

Rapport d'activité 2023

OFFICE INTERCOMMUNAL DE TOURISME DE MIMIZAN
38, AVENUE MAURICE MARTIN 40 200 MIMIZAN

WWW.MIMIZAN-TOURISME.COM





Harmonie grandeur nature



sommaire

P. 4 ACCOMPAGNEMENT,
mise en réseau des acteurs

P. 10 DES RENDEZ-VOUS
tout au long de l'année

P. 24 COMMERCIALISATION
groupe hors saison

P. 32 PROMOTION
de la destination

P. 40 ACCUEILLIR
AUTREMENT
l'accueil dans et hors les murs

P. 56 LES LABELS
de qualité

P. 66 LE FONCTIONNEMENT
de l'Office Intercommunal
de Tourisme de Mimizan



1

Accompagnement, mise en réseau des acteurs



Les ateliers de professionnalisation

1. Ateliers de l'OIT

À l'exception d'un atelier « Home staging et photos », qui a intéressé peu de propriétaires de meublés, aucun autre atelier n'a été organisé pour 2 raisons :

- **Les nouvelles éditions** (surtout le plan OSM), **les campagnes de promotion n'ont pas laissé la place à des ateliers cette année.**
- **Le format actuel des ateliers ne fonctionne plus** donc il a été nécessaire de les repenser : **une réunion d'échanges** sur un thème précis à l'heure de l'apéritif **sera donc testée en 2024.**

2. Les accompagnements individuels

1

Accompagnement individuel :
« **stratégie avec les réseaux sociaux** »
en 2023

1

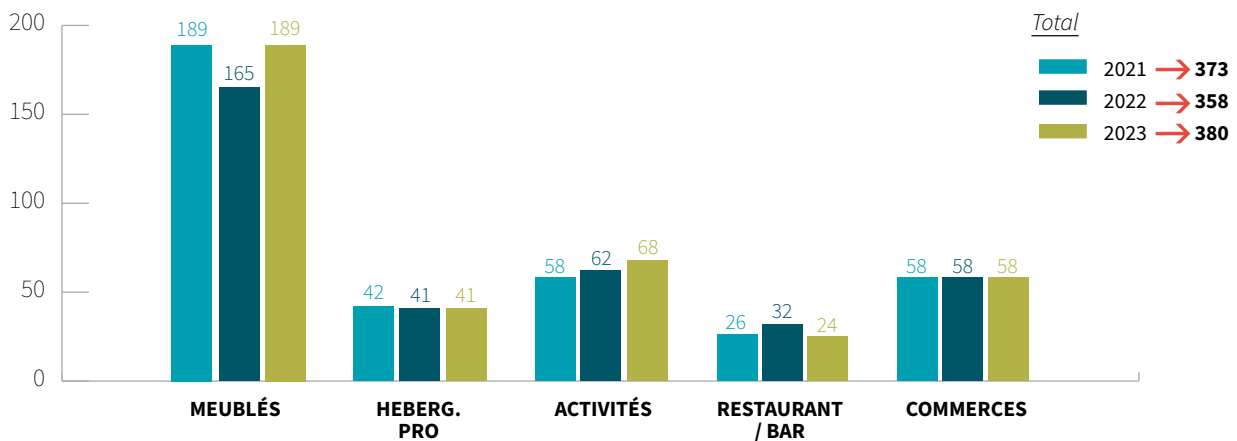
Un questionnaire en ligne
mis en place pour les demandes
d'accompagnement sur le site web

The screenshot shows the Mimizan Tourism website. The header includes the Mimizan logo and navigation tabs for 'Scolaires / Lycées', 'Special Groupes', 'En Famille', and 'Français'. A menu bar contains 'DÉCOUVRIR', 'SE LOGER', 'DÉGUSTER', 'SORTIR', 'BOUGER', 'AGENDA', and 'INFOS PRATIQUES'. The main heading is 'FORMATIONS / ATELIERS DE PROFESSIONNALISATION'. Below this, the section 'LES ATELIERS DE PROFESSIONNALISATION' is detailed, listing topics like social media, client relations, and website creation. A photo shows a workshop in progress. Contact information for Stéphanie Tarrieu is provided, along with a 'Demande d'accompagnement individuel' button and a 'Contact :' link. The website URL 'www.mimizan-tourisme.com' is highlighted in a red box at the bottom right.

