sandra Candau, début juillet.

On remarque ainsi, qu'il y a eu un pic d'activité et de connexion sur la période estivale 2022, puisqu'il y a eu 3 000 visiteurs en moyenne sur la saison. Cela démontre que le site est une véritable porte d'entrée pour le territoire, en forte période touristique.

Cela démontre que l'analyse de Piriyanga THEVAPALAN est toujours d'actualité, et que la refonte du site est primordiale pour améliorer son bon fonctionnement et son impact.

Nous vous proposons sur l'année 2022-2023 de :

- Mettre en place une stratégie e-tourisme, investir le web 2.0 et **réaliser la refonte du site internet (CAT 2022)** pour l'adapter aux attentes des visiteurs et y développer la partie commerciale. Pour ce faire, s'entourer d'une nouvelle agence de communication digitale spécialisée dans les sites internet touristiques syndiqués avec SIRTAQUI et avec une plateforme régionale utilisant WeLogin ou une plateforme nationale Elloha :
 - Webmarketing : améliorer au maximum la visibilité du site, de nos pages, tout en instaurant une relation avec les visiteurs, les internautes (mise en place d'interactions), en créant par exemple un formulaire d'inscription ou d'abonnement à une newsletter.
 - Animation visible d'un blog grand public, témoin de la touristicité¹¹ du territoire.

2-2-2 Réseaux Sociaux



Déclinaison des visuels des animations « **Dégustation de vin** » et « **Kid's Bat** » pour une publication sur la page Facebook Margaux Médoc Tourisme.



Cette année, nous avons fait le choix d'accroître considérablement notre présence sur la page Facebook Margaux Médoc Tourisme. Par contre, les publications sur Instagram n'ont pu suivre la même cadence, à cause d'une forte charge de travail requise sur des missions inhérentes à la saison estivale (front office).

Abonnées : 1969 (contre 1791, en septembre 2021)

Publications Facebook, du 1^{er} Juillet au 31 Août 2022 :

- Accueil Presse : 1
- Micro-Folie : 4

¹¹ La **touristicité** d'un territoire est la combinaison des paramètres qui permettent d'évaluer à la fois la notoriété et la position de celui-là dans le développement du phénomène touristique.

- Kid's Bat : 6
- Dégustation de vin : 8
- Évènements au Fort-Médoc : 18
- Exposition & Patrimoine : 4
- Sport : 7
- Promotion Châteaux : 25
- Promotion Restaurants : 3
- Promotion Commerces : 5
- Marchés & Animations - Communes : 28
- Activités / Loisirs : 2

Total des publications : 111

Stories Instagram / Facebook, du 1^{er} au 31 Août 2022 :

- Autre territoire : 3
- Promotion Châteaux : 9
- Sport : 4
- Marchés & Animations - Communes : 2

Total des stories : 18

En l'espace de 2 mois, nous avons donc publié 111 posts Facebook, contre 53 sur 4 mois l'année dernière. Nous avons donc multiplié par 4 notre présence sur Facebook.

Par contre, nous avons sensiblement fait un nombre équivalent de stories sur le réseau social Instagram : 18 pour cette saison 2022, contre 19 pour la saison 2021. Notre faible présence s'explique par un manque de temps.

Résultats :

	2022	2021
Couverture des publications	13 624	5814
Interaction avec les publications	1857	959
Nouveaux abonnés	25	25
Nouvelles mentions « J'aime »	15	14
Partages de publication	89	75
Vues de photos	668	63
Réactions	291	369
Clics sur un lien	49	94
Commentaires	31	10

Bilan / Perspective :

On peut constater qu'en 2 mois de publication, la mise en avant de nos posts sur Facebook a été multipliée par 3, par rapport à l'année 2021. En augmentant notre présence et notre nombre de publications, nous avons donc permis à la page **Facebook Margaux Médoc Tourisme** d'être encore plus visible. De même, on constate que l'interaction avec nos publications a été doublée, par rapport à la saison 2021. Ainsi notre page développe de plus en plus sa visibilité sur le réseau social, et accroît par la même occasion la notoriété de l'Office de Tourisme.

Facebook :

Besoins :

- Mettre en place une stratégie éditoriale, en cohérence avec nos cibles (touristes et habitants)
- Inciter au partage et augmenter l'interaction sur notre page.

Objectifs :

- Fidéliser nos abonnés et capter de nouveaux abonnés,
- Rendre nos abonnés plus prescripteurs de notre contenu,
- Augmenter la viralité de la page Facebook.

Instagram :

Besoins :

- Développer une stratégie éditoriale en cohérence avec nos cibles (touristes et habitants)
- Inciter au partage et augmenter l'interaction sur notre compte.

Objectifs :

- Fidéliser nos abonnés et capter de nouveaux abonnés,
- Rendre nos abonnés plus prescripteurs de notre contenu,
- Augmenter la viralité du compte Instagram,
- En faire la carte de visite de l'Office de Tourisme.

Instagram prend de plus en plus d'ampleur dans le secteur du voyage et du tourisme. Selon une étude menée sur 1006 français par Photobox, 36% (et notamment 47% des 25-34 ans) s'aident des réseaux sociaux comme Instagram, pour déterminer leur destination de voyage et s'inspirer.

De plus, selon Regiono* :

« Avec plus de 21 millions d'utilisateurs mensuels en France et plus de 1 milliard à l'échelle globale, Instagram devient le média social de référence pour les stratégies de marketing digital. Le fort taux d'interactions, 4 fois supérieur à Facebook, combiné au taux de conversion très élevé, 80% des utilisateurs sont influencés dans leurs décisions d'achat après avoir visité la plateforme, font d'Instagram un outil essentiel pour le marketing touristique. »

Nous vous proposons sur l'année 2023 de :

- Mettre en place une stratégie e-tourisme, investir le web 2.0 :
 - Privilégier dans ses actions l'e-tourisme (réseaux sociaux, accueils blogueurs, site, blog...)
 - Mettre en œuvre une promotion territoriale efficace déclinée :
 - Présence active sur les réseaux sociaux (annonce des événements, fidélisation, ...).
 - Publication de contenus et vidéos sur les sites dédiés.

Pour une mise en œuvre au printemps 2023, le soutien d'un stagiaire est envisagé sur le 1^{er} trimestre 2023.

*Société qui commercialise un logiciel de réservation pour les activités touristiques et de loisirs.

2-3 Relations presse

Les relations presse peuvent être définies comme **un ensemble d'actions de communication ciblées sur un public de journalistes et de relais d'opinions**, l'objectif étant d'entretenir une relation durable avec eux afin d'obtenir des retours positifs dans les supports pour lesquels ils travaillent.

Il existe deux grands types de relations avec la presse :

- Les **relations spontanées** représentent l'ensemble des demandes d'assistance qui parviennent au « service communication » de l'Office de Tourisme. Nous pouvons faire appel aux prestataires locaux afin de mieux renseigner le journaliste sur sa demande. Ces assistances peuvent, selon les cas, se transformer en accueils de presse. Soucieux d'illustrer son article et d'affiner son propos, le journaliste est alors reçu sur notre territoire. Notre rôle est d'organiser et de trouver des sources de financement pour son séjour (*visites, rendez-vous avec les prestataires, réservation de son hébergement et de la restauration*), en relation étroite avec les prestataires locaux. Nous faisons appel aux prestataires afin de permettre l'accueil du journaliste dans les meilleures conditions possibles, y compris financières (*entrées gratuites dans les sites et monuments, négociations tarifaires pour les lieux d'hébergement et de restauration*). Sur le budget

communication de l'Office de Tourisme, il est offert à chaque journaliste accueilli un coffret de dégustation de chocolat « Mademoiselle de Margaux ».

- **Les relations provoquées / « push média »** font généralement suite à une action entreprise par nos soins (*rencontre, envois de dossiers de presse, communiqués de presse, newsletters, information via Twitter, etc.*). Elles donnent également lieu à la rédaction d'articles ou à l'accueil de journalistes, sur des sujets déterminés par nous comme par exemple « la Micro Folie » où nous avons accueilli la presse écrite, la presse télévisée mais aussi été accueillis par la presse orale depuis un studio.

Cet été, les prestataires locaux ont pu alors faire remonter les informations sur les nouveaux produits mis en place, les manifestations et nous aider à trouver des idées originales.

Il est noté que malgré une augmentation régulière des titres, la diffusion de la presse écrite régresse chaque année en faveur des autres médias (télévision, radio et Internet). La PQN¹² est devenue plus élitaire en réduisant les informations brèves et donc en s'éloignant de son lectorat populaire. La PQR a mieux résisté que la PQN mais elle est fortement concurrencée par l'implantation de quotidiens gratuits.

Les relations presse ont une grande importance pour notre Office de Tourisme. Elles offrent aussi l'opportunité de promouvoir nos missions d'animation et d'évènementielle (culture, sport, patrimoine, festivités...), par le biais de médias reconnus et plébiscités par les touristes et les habitants de la Communauté de communes Médoc Estuaire.

2-3-1 Accueil des journalistes sur le territoire Médoc Estuaire

Accueil Presse - Vendredi 22 Juillet

En partenariat avec l'Office de Tourisme Médoc Vignoble, nous avons reçu l'auteur **Denys Ezquerra**, écrivain pour la maison d'édition Libra Diffusio, dans le cadre de l'écriture d'un nouvel opus dédié au Médoc. Dans ce guide touristique Médoc, il s'agit pour lui d'inviter entre autres à la découverte des bords de l'Estuaire, à celle des stations balnéaires et bien entendu à celle des vignobles de Margaux, de Pauillac et du Haut-Médoc, au cours d'itinérances.

Dans le cadre de cet accueil presse, le journaliste souhaitait pouvoir découvrir des domaines viticoles prestigieux, comprendre exclusivement des Grands Crus Classés ainsi que quelques châteaux à l'architecture remarquable (étant une des itinérances figurant dans ce guide).



Missions réalisées pour cet accueil presse :

- Prise de contact avec les châteaux Grands Crus Classés en 1855
 - Organisation du planning de la journée
 - Réalisation du roadbook¹³
 - Accompagnement du journaliste le jour J

¹² La presse quotidienne nationale (PQN) ou régionale (PQR) : dont les titres, payants ou gratuits, se différencient par leurs thématiques (politique, économie, sport, etc.).

La presse périodique magazine : ce type de support est très segmenté par sexe, par tranche d'âges, par centre d'intérêts, etc.

La presse magazine gratuite : journaux de petites annonces ou encore journaux à vocation culturelle (Top Annonces, etc.).

La presse professionnelle ou spécialisée : ce sont tous les titres qui sont édités en direction des professionnels, classés par métier ou secteur d'activité.

¹³ Cf Annexe 7

Accueil Presse - Mercredi 7 Septembre

En partenariat avec le service relation presse de Gironde Tourisme, nous avons reçu sur notre territoire la journaliste Julie Daurel dans le cadre de 2 projets :

- la rédaction d'articles sur le Médoc, notamment des propriétés viticoles et des œuvres artistiques et culturelles, pour Sud-Ouest le Mag
- l'édition de 2 livres écrits dans le cadre de la promotion du Canal des 2 mers à vélo.

Missions réalisées pour cet accueil presse :

- Organisation de la visite des châteaux Marquis d'Alesme et Malescasse, qui avait été sélectionnés au préalable par la journaliste elle-même.
- Prise de la réservation auprès du Restaurant Le Bontemps à Cussac-Fort-Médoc.

Lors de nos différents accueils presse, nous offrons **un coffret de la chocolaterie Mademoiselle de Margaux** et l'ensemble de **la documentation de notre destination Margaux Médoc Tourisme**, avec en plus **4 cartes postales** mettant en avant des paysages de notre richesse naturelle, et **le livre de Médoc Estuaire**.

2-3-2 Communiqué de presse¹⁴

Les différents communiqués de presse transmis sur la saison estivale 2022 :

- Pour le lancement de la saison estivale et la présentation des activités au Point d'Information Touristique de Lamarque.
- Pour la présentation des nouvelles brochures touristiques de Margaux Médoc Tourisme que sont le « Carnet de Voyage » et « Les Pépites n°1 », avec un rappel des activités au Point d'Information Touristique de Lamarque.



Les deux communiqués de presse ont été diffusés auprès des 10 communes du territoire, ainsi qu'à la presse locale et départementale comme Sud Ouest, Le Journal du Médoc, Courrier de Gironde, France Bleu Gironde, TV7, ...

2-3-3 Interviews - Radio France Bleu Gironde

Dans le cadre de la tournée « Un été 100% Gironde » organisée par Gironde Tourisme, nous avons eu l'opportunité de bénéficier de créneaux sur l'antenne départementale France Bleu Gironde.

¹⁴ Cf. Annexe 8

Le Vendredi 5 Août, nous avons donc réalisé 3 passages en direct sur la radio, pour valoriser notre territoire et les temps forts de notre saison estivale 2022. La préparation de ces interviews a nécessité de nombreuses recherche d'informations sur les lieux et prestations ainsi que des visites des monuments comme le Fort-Médoc et de certains châteaux viticoles afin de transmettre des informations logiques et structurées pour que l'auditeur puisse ressentir notre territoire et commencer à vivre l'expérience proposée. Il est indispensable aussi de rendre la narration dynamique et rythmée.

- **2 passages de 4min** dans la rubrique « Tournée d'été France Bleu » d'Isabelle Wagner
- Premier passage - **TOP 3 des sorties incontournables de notre destination**
- Deuxième passage - **Balade à pied ou vélo, à ne pas manquer pour découvrir notre territoire**
- **1 passage de 2min30** dans la rubrique « **J'aime pas le sable** » de Marie Ottoz
- Mise en avant des évènements / temps forts sur notre territoire

Sujets - TOP 3 des sorties incontournables de notre destination

3 incontournables qu'on peut relier à vélo, en empruntant presque toujours la route de l'Estuaire !
Afin d'accroître l'envie, tous nos incontournables ont été associés à un produit de bouche, de gourmandise...

Fort-Médoc et son application de réalité augmentée « OpenArt GO ! » -> Cussac-Fort-Médoc	Dégustation de macaron et cupcakes chez « O'délices du Médoc » -> Cussac-Fort-Médoc (centre bourg)
Château d'Arsac et sa visite oeno-musicale unique -> Arsac	Dégustation de chocolat chez « Mademoiselle de Margaux » -> Margaux - Cantenac
Château d'Agassac et son histoire médiévale -> Ludon-Médoc	Brasserie artisanale Mad Occ' - Bière brassée en Médoc -> Macau

Sujets - Balade à pied ou vélo, à ne pas manquer pour découvrir notre territoire

Le Médoc est riche de nature. On y trouve : zones humides, marais, dunes, lacs, forêts, ports, estuaire... Margaux Médoc Estuaire, compte d'ailleurs en ses terres plus de 80 km de sentiers de randonnée situés entre vignes et estuaire, que l'on peut arpenter à pied, à vélo ou même à cheval.

Balade Terrestre - Boucles des Marais d'Arcins-Soussans	Boucherie Rigault Favin et son grenier médocain -> Soussans
Balade Fluviale au départ du Fort-Médoc -> Cussac-Fort-Médoc - Présentation du Verrou de l'Estuaire - Visualisation des Carrelets	Pêche aux chevrettes

Sujets - Rubrique « J'aime pas le sable »

- **Animation vin & chocolat**

Collaboration de la **maison familiale De Mour** & la **chocolaterie Mademoiselle de Margaux**.
Dégustation de vins et chocolats gratuite. Assemblage cépage / vin & chocolat.

Lieu : Boutique de la Chocolaterie Mademoiselle de Margaux, à Margaux
Date : Samedi 6 Août
Heure : de 10h à 13h et 14h à 18h

- **Concours de chiens de bergers du Médoc**

Évènement organisé par l'association Médoc'Laine, au cœur du Fort-Médoc.

Diverses animations et attractions :

- Concours de chiens de berger
- Marché des producteurs et créateurs
- Exposition d'art
- Balade à poney
- Dégustation de vin
- Soirée cabaret avec repas et spectacle, le samedi soir à partir de 20h

Lieu : Fort-Médoc, à Cussac-Fort-Médoc

Dates : Du 19 au 21 Août

Horaires : Vendredi - 14h à 18h, Samedi & Dimanche - de 10h à 18h

2-3-4 Parutions Presse

Suite à l'envoi du communiqué de presse concernant l'activité proposée « **Kid's Bat** »¹⁵, une interview téléphonique a eu lieu entre l'animatrice de l'Office de Tourisme et la journaliste du Journal du Médoc. À la suite de cet entretien, le journal a publié un article sur notre activité « **Kid's Bat** » à destination des enfants, dans sa parution du Vendredi 5 Août 2022.



La journaliste a même fait un parallèle avec l'incontournable super-héros dont l'emblème est la chauve-souris, Batman ! De quoi donner encore plus envie à tous les petits fans du héros de participer à cette activité totalement ludique et artistique.

Un post Facebook a été réalisé en interne, pour partager l'article de presse en question, et accroître sa visibilité.

Bilan / Perspective :

Au niveau relations presse, nous avons plus développé notre stratégie par rapport à la saison 2021.

Actions menées¹⁶ :

- Diffusion de 4 communiqués de presse contre 1 seul pour l'année 2021,
- Réception de 2 accueils presse sur le territoire,
- Interview sur la radio France Bleu Gironde, avec 3 créneaux de passage

Nous vous proposons sur l'année 2023 de :

- développer encore plus nos liens avec la presse locale, départementale et régionale.
- de participer aux différentes actions presse mises en place par le PNR Médoc, l'ADT Gironde Tourisme, et le CRT NA.

¹⁵ Cf. Annexe 9

¹⁶ Achat en cours d'acquisition de l'annuaire de la presse régionale Nouvelle-Aquitaine : PE / PO / PTV / Pdigital

Notre première ambition ne sera autre que d'imprégner la marque Margaux Médoc Toursime dans l'inconscient de tous, et qu'on devienne automatiquement l'acteur touristique référent de notre territoire / notre destination.

2.4 Triporteur

Margaux Médoc Tourisme s'est muni d'un nouvel outil de promotion, pour une mobilité plus douce et éco-responsable : un éco-triporteur.

Nous avons réalisé en interne, le design des différentes faces du model sélectionné.

- Création des visuels des tablettes Avant, Droite & Gauche
- Mise en forme de la couverture du « Carnet de voyage » pour la face avant et de la carte du tiré à part « Les Pépites n°1 » pour le couvercle



Bilan / Perspective :

Lors de cette saison 2022, l'Office de Tourisme communautaire s'est muni d'un éco-triporteur.

Ambition :

Développer une mobilité plus douce et éco-responsable sur le territoire,

Objectif 2023 :

Se déplacer de commune en commune, pour que l'Office de Tourisme soit présent lors des grands événements de chaque commune nous permettant d'aller au contact des touristes et des habitants pour présenter toute l'offre touristique du territoire.

2.5 La communication interne : la diffusion des bilans mensuels du PIT¹⁷

Négligée, sous-estimée voire inexistante au sein des Offices de Tourisme, la communication interne est un des facteurs clés de la cohésion des membres de notre établissement avec 4 fonctions principales :

- Donner du sens
- Faire circuler l'information
- Donner un cadre de référence,
- Créer une culture d'entreprise

Les valeurs et les composantes d'une culture d'entreprise s'appuient sur :

- L'histoire de l'entreprise : même récente, il y a des fondations et des personnes clés, le lancement d'une nouvelle réalisation, ... qui ont un impact sur notre activité touristique
- La vision : quelles sont nos ambitions ? quelles sont les étapes pour y parvenir ? Cette vision doit se traduire dans le 2^{ème} schéma de développement et de stratégies touristiques. Des premiers travaux sont en cours au niveau du service Tourisme et de la commission tourisme. Une fois rédigée et votée par le conseil communautaire de la Cdc Médoc-Estuaire, cette vision devra être communiquée et partagée autant par les membres du comité de direction que par l'ensemble des collaborateurs des deux structures : service tourisme et Office de Tourisme Communautaire.
- Les valeurs communes : Là où la vision permet de donner du sens au travail effectué, les valeurs sont là pour insuffler la « bonne façon » de le faire. Elles représentent l'ADN de notre Office de Tourisme. Elles seront partagées dans le cadre du règlement intérieur.
- Les actions : Elles devront permettre de fédérer les membres du comité de direction et les collaborateurs autour des valeurs affichées de l'entreprise et d'afficher son appartenance à l'entreprise.

Ces actions peuvent être multiples : vocabulaire utilisé en interne, programmes d'intégration, d'évolution professionnelle, de formation, de reconnaissance des employés, de séminaire annuel, séances de team building, etc. L'important est de toujours garder en tête la vision et les valeurs de l'Office de Tourisme Communautaire si nous voulons gagner l'adhésion de tous.

La première initiative a été d'adresser le bilan mensuel du PIT à l'ensemble des membres du CODIR. Même si nous ne comptons qu'un retour courriel, l'équipe a apprécié les encouragements.

2.6 L'exposition avec les cartels

Durant tout l'été, on pouvait admirer **l'exposition “Les Iconiques en Gironde”** au sein du Point Information Touristique de Margaux Médoc Tourisme.

18 sites remarquables de Gironde, qui invitent à la découverte de l'Histoire du département, au travers de légendes et anecdotes historiques...

On y retrouve notamment notre iconique médocain, **le Fort Médoc**, inscrit au Patrimoine mondial de l'UNESCO dans le cadre du « Verrou de Vauban », classé et inscrit aux Monuments Historiques.



Pour la mise en avant de cette exposition, nous avons choisi de mettre en oeuvre une **exposition interactive** avec la création **de cartels¹⁸**

On retrouve dessus :

- une phrase exprimant une idée forte pour chacun des iconiques,
- un QRcode, permettant d'être directement redirigé sur la page du site correspondant au monument.

¹⁷ Cf Annexe 10

¹⁸ Cf. Annexe 11

Ce support permet d'offrir aux excursionnistes et touristes la possibilité d'obtenir de l'information complémentaire sur chaque monument, de manière intuitive.

Un premier post facebook, pour prévenir de la réouverture du Point d'Information Touristique de Lamarque avec des **photos mettant avant l'exposition « Les Iconiques »**, a été publié le 4 Juillet. Un second **post facebook avec un montage vidéo** dévoilant l'exposition avec l'ajout des cartels, a été publié le 19 Août.

2.7 La Micro-Folie Mobile

Le **Musée numérique la « Micro-Folie Mobile » de Margaux Médoc Tourisme**, a été mis à disposition de la commune de Cussac-Fort-Médoc, cet été. Tout le mois de Juillet, les habitants et touristes ont donc pu profiter de cette galerie d'art virtuelle, qui donne accès à plus de 2 000 chefs d'œuvre d'établissements, musées nationaux et européens (Louvre, Château de Versailles, Musée National Picasso, Opéra National de Paris, Musée Quai Branly-Jacques Chirac...).

Les éléments de communication tels que l'affiche et le flyer, ont directement été réalisés par la Mairie de Cussac-Fort-Médoc. Le communiqué de presse a été produit en interne.

L'affiche et le flyer ont été communiqués à l'ensemble des CSH, crèches et services de la Communauté de Communes Médoc-Estuaire, ainsi qu'au BAC de Lamarque.

- **Communiqué de presse** (Cf. Annexe 12)

Le communiqué de presse a été diffusé auprès des 10 communes du territoire, ainsi qu'à la presse locale et départementale comme Sud Ouest, Le Journal du Médoc, Courrier de Gironde, France Bleu Gironde, TV7...

- **Publications Facebook**

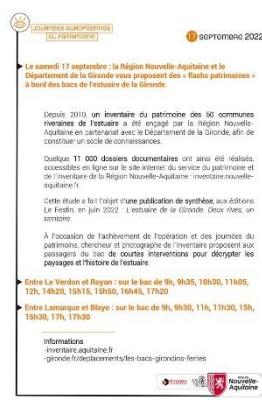
Dans le cadre de la promotion du passage de la Micro-Folie Mobile sur la commune de Cussac-Fort-Médoc, 4 posts Facebook ont été publiés sur la page Margaux Médoc Tourisme.