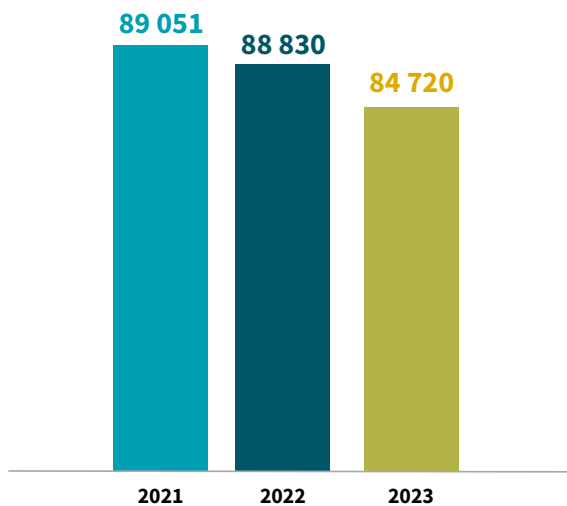


Le démarchage publicitaire

Évolution du nombre de partenaires



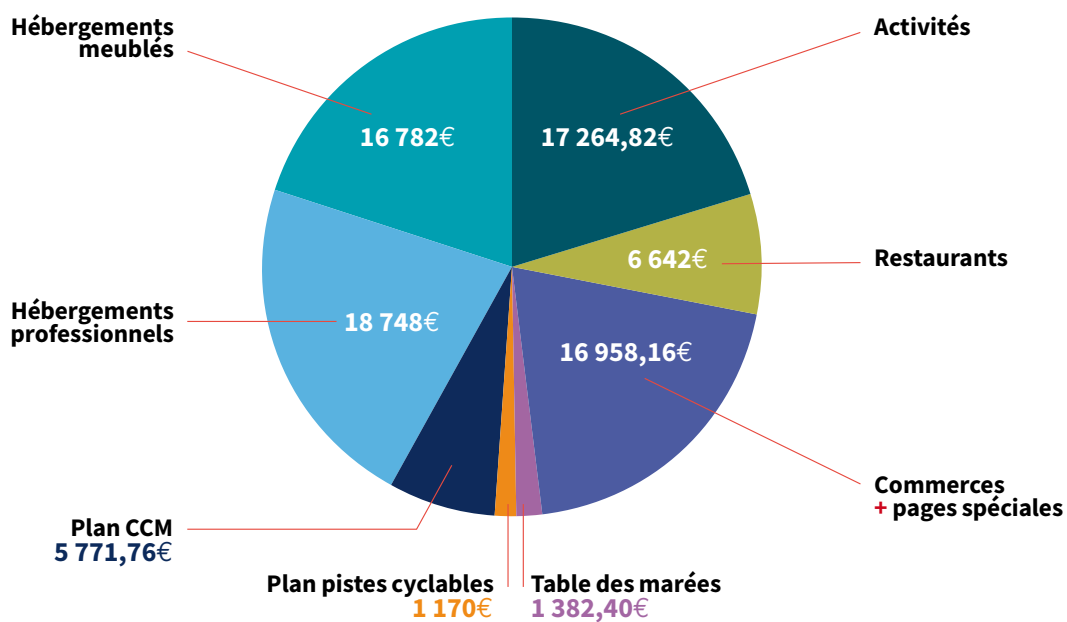
Évolution Du CA (TTC) global /par année /en Euros



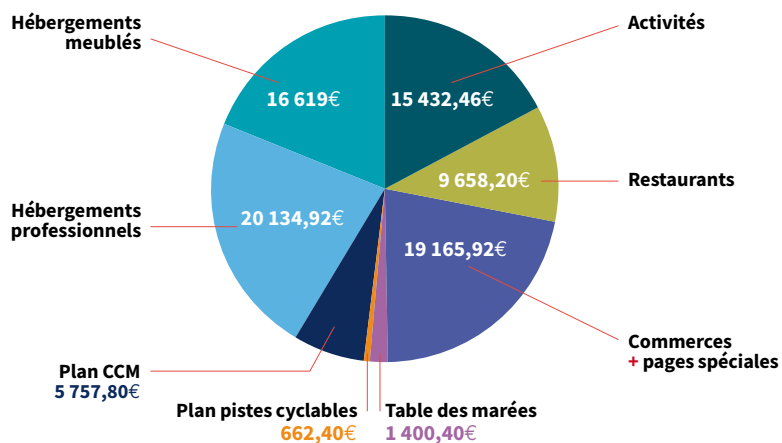
- **Le chiffre d'affaires global pour les activités, restaurants et commerces subit une baisse → - 5%**
 - _ Baisse liée à **la modification de la grille tarifaire** (suppression des tarifs / 9 photos / gratuité des restaurants pour les hôteliers partenaires).
 - _ Plusieurs conservent **une seule parution sur un support**, à défaut de 2 auparavant.
Par exemple : une parution sur le guide + une parution sur le plan,
ou diminution de la taille des encarts publicitaires afin d'en **diminuer le coût**.
- **Le nombre de partenaires reste stable et se fidélise :**
 - _ **11 nouveaux** partenaires en activités,
 - _ **4 nouveaux** partenaires en restauration, vie nocturne,
 - _ **10 nouveaux** commerçants.
- **Pour les hébergements les tarifs Hors CCM ont été uniformisés** et donc revus à la baisse.