2.8 Les Journées Européennes du Patrimoine 2022

Les Journées Européennes du Patrimoine 2022, sur le thème le **patrimoine durable**, se sont tenues les 17 et 18 Septembre 2022. Dans ce cadre, nous avons imprimé les visuels (qui nous ont été fournis) de la manifestation du Bac à Lamarque et des festivités au Fort-Médoc, au format affiche et flyer.

L'ensemble a été diffusé au sein du siège social de la Communauté de Communes Médoc-Estuaire, CSH et crèches, au Point d'Information Touristique de Lamarque et sur le Bac Vauban.

Nous avons également transmis l'information par email, à l'ensemble des municipalités du territoire Médoc Estuaire, pour qu'ils la diffusent auprès de leurs administrés.



• Communiqué de presse¹⁹



Pour la présentation de la manifestation sur le Bac de Lamarque organisée par la Région Nouvelle-Aquitaine et le Département de la Gironde pour les Journées Européennes du Patrimoine 2022, nous avons également réalisé un communiqué de presse. Puis, nous l'avons diffusé auprès des 10 communes du territoire Médoc Estuaire, de la presse locale et départementale comme Sud Ouest, Le Journal du Médoc, Courrier de Gironde, France Bleu Gironde, TV7...

• Publications Facebook

Dans le cadre de la promotion des animations pour les Journées Européennes du Patrimoine, 4 posts Facebook ont été publiés sur la page Margaux Médoc Tourisme.

Il y a eu 1 post pour chaque manifestation qui sont :

- « Flash patrimoines » sur le Bac de Lamarque
- Évènements au Fort-Médoc (exposition, ateliers artistiques, jeu de piste, visite nocturne, mise en lumière, feu d'artifice...)
- Visite des églises à Margaux – Cantenac

Enfin, il y a eu un dernier post publié, qui récapitulait toutes les animations en l'honneur des Journées Européennes du Patrimoine, sur le destination Margaux Médoc.

3- Les animations

3-1 Animations mises en place par l'Office de Tourisme

3-1-1 Les dégustations

Margaux Médoc Tourisme a souhaité mettre en place cette possibilité gracieuse de mise à disposition d'un espace de dégustation pour les vignerons du périmètre de compétences Médoc-Estuaire afin de leur permettre d'avoir une visibilité plus large. Effectivement, l'objectif premier de cette action est la mise en avant des vignerons du territoire avec une promotion de leur vignoble, accessible à tous.

¹⁹ Cf. Annexe 13

En ce sens, 12 créneaux de dégustation de 3 heures du 11 juillet au 23 août, ont été choisi par les vignerons pour 141 participants (personne ayant dégusté le vin). Bien que l'objectif premier ne fût pas de vendre, les vignerons avaient la possibilité de proposer une vente de bouteilles, ce qui leur a permis, au total de vendre 56 bouteilles.

3-1-2 Kid's Bat

L'animation Kid's Bat est une animation enfants mise en place par l'équipe Margaux Médoc Tourisme, qui consiste à élaborer une chauve-souris à l'aide de papier, ciseaux, crépon, rouleau de papier toilette. A l'issue de la création de la chauve-souris, les enfants ont été sensibilisés sur le rôle qu'elle joue dans la vigne. Suite à ceci, les enfants ont poursuivi l'activité avec un memory²⁰ sur les animaux mal aimés, afin de rappeler le rôle et l'utilité de chaque espèce animale.

L'atelier Kid's Bat s'est déroulé sur 4 créneaux de 2 heures et avait la possibilité d'accueillir jusqu'à 4 enfants par créneau. Au total, 12 enfants ont participé à l'activité pendant le mois d'août.

3-2 Animations mises en place par les partenaires du territoire.

3-2-1 Les Portes Ouvertes des Crus Artisans en Médoc

Cette année les Portes Ouvertes des crus artisans en Médoc ont eu lieu du 29 au 31 juillet 2022. Sur le territoire communautaire, 4 propriétés ont ouvert leurs portes :

- Château de Lauga - AOC Haut-Médoc à Cussac-Fort-Médoc
- Château Vieux Gabarey - AOC Haut-Médoc à Lamarque
- Château les Barraillots - AOC Margaux à Margaux
- Château Clos de bigos - AOC Margaux à Soussans

Les retours des portes ouvertes sont peu encourageants, puisque les vignerons ont remarqué une baisse de la fréquentation de l'événement par rapport aux années passées, mais également une baisse du panier moyen. Monsieur Saint-Martin, président des Crus Artisans, explique « que néanmoins selon lui et pour les crus artisans cette baisse de fréquentation et de pouvoir d'achat n'est pas propre aux portes ouvertes des crus artisans en Médoc mais bel et bien la tendance de l'année 2022. »

Cette baisse de fréquentation et de pouvoir d'achat peut s'expliquer par la conjoncture économique actuelle et un climat anxiogène.

²⁰ Ce jeu est lié à la Micro Folie Mobile et aux mallettes RMN.



3-2-2 La programmation du Fort Médoc

De nouveau cette année, le Fort Médoc a proposé une programmation variée avec :

- 14 animations et ateliers, avec un focus sur le public enfant/famille (8 animations),
- 5 événements comme les marchés des producteurs de pays,
- 2 jours pendant lesquels le fort était en fête,
- 3 conférences,
- 8 expositions différentes.



Le Fort Médoc a accueilli 17 809 personnes sur les mois de juin, juillet et août 2022 contre 12 641 pour les mêmes mois en 2021, soit environ une augmentation de l'ordre de 41% pour l'année 2022.

3-2-3 Le Dôme panoramique de Lamarque

Le Dôme panoramique de Lamarque a été ouvert de juillet à fin septembre 2022, tous les jours sauf le lundi, de 10h à 12h et de 15h à 18h.

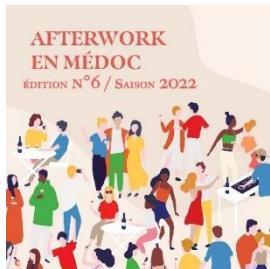
Il a accueilli 1762 visiteurs pendant la saison 2022, contre 2000 pendant la saison 2021. On remarque une légère baisse de fréquentation. Par ailleurs les visiteurs formulent de bons retours quant à l'accueil, l'exposition ou encore le clocher.

Mme Techeney nous a confié que, cette année, les visiteurs ont été généreux dans leurs dons et certains revenaient d'ailleurs avec des amis, des parents et des enfants.

3-2-4 Afterwork en Médoc

Cette année, Afterwork en Médoc est revenu pour la 6^{ème} édition, tous les 1^{er} et 3^{èmes} jeudis des mois de juin à septembre, de 18h30 à 21h. Ces afterworks ont eu lieu dans les 7 châteaux partenaires :

- Château Malescasse,
- Château Lamothe Bergeron,
- Château Dauzac,
- Château du Taillan,
- Château Marquis de Terme,
- Château Maucaillou,
- Château Paloumey.



Pour cette 6^{ème} édition, on assiste à une légère augmentation de la fréquentation de l'ordre de 8% sur l'ensemble des événements. Au total près de 14 000 visiteurs sont venus profiter de l'ambiance Afterwork en Médoc pour la saison 2022, soit environ 200 personnes par date. Une belle saison pour les Afterworks en Médoc avec une fréquentation qui n'a cessé d'augmenter sur les dernières dates, un bon présage pour l'édition n°7 !

3-2-5 Les marchés nocturnes

Cette saison 2022, nous avons eu plusieurs marchés nocturnes qui ont eu lieu, sur l'ensemble de notre territoire. On a pu recenser de telles manifestations sur les communes de Cussac-Fort-Médoc, Lamarque, Ludon-Médoc, Macau, Le Pian-Médoc et Soussans.

- **Marché des producteurs de Pays à Cussac-Fort-Médoc**

Résultats non communiqués.

- **Marchés nocturnes à Lamarque**

Pour cette saison 2022, la commune de Lamarque a organisé un **marché nocturne de 19h à minuit sur la place du Port, tous les mardis du mois d'Août** soit 5 mardis.

Le concept : 10 à 15 commerçants étaient présents et ont financé eux-mêmes les animations.

Il a été recensé :

Pour la 1^{ère} date, entre 300 et 400 personnes assises

Pour la 2nd date, il y avait à peu près 600 places assises, et des gens en plus étaient debout.

Pour la 3^{ème} et 4^{ème} date, une baisse de fréquentation a été constatée mais cela s'explique par le temps qui ne s'y prêtait pas (canicule).

Pour la 5^{ème} et dernière date, il y a eu de nouveau à peu près 600 personnes.

Ce premier test a été jugé concluant. C'est pourquoi la commune envisage d'organiser des marchés nocturnes sur les mois de Juillet et Août, pour la saison 2023. Elle réfléchit aussi à élargir encore plus cette période, en commençant mi-juin pour finir mi-septembre.

Deux autres animations sont aussi prévues pour la saison 2023. Il s'agit d'un spectacle de feu à la fin du mois de Juillet, et d'un feu d'artifice à la fin du mois d'Août afin d'allonger la saison touristique sur le port de Lamarque.

- **Marchés nocturnes et marchés des producteurs de Pays à Ludon-Médoc**

Deux marchés nocturnes ont eu lieu les 6 et 20 Juillet de 19h à 22h.

La **fréquentation a été relativement faible** sur ces dates, par rapport aux saisons précédentes.

Ce marché nocturne a donc été annulé pour le mois d'Août. Et il a recommencé à la rentrée, avec une nouvelle version sur une amplitude horaire allant de 16h à 20h.

Deux marchés des producteurs de Pays ont été organisés les 14 Juillet et 27 Août de 19h à minuit, sur la place de l'Église.

Il y a eu environ 300 personnes sur la première date, et plus ou moins 600 personnes sur la seconde date.

Une **augmentation de la fréquentation** a donc été notée entre les dates, mais également par rapport aux éditions de la saison 2021.

- **Marché nocturne à Macau**

Ce marché nocturne a eu lieu le 1^{er} Juillet de 16h à 22h, sur la place Carnot.

Cette édition a recueilli un franc succès, avec une fréquentation aux alentours de 200 personnes. Il a été constaté une hausse de la fréquentation par rapport à celle du printemps ou de l'été.

Grâce à une météo clémence, de la musique vivante avec un concert interactif, et des commerçants avec une offre accessible, tous les ingrédients étaient réunis pour une fête appréciée de tous.

Cette nouvelle formule saisonnière du marché nocturne semble avoir trouvé son public. La commune prévoit d'organiser **une autre édition en hiver**.

Autre objectif communal : il est envisagé d'étendre un peu plus « l'emprise au sol » du marché saisonnier vers l'église en passant par la rue Victor Hugo, pour **une capacité d'accueil plus importante**.

- **Marché des producteurs de Pays au Pian-Médoc**

Ce marché des producteurs de Pays s'est déroulé le 14 Juillet de 19h à minuit.

Il a été comptabilisé aux alentours de 500 personnes, lors de cette date. La commune a constaté une **baisse de fréquentation** qui est sûrement due au fait qu'il n'y a pas eu de feu d'artifice.

À noter que le feu d'artifice a été annulé sur arrêté préfectoral pour risque d'incendie au vu de la canicule subie en Gironde à cette période de l'été.

- **Marchés nocturnes de Soussans**

Des marchés nocturnes ont eu lieu sur la commune de Soussans, le 22 Juillet et tous les vendredis du mois d'Août, de 18h à 23h.

Dans l'ensemble, la **fréquentation a été satisfaisante**, même s'il a été constaté qu'il y avait un peu moins de monde que les années précédentes.

La manifestation de **Juillet a eu le plus d'affluence**, et la fréquentation a été plus calme sur les dates du mois d'Août. Il y a eu tout de même une recrudescence sur la dernière date du mois d'Août, bien que la commune s'attendait à avoir encore un peu plus de monde puisque c'était la rentrée.

Il n'y a pas de communication faite par la commune pour cet évènement, puisqu'il s'adresse en priorité aux habitants de la commune. Cela est aussi dû par le nombre de table limité.

Cependant, il a été constaté que beaucoup de personnes sont venues des communes avoisinantes comme Arsac, Lamarque et Macau.

4- Les partenaires

4-1 Transport – Bac Lamarque-Blaye

On constate une légère baisse de la fréquentation du BAC entre la saison 2022 et la saison 2021.

La fréquentation pour tous les profils de voyageurs confondus a baissé de 8% en Juin, 3% en Juillet et enfin 10% en Août.

Le nombre de voyageurs à pied a diminué de 5% en Juin, 2% en Juillet et 10% en Août.

Le nombre de véhicules embarquant a connu une baisse de 15% en Juin, 5% en Juillet et 8% en Août.

4-2 Oenotouristique

Sur notre territoire, nous comptons 133 châteaux viticoles dont 87 ouverts au public et 31 labellisés « Vignobles et Découvertes ». Afin de cerner au mieux la fréquentation des châteaux viticoles de notre destination, une enquête mensuelle Google Forms leur a été envoyée par mail. Cette enquête les interroge sur la fréquentation de leur domaine et sur l'évolution de leur chiffre d'affaires sur la période de juin à août 2022, par rapport à la même période en 2021.

Pour les mois de juin et juillet, 23 châteaux ont répondu à l'enquête. Dans ces 23 vignobles, 7 sont des Grands Crus Classés 1855, 2 sont des Crus Bourgeois Supérieurs, 1 Cru Bourgeois Exceptionnel, 1 Cru Bourgeois, 2 Crus Artisans, ainsi que 8 propriétés des deux appellations (Margaux et Haut-Médoc).

Tableau synthétique de l'état de fréquentation des châteaux répondants à l'enquête.

Mois	Baisse	Similaire	Augmentation	Total
Juin	5	7	11	23
Juillet	7	11	5	23
Août	5	4	4	12

Concernant le mois d'août, nous avons eu moins de répondant, effectivement, seulement 12 châteaux ont répondu. Sur ces 12 châteaux, 4 sont des Grands Crus Classés 1855, 1 Cru Bourgeois Supérieur, 1 Cru Bourgeois Exceptionnel, 1 Crus Bourgeois, 1 Cru Artisan et 4 vignobles.

Par rapport aux châteaux répondants à cette enquête, il apparaît une bonne fréquentation et/ou chiffres d'affaires en juin, un mois de juillet équivalent à l'an passé et une baisse en août. Cependant, nous avons souhaité interroger d'autres châteaux viticoles du territoire afin d'augmenter le panel de répondants. On constate ainsi que les châteaux ayant une augmentation de leur fréquentation et/ou chiffres d'affaires sont des châteaux viticoles travaillant habituellement avec des agences réceptives sur Bordeaux et/ou pouvant accueillir des groupes constitués importants.

Malgré tout, sur notre territoire, il semble que les châteaux viticoles ont été moins fréquentés que l'année passée et que le chiffre d'affaires annoncé est lui aussi en baisse ou en stagnation. Malgré la fraicheur des chais en cette saison estivale caniculaire la clientèle n'a pas été au RDV. De plus, les annonces gouvernementales en cascade de cet été (hausse des fournitures scolaires, hausse des produits alimentaires, hausse des énergies, ...) n'ont pas encouragé les touristes français à dépenser.

4-3 Hébergeurs

Sur notre territoire, nous comptons 66 hébergements :

- 12 chambres d'hôtes
- 5 hôtels dont 2 classés (nouvellement classé le Pont Bernet)
- 48 gîtes dont 13 classés et 10 labellisés Gîtes de France
- 1 hébergement jacquaire

Sur le même principe qu'avec les châteaux viticoles et afin de prendre connaissance de la fréquentation des hébergements, une enquête Google Forms a été envoyée par mail aux hébergeurs.

Tableau synthétique de l'état de fréquentation des hébergeurs répondants à l'enquête.

Mois	Baisse	Similaire	Augmentation	Total
Juin	1	6	3	10
Juillet	1	6	3	10
Août	2	5	0	7

A savoir que dans les répondants des mois de juin et juillet, il y a :

- 1 hôtel,
- 9 meublés de tourisme.

Et pour le mois d'août :

- 7 meublés de tourisme.

Selon les retours spontanés de certains hébergeurs, il semblerait que cette année, la fréquentation des hébergements soit différente des années passées. Le comportement des vacanciers ou visiteurs évoluent : les individus ont pris d'assaut le mois de juillet mais ont tardé à réserver leurs vacances en août.

4-4 Restaurateurs

Sur notre territoire, nous comptons 38 restaurants et une quinzaine de food-truck et de restauration à emporter. Les restaurateurs ont reçu la même enquête que les autres acteurs du tourisme local. Le nombre de répondant est assez faible. C'est la première année que Margaux Médoc Tourisme procède à une enquête de fréquentation, et les acteurs du tourisme du territoire ne sont pas encore sensibilisés.

Mois	Baisse	Similaire	Augmentation	Total
Juin	2	1	0	3
Juillet	2	1	0	3
Août	2	1	4	7

Avec un contexte économique difficile et incertain (crise énergétique, difficultés d'approvisionnement et de recrutement), les restaurateurs se déclarent à 64% peu ou pas du tout confiants quant aux perspectives pour les mois à venir, après une saison très variable selon les établissements.

5- La commercialisation

Il est indispensable de rappeler que le statut de l'Office de Tourisme Communautaire est EPIC. Ceci entraîne de répondre aux obligations fixées par la DGFIP à savoir créer une régie de recettes. Pour cela il faut 2 salariés : 1 régisseur et 1 sous-régisseur. Le directeur d'un EPIC est ordonnateur. Il ne peut donc pas être régisseur ou sous-régisseur. Il est donc indispensable de procéder à un recrutement pour pouvoir obtenir des premières recettes via :

- Le développement des activités génératrices de revenus :
 - Mise en œuvre de régies publicitaires print et web
 - Organisation et gestion ou co-organisation et co-gestion d'animations ou d'évènements à l'échelle (minimale) de la CdC
 - Création d'une boutique et vente de goodies et de coffret
 - Création de prestations de services touristiques
 - Visite de classement et labellisation,
 - Visite de référencement chambres d'hôtes
 - ...
- Le développement de cotisations des socio-professionnels :
 - Mise en œuvre des partenariats
 - Proposition de services

- ...
- Le développement des réponses aux appels à proposition
 - Prise en compte des objectifs du schéma régional, départemental
 - Répondre aux appels à projet
 -

6 -Les prémisses d'un observatoire via SIRTAQUI

Comme on a pu le constater, les activités de plein air avec notamment la randonnée pédestre et le vélo, font partie des demandes de renseignement les plus récurrentes. Une tendance qui s'est confirmée par rapport à la saison 2021. On peut en déduire qu'il semblerait judicieux de développer un axe sur la randonnée pédestre dans le schéma de développement et de stratégies touristique 2023-2028. Et cela pourrait être encore plus pertinent de développer davantage ou autrement l'offre touristique de la randonnée, avec une mise en avant du patrimoine culturel et naturel.

Conclusion

La rentrée 2022-2023 fait figure de point de départ d'une résilience générale nécessaire. Si l'avenir n'est pas écrit, on peut parier que le poste vacances largement sous influence économique risque d'être mis à mal ces prochains mois. Pourtant, il faut sauvegarder l'économie touristique qui représente plus de 8% du PIB, 300 000 entreprises et près de 2 millions d'emplois. Il est nécessaire de travailler sur des pistes d'actions de résilience et d'attractivité pour la destination pour prendre le virage d'un tourisme viable à long terme :

- Inciter les consommateurs à partir plus près (1,6 millions de Girondins),
- Développer des excursions mais aussi des séjours durables, "vacances" écologiques visant à préserver la nature et l'environnement en développant les démarches de labellisation environnementales,
- Mettre en œuvre des éco-randonnées, préservations des paysages, de la biodiversité,
- Sensibiliser les professionnels sur les économies d'énergie dans les différents types d'hébergement,
- Favoriser les mobilités douces sur les sites touristiques et d'un site à l'autre,
- Mettre l'habitant au cœur de l'expérience touristique et la mise en désir du territoire : art de vivre, tranquillité, qualité des paysages ... le slowtourisme et l'Oenotourisme présentent un mariage harmonieux.

Annexes

Annexe 1 : Bilan de saison 2020

Analyse des flux sur la saison (juin-septembre 2020)

19 206 visiteurs dont 19 926 nouveaux utilisateurs

44 726 pages vues

Top 5 des pages vues

Bac (11 800), Home Page (3 593), Vignoble et gastronomie (1 057), île Margaux (868)

Temps moyen passé sur la page : 1'36"

Taux de rebond : 73,68%

Données démographiques (zones géographiques d'où proviennent les visites)

- France (91,13%)
- USA (3,76%)
- Belgique (1,28%)
- Suisse (0,46%)
- Grande-Bretagne (0,39%)
- Allemagne (0,38%)
- Chine (0,28%)
- Espagne (0,21%)
- Canada (0,19%)

À la suite des mauvais résultats constatés et au mauvais référencement du site internet, dû au manque de ressources humaines et de surcroit de la non-réactivité de l'Agence de Communication, le service Tourisme a repris la main dès le printemps 2020 (pendant la période de confinement) en mettant en place de nouvelles actions afin d'accroître et rebosser le référencement par des choix de mots clé (Médoc, Margaux, Estuaire, Châteaux, Génotourisme, Vignoble, Vin, Vauban, Patrimoine, ...):

- **JEUX :** Conception et mise en ligne de divertissements culturels sous forme de jeux interactifs (adultes et enfants) à télécharger ou à imprimer



- **AIDONS NOS COMMERCANTS :** Création et mise en ligne de listes réactualisées pour venir en aide aux commerçants et restaurateurs qui ont mis en place des services adaptés au confinement

- **BLOG :** Rédaction et publication d'une cinquantaine d'articles dans le Blog

10/20



- **ACTIVITÉS :** Rédaction et mise en ligne d'une liste d'animations pour les enfants et leurs familles



LES RESEAUX SOCIAUX

À la création du site internet, l'agence COM BY AVM a été mandaté pour mettre en place 5 Médias Sociaux : Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram et Youtube.

L'absence de personnel, de connaissances, de temps comme de stratégies a fait perdre très rapidement en visibilité le site propre. Les répercussions ont été sérieuses : Google classa le site en 5^{me} page !



Notre 1^{re} stratégie consiste à renforcer notre présence sur ce Réseau Social pour accroître la visibilité de la destination, développer sa notoriété et son image par des publications de qualité et fidéliser les fans afin d'avoir une page Facebook dynamique et performante pour la saison prochaine.

Dans un premier temps, nous allons développer notre régularité sur Facebook avant de poursuivre sur les autres types de réseaux.

11/20

Facebook reste le réseau le plus efficace, l'incontournable dans une stratégie numérique.

Il offre de grandes opportunités surtout dans le domaine touristique et ce canal de communication semble indispensable de nos jours pour donner une réelle visibilité de la destination tout au long du parcours clients/visiteurs/touristes. Le profil type de l'utilisateur est une clientèle active, de 25 à 45 ans et qui est composé de 77% de femmes.

Les objectifs :

La ligne et la charte du Réseau Social Facebook aura des objectifs dits SMART (Simples, Mesurables, Attribuables, Réalistes, Temporels)

- Promouvoir la destination
- Augmenter le nombre de fans
- Développer les visiteurs

Les types de clientèle

Cette charte aura pour cible une clientèle variée reprenant la typologie touristique suivante

- Familles, groupes d'amis (baby-boomers), en solo, en couple
- Randonneurs, passionnés de patrimoine-culture, ...
- Oenotouristes
- Slow Tourisme, Eco Tourisme, Tourisme durable

Les contenus :

- Le ton
- Le style de rédaction (pédagogiques)
- Les formats (photos, vidéos, liens)
- Les bonnes thématiques (sujets pertinents)

Le planning éditorial :

- Être omniprésent
- Maintenir le contact avec les utilisateurs
- Varier les types de publications
- Crée une harmonie entre elles
- Rythmer les publications

Dans un second temps, nous mettrons en place les autres réseaux sociaux, méthodiquement, les uns après les autres, afin d'assurer une couverture de communication, de promotion et de vente, efficace pour le service Tourisme et la notoriété du territoire.