Répartition du CA (TTC) global

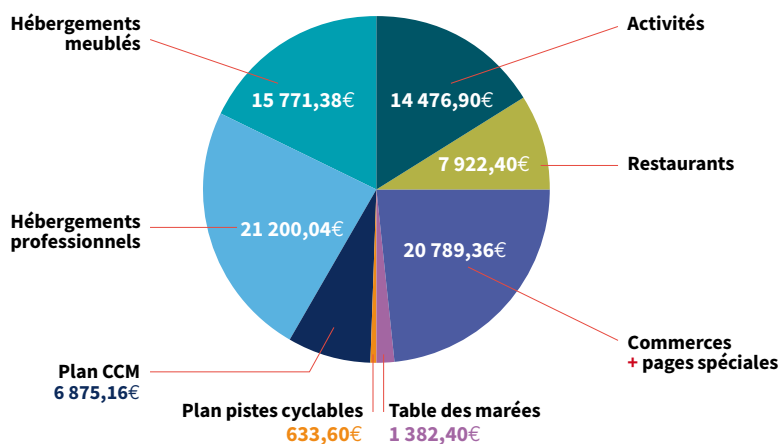
En 2023 → 84 719,14 €



En 2022 → 88 830,90 €



En 2021 → 73 279,86 €



Focus sur le partenariat DES PROPRIÉTAIRES DE MEUBLÉS ET DE CHAMBRES D'HÔTES

En quelques chiffres



198

MEUBLÉS PARTENAIRES (dont 4 loueurs de chambres) en 2023 contre 165 en 2022, soit une recette de 16782 € TTC pour l'O.I.T (contre 16619 € TTC en 2022).

Répartition des formules de partenariat souscrites par les propriétaires

	2019	2020	2021	2022	2023
Plus	69	63	100	80	118
Premium	85	90	89	85	71
Total	154	153	189	165	189
C.A	18 876,10	17 937	15 771,38	16 619	16 782



Cette recette est répartie :

● **FORMULE PRÉMIUM**

Parution sur la brochure et sur le site internet
→ **80** (contre 85 partenaires en 2022)
soit **7 842 € TTC de CA** (contre 9418 € TTC en 2022)

● **FORMULE PLUS**

Parution au choix sur la brochure ou sur internet
→ **118** (contre 71 partenaires en 2022)
soit **8940 € TTC de CA** (contre 6 600 € TTC en 2022)

Minime augmentation du chiffre d'affaires alors que le nombre de partenaire a significativement augmenté.

- En effet nous constatons une **petite augmentation du chiffre d'affaires de + 1 % : 16 782 € en 2023** contre 16 619 € en 2022.
- Cependant **le nombre de partenaire a augmenté de + 20 %** et est ainsi passé de 165 à 198.
- L'analyse peut sembler contradictoire mais elle révèle que **nous avons un nombre de partenaires très supérieur à 2022** mais ces partenaires **ont opté majoritairement pour la « formule plus »** qui leur offre la visibilité sur le site internet et pas sur la brochure et qui reste moins coûteuse que la formule premium qui englobe des deux supports de communication.

Remboursements

→ À noter

- **Désormais le remboursement des visites sera effectué par l'Office Intercommunal de Tourisme** : après une chute vertigineuse en 2020 une légère hausse en 2021, puis de nouveau une baisse en 2022 les chiffres remontent en 2023.
- Les chiffres fluctuent en fonction des années et il est difficile de pouvoir se projeter.
- **2024 sera une année importante de revisite** et que ne serons aidés que les meublés qui amélioreront leur classement.

→ Pour info

Le nombre de remboursements est passé de 29 en 2022 à **36 en 2023** (soit en 2023 la somme de 3400 € remboursée contre 2 208€ en 2022 soit **une hausse du montant des sommes remboursées de + 53%**

	2019	2020	2021	2022	2023
Nbre de meublés	79	28	41	29	36
Montant	11 840	2 145	3 075	2 208	3 400

Relations inter-prestataires

La réunion des hôteliers

Nous avons renouvelé notre rencontre annuelle entre les « **Hôteliers partenaires** » le **1^{er} juin**.

- Nous sommes retrouvés à 14h30 pour 1h30 à l'**hôtel Single Fin** → *Café et visite de l'établissement.*
- **Rémi Durthe** de *Landes attractivités* a fait une intervention sur la RSE.