Lors de la création de ce site internet, la commande était qu'au travers cette vitrine touristique magnifique, capter l'internaute, tout en laissant une large place au contenu (des informations précises, riches et informatives) qui devront satisfaire tous les visiteurs, du néophyte au plus expérimenté. Il est à craindre cependant aujourd'hui que cette vitrine touristique du territoire ne soit pas en adéquation avec les besoins d'un Office de Tourisme classé Catégorie 1 avec un volet commercial important.

Avoir un site internet est un investissement indispensable, et il sera nécessaire de poursuivre une réflexion comme une évolution de cet outil pour répondre à l'ensemble des enjeux touristiques de notre territoire. Voici quelques pistes de réflexions :

Pour créer un outil performant, il faudra :

- Du temps
- Du personnel dédié, formé ou à former
- Des photos et vidéos de qualité
- Une stratégie et un plan d'actions réactualisés tous les ans
- Un chat en direct puisque le PIT est ouvert que quelques mois par an
- Des réseaux sociaux animés quotidiennement
- ...

Pour quel(s) but(s) :

- Informer en temps réel
- Présenter nos activités, nos produits et services
- Valoriser nos produits et nos prestations en ajoutant des photos, des descriptifs
- Créer un lien direct avec nos visiteurs, touristes, clients
- Sonder leurs opinions
- Maintenir et développer le chiffre d'affaire
- Vendre nos produits en ligne & mettre en œuvre du click and collect
- Augmenter notre notoriété
- Occupier des espaces non exploités par nos concurrents
- ...

12/20

9/20

COMMUNICATION PRINT

Cette année, le service Tourisme a réédité ses éditions papier estampillées Médoc Estuaire.



- **Carte Touristique** (actualisation et réédition) : 10 000 exemplaires (en langue française et en anglais).

À la suite de la création de 2 itinéraires de découverte (Architecture des châteaux et patrimoine), cette carte a été réalisée et imprimée en 2012 pour la première fois.



- **Carte de Randonnées** (actualisation et réédition) : 10 000 exemplaires (uniquement en langue française).

La création des chemins de randonnées (et des 5 boucles) ainsi que leur balisage ont donné lieu à la réalisation et l'impression de cette carte en 2013.



- **Brochure des balades en Médoc Estuaire** : en raison du contexte épidémique, la programmation a été annulée et de ce fait il n'y a pas eu d'édition 2020.

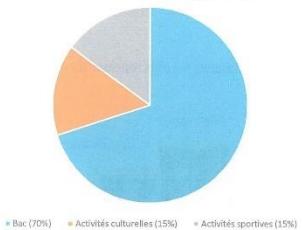
Cette offre complète de balades à vue le jour en 2013. Une mise à jour a été proposée chaque année.

Chaque année, le service Tourisme met également à jour ses documents-papiers suivants :

→ Liste des restaurants, classés par commune

Prix des Restaurants Estuaire 2013		Nombre de Restaurants	
Prix moyen		Nombre moyen	
Entre 10 et 20 €		10	
Entre 20 et 30 €		10	
Entre 30 et 40 €		10	
Entre 40 et 50 €		10	
Entre 50 et 60 €		10	
Entre 60 et 70 €		10	
Entre 70 et 80 €		10	
Entre 80 et 90 €		10	
Entre 90 et 100 €		10	
Entre 100 et 120 €		10	
Entre 120 et 140 €		10	
Entre 140 et 160 €		10	
Entre 160 et 180 €		10	
Entre 180 et 200 €		10	
Entre 200 et 220 €		10	
Entre 220 et 240 €		10	
Entre 240 et 260 €		10	
Entre 260 et 280 €		10	
Entre 280 et 300 €		10	
Entre 300 et 320 €		10	
Entre 320 et 340 €		10	
Entre 340 et 360 €		10	
Entre 360 et 380 €		10	
Entre 380 et 400 €		10	
Entre 400 et 420 €		10	
Entre 420 et 440 €		10	
Entre 440 et 460 €		10	
Entre 460 et 480 €		10	
Entre 480 et 500 €		10	
Entre 500 et 520 €		10	
Entre 520 et 540 €		10	
Entre 540 et 560 €		10	
Entre 560 et 580 €		10	
Entre 580 et 600 €		10	
Entre 600 et 620 €		10	
Entre 620 et 640 €		10	
Entre 640 et 660 €		10	
Entre 660 et 680 €		10	
Entre 680 et 700 €		10	
Entre 700 et 720 €		10	
Entre 720 et 740 €		10	
Entre 740 et 760 €		10	
Entre 760 et 780 €		10	
Entre 780 et 800 €		10	
Entre 800 et 820 €		10	
Entre 820 et 840 €		10	
Entre 840 et 860 €		10	
Entre 860 et 880 €		10	
Entre 880 et 900 €		10	
Entre 900 et 920 €		10	
Entre 920 et 940 €		10	
Entre 940 et 960 €		10	
Entre 960 et 980 €		10	
Entre 980 et 1000 €		10	
Entre 1000 et 1020 €		10	
Entre 1020 et 1040 €		10	
Entre 1040 et 1060 €		10	
Entre 1060 et 1080 €		10	
Entre 1080 et 1100 €		10	
Entre 1100 et 1120 €		10	
Entre 1120 et 1140 €		10	
Entre 1140 et 1160 €		10	
Entre 1160 et 1180 €		10	
Entre 1180 et 1200 €		10	
Entre 1200 et 1220 €		10	
Entre 1220 et 1240 €		10	
Entre 1240 et 1260 €		10	
Entre 1260 et 1280 €		10	
Entre 1280 et 1300 €		10	
Entre 1300 et 1320 €		10	
Entre 1320 et 1340 €		10	
Entre 1340 et 1360 €		10	
Entre 1360 et 1380 €		10	
Entre 1380 et 1400 €		10	
Entre 1400 et 1420 €		10	
Entre 1420 et 1440 €		10	
Entre 1440 et 1460 €		10	
Entre 1460 et 1480 €		10	
Entre 1480 et 1500 €		10	
Entre 1500 et 1520 €		10	
Entre 1520 et 1540 €		10	
Entre 1540 et 1560 €		10	
Entre 1560 et 1580 €		10	
Entre 1580 et 1600 €		10	
Entre 1600 et 1620 €		10	
Entre 1620 et 1640 €		10	
Entre 1640 et 1660 €		10	
Entre 1660 et 1680 €		10	
Entre 1680 et 1700 €		10	
Entre 1700 et 1720 €		10	
Entre 1720 et 1740 €		10	
Entre 1740 et 1760 €		10	
Entre 1760 et 1780 €		10	
Entre 1780 et 1800 €		10	
Entre 1800 et 1820 €		10	
Entre 1820 et 1840 €		10	
Entre 1840 et 1860 €		10	
Entre 1860 et 1880 €		10	
Entre 1880 et 1900 €		10	
Entre 1900 et 1920 €		10	
Entre 1920 et 1940 €		10	
Entre 1940 et 1960 €		10	
Entre 1960 et 1980 €		10	
Entre 1980 et 2000 €		10	
Entre 2000 et 2020 €		10	
Entre 2020 et 2040 €		10	
Entre 2040 et 2060 €		10	
Entre 2060 et 2080 €		10	
Entre 2080 et 2100 €		10	
Entre 2100 et 2120 €		10	
Entre 2120 et 2140 €		10	
Entre 2140 et 2160 €		10	
Entre 2160 et 2180 €		10	
Entre 2180 et 2200 €		10	
Entre 2200 et 2220 €		10	
Entre 2220 et 2240 €		10	
Entre 2240 et 2260 €		10	
Entre 2260 et 2280 €		10	
Entre 2280 et 2300 €		10	
Entre 2300 et 2320 €		10	
Entre 2320 et 2340 €		10	
Entre 2340 et 2360 €		10	
Entre 2360 et 2380 €		10	
Entre 2380 et 2400 €		10	
Entre 2400 et 2420 €		10	
Entre 2420 et 2440 €		10	
Entre 2440 et 2460 €		10	
Entre 2460 et 2480 €		10	
Entre 2480 et 2500 €		10	
Entre 2500 et 2520 €		10	
Entre 2520 et 2540 €		10	
Entre 2540 et 2560 €		10	
Entre 2560 et 2580 €		10	
Entre 2580 et 2600 €		10	
Entre 2600 et 2620 €		10	
Entre 2620 et 2640 €		10	
Entre 2640 et 2660 €		10	
Entre 2660 et 2680 €		10	
Entre 2680 et 2700 €		10	
Entre 2700 et 2720 €		10	
Entre 2720 et 2740 €		10	
Entre 2740 et 2760 €		10	
Entre 2760 et 2780 €		10	
Entre 2780 et 2800 €		10	
Entre 2800 et 2820 €		10	
Entre 2820 et 2840 €		10	
Entre 2840 et 2860 €		10	
Entre 2860 et 2880 €		10	
Entre 2880 et 2900 €		10	
Entre 2900 et 2920 €		10	
Entre 2920 et 2940 €		10	
Entre 2940 et 2960 €		10	
Entre 2960 et 2980 €		10	
Entre 2980 et 3000 €		10	
Entre 3000 et 3020 €		10	
Entre 3020 et 3040 €		10	

Demandes de renseignement



Le Bac représente 70% des demandes touristiques. Cette saison, la fréquentation de la liaison Lamarque-Blaye s'est maintenue – malgré la pandémie – par rapport à celle du Verdon-Royan, qui a vu sa fréquentation diminuer.

Que représente le bac ?

- 1/ Une porte d'entrée sur le territoire pour de très nombreux vacanciers.
Les agents du Service Maritime nous ont confié avoir le même nombre de véhicules dans les 2 sens durant toute la saison 2020 (juillet-août).
- 2/ Une porte de sortie pour de très nombreux vacanciers qui souhaitent éviter la rocade et les nombreux bouchons à l'approche du Pont d'Aquitaine, leurs permettant ainsi de gagner pas loin d'1h30 de trajet retour.
- 3/ Un moyen de transport pour les habitants de chaque rive, afin de se rendre à leur travail.
On comptabilise 2/3 des usagers qui empruntent le bac dans le sens Blaye-Lamarque, alors qu'1/3 emprunte le bac dans l'autre sens.



4/20



➤ Taxe de Séjour

Actuellement le service Tourisme met tout en œuvre et travaille en étroite collaboration avec le Pôle Gestion afin de collecter la Taxe de Séjour. Au 10 novembre 2020, celle-ci s'élevait à 21 514,95 €.

ARRIVÉE DE LA DIRECTRICE DE L'OFFICE DU TOURISME

Le service Tourisme souhaite la bienvenue à sa Directrice, arrivée le 21 septembre 2020 !

Il se félicite de la nomination de Christine RIBIERE, Directrice de l'Office du Tourisme Margaux Médoc Tourisme et lui souhaite tout le succès qu'elle mérite.

17/20



La plupart des missions dans le tourisme nécessitent un suivi régulier et des compétences particulières. Le service Tourisme souhaite à vos côtés mettre tout en œuvre afin de mener à bien ses futures missions mais aussi responsabilités.

Les effets de la crise sanitaire qui a également touché le secteur du tourisme de plein fouet, ne doit pas être un frein à la profession, mais un accélérateur. Nous devons tous nous servir de cette expérience pour rebondir, adapter et repenser l'offre. Il faut positionner la destination « Médoc Estuaire » comme une destination attractive « Margaux Médoc Tourisme »

Bien qu'ils soient en recul, les étrangers ont représenté 9% de la fréquentation (au lieu des 14% en 2019).

Pays étrangers les plus représentés



Ce trio de tête reste au coude à coude chaque année, alternant la première marche du podium.

Cette année, il est à noter un net recul de la population britannique. Effectivement, de très nombreux touristes d'Outre-Manche ont écourté leur séjour, puisqu'ils étaient tenus de rentrer chez eux avant le samedi 15 août 2020, date de l'entrée en vigueur d'une quatorzaine imposée par les autorités britanniques en réaction à la réurgence de l'épidémie de coronavirus dans l'Hexagone.



➤ Demandes de renseignements des touristes

Il est important de noter que l'emplacement du bâtiment du PIT, sur le port de Lamarque, proche de l'embarcadère du bac Transgironde, qui assure la liaison de Lamarque-Blaye-Lamarque, joue incontestablement sur la fréquentation du PIT dans le sens des arrivées comme dans celle des départs.

18/20

3/20

FREQUENTATION DE L'ACCUEIL

Malgré un accueil amputé et un début de saison en demi-teinte, la fréquentation du PIT a été de 9 234 personnes sur 3,5 mois, au lieu des 15 000/17 000 personnes habituellement accueillies sur 5 mois d'ouverture. Ces premiers résultats nécessiteront une réflexion sur une éventuelle ouverture plus en amont de la saison, incluant idéalement les vacances de Pâques. (Cf. résultats RVA 2020)

➤ La fréquentation du PIT

Cette année la clientèle française a répondu présente (91% de la fréquentation) avec une forte proportion de clientèle de Nouvelle-Aquitaine (40%).



Il est important de souligner que le comportement des français a été dicté par l'incertitude liée à l'évolution sanitaire et aux annonces gouvernementales* progressives et parfois considérées comme tardives sur les possibilités de voyager en France.

* Edouard Philippe avait déjà donné le « feu vert » le 14 mai. Malgré l'épidémie de « coronavirus », les Français pourront bien partir en vacances aux mois de juillet et août sur le territoire national, Outre-mer compris. La limitation géographique des 100 km est abolie à partir du 2 juin, annonce du Premier Ministre le 28 mai. Partir en Europe au sein de la zone Schengen sera ainsi possible, probablement à compter du 15 juin. De futures restrictions ne sont toutefois pas à exclure en fonction de l'évolution de la Covid-19.

Sources : *le Figaro* du 07/06/2020



PLAN D'ACTIONS PRÉVISIONNEL 2021

Sans attendre l'ouverture de notre futur Office de Tourisme à Margaux-Cantenac, le service Tourisme souhaite vous soumettre en 1^{re} lecture des propositions d'actions dans le cadre de l'ouverture du PIT pour l'année 2021. Pour chacune de ces actions, et après une première validation politique, les moyens financiers, techniques et humains seront étudiés afin d'asseoir la décision politique finale.

A sa lecture, l'objectif premier de ce plan d'actions est d'une part de donner une nouvelle dynamique au service Tourisme et au PIT, et d'autre part, de construire dès aujourd'hui les futurs liens et relations indispensables avec nos prestataires et partenaires pour notre futur Office de Tourisme.

Nous devons séduire, capter et fidéliser les locaux, excursionnistes et touristes pour une meilleure consommation touristique plus proche des acteurs du territoire.

Dans le cadre, des trois premières actions, nous vous proposons d'ouvrir le PIT, plus en amont dans la saison et de couvrir les vacances de Pâques afin d'être aux côtés des prestataires oenotouristiques et de leur apporter une aide financière.

Les actions	Objectifs	Résultats attendus
Organiser une ou plusieurs expositions artistiques	Générer du flux au PIT	Vente de produits dérivés (photos, peintures, sculptures) Développer le chiffre d'affaire
Organiser des dégustations	Renforcer le lien avec les professionnels	Vente de produits locaux (Chocolats, vin, bières, miel) Développer le chiffre d'affaire
Organiser des animations sur le port (Baptême en calèche, balades thématiques)	Faire découvrir ou redécouvrir l'offre touristique	Créer et renforcer le lien social avec les participants Ventes de produits (cartes postales, livres, ...) Développer le chiffre d'affaire

<p>Relancer activement la page Facebook suivant une ligne éditoriale précise</p>	<p>Valoriser l'offre touristique par des contenus réguliers, pertinents et d'actualité</p>	<p>Attirer de nouveaux visiteurs locaux, futurs touristes et consommateurs</p>
<p>Créer une newsletter interne</p>	<p>Faire de chaque collaborateur un ambassadeur de la destination</p>	<p>Fédérer l'équipe de la CdC autour du projet structurant OTC. Susciter des vocations de Greeters</p>
<p>Créer un guide de séduction</p>	<p>Proposer des idées de séjours, d'activités sur des thématiques diverses et variées</p>	<p>Rallonger le temps de visite des touristes Générer des recettes</p>

NOTES



BILAN TOURISTIQUE 2020

L'Équipe du service Tourisme

- Anne-Valérie MARTIN, chargée du Développement Touristique (CDI à 80%)
 - Florence RAFFIN, Conseillère en Séjour (CDD de 8 mois du 1^{er}mars/31 octobre à 35h/s)
 - Amélie LEGENDRE, Conseillère en séjour (CDD de 2 mois du 24 juin au 31 août à 35h/s)

À la sortie du confinement le 11 mai 2020, les mesures sanitaires ont impacté le secteur touristique national et international, entraînant une baisse importante de la saison touristique 2020.

Le PIT (Point Info Tourisme) a donc ouvert ses portes à l'accueil aux visiteurs en mode « Pas de Porte » du 17 juillet au 30 septembre 2020, soit 3,5 mois au lieu des 5 mois habituel.

juin : du mercredi au dimanche, de 9h30 à 13h et de 14h à 17h30

Juillet & Août : 7j/7 de 9h à 18h

Septembre : du mercredi au dimanche, de 9h30 à 13h et de 14h à 17h30

Ce mode choisi « Pas de Porte » par la collectivité a aussi contraint le service Tourisme à ne pas proposer d'exposition photos aux visiteurs et ce, pour la première fois depuis l'ouverture du PIT au Port Lamarque en 2010.

BILAN DE SAISON 2021

Point d'information touristique de Lamarque



HORAIRES D'OUVERTURE

Le Pont Info Tourisme de Lamarque a été ouvert du 3 juin au 30 septembre 2021 avec comme conseillère en séjour Barbara Migeat pour 4 mois, assistée de Tom Machuque en juillet et août 2021.

- **Juin et septembre** : mercredi au vendredi : 9h15-13h00 (fermé les après-midis)
samedis et dimanches 9h15-13h00 /14h45-17h30.
- **Juillet et Août** : tous les jours de 9h15- 13h00 / 14h30 - 17h30.

Afin de respecter les gestes barrières liés à la pandémie, divers précautions ont été mise en place toute la saison : circulation à sens unique avec signalétique adaptée (potelles, adhésifs au sol), distributeur de gel hydro-alcoolique, fermeture des sanitaires.

EXPOSITION

Une exposition intitulée les Iconiques en Gironde valorisant des sites remarquables en Gironde a été présentée et détaillée par une brochure explicative éditée par Gironde Tourisme.

FRÉQUENTATION

CHIFFRES FREQUENTATION JUIN-SEPTEMBRE 2019 2021						
	Français		Etrangers		Total	
	2019	2021	2019	2021	2019	2021
Juin	1996	1059	240	69	2236	1128
Juillet	2919	3525	734	615	3653	4140
Aout	5270	4344	865	603	6135	4947
Septembre	1592	1281	258	162	1850	1443
	11777	10209	2097	1449	13874	11658



87,57% de français



12,43 % d'étranger



ALLEMAGNE
3,78%



BELGIQUE
3,11%



PAYS-BAS
2,01%

Compte tenu du mode d'ouverture « pas de porte » en 2020, seulement les chiffres de 2019 ont été comparés en 2021.

La baisse de fréquentation peut s'expliquer par la crise sanitaire liée à la pandémie et les délais tardifs d'annonces gouvernementales, qui ont eu comme conséquence une baisse de fréquentation des touristes étrangers (- 648 visiteurs par rapport à 2019).

DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS DES TOURISTES

En dehors des renseignements pour la traversée du Bac Lamarque-Blaye et de la citadelle, les demandes concernaient :

1. Les activités de plein air : les randonnées cyclistes (plan des pistes cyclables, le canal des 2 mers) des randonnées pédestres.
2. L'œnotourisme : visites et dégustations
3. Patrimoine : visites du Fort-Médoc.

ANIMATIONS

- **Au Point Info Tourisme :**

- **Le 22 juillet** : dégustation de Mademoiselle de Margaux
- **Le 24 juillet et les matinées du 20, 21, 22, et 27 août** : vente par la Librairie associative Mots et Merveilles

- **Sur le territoire :**

- **Le 5 et 6 juin 2021** : Portes Ouvertes des châteaux du Médoc 21 Châteaux ont participé sur les 10 communes du territoire Médoc-Estuaire. 14 châteaux ont proposé de la restauration sur place, avec des Food-trucks ou de planches de charcuterie/fromage ou avec un traiteur, 9 châteaux avaient des expositions et 3 châteaux des animations pour enfants.
- **Le dimanche 20 juin** : l'Eté des châteaux en Médoc : 11 châteaux du territoire ont participé.
- **Les 30, 31 juillet et 1 août** : Portes Ouvertes Crus artisans : 5 châteaux sur notre territoire ont participé.
- **Juillet, août et septembre** (jeudis soirs) Afterwork en Médoc 7 châteaux ont organisé des afterwork. Pour notre territoire les châteaux Malescasse, Dauzac, Paloumey, Marquis de Terme, Lamothe Bergeron ont participé et proposé des dégustations

VENTES

La vente des cartes postales et du livre « Médoc Estuaire des vignes aux rivages » n'a pu être possible qu'à partir du mois d'août, en raison d'une formation tardive de régisseur mais obligatoire pour obtenir un fond de caisse.

Nous avons vendu 2 livres et 14 cartes postales, pour un montant total de 34€.

DIFFICULTÉES RENCONTRÉES

Manque de fichiers et documents

Pour cette saison, il a été impossible de retrouver ni procédure, ni documentation touristique, ni base de données sur les acteurs de notre territoire en format papier et numérique.

Nous avons donc dû refaire ce gros travail de recensement pour créer le fichier châteaux (142 références) et le « guide pratique » avec les renseignements sur notre territoire. Le guide pratique sert à retrouver rapidement les renseignements demandés par les touristes par exemple les stations- services, distributeurs de billets, ...

Mises à jour site internet Margaux Médoc Tourisme

Pour réaliser les mises à jour des informations Margaux Médoc Tourisme sur le site et dans la base de données Sirtaqui qui n'avaient pas été mis à jour depuis la création du site en 2018, il a été indispensable de prendre contact avec tous les châteaux.

Nous avons aussi inventorié l'ensemble des restaurateurs restant ouvert ou qui proposant du click&collect

Chauves-souris

Plus d'une quinzaine de chauves-souris se sont introduites à l'intérieur du PIT, ce qui a nécessité de nettoyer les déjections et désinfecter l'ensemble du PIT tous les matins et régulièrement dans la journée. Cela dégageait une odeur désagréable malgré la ventilation toute la journée par les 2 portes sans parler des chauves-souris blessées.

Grâce à l'installation de deux ultrasons pendant la nuit, ce n'est que fin septembre que ces nuisibles semblaient être parties même si l'odeur persistait.

p. 4

Travaux

Suite au manque d'entretien de la terrasse en bois, on a constaté des trous déjà existants, et qui ont été rebouchés par le Département. Afin d'évaluer et de repartir les travaux à réaliser, une réunion a eu lieu le 25 août avec M. Leveil de la CDC et M. Milliac du Département.

Entretien des espaces verts

Les extérieurs du Point Info Tourisme n'ont été entretenus que tardivement, ce qui a nui à la visibilité de la structure.

Bac

Malgré l'affichage sur le parking et à l'extérieur du PIT, la moitié des demandes des visiteurs concernaient des informations pratiques sur le Bac Lamarque Blaye (horaires, tarifs, stationnement dans les files d'attente). Ces renseignements auraient pu être donnés directement par l'agent du Conseil Départemental présent lors de l'embarquement et débarquement.
Un meilleur affichage doit être envisagé.

Toilettes du port

La signalétique des toilettes est insuffisante (aucun panneau côté embarcadère), ce qui obligent les visiteurs à en chercher au PIT. Il est donc recommandé de rajouter un panneau à côté de l'entrée du PIT.

De plus, ces toilettes sont fermées du 13 septembre au 25 juin et pendant la saison entre les bacs de 11h30 et 15h30.

Parkings port de Lamarque

Le seul parking de stationnement existant est mal situé (derrière les files d'attente pour le bac) et mal indiqué. Sans parking à proximité du PIT, les visiteurs arrivant en voiture depuis Blaye ne s'arrêtent pas, seuls les cyclistes et piétons prennent des renseignements au PIT.

REPORTAGE PHOTO CARNET DE VOYAGE

L'Office de Tourisme Margaux Médoc Tourisme souhaite valoriser son offre par un nouveau support de communication, type carnet de voyage. Pour la première édition 2021, un reportage photo par le photographe M. David Herbreteau de l'agence l'Ours en Plus est en cours de réalisation sur plusieurs thématiques (sites incontournables et/ou emblématiques comme les insolites, la vie des habitants et des ouvriers viticoles, le patrimoine bâti comme naturel (vigne, forêt, estuaire...), la faune et la flore ; le patrimoine vernaculaire (carrelet, lavoirs, moulins, briqueterie, scierie, ...)

Cette mission s'est déroulée en 3 temps, au mois de juin, août et septembre. Pour le mois de septembre, le photographe était accompagné par une journaliste et grâce à un appel aux figurants bénévoles publié sur les réseaux sociaux et en mairies, des familles bénévoles étaient présentes pour les prises de vues. Il s'agit de Mme Evelyne Bosc, M et Mme Falgaronne, M Théo Dhinin, la famille Gouault.

Préconisations :

Il pourrait être envisageable d'ouvrir le PIT uniquement les mois de juillet et août de positionner des points d'informations touristiques mobiles (triputeurs ou van) aux points stratégiques de notre territoire (animations, marchés, files d'attente du Bac à Blaye (porte d'entrée du Médoc)....

PROMOTION & COMMUNICATION

La promotion communication est l'une des missions d'un Office de tourisme, et c'est aussi l'un des points essentiels du classement.

L'agence de communication Com by AVM, a créé le site internet Margaux tourisme et 5 réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube et Pinterest) en 2018. Dans les six mois qui ont suivi la création des réseaux sociaux, l'agence de communication était responsable de la gestion des réseaux sociaux. Faute de personnel, de connaissances et de temps, les réseaux sociaux et le site web n'ont pas été entretenus et mis à jour, et par conséquence leur visibilité sur Internet a baissé.

À partir de septembre 2020, Christine Ribièvre relance l'activité de la page Facebook dans le but de renforcer la présence sur le réseau, d'augmenter la visibilité et de faire connaître le territoire.

Jusqu'à fin janvier 2021, Florence Raffin était en charge du le blog (créant 2 articles par semaine).

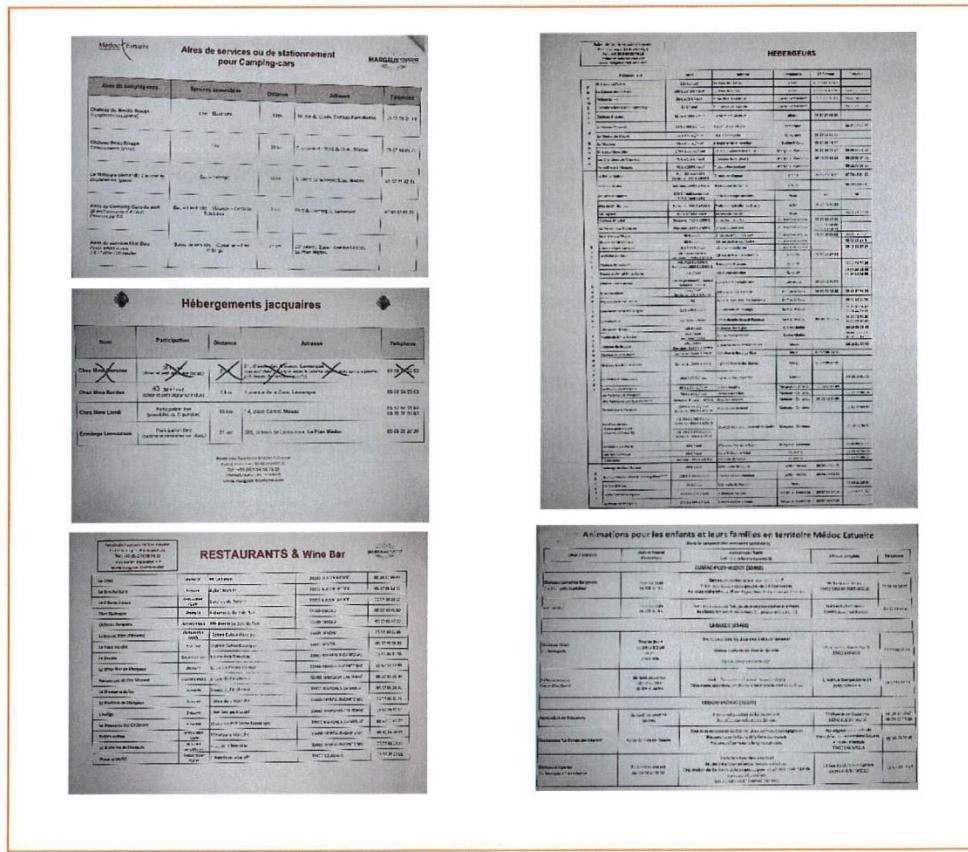
Mi-mai 2021, une étudiante de Master 2 AGEST a été accueillie par le service tourisme pour une durée de 6 mois, dont les missions sont de :

- Communiquer et promouvoir le territoire
- Améliorer l'image et la visibilité du territoire
- Élaborer des stratégies de communication et de e-tourisme et mettre en place des plans d'actions

CREATION DE QUATRE BROCHURES

Le service tourisme de 2010 à 2020 a distribué les documents papier suivants pour renseigner la clientèle sur les restaurants, les hébergements et les activités familiales sur le territoire :

- Aires de services ou de stationnement pour Camping-cars
- Hébergeurs
- Hébergements jacquaires
- Restaurants & Wine Bar
- Animations pour les enfants et leurs familles en territoire Médoc-Estuaire



L'étudiante Piriyanga THEVAPALAN a effectué de nombreux travaux de recherche (site Atout France, Sirtaqui, démarchage téléphonique) pour mettre à jour des informations disparues depuis 2015, et réaliser les 4 brochures suivantes :

- Hébergements
- Vacances en plein air
- Restaurants & bars
- Activités en famille

p. 8



Une brochure touristique sert à communiquer, promouvoir et diffuser des informations auprès des visiteurs. Elle permet ainsi de développer la notoriété et la visibilité du territoire Médoc-Estuaire.

Une carte du Médoc faite en collaboration avec l'Office Médoc Plein Sud a été éditée en 5 000 exemplaires, cette carte était appréciée par nos visiteurs, au total 2100 ont été distribués.

Réédités en 10 000 exemplaires en 2020, nous possédons un stock important de cartes de randonnées et touristiques pour la distribution aux visiteurs avec les topoguides des 5 boucles sur notre territoire, la boucle des châteaux de Margaux étant la plus utilisée par les visiteurs.

Au mois de juin, 1050 cartes touristiques, 1400 cartes randonnées ainsi que 5 950 topoguides ont été distribués aux 10 mairies de la CDC Médoc Estuaire et à l'ODG de Margaux- Cantenac.



COMMUNIQUÉ DE PRESSE



A l'occasion du lancement de la saison estivale du Point d'Information Touristique du Port de Lamarque, un communiqué de presse a été diffusé auprès des 10 communes et de l'ADT Gironde, de l'OT Médoc Atlantique, de l'OT Médoc Plein Sud, de l'OT Médoc Vignoble ainsi qu'aux journalistes du Sud-Ouest.

p. 9

WINE TRIP

Contenus créés dans le territoire du Médoc-Estuaire

Le château Lanessan
- 1 story image
- 3 stories vidéos



La Pailotte de Steph
- 1 story image



Le Port Lamarque
- 1 story image
- 1 story vidéo



3 stories images et 4 stories vidéos sur Instagram

Dans le cadre du Wine Trip, l'ADT Gironde a accueilli du 27 au 28 juin l'influenceuse Amélie Tauziède pour faire découvrir le Médoc partie vignoble et le territoire de Blaye Bourg Terres d'Estuaire. Nous avons participé à l'organisation de son arrivée dans notre territoire. Au programme, le dimanche 27 juin à partir de 10h30 :

Visite du Château Lanessan :

- 1h30/2h00 de visite : Promenade à vélo au travers des vignes de Lanessan et de ses châteaux (3 à 4km). Découverte en avant-première du projet des « Promenades de LANESSAN » en circuit libre et éducatif, au travers des paysages emblématiques du Médoc.
- Visite guidée du Musée du Cheval, du jardin à la française et du Château Lanessan, puis immersion sur la partie viticole avec la visite du cuvier et des chais à barrique.
- Dégustation des vins de la propriété.

Déjeuner : La Pailotte de Steph

ATELIER PNR MEDOC

Dans le cadre du développement d'une stratégie de communication du Médoc tourisme, le PNR du Médoc a fait appel à l'agence de Communication Eliette. Pour ce projet, les Offices de tourisme Médoc Atlantique, Médoc plein Sud, Médoc Vignoble et Margaux Médoc Tourisme ont assisté à trois réunions.

• 04/06/2021 : Ateliers personas

Création des personas potentielles du Médoc*

• 10/06/2021 : Restitution & analyse

Restitution des recherches documentaires, diagnostics et synthèse réalisés sur le territoire du Médoc

• 22/06/2021 : Présentation de la plateforme identitaire

*Présentation plateforme, proposition des stratégies de contenus, pistes signatures et moodboard***

Persona : Un persona est, dans le domaine marketing, un personnage imaginaire représentant un groupe ou segment cible dans le cadre du développement d'un nouveau produit ou service ou d'une activité marketing prise dans sa globalité.

Moodboard (ou planche de tendances), est un assemblage d'images, d'objets ou de mots qui est utilisé pour exprimer le style choisi dans le cadre du développement d'une idée créative (concept produit, publicité, design, agencement, etc..).

p. 10

PROMOTION PACKAGE DU VERROU DE VAUBAN

A l'occasion de la création du package du Verrou Vauban (visite de la Citadelle de Blaye, Fort Médoc et de traversée aller-retour en bac) et en partenariat avec le Fort Médoc et Blaye tourisme, nous avons fait la promotion à travers un article de blog ainsi que deux posts Facebook.

Article de blog :



Post Facebook :



ARTICLE GAZETTE

La Gazette Médoc Durable du mois de septembre 2021 a dédié un article sur l'Office de tourisme Margaux Médoc sur promotion du Verrou du Vauban.

La Gazette du Médoc Durable est un journal numérique mensuel créé par l'association Ecoacteurs en Médoc qui a pour but de valoriser le patrimoine et les ressources des différents acteurs du Développement Durable en Médoc.

Extrait de l'article :

Un patrimoine à (re) découvrir...

L'office du Tourisme Margaux Médoc Tourisme nous propose de quoi arpenter et profiter de notre architecture médocaine le long de l'estuaire avec une belle surprise.

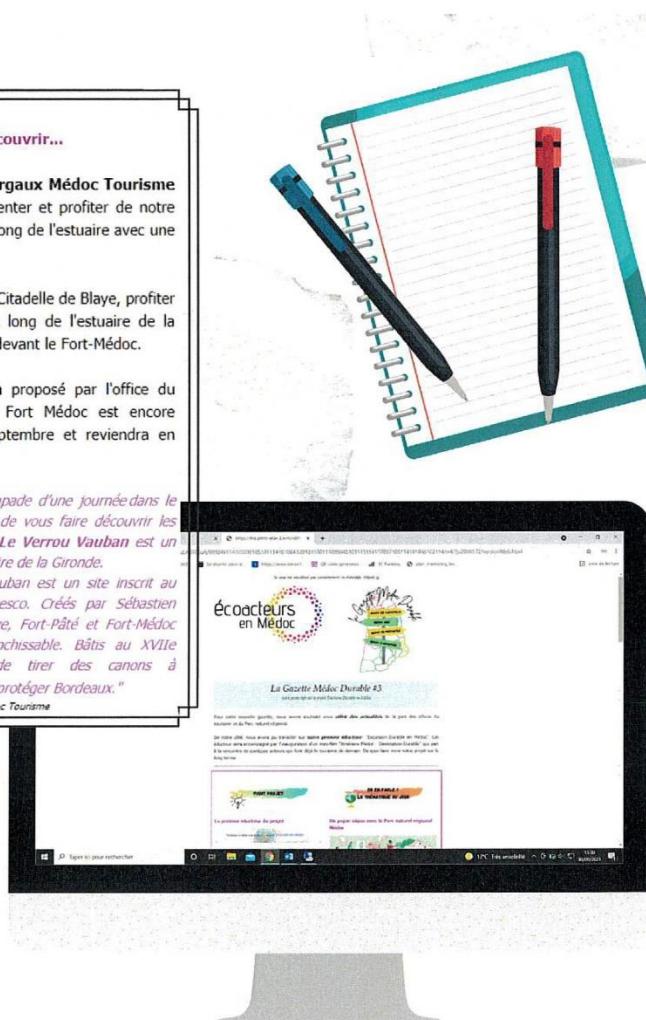
C'est s'aventurer depuis la Citadelle de Blaye, profiter d'une traversée en bac le long de l'estuaire de la Gironde pour se retrouver devant le Fort-Médoc.

Le **pack Verrou Vauban** proposé par l'office du tourisme de Blaye et le Fort Médoc est encore accessible jusqu'au 30 septembre et reviendra en 2022 !

"Vous avez envie d'une escapade d'une journée dans le Médoc ? Nous avons choisi de vous faire découvrir les pépites de notre territoire ! Le Verrou Vauban est un site incontournable de l'Estuaire de la Gironde.

A savoir : Le Verrou de Vauban est un site inscrit au Patrimoine mondial de l'Unesco. Crées par Sébastien Vauban, la citadelle de Blaye, Fort-Pâté et Fort-Médoc forment une barrière infranchissable. Bâties au XVIIe siècle, ils permettaient de tirer des canons à l'embouchure du fleuve pour protéger Bordeaux."

crédit : office du tourisme Margaux Médoc Tourisme



p. 12

SITE INTERNET MARGAUX MEDOC TOURISME

Un site Internet permet à l'Office du Tourisme de promouvoir et de gagner en visibilité auprès des internautes. Offrir aux internautes un contenu de qualité permet d'établir des liens et de se positionner comme une référence dans le tourisme du territoire Médoc Estuaire.

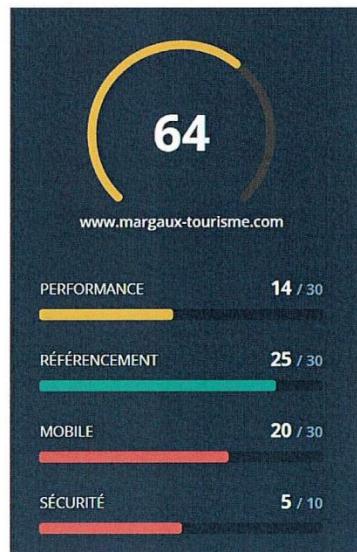
Ainsi, le site internet doit répondre à plusieurs prérequis de base : faire la promotion du territoire et de l'Office de tourisme, décrire les informations de base sur les offres de voyage, et permettre aux clients de trouver facilement des informations ou de réserver.

Le site Margaux Médoc Tourisme www.margaux-tourisme.com a été créé en 2018 par l'agence de communication Com'by AVM.

Préconisation : Il est conseillé de refaire un site web en moyenne tous les 3 ans pour suivre les nouvelles tendances et ne pas perdre de visibilité dans les moteurs de recherche. Il faut également faire attention à certaines technologies qui sont aujourd'hui dépassées.

Tout d'abord, un examen technique du site a été effectué à l'aide de **Website Grader**, un outil en ligne qui peut évaluer les sites web en fonction d'indicateurs clés tels que les performances, la compatibilité avec les appareils mobiles, l'optimisation des moteurs de recherche et la sécurité.

AUDIT TECHNIQUE DU SITE WEB MARGAUX MEDOC TOURISME



On peut constater que le site web est bien noté pour le référencement (25/30), il a également une note très moyenne pour la performance. En revanche, la sécurité et le mobile sont mal notés.

Google Analytics donne accès à diverses informations sur le site Web et les individus qui le consultent. Cela permet de savoir quel type de contenu le public aime et quels réseaux sociaux il préfère. Ces informations permettent d'attirer plus de trafic et de prospects sur le site Web, tout en démontrant le ROI (retour sur l'investissement) des médias sociaux.

Quelques notions :

Utilisateurs : correspond au nombre d'utilisateurs uniques visitant le site

Sessions : correspond au nombre de fois que les utilisateurs uniques sont venus

Taux de rebond : Le pourcentage d'internautes qui quittent le site après être entrés sur une page Web sans consulter d'autres pages Web.

Durée de la session : le temps moyen que les utilisateurs passent sur le site

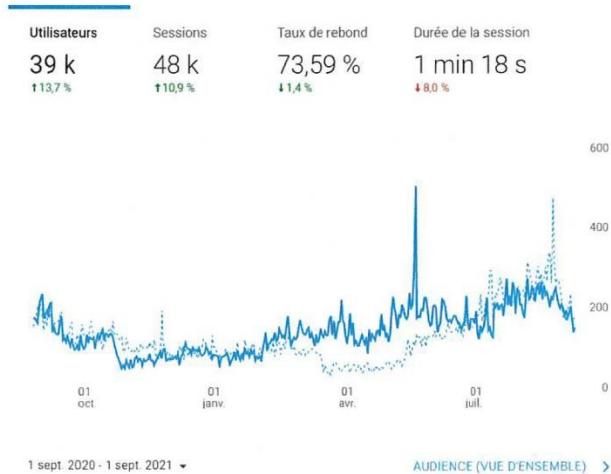
Près de 39 000 internautes ont consulté le site Margaux Médoc Tourisme, soit une augmentation de 13,7% par rapport à la période précédente. Le taux de rebond est de 73,59 %, et le temps moyen qu'un internaute passe sur le site est de 1min 18s.

En terme de contenus, les informations ne sont pas à jour, quelques pages du site web sont vides et certains boutons clic ne fonctionnent plus.

Un problème majeur a été constaté, la plupart des internautes quittent le site sans consulter les pages web, et le temps passé est très court. Cela signifie que les visiteurs du site Web ne sont pas intéressés par le contenu qu'ils y trouvent.

Préconisation : *Il est nécessaire de faire une refonte du site internet afin de communiquer et de promouvoir en prenant en compte des tendances et s'adaptant aux besoins des clients.*

CHIFFRES VISITES DU SITE WEB MARGAUX MEDOC TOURISME



En moyenne, les utilisateurs sont actifs entre 10h et 18h. La majorité des internautes sont français (93,4 %), suivis des belges (1,2 %) et des américains (1,1 %). La plupart des personnes visitant le site sont des mobinautes (63,9 %) (accès depuis des supports mobiles), et l'on constate également une augmentation de + 17,5 % par rapport à l'année précédente.

p. 14

Préconisation : Il est désormais nécessaire de travailler la version mobile du site internet, car il permet aux utilisateurs de smartphones et de petites tablettes de naviguer confortablement sur un site web à partir de leurs petits écrans.

La principale source de trafic est le moteur de recherche Google, avec 81,3%, suivi du domaine de l'Office de Tourisme de Margaux Médoc Tourisme (8,8%), la Communauté de Commune Médoc Estuaire (2,1%) et Médoc Tourisme (2%).

Préconisation : Il est donc essentiel de travailler le référencement sur Google pour gagner de la visibilité.

COMMUNICATION SUR LES RESEAUX SOCIAUX

Depuis 2018, l'Office du Tourisme est présent sur différents réseaux sociaux, Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest et YouTube. On constate que Margaux Médoc Tourisme n'est actif que sur 2 réseaux sociaux sur 5.

FACEBOOK



Résultats :

Du 1^{er} juin au 30 septembre 2021 :

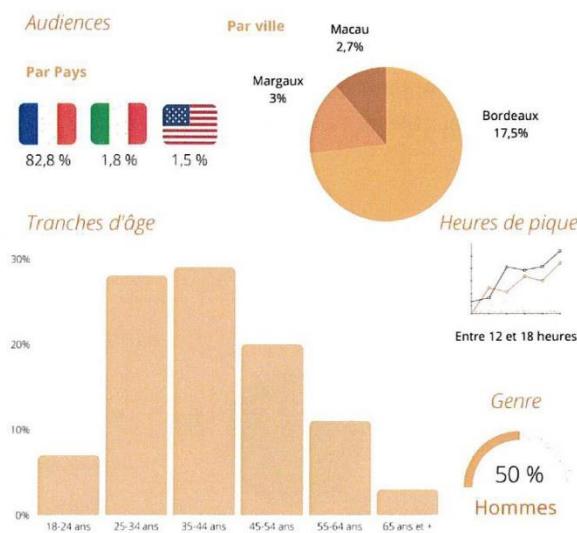
- 5 814 de couverture de la Page Facebook
- 959 interactions
- 94 clics sur un lien

p. 15

- 10 commentaires
- 75 partages
- 369 réactions
- 63 vues photos
- 25 nouveaux abonnés
- 14 abonnés nets

Sur un total de 53 publications

INSTAGRAM



Nous avons réactivé le compte Instagram en juillet 2021 afin de faire la promotion du territoire sous différents formats.

Résultats :

Du 1^{er} juillet au 30 septembre 2021 :

- 4 291 couvertures du compte Instagram soit + 10 902 %
- 138 interactions avec le contenu
- Plus de 58 abonnements au total sur le compte Instagram soit + 11,2%

Sur un total de 23 publications

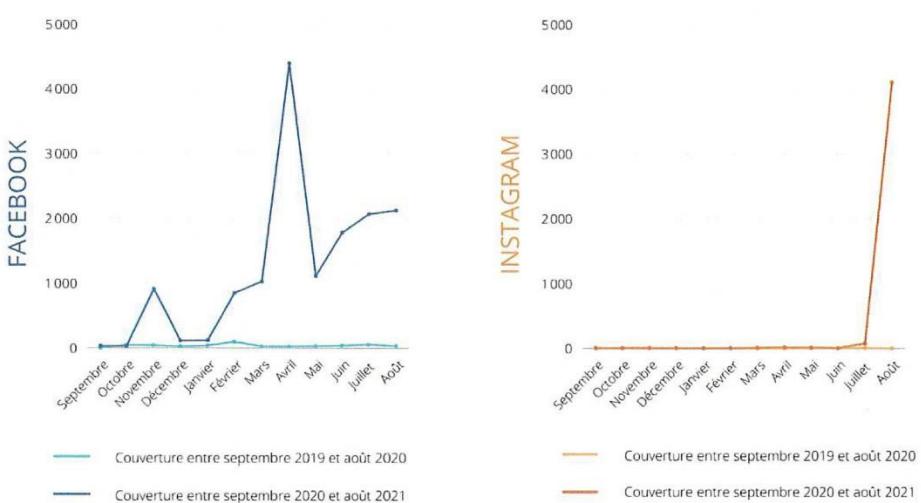
- 3 publications
- 19 stories
- 1 réel

Audiences

La communauté sur les réseaux sociaux est majoritairement française, 60,6% sur Facebook et 82,8% sur Instagram, soit plus précisément la majorité bordelaise. On constate également une différence sur l'audience, les femmes âgées de 45 à 65 ans et les hommes de 25 à 34 ans et de 45 à 54 ans sont majoritairement présents sur Facebook. Tandis que sur Instagram, les hommes et les femmes sont présents à part égale. Ils ont pour la plupart entre 25 et 44 ans.