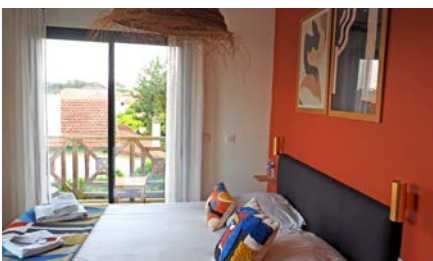
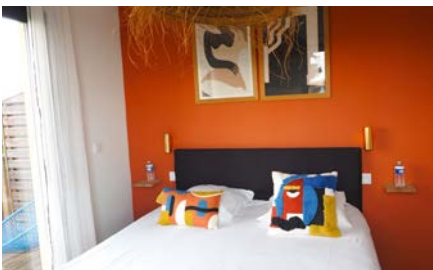
6^e
édition

15
Personnes
présentes

7
Hôtels
représentés

Bilan :

- *bon accueil et bonne ambiance,*
- *horaire adapté.*



2

Des rendez-vous tout au long de l'année



Extraits de commentaires :

Les troiZ'enquêteurs - Parcours Aureilhan

“3^e et dernier parcours de la journée et quel émerveillement autour de cette magnifique étendue d'eau.”

Emcats - Parcours de Pontenx

“Merveilleux parcours avec un paysage magnifique. Un lieu unique qui est très inspirant.”



Le tourisme de nature

VACANCES ET ÉVÈNEMENTS

1. Animations

Sorties hebdomadaires organisées et animées par l'OIT en été du 07 juin au 30 septembre 2023.

Les sites naturels fréquentés sont :

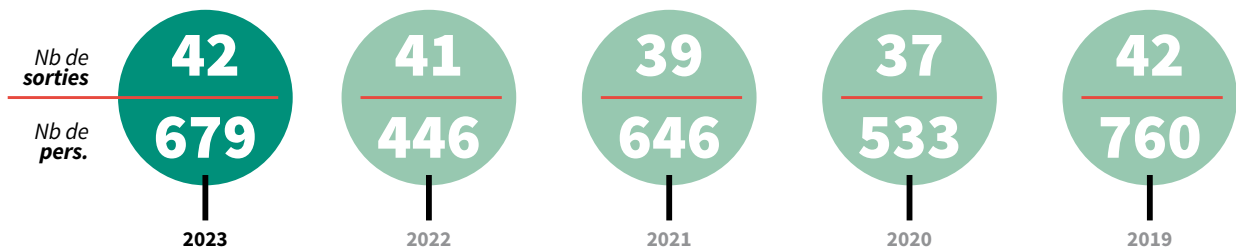
- **Les Forêts** → Bias et Pontenx-les-Forges
- **Les zones humides** → Aureilhan, St-Paul-en-Born
- **Le tour du Lac** → Aureilhan
- **La Réserve Biologique Dirigée de la Mailloueyre** → Mimizan plage
- **Le Natur'Game famille en forêt** → Pontenx-les-Forges

Le public

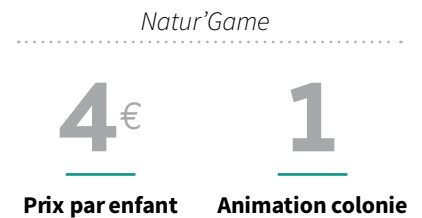
- _ typé familles
- _ français locaux et vacanciers
- _ pas d'étrangers

La communication

- _ programme d'animation
- _ site internet de l'OIT



2. Recettes



3. Équipements

■ SENTIERS D'INTERPRÉTATION NATURE

- **Le sentier de Pontenx-les-Forges n'a pas eu besoin de nettoyage**
→ le Conseil Départemental 40 est passé avant.
- **Le sentier de Bias n'a pas eu besoin de nettoyage**
→ la Commune est passée.
- **Le topo guide n'a pas été remis à jour cette année**
→ les données étaient correctes et il y avait un stock suffisant.
- **Le sentier de la RBD de la Mailloueyre est géré par l'ONF** ainsi que **le topoguide**
- **Fréquentation eco-compteur non disponible cette année**
→ en disfonctionnement, sera changé en 2024.

■ PARCOURS TERRA AVENTURA

- **Le parcours d'Aureilhan est fermé depuis début décembre**
→ fortes pluies rendant le parcours inaccessible.