Préconisation : Il faut donc adapter la ligne éditoriale pour promouvoir auprès de cette clientèle de proximité.

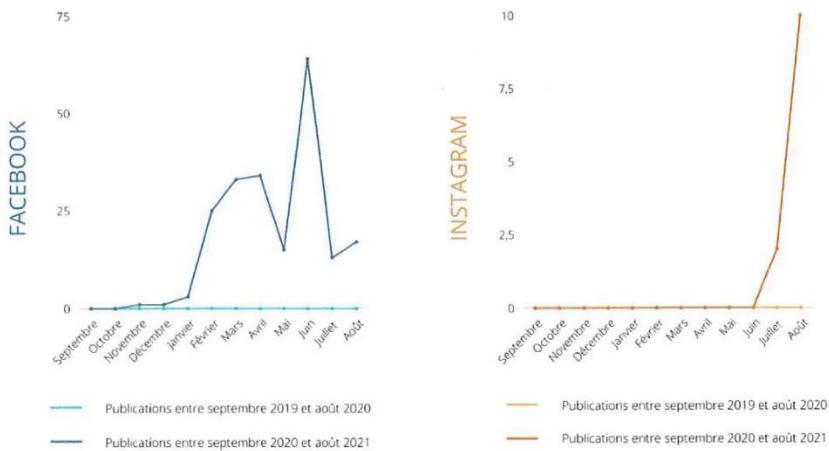
Couverture de Facebook et Instagram



Tout d'abord, on observe la couverture de la Page Facebook et du compte Instagram, qui correspondent au nombre de comptes uniques voyant l'une des publications. On peut apercevoir que les résultats sont très irréguliers pour Facebook et Instagram. Ces comptes n'étaient pas très visibles jusqu'à octobre 2020 pour Facebook et juillet 2021 pour Instagram. Cependant, par rapport à la période précédente, la portée de ces deux réseaux sociaux a augmenté, Facebook augmentant de 2 600 % et Instagram de 12 900 % en un an (septembre 2020- 2021)

Préconisation : Il est nécessaire d'établir davantage de contacts et d'interaction avec sa communauté afin de toucher un grand nombre d'individus et de gagner en visibilité.

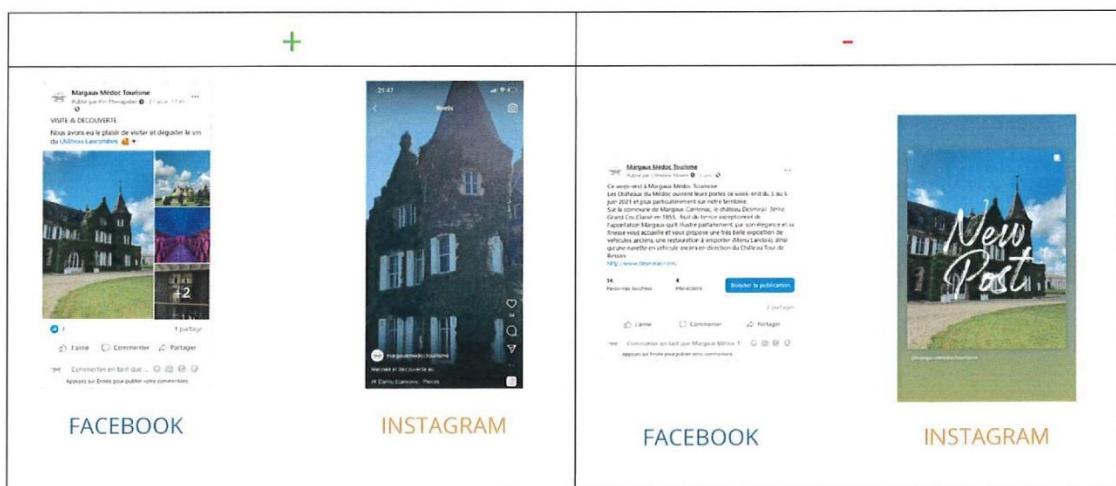
Rythme de publications sur les réseaux sociaux



De septembre 2019 à 2020, les réseaux sociaux Facebook et Instagram n'étaient pas actifs. C'est depuis novembre 2020, le réseau social Facebook a commencé à être réactif et pour Instagram depuis juillet 2021. On remarque que le rythme de publication est très irrégulier. La publication constante est importante car les algorithmes des réseaux sociaux offrent plus de visibilité aux pages qui publient régulièrement.

Préconisation : Un calendrier d'édition doit être établi et un suivi pour opter un véritable rythme de publication.

Types de publications



p. 18

En ce qui concerne les meilleures publications, on constate que les publications autour du vin et du vignoble, ainsi que les publications impliquant l'Office du tourisme, fonctionnent bien sur ces deux réseaux sociaux. Les publications les moins efficaces sur Facebook sont lorsqu'il y a trop de contenus pendant la journée. Sur Instagram, ce sont les publications type « New Post » en story.

***Préconisation:** Afin de maintenir l'engagement du public, il ne faut pas surcharger son fil d'actualités. Il est préférable de travailler sur la qualité que sur la quantité. Au lieu de publier tout le temps, il est préférable de publier moins souvent, mais garantir un contenu de grande qualité.*

Annexe 3 : Fiches Instruction du Manuel de Qualité



Le Point Info Tourisme est ouvert du 4 juillet 2022 au 28 août 2022, tous les jours de 10h à 13h et de 16h à 19h. Pendant cette période et cette amplitude horaire, l'accueil est assuré par les salariés de Margaux Médoc Tourisme.

Les salariés sont tenus d'arriver au minimum 10 minutes avant l'ouverture afin de mettre le matériel extérieur en place.

Pour l'ouverture du Point Info Tourisme, chaque salarié Margaux Médoc Tourisme doit respecter les instructions suivantes :

- Désactiver l'alarme à l'aide de son badge,
- Arrêter les ultrasons provenant des boîtiers noirs derrières les présentoirs de documentation (à l'aide du bouton ON/OFF),
- Consulter le carnet de liaison du personnel ainsi que le carnet de liaison avec la femme de ménage,
- Allumer l'ordinateur du Point Info Tourisme,
- Ouvrir la porte principale (donnant sur le parvis),
- Sortir les oriflammes de l'Office de Tourisme,
- Sortir la table et les chaises extérieurs,
- Écrire les activités du jour sur l'ardoise et la positionner sur le parvis (cf.F1 3 et 4 et pépites),
- Vérifier la boîte aux lettres (clés dans la boîte à clés de la pièce derrière le bureau),
- Passer un coup de balais si nécessaire,
- Vérifier que le réassort de documentation a été fait,
- Ouvrir Tourinsoft sur l'ordinateur du Point Info Tourisme et rentrer ses identifiants (Raccourci sur le bureau de l'ordinateur).
- Consulter la boîte mail,
- Consulter le répondeur des téléphones :
 - Fixe : cf. notice à côté du téléphone,
 - Mobile : composer le 123
- Consulter le carnet de liaison du personnel ainsi que le carnet de liaison avec la femme de ménage,
- Répondre aux mails selon la procédure indiquée dans le document « réponse type mail » qui se trouve sur le bureau de l'ordinateur du Point Info Tourisme,

Dans le cas où la climatisation ne serait pas allumée lors de votre arrivée, vous devez l'allumer manuellement, à l'aide de la télécommande qui se trouve dans l'armoire derrière le bureau accueil.



Le Point Info Tourisme est ouvert du 4 juillet 2022 au 28 août 2022, tous les jours de 10h à 13h et de 16h à 19h. Pendant cette période et cette amplitude horaire, l'accueil est assuré par les salariés de Margaux Médoc Tourisme.

Pour la fermeture du Point Info Tourisme, chaque salarié Margaux Médoc Tourisme doit respecter les instructions suivantes :

- Ranger la table et les chaises extérieurs, à l'intérieur du Point Info Tourisme,
- Ranger les oriflammes à l'intérieur du Point Info Tourisme,
- Mettre le répondeur sur le téléphone fixe (bouton sur le socle au milieu, en haut),
- Faire le réassort de la documentation en fonction des besoins,
- Remplir le carnet de liaison en fonction des besoins,
- Fermer la porte principale à clé et remettre la clé dans la boîte à clés (local derrière le bureau accueil),
- Ranger le bureau de façon à ce qu'il ne reste que le strict nécessaire :
 - Ordinateur,
 - Souris de l'ordinateur,
 - Imprimante,
 - Pot à stylos,
 - Carnet de liaison du personnel,
 - Carnet de liaison avec les employés de ménage,
- Éteindre toutes les lumières,
 - Toilettes femmes (local + toilettes individuels),
 - Toilettes hommes (local + toilettes individuels),
 - Local derrière la borne accueil,
 - Local de stockage de la documentation,
 - Halle principale d'accueil.
- Mettre en marche les ultrasons des boîtiers placés derrière les présentoirs de documentation du Point Info Tourisme (Bouton ON/OFF),
- Activer l'alarme (passer le badge devant le socle jusqu'à entendre un bip),
- Fermer la porte à clés.



Durant la saison estivale 2022, le Point Info Tourisme met à disposition gracieusement un espace de vente et de dégustation pour les viticulteurs du territoire.

Ces dégustations auront lieux aux dates suivantes :

- **Lundi 11 juillet :**
 - De 10h à 13h : **Château Lamothe Bergeron**, appellation Haut-Médoc, Cru Bourgeois Supérieur.
- **Mardi 12 juillet :**
 - De 10h à 13h : **Château Larruau**, appellation Margaux, Cru Bourgeois.
 - De 16h à 19h : **Château Vignobles des 4 vents**, appellation Margaux et Haut-Médoc, Cru Bourgeois.
- **Mercredi 13 juillet :**
 - De 10h à 13h : **Château Lanessan**, appellation Haut-Médoc.
- **Jeudi 14 juillet :**
 - De 10h à 13h : **Château Giscours**, appellation Haut-Médoc, Grand Cru Classé 1855
 - De 16h à 19h : **Château Moutte Blanc**, appellation Haut-Médoc, Cru Artisan.
- **Vendredi 15 juillet :**
 - De 10h à 13h : **Château Bellevue de Tayac**, appellation Margaux, Cru Bourgeois.
- **Samedi 16 juillet :**
 - De 10h à 13h : **Château Clos de Bigos**, appellation Margaux, Cru Artisan.
- **Mardi 19 juillet :**
 - De 10h à 13h : **Château Lanessan**, appellation Haut-Médoc.
- **Mercredi 20 juillet :**
 - De 10h à 13h : **Château Paveil de Luze**, appellation Margaux, Cru Bourgeois Exceptionnel.
- **Jeudi 21 juillet :**
 - De 10h à 13h : **Château Tayac**, appellation Margaux.
 - De 16h à 19h : **Château Arnauld**, appellation Haut-Médoc, Cru Bourgeois Exceptionnel.
- **Vendredi 22 juillet :**
 - De 10h à 13h : **Château Moutte Blanc**, appellation Haut-Médoc, Cru Artisan.
 - De 16h à 19h : **Château Clos de Bigos**, appellation Margaux, Cru Artisan.
- **Samedi 23 juillet :**
 - De 10h à 13h : **Château Larruau**, appellation Margaux, Cru Bourgeois.
- **Lundi 25 juillet :**
 - De 16h à 19h : **Château Clos de Bigos**, appellation Margaux, Cru Artisan.
- **Mercredi 27 juillet :**
 - De 10h à 13h : **Château Larruau**, appellation Margaux, Cru Bourgeois
 - De 16h à 19h : **Château Lanessan**, appellation Haut-Médoc.
- **Jeudi 28 juillet :**
 - De 10h à 13h : **Château du Moulin Rouge**, appellation Haut-Médoc.
 - De 16h à 19h : **Château Moutte Blanc**, appellation Haut-Médoc, Cru Artisan.
 - De 16h à 19h : **Château Vignobles des 4 vents**, appellation Margaux et Haut-Médoc, Cru Bourgeois.
- **Mardi 2 août :**
 - De 16h à 19h : **Château Vignobles des 4 vents**, appellation Margaux et Haut-Médoc, Cru Bourgeois.
- **Mercredi 3 août :**
 - De 10h à 13h : **Château Larruau**, appellation Margaux, Cru Bourgeois.
- **Jeudi 4 août :**
 - De 10h à 13h : **Château Paveil de Luze**, appellation Margaux, Cru Bourgeois Exceptionnel.
- **Vendredi 5 août :**
 - De 10h à 13h : **Château Lanessan**, appellation Haut-Médoc.
- **Samedi 6 août :**
 - De 10h à 13h : **Château Clos de Bigos**, appellation Margaux et Cru Artisan.

- **Dimanche 7 août :**
 - De 16h à 19h : **Château Haut-Breton Larigaudière**, appellation Margaux, Cru Bourgeois.
- **Mardi 9 août :**
 - De 10h à 13h : Dégustation avec les **Vignerons associés Moulis Listrac Cussac**
- **Mercredi 10 août :**
 - De 16h à 19h : **Château Clos de Bigos**, appellation Margaux, Cru Artisan.
- **Jeudi 11 août :**
 - De 10h à 13h : **Château Bellevue de Tayac**, appellation Margaux, Cru Bourgeois.
 - De 16h à 19h : **Château Lanessan**, appellation Haut-Médoc.
- **Vendredi 12 août :**
 - De 10h à 13h : **Château Larruau**, appellation Margaux, Cru Bourgeois.
- **Samedi 13 août :**
 - De 16h à 19h : **Château Clos de Bigos**, appellation Margaux, Cru Artisan.
- **Dimanche 14 août :**
 - De 10h à 13h : **Château Haut-Breton Larigaudière**, appellation Margaux, Cru Bourgeois.
- **Mardi 16 août :**
 - De 10h à 13h : Dégustation avec les **Vignerons associés Moulis Listrac Cussac**
 - De 16h à 19h : **Château Clos de Bigos**, appellation Margaux, Cru Artisan.
- **Jeudi 18 août :**
 - De 10h à 13h : **Château Paloumey**, appellation Haut-Médoc, Cru Bourgeois Supérieur Bio
 - De 16h à 19h : **Château Moutte Blanc**, appellation Haut-Médoc,
- **Samedi 20 août :**
 - De 16h à 19h : **Château Clos de Bigos**, appellation Margaux, Cru Artisan.

Pour chaque animation dégustation sur le parvis du Point Info Tourisme de Lamarque, la démarche suivante doit être respectée :

Avant que le partenaire n'arrive :

- Deux tables nappées^{*1/1bis} doivent être sorties sur le parvis,
- Le matériel prêté par l'ODG Médoc/Haut-Médoc doit être mis à disposition exclusivement des partenaires Médoc/Haut-Médoc.

Une fois le partenaire arrivé :

- Le salarié de Margaux Médoc Tourisme présent au Point Info Tourisme doit se présenter auprès du partenaire et prendre ses coordonnées afin de les transférer à toute l'équipe.

Au départ du partenaire :

- Le salarié de Margaux Médoc Tourisme présent au Point Info Tourisme se doit de faire un point avec le partenaire afin de savoir comment s'est passée la dégustation et la vente,
- Le salarié de Margaux Médoc Tourisme présent au Point Info Tourisme inscrit ensuite les informations de l'animation dégustation dans le tableau Excel présent sur le bureau de l'ordinateur du Point Info Tourisme.
- Le salarié de Margaux Médoc Tourisme présent au Point Info Tourisme s'occupe de nettoyer et ranger le matériel^{*1} :
 - Tables à ranger dans le local animation,
 - Nappes à jeter ou plier dans le local animation (mais à ne pas utiliser une seconde fois),
 - Matériel prêté par l'ODG Médoc/Haut-Médoc dans le local animation.

Rappel : Il est interdit aux salariés de consommer de l'alcool ou de participer aux dégustations pendant ces heures de travail.

**¹ Les salariés présents au Point Info Tourisme sont tenus de vérifier les stocks du rouleau de nappe, en ce sens, lorsque le rouleau arrive à la fin, merci de prévenir la direction 3 à 4 jours à l'avance.*

**^{1bis} Les nappes doivent être scotchées proprement à la table et non volantes.*

**² Si la dégustation a lieu le matin :*

- *Le salarié de Margaux Médoc Tourisme doit ranger tout le matériel dans le local animation.*
Si la dégustation a lieu l'après-midi et qu'aucune dégustation n'a lieu le lendemain matin :
- *Le salarié de Margaux Médoc Tourisme doit ranger tout le matériel dans le local animation.*
Si la dégustation a lieu l'après-midi et qu'une dégustation a lieu le lendemain matin :
- *Le salarié de Margaux Médoc Tourisme doit préparer les tables pour le lendemain matin :*
 - *Les tables doivent être nappées (avec des nappes propres) dans le Point Info Tourisme.*



Chaque mardi du 11 juillet au 23 août, une animation destinée aux enfants aura lieu au Point Info Tourisme de 10h30 à 12h.

En cas de forte chaleur, les enfants seront reçus à l'intérieur du Point Info Tourisme, sinon, ils seront installés sur le parvis.

Pour ce faire, le salarié en charge de cette animation, devra suivre les instructions suivantes :

Avant que l'animation en commence :

- Sortir la table pour les enfants à l'ombre, sur le parvis du Point Info Tourisme,
- Préparer le matériel :
 - Ciseaux enfants,
 - Colle,
 - Rouleaux de papier toilette,
 - Le papier crépon,
 - Les patrons de découpage sur les feuilles colorées,
 - L'agrafeuse.

Pendant l'animation :

- Le salarié doit veiller à la sécurité de tous les enfants présents à l'animation,
- Le salarié en charge de l'animation peut accepter jusqu'à 10 enfants en même temps,

A la fin de l'animation :

- Le salarié en charge de l'animation doit ranger le matériel dans le local animation,
- Le salarié doit ensuite remplir le tableau Excel présent sur le bureau de l'ordinateur du Point Info Tourisme.



Le Point Info Tourisme est doté d'un téléphone fixe (05 56 58 76 19) et Margaux Médoc Tourisme possède un téléphone portable (06 26 70 06 81) : les deux numéros sont destinés à recevoir des appels du public.

En ce sens, chaque salarié de Margaux Médoc Tourisme devra respecter les instructions suivantes lorsqu'il répondra à l'un des deux numéros inscrit précédemment :

Si le salarié n'a aucun visiteur à l'accueil du Point Info Tourisme lorsque le téléphone sonne :

- Répondre à l'appel en laissant sonner le moins possible (moins de 3 sonneries),
- Décrocher en énonçant la phrase suivante :
 - « Margaux Médoc Tourisme -prénom du salarié répondant- bonjour, que puis-je faire pour vous ? »
- Répondre à la demande téléphonique du mieux possible,
- Terminer l'appel avec la phrase suivante*¹
 - « Margaux Médoc Tourisme vous remercie de votre appel et vous invite à venir nous rencontrer au Point Info Tourisme de Lamarque ».

Si le salarié à des visiteurs (+ 2 personnes) à l'accueil du Point Info Tourisme lorsque le téléphone sonne :

- Répondre à l'appel en laissant sonner le moins possible (moins de 3 sonneries),
- Décrocher en énonçant la phrase suivante :
 - « Margaux Médoc Tourisme -prénom du salarié répondant- bonjour, actuellement nous avons du monde au guichet accueil, en ce sens, puis-je prendre vos coordonnées pour vous recontacter dans quelques minutes afin de répondre au mieux à vos questions ? »
- Recontacter la personne dans les 10 minutes qui suivent l'appel :
 - Dès que l'interlocuteur répond, le salarié énoncera la phrase suivante : « Margaux Médoc Tourisme - prénom du salarié répondant- bonjour, je vous recontacte suite à votre appel de tout à l'heure, comment puis-je vous être utile ? »
 - Renseigner au mieux l'interlocuteur,
- Terminer l'appel avec la phrase suivante*¹
 - « Margaux Médoc Tourisme vous remercie de votre appel et vous invite à venir nous rencontrer au Point Info Tourisme de Lamarque ».

Si le salarié à des visiteurs (- 2 personnes) à l'accueil du Point Info Tourisme lorsque le téléphone sonne :

- Répondre à l'appel en laissant sonner le moins possible (moins de 3 sonneries),
- Décrocher en énonçant la phrase suivante :
 - « Margaux Médoc Tourisme -prénom du salarié répondant- bonjour, veuillez patienter quelques instants s'il vous plaît et nous répondrons à vos questions ».
- Suite à cette phrase, mettre en attente l'appel pendant que le salarié s'occupe d'accueillir les visiteurs au guichet,
- Une fois les visiteurs renseignés, le salarié devra reprendre l'appel (mis en attente jusque-là) et répondre aux demandes de l'interlocuteur.
- Terminer l'appel avec la phrase suivante*¹ :

- « Margaux Médoc Tourisme vous remercie de votre appel et vous invite à venir nous rencontrer au Point Info Tourisme de Lamarque ».

Une fois l'appel terminé, le salarié doit saisir les informations sur le logiciel SIRTAQUI.

**¹ La phrase pour terminer la conversation avec l'interlocuteur peut changer de celle inscrite ci-dessus mais doit, sensiblement être la même et contenir les informations suivantes : remerciement de l'appel et invitation à se rencontrer.*

Si l'interlocuteur se montre verbalement agressif lors de l'appel téléphonique :

- Le salarié Margaux Médoc Tourisme doit impérativement garder son calme, garder les coordonnées de l'interlocuteur et en informer la direction.



Le Point Info Tourisme est ouvert du 4 juillet 2022 au 28 août 2022, tous les jours de 10h à 13h et de 16h à 19h. Pendant cette période et cette amplitude horaire, l'accueil est assuré par les salariés de Margaux Médoc Tourisme.

Objectif qualité : Faire profiter le visiteur d'un accueil de qualité et adapté à sa demande. Chaque individu entrant dans le Point Info Tourisme doit sortir avec son information.

Les salariés sont tenus de porter leur tenue Margaux Médoc Tourisme (Polo ou Tee-shirt) ainsi que leur badge. Ils doivent également affichés une attitude avenante, notamment avec un sourire.

Lorsqu'une personne rentre dans l'accueil et que l'agent est disponible, il doit :

- Mettre en attente toute autre tâche,
- Se lever et accueillir le visiteur avec politesse :
 - Formule de politesse : « Bonjour »,
 - Intérêt pour le visiteur : « Comment puis-je vous être utile ? ».

Si le visiteur souhaite être renseigné, le salarié doit :

- Rester debout derrière le comptoir,
- Ecouter et reformuler la demande afin d'être sûr d'avoir bien compris les attentes du visiteur.

Si le visiteur ne souhaite pas être renseigné, le salarié doit :

- Expliquer la disposition des documents dans le Point Info Tourisme :
 - Documents qui traitent de notre territoire sur la banque accueil,
 - Documents des territoires voisins sur les présentoirs.
- Lui rappeler qu'en cas de besoin, il peut faire appel à un membre de l'équipe Margaux Médoc Tourisme.

Lorsqu'une personne rentre dans l'accueil et que l'agent n'est pas disponible (cas d'un appel téléphonique), il doit :

- Démontrer une attention avec un sourire ou un regard,
- Ne pas laisser attendre le visiteur plus de 5minutes, le cas échéant il faudra prendre les coordonnées de l'appelant et le recontacter dès que possible (- 10 minutes idéalement).

Une fois la prise en charge du visiteur terminé, le salarié doit impérativement demander la provenance de ce dernier afin de compléter la fiche contact Tourinsoft.

Dès lors qu'un nouvel entrant passe la porte du Point Info Tourisme, tous les salariés présents sont tenus de le saluer à l'aide d'une formule de politesse (bonjour, bonsoir). Tout comme lorsqu'un individu sort du Point Info Tourisme, les salariés présents sont tenus de le remercier de sa visite, et le saluer à l'aide d'une formule de politesse à nouveau (bonne fin de journée, bonne journée, bonne soirée,...).

Le salarié Margaux Médoc Tourisme en poste, s'engage à :

- Collaborer en équipe,
- Être respectueux envers les visiteurs, l'équipe, le matériel et les lieux,

- Adopter un comportement avenant et serviable,
- Renseigner au mieux les visiteurs,
- Respecter les directives de la direction générale :
 - Veiller à ce que la climatisation soit en marche tous les jours (normalement programmée donc ne doit pas être touché au niveau de la télécommande).
 - Assurer la communication sur le BAC :
 - Téléphoner à Mme ESTEVES (0557420449),
 - Préparer les cartons et inscrire le nom de Madame ESTEVES sur chacun,
 - Apporter les cartons au local des employés du BAC et leur préciser que les cartons sont à remettre à Madame ESTEVES.
 - Veiller au bon fonctionnement du Point Info Tourisme :
 - Garder un bureau propre et rangé,
 - Arroser les plantes tous les lundis et jeudis,
 - Nettoyer les sanitaires publics fermés aux visiteurs dès leur utilisation par les salariés Margaux Médoc Tourisme,
 - Veiller à ce que les locaux de réserve de documentation restent accessibles pour tous,
 - Veiller au réassort de la documentation sur la borne d'accueil ainsi que sur les présentoirs,

Annexe 4 : Les Pépites n°1

GASTRONOMIE

Dégustations au Point d'Information Touristique sur le Port de Lamarque avec les Châteaux viticoles de notre territoire

Lundi 11/07 : de 10h à 13h : Château Lamothé Bergeron, appellation Haut-Médoc, Cru Bourgeois Supérieur.

Mardi 12/07 : de 10h à 13h : Château Larrau, appellation Margaux, Cru Bourgeois.

De 16h à 19h : Château Vignobles des 4 vents, appellation Margaux et Haut-Médoc, Cru Bourgeois.

Mercredi 13/07 : de 10h à 13h : Château Lanessan, appellation Haut-Médoc.

Jeudi 14/07 : de 10h à 13h : Château Giccous, appellation Margaux, Grand Cru Classé 1855.

De 16h à 19h : Château Moutte Blanc, appellation Haut-Médoc, Cru Artisan.

Vendredi 15/07 : de 10h à 13h : Château Bellevue de Tarc, appellation Margaux, Cru Bourgeois.

Samedi 16/07 : de 10h à 13h : Château Clos de Bigos, appellation Margaux, Cru Artisan.

Mardi 19/07 : de 10h à 13h : Château Lanessan, appellation Haut-Médoc.

Mercredi 20/07 : de 10h à 13h : Château Pavé de Luze, appellation Margaux, Cru Bourgeois Exceptionnel.

Jeudi 21/07 : de 10h à 13h : Château Tarc, appellation Margaux.

De 16h à 19h : Château Arnould, appellation Haut-Médoc, Cru Bourgeois Exceptionnel.

Vendredi 22/07 : de 10h à 13h : Château Moutte Blanc, appellation Haut-Médoc, Cru Artisan.

De 16h à 19h : Château Clos de Bigos, appellation Margaux, Cru Artisan.

Samedi 23/07 : de 10h à 13h : Château Larrau, appellation Margaux, Cru Bourgeois.

Dimanche 24/07 : de 10h à 19h : Château Haut-Breton Larigaudière, appellation Margaux, Cru Bourgeois.

Lundi 25/07 : de 10h à 19h : Château Clos de Bigos, appellation Margaux, Cru Artisan.

Mercredi 27/07 : de 10h à 13h : Château Lanessan, appellation Margaux, Cru Bourgeois.

De 16h à 19h : Château Lanessan, appellation Haut-Médoc.

Jeudi 28/07 : de 10h à 13h : Château du Moulin Rouge, appellation Haut-Médoc.

De 16h à 19h : Château Moutte Blanc, appellation Haut-Médoc, Cru Artisan.

Les Portes Ouvertes des Châteaux Crus

Artisans du Médoc :

du 29 au 31 juillet 2022

de 10h à 19h.

Château de Lauga

Château Vieux Gabarey

Château Clos de Bigos

Château Les Berraillots

Afterwork en Médoc

Le 1^{er} et 3^{ème} jeudi du mois

de 18h30 à 21h

Jeudi 7 juillet : Château Dauzat

(dresscode : couleur jaune)

1 Av. Georges Johnston, Labarde

Jeudi 21 juillet : Château du Taillan

(dresscode : couleur blanche)

56 Avenue de la Croix, Le Taillan-Médoc

Jeudi 4 août : Château Marquis de Terme

(dresscode : couleur orange)

3 Route de Rouans, Margaux

Jeudi 18 août : Château Maucaillou

(dresscode : couleur bleu)

25 route de la Gare, Moulis-en-Médoc

Jeudi 1^{er} septembre : Château Palomjey

(dresscode : couleur verte)

50 Rue Pouge de Beau, Ludon-Médoc

Afterwork

« Nuances d'Étoile »

Tous les jeudis du 7 juillet

au 1^{er} septembre de 16h30 à 20h.

Château Villegeorges,

1-2 chemin de la Tuilière, Avenas

Marchés du territoire

Tous les mercredis :

de 9h à 13h : Marché Lamarque

De 9h30 à 13h :

Marché Margaux-Cantenac

Tous les jeudis :

de 8h à 13h : Marché Labarde

Tous les vendredis :

de 15h à 20h : Marché Macau

Tous les samedis :

de 8h30 à 12h30 : Marché Arsac

Cinéma en plein-air

Vendredi 1^{er} juillet : 19h :

À Margaux-Cantenac : Espace Bernard

Ginet, Avenue Jeanne d'Arc

Samedi 9 juillet : 22h : A Macau

« Vice-Versa », gratuit (place de la Mairie)

Expositions de notre territoire

1^{er} juillet au 28^{ème} : « Les Icônes »

au Point Information Touristique de Lamarque

3 mai au 28 juillet : « Fil et Carton » au

Corps de Garde à la Mer du Fort-Médoc

24 juin au 11 juillet : « D'un trait d'union,

duo d'artistes » à la Chapelle

du Fort-Médoc

13 au 31 juillet : « De Pierre, de Bronze

et de Lumière » à la Chapelle

du Fort-Médoc

3 au 23 août : « Fort à Propos,

4^{ème} édition » au Fort-Médoc

26 août au 30 septembre :

« Résilience » au Fort-Médoc

Exposition permanente au Château

d'Arsac « Le Jardin des Sculptures »

SITES DE VISITE

Fort-Médoc à Cussac-Fort-Médoc

OUVERT tous les jours de 10h à 19h. Visite libre et visite guidée (sur réservation). Tarifs : 4€/adulte, 1€/les 5-12 ans, 3€/les 13-17 ans, les étudiants, les demandeurs d'emploi. Gratuit/les de 5 ans, les handicapés +1 accompagnateur

Les animations pour toute la famille

Vendredi 8 juillet : 14h30 à 16h30 :

Atelier arts plastiques

Samedi 9 juillet : 10h à 00h : Journée

et soirée « La tête dans les étoiles »

Mardi 12 juillet : 10h à 13h : Atelier

reconnaissance des plantes sauvages

comestibles et dégustation.

Jeudi 14 juillet : 17h : Démonstration

de dressage de chiens de troupeaux

Samedi 16 juillet : 15h : Conférence

« Joseph Despaze ou la Révolution

moral » par Marc Vignau (salle Joseph Despaze).

Jeudi 28 juillet : 17h : Démonstration

de dressage de chiens de troupeaux

Mercredi 3 août : 14h à 15h30 :

Atelier Tenteur Indigo, sur inscription

au 05 56 98 40 ou 06 86 59 07 75.

Samedi 6 août : 15h à 16h30 :

Atelier « Terre », sur inscription

au 05 56 59 40 ou 06 86 59 07 75.

Jeudi 11 août : 15h à 16h30 :

Atelier « Terre » sur inscription

au 05 56 59 40 ou 06 86 59 07 75.

Lundi 25 juillet : 15h à 16h : Visite libre

en mode conférencier « Bleu ».

Vendredi 29 juillet : 9h à 11h et 14h à 16h : Visite libre sur le thème « Collection Résidences Royales Européennes »

Samedi 30 juillet : 9h à 11h : Visite libre

en mode conférencier « Le Lac des Cygnes »

Que pour les enfants !

Mercredi 6 juillet : 10h à 16h30 :

Atelier enfant sur le thème « Formes et couleurs ». Enfants 5/7 ans.

Mardi 12 juillet : 15h à 16h : Visite

libre sur le thème « Collection Résidences Royales Européennes »

Samedi 16 juillet : 9h à 11h :

Visite libre en mode conférencier « Bleu ».

Lundi 19 juillet : 9h à 11h et 14h à 16h :

Atelier enfant sur le thème « Les portraits ». Enfants 8/10 ans.

Lundi 26 juillet : 15h à 16h : Atelier

enfant sur le thème « La Joconde ». Enfants 5/8 ans.

Mercredi 27 juillet : 10h à 16h : Atelier

enfant sur le thème « Mondrian ». Enfants 6/8 ans.

15h à 16h : Atelier enfant sur le thème « Formes et couleurs ». Enfants 5/7 ans.

Dôme de Lamarque

Ouvert à partir du 12 juillet de 10h

à 12h et de 15h à 18h, sauf le lundi

(férié). Lors de la visite nous

pouvons observer une exposition

de vêtements et objets religieux.

Tarif : « à votre bon cœur ».

FÊTE NATIONALE

Mercredi 13 juillet : à partir de 19h30 : Feu d'artifice tiré à Cussac-Fort-Médoc

23h : Feu d'artifice tiré sur la place de la mairie de Macau

Judi 14 juillet :

à partir de 19h30 : Feu d'artifice tiré devant l'église d'Arsac

23h : Feu d'artifice tiré dans le parc de la mairie du Pian-Médoc

23h : Feu d'artifice tiré au Stade de la mairie de Margaux-Cantenac

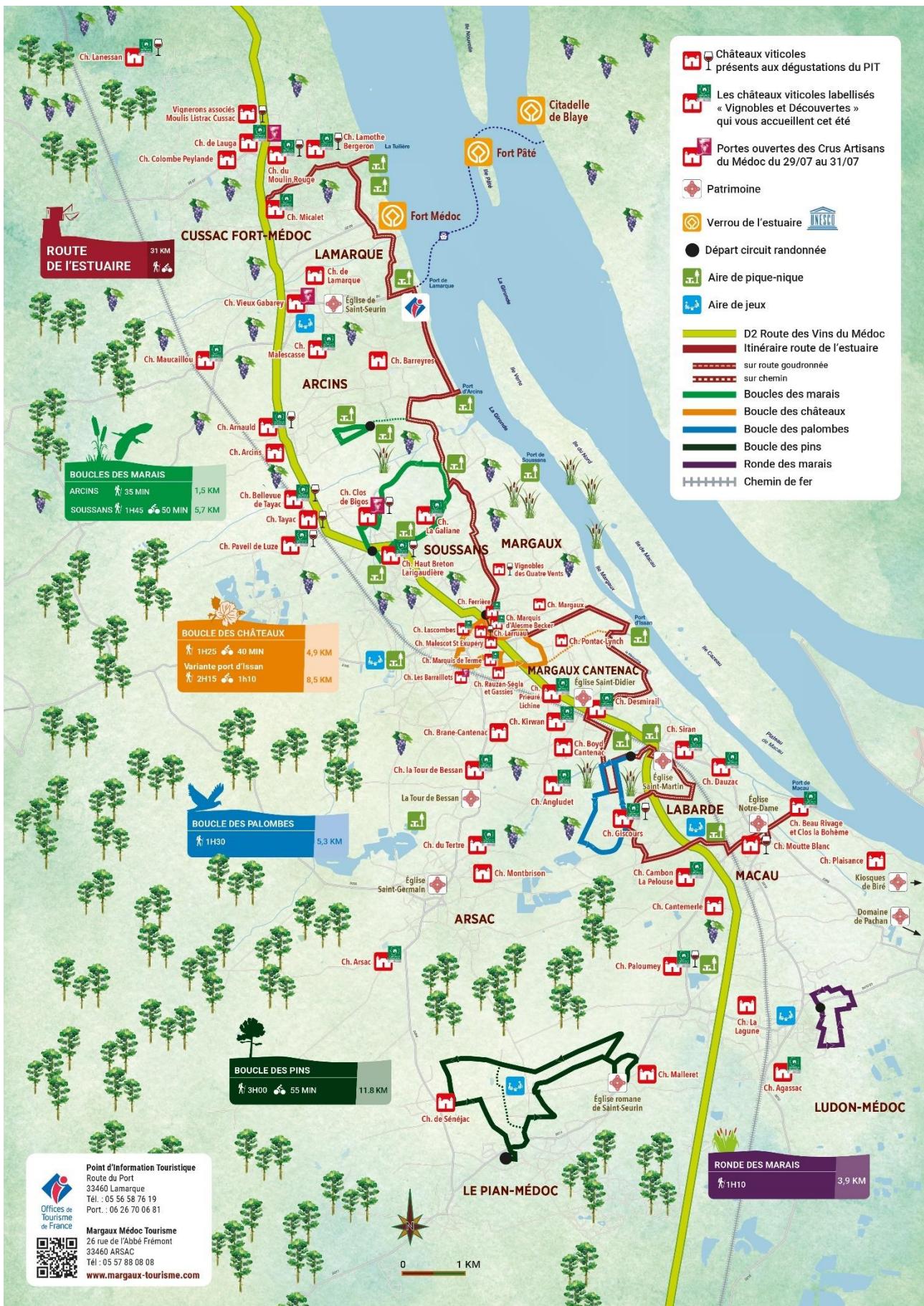
JOURNÉES EUROPÉENNES DU PATRIMOINE

Les journées européennes du patrimoine auront lieu les

samedi 17 et dimanche 18 septembre 2022. Le thème national de cette 39^{ème} édition est le « Patrimoine durable ».

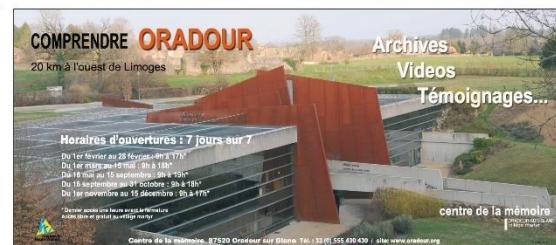
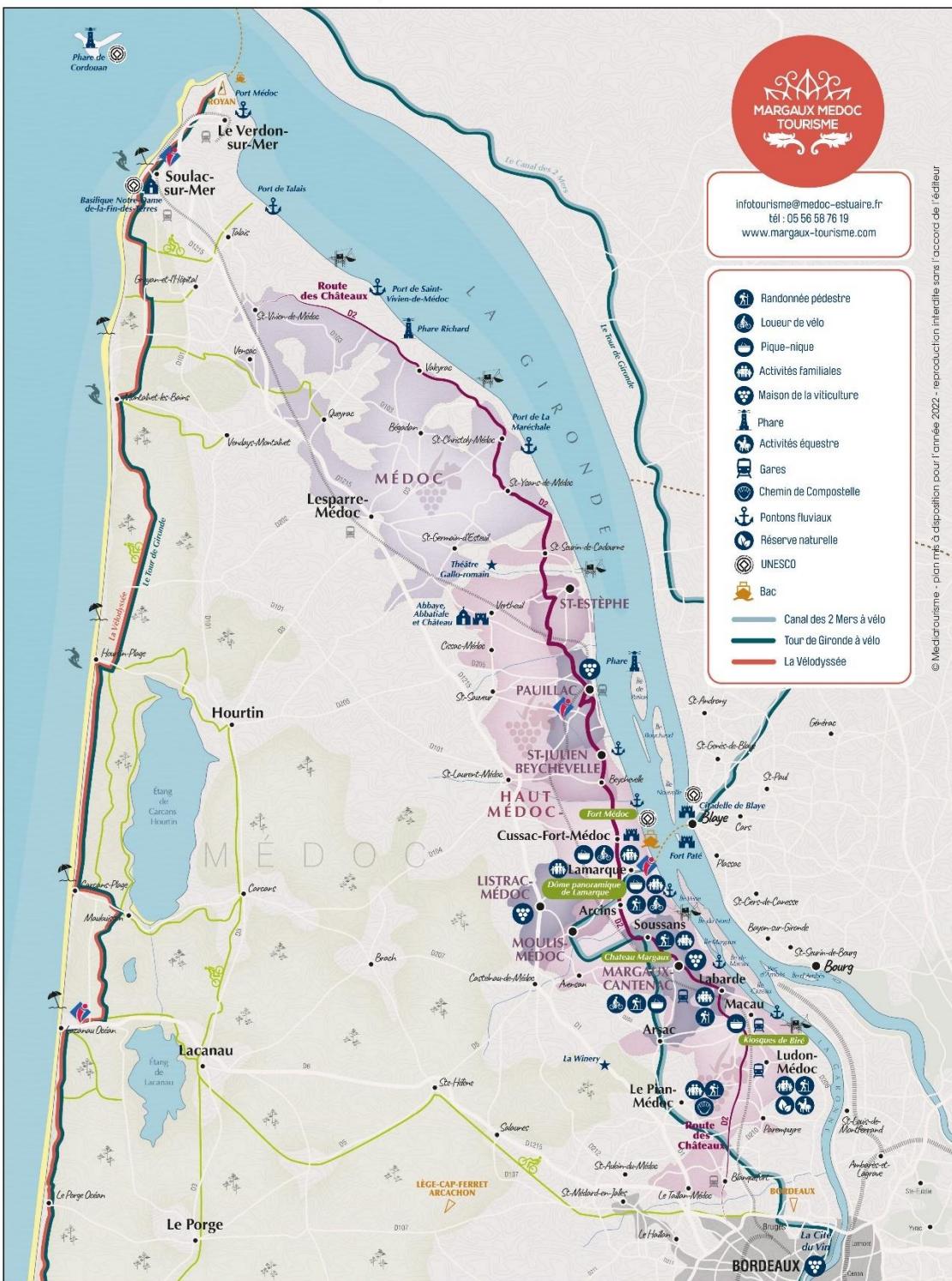
Le Fort-Médoc à Cussac-Fort-Médoc vous propose les Ateliers

artistiques et démonstrations animées par le Collectif SMAC.



Annexe 5 : Plan liasse à destination des appellations viticoles

Conception & fabrication : Mediatourisme - www.mediatourisme.fr - 06 20 79 14 11 / MONA : www.monatourisme.fr - 05 67 57 03 83 - PM-2022-24-01



Dégustations

DU 11 JUILLET 2022 AU 20 AOÛT 2022

GRATUITES SUR LE PARVIS*

CHÂTEAU CLOS DES 4 VENTS CHÂTEAU BELLEVUE DE TAYAC

CHÂTEAU TAYAC CHÂTEAU GISCOURS
CHÂTEAU HAUT-BRETON LARIGAUDIÈRE MARGAUX

CHÂTEAU LARRUAU CHÂTEAU CLOS DE BIGOS CHÂTEAU PAVEIL DE LUZE

CHÂTEAU LAMOTHE BERGERON CHÂTEAU MOULIN ROUGE

HAUT-MÉDOC CHÂTEAU LANESSAN
CHÂTEAU ARNAULD

CHÂTEAU PALOUMEY CHÂTEAU MOUTTE BLANC

CHÂTEAU CLOS DES 4 VENTS

VIGNERONS ASSOCIÉS

**MOULIS
LISTRAC**



* Point Info Tourisme

Route du Port
33460 Lamarque
05 56 58 76 19



L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération



ACTIVITÉ GRATUITE
**TOUS LES
MARDIS
DE L'ÉTÉ
10H30 À 12H**

KID'S BAT

Viens fabriquer ta propre chauve-souris
et découvrir son rôle important dans la vigne !

POINT INFO TOURISME

ROUTE DU PORT - 33460 LAMARQUE - 05 56 58 76 19


**MARGAUX MEDOC
TOURISME**


Fête Nationale

POUR LE 13/07 CUSSAC-FORT-MÉDOC

Au Fort-Médoc

À 19H30 - REPAS SUR RÉSA, SOIREE ANIMÉE

À 23H00 - FEU D'ARTIFICE **ANNULÉ**

MACAU

Salle François Mitterrand
(6 Rue Camille Godard, 33460 Macau)

DÈS 19H00 - **SARDINADES AVEC**

MUSIQUE ET BAL POPULAIRE

À 23H00 - FEU D'ARTIFICE **ANNULÉ**



LE PIAN-MÉDOC

Dojo Complexe Sportif du Pian-Médoc

DÈS 19H00 - **MARCHÉ DES PRODUCTEURS**

DE PAYS ET ANIMATION MUSICALE

À 23H - FEU D'ARTIFICE **ANNULÉ**

ARSAC

Devant la Mairie d'Arsac

À 18H00 - **LA BARRIQUE DU MAIRE (UN APÉRITIF OFFERT)**

À 19H00 - **RESTAURATION (DIVERS SPÉCIALITÉS CULINAIRES)**

À 21H00 - **BAL GRATUIT**

À 23H00 - FEU D'ARTIFICE **ANNULÉ**

MARGAUX - CANTENAC

Salle des Fêtes de Margaux (Cours Pey-Berlan)

DÈS 19H30 - **APÉRITIF OFFERT / REPAS SUR**

RÉSA JUSQU'AU 11/07 / BAL GRATUIT

À 23H00 - FEU D'ARTIFICE **ANNULÉ**



Point Info Tourisme

Route du Port, 33460 Lamarque

05 56 58 76 19 / infotourisme@medoc-estuaire.fr

www.margaux-tourisme.com / [@margauxtourisme](https://margauxtourisme)





Vendredi 22 Juillet 2022

**Visite des Château Margaux - Haut-Médoc
Grands Crus Classés 1855**

Une journée à Margaux « le vin le plus féminin du Médoc ».

Il révèle délicatesse, souplesse et arômes fruités et élégants. Il est tout à la fois léger et puissant.

Pour vous accompagner dans cette découverte, Madame Sandra Candau, chargée de la promotion, vous accompagnera pour :



9h15

CHÂTEAU CANTEMERLE

Appellation Haut-Médoc
à Macau

10h30

CHÂTEAU GISCOURS

Appellation Margaux
à Labarde

12h00

DÉJEUNER

au Château Lascombes
avec **Dominique Befve**

13h30

CHÂTEAU LASCOMBES

Appellation Margaux
Margaux-Cantenac, à Margaux Centre

15h30

CHÂTEAU PRIEURÉ-LICHINE

Appellation Margaux
Margaux-Cantenac, à Cantenac Centre

17h30

CHÂTEAU MARQUIS

DE TERME

Appellation Haut-Médoc
Margaux-Cantenac, à Margaux Centre
Visite en présence de **Christine Ribièvre**

19h30

DINER

au Restaurant [Au] Marquis de Terme
avec **Christine Ribièvre**

©David HERBRETEAU





APPELLATION HAUT-MÉDOC
GRAND CRU CLASSÉ 1855

Château Cantemerle

Avant d'appréhender les vignes de cet illustre château, on dessine les contours de ses parcs arborés qui constituent en Bordelais l'un des plus beaux jardins paysagers. Ses essences fines et rares, ses décors somptueux, son lac romantique en font une véritable féerie.

Indéniablement, le Château Cantemerle est aussi réputé pour la qualité de son vin Grand Cru Classé 1855 que pour la beauté de son domaine.