Arche de Zahan (Aureilhan)

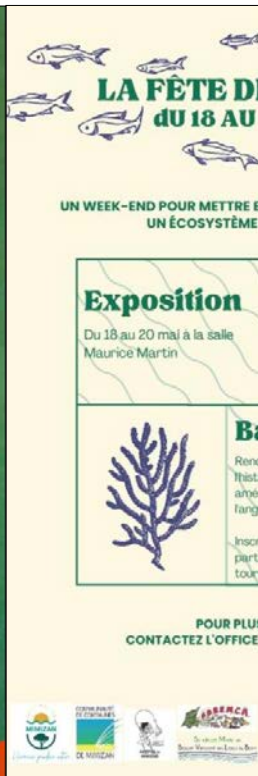
2019	1 065 commentaires	Août - Avril - Juillet
2020	487 commentaires	
2021	1 014 commentaires	Août - Juillet - Mai
2022	810 commentaires	Avril - Août - Mai
2023	1 382 commentaires	Août - Juillet - Mai - Avril

Frère Zacqu' - Dormez vous (Pontenx-les-Forges)

2019	1 005 commentaires	Juin à fin décembre / Août - Juillet - Oct.
2020	609 commentaires	
2021	1 045 commentaires	Août - Mai - Juillet
2022	923 commentaires	Avril - Mai - Août
2023	1 358 commentaires	Août - Juillet - Avril - Mai

Événements EEDD

(Education à l'Environnement et au Développement Durable)



14 février 2023

La Journée Mondiale des Zones Humides

Réserve d'Aureilhan

- Visite guidée avec la Fédération Départementale de la Chasse 40

15

Participants

11, 14, 19, 26, avril 2023

Le Printemps à Mimizan

Aureilhan, La Mailloueyre, Pontenx-Les-Forges

- Visites guidées OIT et ONF
- Cabanes Tchanquées en canoë

58

Participants

18 au 20 mai 2023

La Fête de la Nature

Au courant

AAPPMA, SMBVLB, ASEM Hist. et Trad., CCM, OIT

- Balade guidée

25

Participants

BALADE NATURE
20 MAI 2023

EN VALEUR LE COURANT DE MIMIZAN
COMPLEXE ET FRAGILE.

Balade nature

Jeudi-mardi à l'OIT le 18 mai à 9h30 pour retracer
l'histoire du Gourant, sa flore, sa faune, ses
usages, sa préservation et le voyage de
la suite.

Réservation obligatoire en ligne pour les
participants : <https://reservation.mimizan-tourisme.com/>

POUR PLUS D'INFORMATIONS,
CONTACTEZ LE SERVICE DE TOURISME AU 05 58 09 11 20

ACCA
Aureilhan 40
St Paul en Born

**fêtent
la Chasse
et
la Nature**

**Le 8 juillet
à partir de 9 h 30
à la Bergerie
d'Aureilhan**

Programme de la journée :

- 9 h 30 : Ouverture du site ;
- 10 h : Rando découverte de la zone humide avec la participation de la FDC, de l'association « La Faune Landaise » et de l'Office du Tourisme de Mimizan ;
- 11 h : Messe de la 5^e Hubert en l'Église d'Aureilhan suivie d'une démonstration de chasse à courre ;
- 12 h 30 : Restauration sur place proposée par l'ACCA de St Paul en Born
(Réés au 06 18 96 36 32 avant le 28 juin).

Menu Adulte	15 €
Pâté	
Entrecôte/Frites	
Pastis/Crème Anglaise	
Café	
Menu Enfant	5 €
Nuggets/Frites	
Pot de Glace	

- Nombreuses associations cynégétiques dont exposition canine de chiens courant et d'arrêt ;
- Divers exposants et animations à découvrir tout au long de la journée...

Empreinté par nos soins. Ne pas jeter sur la voie publique.

NUIT DES ÉTOILES

JEUDI 3 AOÛT 2023

à l'aérodrome de Mimizan

de 16h à 1h du matin

Mimizan

20 mai 2023

Balade nature

AAPPMA, CCM
SMBVLB, ASEM Hist.
et Trad., la PALM, OIT

- Exposition

151

Participants

8 juillet 2023

**La Fête de la Nature
et de la Chasse**

Aureilhan

Fédération départementale de la Chasse
des Landes, La Faune Landaise, OIT

- Balade guidée dans la réserve
Zone humide

10

Participants

3 août 2023

Nuit des Étoiles

Aérodrome Mimizan

- Animation enfants

150

Participants

Événements EEDD

(Education à l'Environnement et au Développement Durable)



<p>17 août 2023 <i>en nocturne</i></p> <p>La nuit Internationale de la Chauve-souris</p> <p>OIT et Promenade Fleurie</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Conférence OIT et visite guidée OIT <p>50</p> <p>Participants</p>	<p>23 septembre 2023</p> <p>Fête du Lac</p> <p>Mimizan, Aureilhan, Saint-Paul-en-Born</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Visite en canoë des cabanes Tchanquées <p>10</p> <p>Participants</p>	<p>20 décembre <i>en nocturne</i></p> <p>Mimizan By night</p> <p>Lespecier à Mimizan Traité de côte et...</p> <p>23</p> <p>Participants</p>
--	--	---



bre 2023

t
mizan plage Forêt,
Epaves



À RETENIR

- **Toute l'année des évènements liés à la promotion du territoire en EEDD.**
- **Des chaleurs extrêmes** difficiles à l'approche des 40°C.
- **Des sujets qui préoccupent le public.**
- **Les sorties sont ouvertes à tous et gratuites**, transmission des messages de protection et de préservation liés aux différents milieux, feu, déchets... et comportement Éco-citoyen.
- **Les personnes apprécient l'organisation des sorties** nature en avant et après saison.
- Toujours la même problématique des **personnes qui s'inscrivent mais ne viennent pas même sur les animations payantes.**
- **Le CA en augmentation** car le tarif a augmenté de 3 à 4 €
- **Problème d'information sur l'accès au site de Leslurgues.**
- **Merci aux agents des différents services techniques des Communes de la CCM pour leur aide tout au long de l'année.**



À PRÉVOIR

- **Mieux valoriser sur le magazine, le site, le programme d'animation et le bilan d'activités les temps forts autour de la découverte des milieux naturels.**
- **Améliorer la signalétique vers la maison forestière de Leslurgues.**
- **Prévoir l'animation peinture sur bois en remplacement systématique si l'animation Natur'Game doit être annulée**
→ elle pourrait être au même tarif, prévoir la salle du Bouchon Pontenais à Pontenx puisque le Natur'Game sera à Pontenx en 2023, anticiper la commande de bois et de peinture.
- Concernant **les sorties en forêt on peut substituer par une visite au lac.**
- Concernant **les sorties ONF, la chasse au trésor ne peut être délocalisée** mais elle peut **être remplacée par le jeu de l'oie** qui peut être réalisé au parking des Lamanches en dehors de la réglementation.
- **Pour les visites guidées du site de la Mailloueyre l'ONF propose une solution de repli.**
→ Cependant tout cela doit être validé en cours d'année par la hiérarchie de l'ONF car le technicien est aussi mobilisé en repli pour la surveillance des routes forestières.



Le tourisme industriel de la filière bois

VACANCES ET ÉVÈNEMENTS

1. Les visites guidées

Visites hebdomadaires de l'été du 1^{er} juillet au 31 août 2023.

Les sites naturels fréquentés sont :

● **G PALLAS** → Pontenx-les-Forges

● **FP Bois** → Mimizan

● **Gascogne Papier** → Mimizan

Baisse des recettes : diminution de moitié l'effectif des participants aux visites + annulation de 3 visites

● **La DFCI LANDES** à Mimizan

● **Le Centre de Secours** de Mimizan

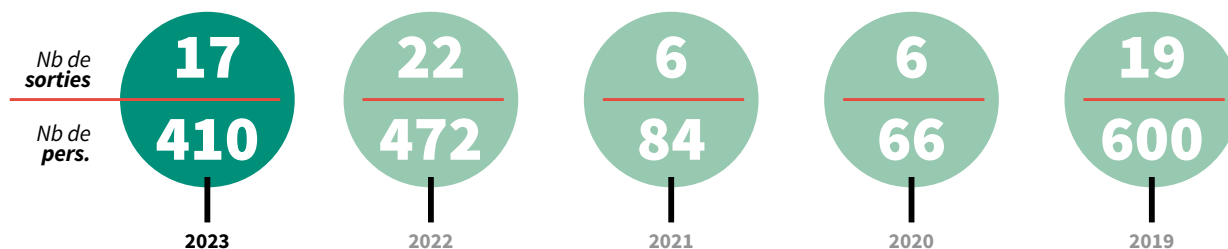
Le public

- _ typé familles
- _ français locaux et vacanciers
- _ pas d'étrangers

La communication

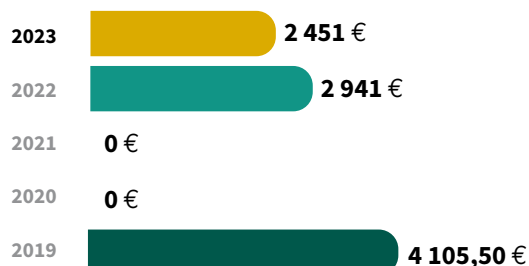
- _ programme d'animation
- _ site internet de l'OIT

Au travers de ces rencontres entre les vacanciers et les professionnels locaux de la filière bois, l'OIT désamorce des réclamations liées à la qualité du confort environnemental qui peuvent rapidement devenir compliquées à l'accueil, lorsque les vacanciers soulèvent les désagréments des odeurs de la papeterie, de l'impact visuel de la présence des gros bâtiments industriels ou de la noria de camions incessantes sur les routes de la station.