On accède à une visite de ce merveilleux château où le sol, le climat et les hommes s'allient pour produire un vin d'émotion. Depuis presque toujours le vignoble s'étale sur les graves fines et profondes du Haut-Médoc. La seigneurie de Cantemerle y est attestée depuis le Moyen Âge, le château faisait alors partie des fortifications érigées afin de protéger les rives du Médoc.

9H15

VISITE CHÂTEAU CANTEMERLE

PLANNING DESCRIPTIF DE LA VISITE



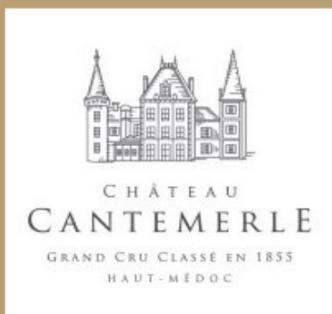
- PRÉSENTATION DU DOMAINE,
- VISITE DES DIFFÉRENTES INSTALLATIONS,
- DÉGUSTATION.

ACCUEIL À L'ENTRÉE DU CHÂTEAU (COUR CENTRALE)

LAURENCE BEUTON

📞 05.57.97.02.82

✉️ beuton@cantemerle.com



👤 Mme Laura Canu

📍 Route de Pauillac, 33460 Macau

📞 05 57 97 02 82

🌐 www.cantemerle.com



APPELLATION MARGAUX

GRAND CRU CLASSÉ 1855

Château Giscours

Élégant château de style néoclassique, demeure séculaire d'un Grand Cru Classé Margaux depuis 1855... le château Giscours déroule ses atouts sur un domaine de près de 300 hectares, dont 86 hectares dédiés à la culture des vignes. Des toutes premières plantations de 1552, il en reste la terre : un sol exceptionnel, terre de graves qui donnent aux vins ses lettres de noblesse.

Du donjon défensif qui bravait naguère les alentours (en place duquel fût érigé le château), subsiste un caractère fort et authentique, celui des hommes qui, inlassablement, cultivèrent les rangs de vigne sous le soleil sud médocain. Aujourd'hui encore, si le domaine est reconnu dans le monde entier pour son vin, il l'est aussi pour son décor, dans la « Ferme Suzanne » attenante au château ...



10H30

VISITE CHÂTEAU GISCOURS

PLANNING DESCRIPTIF DE LA VISITE



- PRÉSENTATION DU DOMAINE,
- DÉCOUVERTE DE GISCOURS (PARC, FERME SUZANNE) EN VOITURETTE,
- TRAVERSÉE DES CHAIS ET DU CHÂTEAU,
- DÉGUSTATION.

ACCUEIL AU BÂTIMENT À GAUCHE DU CHÂTEAU

MARJOLAIN ROCHOY

📞 05.57.97.09.20

✉️ m.rochoy@chateau-giscours.fr



👤 M. Marc VERPAALEN

📍 10 Rte de Giscours, 33460 Labarde

📞 05 57 97 09 09

🌐 www.giscours.com



APPELLATION MARGAUX

GRAND CRU CLASSÉ 1855

Château Lascombes

Sur la route des vins du Médoc, il est un château qui ne dit pas son âge, hésitant entre 17ème et 19ème siècle. Le long de sa façade court une vigne vierge qui lui donne une élégante silhouette particulièrement reconnaissable. De sa tour hexagonale, on embrase l'un des plus beaux domaines du Médoc...

L'histoire nous guide naturellement sur les pas des illustres propriétaires qui s'y sont succédés. Si le premier de tous, le Chevalier Lascombes, lui donna son nom dès 1625, les générations suivantes développèrent sans relâche ses nobles caractères.

En 1855, le domaine est classé second grand cru de Margaux : vin de tempérament d'une incroyable complexité aromatique, il porte



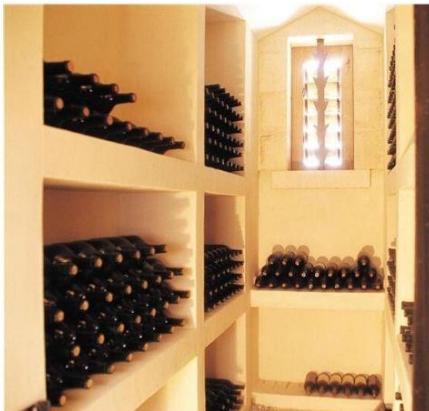
en lui l'héritage d'un passé fort et prestigieux qui résonne même à l'autre bout du monde. Aujourd'hui encore, le temps n'a pas de prise : des chais modernes ont été construits qui perpétuent inlassablement la légende ...



13H30

VISITE CHÂTEAU LASCOMBES

PLANNING DESCRIPTIF DE LA VISITE



- PRÉSENTATION GLOBALE FACE AU CHÂTEAU,
- VISITE DES INSTALLATIONS TECHNIQUES,
- DÉGUSTATION DES DEUX VINS

Durée : Environ 1h00

ACCUEIL BOUTIQUE (EN FACE DU PARKING VISITEUR)

CHARLOTTE BEPOL DIN

📞 06.67.49.67.99

✉️ visite.lascombes@chateau-lascombes.fr



CHÂTEAU LASCOMBES

SECOND GRAND CRU CLASSÉ MARGAUX



M. Dominique Befve



1 Cr de Verdun, 33460 Margaux-Cantenac



05 57 88 70 66



www.chateau-lascombes.com



La propriété produit également depuis la fin du 17ème siècle un vin blanc sec, complément gourmand aux 3 cuvées rouges en Margaux et Haut-Médoc.

Alexis Lichine, par amour des vins de Margaux, fut l'un des premiers à ouvrir avec largesse les portes de ses chais et de sa demeure. L'équipe actuelle perpétue cette tradition d'accueil qui lui était si chère, avec une offre complète de visites et ateliers thématiques, permettant une découverte approfondie de la propriété mais également de l'ensemble du territoire de Margaux.

APPÉLATION MARGAUX

GRAND CRU CLASSÉ 1855

Château Prieuré-Lichine

Une des plus anciennes productions viticoles de la région, et la seule dont l'origine n'est ni un fief aristocratique ni une maison bourgeoise. Il faut attendre le début du XVIII^e siècle, pour que l'ensemble des cultures, vergers, pâtures et bois du prieuré soient entièrement convertis à la production de vin.

Le château doit son nom à une figure clé du monde du vin, Alexis Lichine, célèbre auteur de l'*Encyclopédie des Vins et des Alcools*. Il acquiert le château en 1951, modernise les installations existantes, fait reconstruire l'ancienne demeure ecclésiastique et œuvre à augmenter progressivement la superficie du vignoble.

En 1999, le cru devient la propriété de la famille Ballande. Une restructuration complète des installations techniques avec une modernisation de la réception des vendanges permet de prendre précisément en compte les caractéristiques de chaque sélection parcellaire.



15H30

VISITE CHÂTEAU PRIEURÉ-LICHINE

PLANNING DESCRIPTIF DE LA VISITE



- PRÉSENTATION ET VISITE DU CHÂTEAU,
- DÉCOUVERTE DES INSTALLATIONS TECHNIQUES,
- DÉGUSTATION.

ACCUEIL AU NIVEAU DE LA ROTONDE

LAETITIA GUIX DE PINOS

📞 06.85.63.69.21

✉️ l.guixdepinos@prieure-lichine.fr



👤 Groupe Ballande

📍 34 av. de la 5ème République, 33460 Cantenac

📞 05 57 88 36 28

🌐 www.prieure-lichine.fr



et vin qui permet un joli parallèle), on esquisse les 40 hectares d'AOC Margaux, on devine le travail des hommes, leur savoir-faire unique avant d'affronter la dégustation des millésimes : des instants intenses, tout simplement sublimes !

APPELLATION MARGAUX

GRAND CRU CLASSÉ 1855

Château Marquis de Terme

On vient découvrir bien plus qu'un vin au château Marquis de Terme, on vient approcher une légende. Or un vin de légende ne peut que raconter de belles histoires : la sienne est riche de ses propriétaires successifs qui en feront notamment un 4ème grand cru classé 1855.

Depuis 1935, c'est la famille Sénéclauze qui poursuit cette aventure passionnante.

Les vins du domaine sont tout simplement envoûtants : on garde longtemps en mémoire leurs tanins de velours, leurs accords charnus.

À l'occasion d'une visite du domaine (on peut même la faire sous forme d'une escapade à vélo ou d'un atelier accord met



17H30

VISITE CHÂTEAU MARQUIS DE TERME

PLANNING DESCRIPTIF DE LA VISITE



- VISITE DE LA VIGNE (EXPLICATION DU TERROIR, LE CLASSEMENT 1855, L'ENCÉPAGEMENT),
- VISITE DU CUVIER ET DES CHAIS (EXPLICATION SUR LA VINIFICATION ET L'ÉLEVAGE DE NOS VINS),
- DÉGUSTATION.

Durée : Environ 1h00

ACCUEIL BOUTIQUE DU CHÂTEAU

VALENTIN BIFFI

📞 06.38.62.10.24 (M. Basile)
✉️ v.biffi@chateau-marquis-de-terme.com



MARQUIS
DE TERME

👤 Famille Sénéclauze

📍 3 route de Rauzan, 33460 Margaux-Cantenac

📞 05 57 88 86 43

🌐 www.chateau-marquis-de-terme.com



Vendredi 22 Juillet 2022 Précision pour les repas

12H00 - DÉJEUNER

au Château Lascombes

avec M. Dominique Befve, directeur général du Château Lascombes

19H30 - DÎNER

au Restaurant [Au] Marquis de Terme

**avec Christine Ribièvre, directrice générale de Margaux Médoc Tourisme
et Sylvie Ortiz, guide oenotouristique Château Marquis de Terme**

À noter !

Madame Christine Ribièvre, directrice Margaux Médoc Tourisme,
remplacera donc Mme Sandra Candau, à partir de la visite du Château
Marquis de Terme.



 **Sandra Candau / Christine Ribièvre**
 **26 rue l'Abbé Frémont, 33460 Arsac**
 **06 28 52 22 00 / 06 12 51 07 47**
 **www.margaux-tourisme.com**



Communiqué de presse Animations - Point Info tourisme Margaux Médoc

Le Point Info Tourisme de Margaux Médoc Tourisme a réouvert ses portes sur le port de Lamarque, pour une nouvelle saison estivale qui s'annonce riche en animations et festivités !

Lieu d'accueil, d'information et d'animation, il accueille chaque saison de nombreux visiteurs nationaux et étrangers, donnant lieu à divers actes de renseignements. Le Point Info Tourisme a ouvert ses portes cette semaine, sous un temps ensoleillé annonciateur d'un très bel été.

Lieu idéal pour valoriser le patrimoine naturel de notre région Médoc Estuaire, le Point Info Tourisme propose cette année deux nouvelles animations autour de l'univers viticole.

LES CHÂTEAUX À L'HONNEUR, AVEC PLUSIEURS DÉGUSTATIONS DE VIN GRATUITES

Au cours des mois de Juillet et Août, venez découvrir les différentes productions de châteaux et appellations de notre territoire. Lors de chaque dégustation, un château sera mis à l'honneur.

Les dégustations auront lieu tous les jours, de 10h à 13h et de 16h à 19h, sur le parvis du Point Info Tourisme.

Alors ne loupez pas la chance de découvrir certains des plus beaux crus du territoire Médoc Estuaire, et notamment des appellations Margaux et Haut-Médoc.



« KID'S BAT », UN JEU POUR ENFANTS LUDIQUE ET CULTUREL



Les enfants fabriqueront une chauve-souris, tout en apprenant plus sur son rôle dans la vigne. Ils pourront aussi participer à un jeu de memory sur les animaux mal-aimés. Il s'agit d'une activité gratuite pour enfants qui sera proposée, pendant que les parents participent à une dégustation gratuite.

Cette animation se déroulera tous les mardis durant les mois de Juillet et Août, de 10h30 à 12h.



Pour tout renseignement complémentaire :

POINT INFO TOURISME - PORT DE LAMARQUE

7j/7 de 10h à 13h et de 15h à 19h, en Juillet et Août

05 56 58 76 19

infotourisme @medoc-estuaire.fr

Plus d'informations sur le site www.margaux-tourisme.com

Communiqué de presse

Des brochures touristiques pour les mèdocains

Margaux Médoc Tourisme a créé pour vous, deux nouvelles brochures touristiques pour mettre en avant notre territoire et ses nombreux trésors, lors de cette nouvelle saison estivale riche en animations et festivités !

Margaux Médoc Tourisme...

C'est votre Office de Tourisme aux portes du Médoc, qui longe la côte de l'estuaire de la Gironde, telle une immense presqu'île !

Avec notre carnet de voyage et notre tiré à part «Les Pépites n°1», vous serez tout sur le patrimoine naturel et historique de notre région Médoc Estuaire, ainsi que sur les nombreuses animations qui vont ponctuer cette saison estivale.

LE CARNET DE VOYAGE

Partez à la découverte de nos **10 villages** aux noms prestigieux comme Margaux et aux **appellations viticoles mondialement connues** comme Haut-Médoc... À déguster avec modération !

Admirez nos richesses naturelles (environ **20 km de berges**), historiques (classé au **patrimoine mondial de l'UNESCO**....), architecturales (Le **Versailles mèdocain**), gastronomiques (le grenier mèdocain...) et festives.



Notre territoire, c'est plus de **80 km de sentiers de randonnée** (à pied, à vélo, à cheval) entre vignes et estuaire...

Ouvrez les yeux, respirez, ici c'est la vraie nature : généreuse, calme et sauvage !



LES PÉPITES N°1

Retrouvez l'ensemble des vignobles qui offrent des **dégustations** tout l'été au **Point d'Information Touristique** de Lamarque, et les divers **domaines labellisés « Vignobles et découvertes »**. Découvrez également l'**agenda des animations estivales** sur l'ensemble de notre territoire, et notamment au **Fort-Médoc** !

Vous pouvez récupérer nos deux nouvelles brochures touristiques directement à notre **Point d'Information Touristique de Lamarque**, à la **Communauté de Commune Médoc Estuaire**, ainsi qu'à l'accueil des **Mairies des 10 communes** de notre territoire !

Retrouvez les **horaires d'ouverture** des **bureaux de Mairie** de chacune des communes, en suivant :

ARCINS - lundi, mardi et jeudi de 8h30 à 17h30, et vendredi de 8h30 à 17h.

ARSAC - lundi de 14h30 à 18h, du mardi au vendredi de 9h à 12h et de 14h30 à 18h, et samedi de 9h30 à 12h.

CUSSAC-FORT-MÉDOC - lundi de 14h à 18h, du mardi au jeudi de 8h30 à 12h et de 16h à 18h, vendredi de 8h30 à 12h et de 13h30 à 17h, et samedi de 9h à 12h.

LABARDE - du mardi au vendredi de 14h à 18h, et samedi de 9h à 12h.

LAMARQUE - lundi, mardi, jeudi et vendredi de 9h à 12h30 et de 13h30 à 17h30, mercredi de 9h à 12h30.

LE PIAN-MÉDOC - du lundi au vendredi de 8h30 à 12h et 14h à 17h30.

LUDON-MÉDOC - lundi de 9h à 12h et 14h à 18h, du mardi au vendredi de 8h30 à 12h et de 14h à 17h30.

MACAU - du lundi au vendredi de 9h à 12h et de 14h à 18h.

MARGAUX-CANTENAC - lundi, mardi, jeudi et vendredi de 9h à 12h et de 13h30 à 17h30, samedi de 10h à 12h.

SOUSSANS - lundi, mardi, jeudi et vendredi de 9h à 12h15 et de 15h à 17h15, mercredi et samedi de 9h à 12h.

LES CHÂTEAUX À L'HONNEUR, DÉGUSTATIONS DE VIN GRATUITES

Au cours des mois de Juillet et Août, venez découvrir les différentes productions de châteaux et appellations de notre territoire. Lors de chaque dégustation, un château sera mis à l'honneur.

Les dégustations auront lieu tous les jours, de **10h à 13h et de 16h à 19h**, sur le **parvis du Point Info Tourisme**.



Alors ne loupez pas la chance de découvrir certains des plus beaux crus du territoire Médoc Estuaire, et notamment des **appellations Margaux et Haut-Médoc**.



« KID'S BAT », UN JEU POUR ENFANTS ARTISTIQUE, LUDIQUE ET CULTUREL

Les enfants fabriqueront une **chauve-souris**, tout en apprenant plus sur **son rôle dans la vigne**. Ils pourront aussi participer à un jeu de memory sur les animaux mal-aimés. C'est une **activité gratuite pour enfants** peut être proposée, pendant que les parents participent à une dégustation gratuite.

Cette animation a lieu **tous les mardis** durant les mois de Juillet et Août, de **10h30 à 12h**.



POINT INFO TOURISME (PIT) - PORT DE LAMARQUE

CALENDAR 7j/7 de 10h à 13h et de 15h à 19h, en Juillet et Août

PHONE 05 56 58 76 19 **EMAIL** infotourisme@medoc-estuaire.fr

Plus d'informations sur le site www.margaux-tourisme.com

CONTACT PRESSE - SANDRA CANDAU

Chargée de promotion et communication

PHONE 06 28 52 22 00 **EMAIL** s.candau@medoc-estuaire.fr

UNE ACTIVITÉ PEDAGOGIQUE ET LUDIQUE. Tous les mardis matins, jusqu'au 16 août inclus, l'office Margaux Médoc Tourisme propose de distraire les enfants avec une activité à la fois instructive et créative : la fabrication de chauves-souris en carton.

Des chauves-souris qui font rire les enfants



A l'aide de patrons pré découpés, les enfants créent leur chauve-souris personnalisée. Tout le matériel nécessaire (crayons, feutres, colle, ciseaux, y compris pour gauchers) est mis à leur disposition.

PHOTOS MARGAUX MEDOC TOURISME

✓ Raphaëlle CHARGOIS

Selon la mythologie super-héroïque, si Batman a choisi la chauve-souris pour emblème de salut contre le crime, c'est pour le caractère terrifiant de cet animal nocturne, qui effraya le jeune Bruce Wayne la nuit du meurtre de ses parents. Car la chauve-souris, traditionnellement, est un animal qui inspire la peur. Entre les vampires et la responsabilité du Covid-19, on lui prête volontiers toutes sortes de propriétés maléfiques. Pourtant, la chauve-souris est un animal tout à fait inoffensif et plutôt utile dans les vignes, notamment parce qu'elle mange les insectes et autres nuisibles qui menacent le raisin. C'est ce message que l'office Margaux Médoc Tourisme veut faire passer avec l'atelier Kid's Bat, en sensibilisant dès la racine un

public très particulier : celui des enfants. « Nous leur expliquons que la chauve-souris n'est pas un animal qu'il faut chasser ou tuer mais qu'au contraire, elle est très utile », indique Chloé Milliet. Et pour faire passer un message aux enfants, quoi de mieux que l'amusement ? Tous les mardis matin, de 10 h 30 à midi, un ou deux groupes de dix enfants sont accueillis au Point Infos Tourisme de Lamarque, où à l'aide de ciseaux, colle, papier crépon et d'un carton de rouleau de papier toilette, les petits sont invités à fabriquer leur propre chauve-souris. C'est facile : le patron est pré découpé. Et c'est ludique : ils repartent avec leur création et peuvent lui donner un nom. S'il n'y a qu'un seul groupe d'enfants et assez de temps, l'activité peut durer jusqu'à 1 h 30 et se poursuivre par un jeu de Memory sur le

thème des animaux mal-aimés, afin d'élargir ce travail de sensibilisation. Cette petite activité fourmille d'intérêts : « Notre but est d'attirer un public plus familial au Point Infos Tourisme, souligne Chloé Milliet, en charge de cette activité. Nous avons décidé de l'organiser parce qu'avant, les enfants s'ennuyaient un peu pendant que leurs parents venaient demander des renseignements. Cette activité plaît pas mal, notamment parce que les enfants n'ont pas besoin de s'inscrire. Ils n'ont qu'à venir au Point Infos de Lamarque, en attendant le passage du bac - puisque ça se passe aux mêmes horaires - ou pendant que leurs parents font une dégustation, juste de l'autre côté. Des viticulteurs des dix communes des appellations margaux et médoc / haut-médoc sont présents sur le parvis pour faire goûter leurs vins gratuitement. Pendant ce temps, les enfants sont pris en charge, dans une salle climatisée. »

Cet atelier fabrication de chauves-souris est d'ores et déjà un tel succès que l'office Margaux Médoc Tourisme réfléchit à d'autres manières de poursuivre sa démarche d'activités pour les enfants dans les mois et années à venir, en étoffant son offre d'animations ponctuelles.

En attendant, la découverte créative des chauves-souris et autres animaux mal aimés est proposée à Lamarque jusqu'au 16 août inclus. Et peut-être jusqu'au 23, s'il y a beaucoup de demandes. De belles heures d'amusement pour les enfants et de tranquillité pour les parents en perspective.



Cette jolie chauve-souris n'a plus qu'à recevoir un nom avant de repartir avec son jeune créateur !

L'atelier Kid's Bat est proposé tous les mardis de 10 h 30 à midi jusqu'au 16 août inclus au Point Infos Tourisme de Lamarque. Pour y participer, les enfants doivent être âgés d'au moins 4 ans.

Juin
2022

OBSERVATOIRE TOURISTIQUE MARGAUX MÉDOC TOURISME

Juillet
2022

Nos visiteurs du 6 au 31 juillet



81% De nos visiteurs sont
Français

TOP 3 des nationalités accueillies



5% soit 28 contacts



4% soit 21 contacts



3% soit 19 contacts

Sur un total de **614** personnes renseignées
pour **1228** personnes accueillies

Notre documentation



15 000
exemplaires
imprimés

Dont 125 ex sont remis par mairies, 100 ex par châteaux, 25 ex par hôtels et 5 à 10 ex par restaurants* et hébergeurs*



2 500
exemplaires
imprimés

Dont 50 ex sont remis
aux mairies, 25 ex aux
châteaux, aux hôtels, aux
restaurants et aux
hébergeurs*

Nos documentations sont téléchargeable
sur Margaux Tourisme

*Aux hébergeurs, restaurateurs qui le souhaitent

Nos brochures



Des exemplaires ont été distribués dans
les mairies et d'autres sont en libre
service au PIT et à disposition des
acteurs du tourisme en Médoc

Profil type de la personne renseignée



79 demandes
109 demandes

Sur un total de 195 demandes d'activité de plein air

Margaux Médoc Tourisme sur Facebook

25 nouveaux abonnées
 1589 interactions avec les publications
 267 visites sur la page contre 256 au mois de juin

Proposition d'abonnement auprès des
prestataires et communes

Les animations du PIT en 2022



13 dégustations

81 participants

57 bouteilles vendues

15€ prix moyen bouteille

3 ateliers

5 participants

Ces deux animations sont
GRATUITES



Classements et Labellisations

25 châteaux viticoles



3 hébergements

7 restaurants

2 patrimoines culturels

5 activités de loisir

3 évènements



10 Gîtes de France



12 Meublés de tourisme classés



Parole d'une viticultrice

"C'est une belle initiative en faveur des viticulteurs, nous en sommes ravis"

"C'est super de nous donner la possibilité de venir présenter notre vin ici"

-Château Moutte Blanc, Crus Artisans, Margaux

Vie du réseau



1

Visite de meublé de tourisme "Le Relais des Châteaux" prochainement classé



2

Réunions d'équipe et formation SIRTAQUI



1

Accueil Presse



[Margaux Tourisme](http://)



Visite auprès des prestataires

- Château Kirwan, Margaux, Grand Cru Classé 1855,
- Château Lascombes, Margaux, Grand Cru Classé 1855,
- Château Prieuré Lichine, Margaux, Grand Cru Classé 1855,
- Château Giscours, Margaux, Grand Cru Classé 1855,
- Château Cantemerle, Haut-Médoc, Grand Cru Classé 1855,
- Château Marquis de Terme, Margaux, Grand Cru Classé 1855,
- Château Villegeorge, Haut-Médoc,
- Le Pont Bernet.