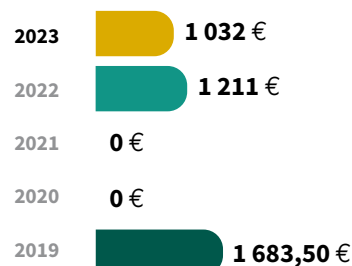


2. Recettes

Chiffre d'affaires



dont recettes pour l'OIT



Les visites de Gascogne Papier sont les seules visites payantes.

Ces visites permettent notamment de financer le bus indispensable pour les visites et le cadeau remis en fin de visite.

Elles sont de **9,50 € par personne** répartis de la manière suivante :

→ **4.00 € pour l'OIT**

→ **5.50 € pour Gascogne Papier**

Événements EEDD

(Education à l'Environnement et au Développement Durable)



Mars & mai 2023

Journée Internationale des Forêts

23 mars : visite ONF
6 mai : visite Gascogne Papier

- ONF jeu RBD Mailloueyre
- Visite guidée Gascogne Papier

50

Participants

30 mars 2023

Rencontres inter-prestataires

- Intervention de la DFCI Landes et du Centre de secours de Mimizan

41

Participants

Les 23 mai & 27 juin 2023

Dans 1 000 communes la forêt fait école

- Animations conjointes OIT et le secours de Mimizan avec le ser
- Journée chez Planfor et Graine avec l'OIT

46

Participants de la Mairie o



17 septembre 2023

Journées Européennes du patrimoine

- Visite guidée OIT

Centre de
vice Forêt
de Forêt

34

Participants

de Mimizan



À RETENIR

- Des événements qui s'inscrivent dans la durée hors saison et qui trouve son public parmi les locaux.
- Les visites des sites industriels facilitent le désamorçage des conflits potentiels liés à l'odeur, aux coupes rases des parcelles...
- Toujours le même problème des personnes qui s'inscrivent et ne se présentent pas.



À PRÉVOIR

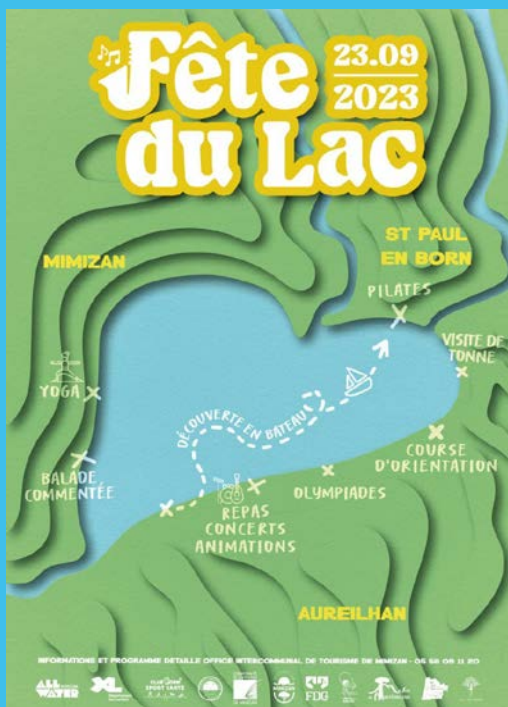
- Mieux valoriser sur le magazine, le site, le programme d'animation et le bilan d'activités les temps forts autour du tourisme industriel de la filière bois.
- Caler le planning des visites de l'année grand public avec Gascogne Papier dès le début de l'année.
- Prévoir de réserver le bus en debut d'année pour toutes les visites de l'année chez Gascogne Papier.
- Être vigilant pour les inscriptions que les participants entendent bien les contraintes de visite pour protéger le personnel des sites industriels qui ouvrent leurs portes.



23 Septembre 2023

Fête du Lac

sur notre territoire



Les objectifs de cet évènement

- **Mise en valeur du lac**, de ses acteurs et de sa commune.
- Montrer toutes les **facettes du lac**.
- Apporter un peu de **nouveautés**.
- Première édition pour mettre en avant **les travaux de mise en tourisme**.
- **Créer une cohésion sociale** entre les usagers et les acteurs présents autour du lac.

Au programme

- Du **yoga au lever de soleil** au centre nautique de Mimizan.
- une **balade commentée du château de Woolsack** jusqu'à la Bergerie à Aureilhan.
- Une **visite de tonne en canoë**.
- Du **pilates**.
- Un point **restauration food truck** avec des **animations musicales**.
- Des **jeux d'antan**.
- Des **animations sur l'environnement** avec la water family.
- Des **olympiades**.
- Une **course d'orientation**.
- Des **visites contemplatives en bateau** sur le lac.
- Un **concert de clôture**.