Le Point Info Tourisme de Lamarque a été ouvert 7j/7 de 10h à 18h et de 15h à 19h du 6 juillet au 28 août.

Nos visiteurs du 1 au 24 août



Du 1er au 28 août, l'équipe Margaux Médoc Tourisme a renseignée 648 personnes, soit environ 1300 personnes accueillies au Point Info Tourisme de Lamarque.

Les statistiques qui vont suivre seront basés sur les 648 personnes renseignées.

Au total, l'équipe Margaux Médoc Tourisme a informé, au Point Info Tourisme de Lamarque :



547 France (soit 84,4%),



33 Royaume Unis (soit 5%),



18 Allemagne (soit 2,7%),



13 Belge (soit 2%).

A savoir :

Le Point Info Tourisme a accueilli énormément de nationalité différentes durant la saison estivale, ce qui explique le mince pourcentage par nationalité.

Sur ces 547 Français, les départements les plus représentés sont :

- Gironde (143 personnes),
- Paris (16 personnes),
- Yvelines (13 personnes).

Une fois de plus, durant la saison estivale, l'équipe Margaux Médoc Tourisme a constaté que les visiteurs sont venus de partout en France ce qui justifie que seuls ces trois départements sont massivement représentés.



Les animations du Point Info Tourisme en 2022

Durant la saison estivale 2022, le Point Info Tourisme de Lamarque a proposé deux animations complétement gratuites aux visiteurs :

- Dégustation gratuite sur le parvis du Point Info Tourisme de Lamarque



Margaux Médoc Tourisme a souhaité mettre en place cette possibilité de mise à disposition d'un espace de dégustation pour les vignerons du périmètre Médoc-Estuaire afin de leur permettre d'avoir une visibilité. Effectivement, l'objectif premier de cette action est la mise en avant des vignerons du territoire avec une promotion de leur vignoble, accessible à tous.

En ce sens, 12 créneaux de dégustations de 3 heures ont été choisi par les vignerons pendant le mois d'août pour 141 participants (personne ayant dégusté le vin). Bien que l'objectif premier ne fût pas de vendre, les vignerons avaient quand même la possibilité de proposer une vente de bouteilles, ce qui leur a permis, au total de vendre 56 bouteilles.

- Animation enfant Kid's Bat



L'animation Kid's Bat est une animation enfants mise en place par l'équipe Margaux Médoc Tourisme qui consiste à élaborer une chauve-souris à l'aide de papier, ciseaux, crépon, rouleau de papier toilette. A l'issue de la création de la chauve-souris, les enfants ont été sensibilisés sur le rôle qu'elles jouent dans la vigne. Suite à ceci, les enfants ont poursuivi l'activité avec un memory sur les animaux mal aimés afin de rappeler le rôle et l'utilité de chacun.

L'atelier Kid's Bat s'est déroulé sur 4 créneaux de 2 heures et avait la possibilité d'accueillir jusqu'à 4 enfants par créneau. Au total, 12 enfants ont participé à l'activité pendant le mois d'août.



Les demandes d'information récurrentes

L'équipe Margaux Médoc Tourisme a constaté que certaines informations étaient plus demandées que d'autres, par exemple :

- Les sentiers de randonnées



Pour répondre à cette demande, l'équipe Margaux Médoc Tourisme a pu proposer les topoguides des 5 boucles de randonnées du territoire ainsi que la route de l'Estuaire. Lorsque les visiteurs souhaitaient pratiquer d'avantage, l'Office de Tourisme avait la possibilité d'élargir le périmètre à tout le Médoc grâce au travail de partenariat avec les Offices de Tourisme voisins et le PNR.

- La visite d'un vignoble sans réservation,
- Le chemin de Saint Jacques de Compostelle et/ou les hébergements pèlerin.



Margaux Médoc Tourisme sur Facebook

Durant le mois d'août, 63 publications Facebook ont été postées. Plusieurs catégories de publication ont pu être observées :

- Les animations du Point Info Tourisme,
- La promotion des animations du Fort Médoc,
- La promotion des animations proposées par les communes,
- Le retour sur des visites avec nos prestataires (châteaux, restaurants,),
- ...

Depuis le 1er août, la page Margaux Médoc Tourisme a obtenu 40 nouveaux abonnés. Les publications ont engagé 2384 interactions contre seulement 1589 au mois de juillet. Enfin, la page a été visitée par 267 personnes non abonnées contre seulement 256 au mois de juillet.



Réseautage de l'équipe Margaux Médoc Tourisme



- L'animation Kid's Bat a été mise en lumière dans le Journal du Médoc le vendredi 12 août, ce qui a permis de faire un carton plein aux deux derniers créneaux du mois.
- Également, Margaux Médoc Tourisme est passée sur la radio « France Bleu Gironde » à plusieurs reprises le 5 août (2 x 2 minutes le matin et 3 minutes et 30 secondes l'après-midi) pour parler du patrimoine naturel, des évènements, de la gastronomie, etc...



A la rencontre des restaurateurs de la commune de Lamarque ?



- La Rive Médocaine,
- Le Relais du Médoc,
- La Crêperie du Port.



"Sur un îlot rocheux, le phare de Cordouan, gardeien de l'estuaire de la Gironde, sécurise et guide les navires depuis le début du XVII^e siècle. Nommé aussi "roi des phares", "phare des rois", "Versailles de la mer", ce monument très inspiré de l'art italien, est le seul phare en mer au monde encore gardien et ouvert à la visite."

ICONIQUES
EN GIRONDE
RÉSEAU DES SITES REMARQUABLES



"La majestueuse forteresse, érigée par Vauban simultanément à Fort-Paté et la Citadelle de Blaye forme un arsenal militaire et une fierté locale, appelée "Le Verrou Vauban". Fort-Médoc, sauvé de la ruine en 1814 et déclassé par l'armée en 1916, est aujourd'hui un théâtre de culture et de nature."

ICONIQUES
EN GIRONDE
RÉSEAU DES SITES REMARQUABLES



“Étape reconnue des Chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle, l’édifice est réputé pour sa sculpture romane de grande qualité, possèdant un plan bénédictin à cinq chapelles échelonnées, plan en usage dans l’architecture monastique au XII^e siècle, mais jamais adopté avec autant d’ampleur en Bordelais.



ICONIQUES
EN GIRONDE
RÉSEAU DES SITES REMARQUABLES

*“Un édifice curieux par sa forme polygonale qui se reflète dans l’eau des larges douves qui l’entourent. **Demeure familiale du célèbre philosophe Montesquieu**, le Château de la Brède remanié à la Renaissance, a su conserver son caractère de forteresse au cœur d’un écrin de verdure préservé.”*



ICONIQUES
EN GIRONDE
RÉSEAU DES SITES REMARQUABLES

"Juché sur un piton calcaire, à l'emplacement de l'ancien château féodal et sur l'emprise d'une partie de la bastide, le château ducal de Cadillac constitue l'un des premiers exemples d'architecture à la Française. Il témoigne d'une double vie : un palais magnifique, devenu après la Révolution la première prison pour femmes."



ICONIQUES
EN GIRONDE
RÉSEAU DES SITES REMARQUABLES

"Au sommet de la tour Pey-Berland, jaillit la flèche surmontée de la statue de Notre-Dame d'Aquitaine, œuvre monumentale en cuivre doré, haute de 6 mètres, réalisée par le maître orfèvre parisien Jean-Alexandre Chertier en 1863. Tournée en direction du Médoc, elle regarde le hameau de Saint-Raphaël, à Avensan, où est né Pey Berland."



ICONIQUES
EN GIRONDE
RÉSEAU DES SITES REMARQUABLES

"Le cimetière romain, site archéologique de Saint Seurin est le plus ancien de l'histoire de Bordeaux, après le Palais Gallien et l'amphithéâtre de la Burdigala gallo-romaine. Les pèlerins de Saint-Jacques-de-Compostelle ont très tôt reconnu dans ce cimetière, un des hauts lieux de la Chrétienté."



ICONIQUES
EN GIRONDE
RÉSEAU DES SITES REMARQUABLES

"L'énorme cloche, qu'on peut aussi nommer "bourdon" est baptisée Armande-Louise. Lors d'une récente restauration, la "Grosse Cloche" a été mise en lumière. Quand tombe la nuit, l'édifice est enveloppé d'une lumière bleu-Klein qui lui donne un aspect irréel et féérique."



ICONIQUES
EN GIRONDE
RÉSEAU DES SITES REMARQUABLES

"Culminante à 114m de hauteur, la flèche offre un panorama unique sur Bordeaux, son fleuve et les environs. 235 marches mènent à la terrasse avec une vue plongeante sur le quartier très animé de Saint-Michel. La flèche est particulièrement saisissante et féerique, le soir, quand elle est illuminée."



ICONIQUES
EN GIRONDE
RÉSEAU DES SITES REMARQUABLES

"Pendant près de deux siècles, le Porte Cailhau a été la principale entrée de la cité bordelaise, depuis le port. Cette porte défensive, ouverte dans les fortifications du XVI^e siècle, est le témoignage flamboyant d'un héritage du style de la Renaissance, ainsi que du caractère défensif des portes du Moyen Âge."



ICONIQUES
EN GIRONDE
RÉSEAU DES SITES REMARQUABLES

"Observatoire privilégié sur l'estuaire de la Gironde, la Citadelle de Blaye est l'élément clé du triptyque "verrou militaire" constitué sur le fleuve avec Fort-Pâté et Fort-Médoc, imaginé par Vauban à la fin du XVII^e siècle, pour assurer la sécurité de Bordeaux."



ICONIQUES
EN GIRONDE
RÉSEAU DES SITES REMARQUABLES

"D'une architecture audacieuse, le bâtiment ne ressemble à aucune forme connue. Il se veut avant tout "l'évocation de l'âme du vin, entre le fleuve et la ville". Un lieu empreint de symboles identitaires : cep noueux de la vigne, vin qui tourne dans le verre, remous de la Garonne. Une allure sur-mesure, taillée pour le vignoble bordelais."



ICONIQUES
EN GIRONDE
RÉSEAU DES SITES REMARQUABLES

"Occupé depuis la période néolithique, le château de Vayres est un véritable mille-feuille architectural et archéologique. Il est édifié sur un emplacement stratégique, un éperon rocheux au confluent de la Dordogne et d'un de ses affluents, le Gestas, un positionnement parfait pour surveiller le fleuve."



ICONIQUES
EN GIRONDE
RÉSEAU DES SITES REMARQUABLES

"Cité médiévale dotée de nombreux rites et légendes, l'église monolithe de Saint-Émilion est un vaste édifice qui a été creusé dans le rocher, à la fin du XIIe siècle. Elle a d'ailleurs été obtenue grâce à l'extraction d'une masse de pierre considérable, estimée à environ 15 000 mètres cube."



ICONIQUES
EN GIRONDE
RÉSEAU DES SITES REMARQUABLES

"La grotte de Pair-non-Pair fut découverte le 6 mars 1881, par François Daleau, un archéologue et préhistorien de Bourg-en-Gironde. Les gravures visibles sur les parois de la grotte, ont plus de 30 000 ans. Ces œuvres d'art, qui appartiennent à la culture aurignacienne, figurent aujourd'hui parmi les plus anciennes gravures connues au monde."



ICONIQUES
EN GIRONDE
RÉSEAU DES SITES REMARQUABLES

"Le château Royal de Cazeneuve construit sur un banc de rochers, domine le confluent du Ciron et du ruisseau de Honburens : un spot romantico-tranquille pour une vraie pause. Il fut d'ailleurs un lieu de ressource et de tranquillité pour quatre rois de France : Edouard Ier d'Angleterre, Henri IV, Louis XIII et Louis XIV."



ICONIQUES
EN GIRONDE
RÉSEAU DES SITES REMARQUABLES

"Niché au cœur d'une zone Natura 2000, le château fort de Roquetaillade représente un joyau médiéval avec son "Château Neuf", palais fortifié original. La particularité de Roquetaillade, est que la défense est commandée par un imposant donjon central carré. Duquel, du haut de ses 42 mètres, on peut apercevoir le chaîne des Pyrénées."



ICONIQUES
EN GIRONDE
RÉSEAU DES SITES REMARQUABLES

"Élément majeur du paysage de la presqu'île, le phare du Cap Ferret a été bâti une 1ère fois en 1839-1840, suivant les plans élaborés par l'ingénieur Deschamps. L'édifice est reconstruit en 1946-1947, en béton, presque à l'identique. L'allure générale reste la même, avec la partie supérieure peinte en rouge et réalisée en briques apparentes."



ICONIQUES
EN GIRONDE
RÉSEAU DES SITES REMARQUABLES

Annexe 12 : Exemples - Communiqué de presse Micro-Folie



« MICRO-FOLIE MOBILE » MARGAUX MEDOC TOURISME VOUS DÉVOILE SON PROGRAMME A LUDON-MEDOC 16 MARS 2022

A compter du lundi 21 mars 2022, Margaux Médoc Tourisme poursuit sur son territoire de compétences la déambulation d'un musée d'un nouveau genre : une Micro-Folie ! Le musée s'installe dans l'Hôtel de Ville de Ludon-Médoc du 21 mars au 13 avril 2022.

Une Micro-Folie, Kesako ?

Inspirée des Folies du Parc de la Villette, la Micro-Folie est un dispositif au service d'un projet culturel global porté par le Ministère de la Culture et de la Communication et coordonné par l'Etablissement public du Parc de la Grande Halle de la Villette. Les Micro-Folies, rappelons-le, ce sont ces plateformes culturelles de proximité, modulables selon toutes les configurations de leur lieu d'accueil, qui comprennent en leur sein plusieurs pépites : un musée numérique, véritable colonne vertébrale du projet, mais aussi un espace de réalité virtuelle...

Première en mobilité à voir le jour en Gironde, 2^{ème} étape après Cussac-Fort-Médoc, la salle du conseil Municipal de Ludon-Médoc, se transforme en musée numérique et espace de réalité virtuelle durant un mois.

Un Musée numérique : le cœur de la Micro-Folie

Espace composé d'un écran géant et de vingt tablettes, le musée numérique permet d'accéder aux richesses artistiques et culturelles de la France.

Jusqu'à présent, le dispositif reposait sur la numérisation en très haute définition des chefs d'œuvres des collections des grands musées nationaux tels que le Louvre, le Musée d'Orsay ou le Musée du quai Branly. Désormais, c'est la diversité des trésors de l'humanité qui sont mis à disposition en réservant à la création artistique, à l'architecture, et au spectacle vivant une place de choix dans la galerie virtuelle des Micro-Folies.

Une troisième collection nationale a ainsi enrichi l'offre du Musée numérique, en partenariat avec 12 nouvelles institutions : les Beaux-Arts de Paris, la Bibliothèque nationale de France, le Centre des monuments nationaux, le Centre national des arts du cirque, le Centre national des arts plastiques, le Musée d'Archéologie nationale – Domaine Saint-Germain-en-Laye, le Musée national des arts asiatiques – Guimet, le Muséum national d'Histoire naturelle, Numeridanse, l'Odéon-Théâtre de l'Europe, Radio France et le Service interministériel des Archives de France.

Comment ça marche ?

En toute liberté : installez-vous devant une tablette, coiffez-vous d'un casque et laissez-vous guider par le mur d'images haute définition.

En mode conférencier pour les groupes : la conférencière, c'est Caroline Ducasse ! Bibliothécaire depuis quelques années sur Ludon-Médoc, mais baignée dans le domaine culturel depuis l'âge de 14 ans. Également metteur en scène professionnelle, elle est passionnée par le domaine de la scène, de la culture

ainsi que tout univers artistique. De plus dans ses différents métiers elle a été amenée à faire de la médiation. Le projet Micro-Folie pour elle lui permet de lier ses univers de prédilection ainsi que d'utiliser un outil de médiation nouveau : le numérique. En bref : La culture à portée des doigts !

La réalité virtuelle

Il est proposé une sélection de contenus immersifs à 360° : documentaires, spectacles...

Voici d'ailleurs en avant-première ***le programme Grand Public*** de la Commune de Ludon-Médoc :

MARS 2022				
LUNDI 21 MARS		16h30-18h30	Visite libre	« Châteaux et jardins »
VENDREDI 25 MARS		18h-19h	Mode conférencier	« Tableaux les plus connus dans le monde »
SAMEDI 26 MARS	10h30-12h		Visite libre	« Versailles »
LUNDI 28 MARS	9h30-12h		Visite libre	« Le Lac des Cygnes » Ballet complet. Opéra National de Paris (2019)
MERCREDI 30 MARS		16h30-18h30	Visite libre	« Muséum National d'Histoire
JEUDI 31 MARS		16h30-18h	Visite libre	« Musique/Opéra »

AVRIL 2022				
VENDREDI 1er AVRIL		18h-19h	Mode conférencier	« Versailles »
LUNDI 4 AVRIL		16h30-18h30	Visite libre	« Arts de la scène » (théâtre)
MARDI 5 AVRIL		16h30-18h30	Visite libre	« Collection Nationale 1 »
JEUDI 7 AVRIL		18h-19h30	Visite libre	« Le Louvre »
VENDREDI 8 AVRIL		18h-19h	Mode conférencier	« Couleurs »
LUNDI 11 AVRIL		16h30-18h30	Visite libre	« Collection Résidences Royales Européennes »
MARDI 12 AVRIL		16h30-18h30	Visite libre	« Collection Nationale 2 »
MERCREDI 13 AVRIL		14h-16h	Visite libre	Sélection préférée des ludonnais
MERCREDI 13 AVRIL		16h-18h	Visite libre	Sélection préférée des ludonnais

Retrouvez le calendrier de la Micro-Folie Mobile :

Ludon Médoc : Médiatrice culturelle : Caroline Ducasse

-du 21 mars au 15 avril 2022

Margaux Cantenac : Médiatrice Culturelle : Odile Serres

-du 19 avril au 20 mai 2022

Le Pian Médoc : Médiateur Culturel : Ludovic Deysson

-du 23 mai au 1er juillet 2022

Cussac Fort-Médoc : Médiatrice culturelle : Aurélie Baruteau

-du 4 juillet au 2 août 2022

Contact Presse :

Dossier de Presse sur demande

Christine Ribière

Directrice Générale Margaux Médoc Tourisme

Tél 06.12.51.07.47

c.ribiere@medoc-tourisme.fr



universcience



arte soutient les Micro-Folies et y propose une sélection de ses programmes pour VR et tablettes



« MICRO-FOLIE MOBILE »
LE PROGRAMME SE POURSUIT A LUDON-MEDOC
4 AVRIL 2022

Après avoir accueilli plusieurs centaines de personnes à Cussac Fort Médoc, la Micro-Folie Mobile à pris ses quartiers à Ludon Médoc.

Le musée numérique **Micro-Folie** poursuit son parcours itinérant sur le territoire de compétence de **Margaux Médoc Tourisme**. Du 4 février au 13 mars, le public a pu découvrir à **Cussac Fort Médoc** plusieurs centaines d'oeuvres à travers cette initiative alliant culture et technologies. Micro-Folie a décliné la découverte des oeuvres culturelles nationales et internationales au travers de 8 séances en "visite libre" et 21 séances en "mode conférencier".

C'est désormais à **Ludon-Médoc** que le musée numérique a pris ses quartiers, **depuis le 21 mars** **denier au 13 avril**, au sein même de la **salle du conseil municipal**.

Visite virtuelle du château de Versailles, découverte des tableaux les plus célèbres, assister au ballet complet "Le Lac des cygnes", découvertes de divers châteaux et jardins célèbres, et bien d'autres oeuvres, proposées par les 12 établissements nationaux fondateurs, seront à l'entière disposition du public. Micro-Folie met à la portée de toutes et tous le patrimoine culturel, architectural national et international.

Entrée libre et gratuite
Sur inscription auprès de Madame Caroline Ducasse
0556006515 ou bibliotheque@ludonmedoc.fr

AVRIL 2022				
VENDREDI 1er AVRIL		18h-19h	Mode conférencier	« Versailles »
LUNDI 4 AVRIL		16h30-18h30	Visite libre	« Arts de la scène » (théâtre)
MARDI 5 AVRIL		16h30-18h30	Visite libre	« Collection Nationale 1 »
JEUDI 7 AVRIL		18h-19h30	Visite libre	« Le Louvre »
VENDREDI 8 AVRIL		18h-19h	Mode conférencier	« Couleurs »
LUNDI 11 AVRIL		16h30-18h30	Visite libre	« Collection Résidences Royales Européennes »
MARDI 12 AVRIL		16h30-18h30	Visite libre	« Collection Nationale 2 »
MERCREDI 13 AVRIL		14h-16h	Visite libre	Sélection préférée des ludonnais
MERCREDI 13 AVRIL		16h-18h	Visite libre	Sélection préférée des ludonnais

Retrouvez le calendrier de la Micro-Folie Mobile :

Ludon Médoc : Médiatrice culturelle : Caroline Ducasse

-du 21 mars au 15 avril 2022

Margaux Cantenac : Médiatrice Culturelle : Odile Serres

-du 19 avril au 20 mai 2022

Le Pian Médoc : Médiateur Culturel : Ludovic Deysson

-du 23 mai au 1er juillet 2022

Cussac Fort-Médoc : Médiatrice culturelle : Aurélie Baruteau

-du 4 juillet au 2 août 2022

Contact Presse :

Dossier de Presse sur demande

Christine Ribière

Directrice Générale Margaux Médoc Tourisme

Tél 06.12.51.07.47

c.ribiere@medoc-tourisme.fr



universcience



arte soutient les Micro-Folies et y propose une sélection de ses programmes pour VR et tablettes

Communiqué de presse Journées Européennes du Patrimoine

Pour les Journées Européennes du Patrimoine, la Région Nouvelle-Aquitaine et le Département de la Gironde proposent une animation à bord des bacs de l'estuaire de la Gironde.

Chercheur et photographe de l'Inventaire de la région, proposeront aux passagers du bac de courtes interventions « flashes patrimoines » de 15 minutes, pour décrypter les caractéristiques patrimoniales de l'estuaire, soit ses paysages et son histoire.

Cette manifestation aura lieu le **Samedi 17 Septembre, sur le bac de Lamarque / Blaye**, aux horaires de 9h, 9h30, 11h, 11h30, 15h, 15h30, 17h et 17h30 !

INFOS SUR LE PROJET

BACS DE LA GIRONDE DE BLAYE À LAMARQUE : « FLASHS PATRIMOINES »

Les «Flashs patrimoines» sont proposés par Alain Beschi, qui est conservateur du patrimoine, et Adrienne Barroche, qui est photographe, au service patrimoine et de l'Inventaire Région Nouvelle-Aquitaine.

Depuis 2010, un inventaire du patrimoine des 50 communes riveraines de l'estuaire a été engagé par la Région Nouvelle-Aquitaine en partenariat avec le département de la Gironde, afin de constituer un socle de connaissances.

Les 11 000 dossiers documentaires réalisés, sont d'ailleurs accessibles en ligne sur le site internet du service du patrimoine et de l'Inventaire Région Nouvelle-Aquitaine:

Cette étude a également fait l'objet d'une publication de synthèse, aux éditions Le Festin, en juin 2022 : « *L'estuaire de la Gironde. Deux rives, un territoire.* »



Visites, spectacles,
balades commentées,
artisans d'art...



RÉGION
Nouvelle-
Aquitaine

culture-nouvelle-aquitaine.fr



POINT INFO TOURISME (PIT) - PORT DE LAMARQUE

📞 06 26 70 06 81 ✉ infotourisme@medoc-estuaire.fr

Plus d'informations sur le site www.margaux-tourisme.com

CONTACT PRESSE - SANDRA CANDAU

Chargée de promotion et communication

📞 06 28 52 22 00 ✉ s.candau@medoc-estuaire.fr