- **Un bilan très positif** avec une bonne fréquentation aux diverses activités durant la journée.
- Un privilège de pouvoir **découvrir le lac depuis un bateau**.
- **Manifestation à prévoir plutôt au mois de juin** avec toujours un temps fort le midi.



218

Participants se sont inscrits aux différentes activités durant la journée (hors repas)

Cet évènement sera reconduit en septembre 2025 en alternance avec la fête du vélo

qui aura lieu cette année en juin 2024 - Sous réserve

27 octobre - 1^{er} novembre 2023

Automne en Scène

« Le littoral, de l'océan vers la Lette, la forêt de protection et le Courant »



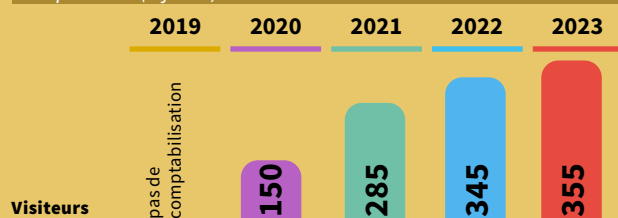
Les objectifs de cet évènement

- **Mettre en lumière** la saison de **l'automne**.
- **Favoriser les échanges** : montrer et expliquer, partager sa passion, son métier, son automne, ses Landes.
- **Mettre en situation**, en scène, en vie les œuvres, les créations, les sujets traités.
- **Jouer sur les complémentarités entre les lieux, les sujets** (salle M. Martin / le territoire).

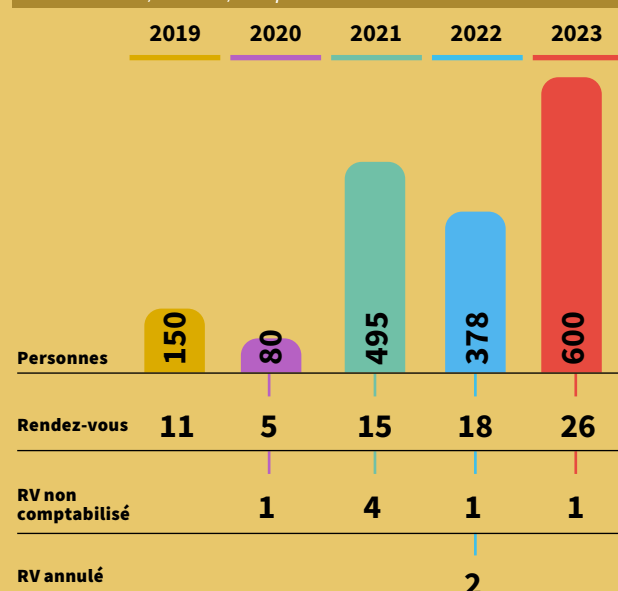
Les partenaires :

- **Deux nouveaux partenaires en 2023 spécialistes du littoral** : ONF et l'ADREMCA.
- **Les fidèles** :
 - _ Les associations : AAPPMA, Amis de Bouricos, ASEM Arts et Vie, Faune landaise, Mimizan Asem Photos, Somyla, Pêcheurs à la pibale, Sirène de l'Océan...
 - _ Les particuliers : Cécile Lima de Mimizan et Quitterie Duvignac (plasticiennes), Mr et Mme Loubère (cuisiniers), Yvette Saint Jours (peintre).
 - _ Les collectivités : service environnement de la ville de Mimizan.
 - _ Les structures touristiques : Cinéma le Parnasse, Miellerie « les Ruchers du Born » et Musée de Mimizan

Exposition (4 jours)



Animations / Visites / temps forts



La programmation incluant des nouveautés

Dans le cadre de l'exposition

- **Des ateliers pour les enfants tous les jours et un pour les adultes.**
- **Dégustation** de desserts à partir de courges, légumes, fruits de saison, miel.
- **Réalisation d'un immense poisson « fantastique »** à partir de déchets de mer récupérés à la COVED à Linxe (organisme en charge du nettoyage des plages).

Dans le cadre des temps forts / visites / animations

- **Réalisation d'un ogre géant sur la plage** « Le Bécut ».
- **Atelier blason** pour les enfants.
- **Conférence sur le récif** de Mimizan Plage.
- **Sorties nature sur l'estran** et sur la migration.

Le rendez-vous est donné en 2024 du 31 octobre au 3 novembre

Le fil rouge sera :

LANDES ET LEGENDES

RETOUR EN IMAGES

1^{ère} FÊTE DU LAC



AUTOMNE EN SCÈNE





3

Commercialisation groupe hors saison



Les tournées forestières et environnement Les séjours de découverte Nature

La production groupe / Service éducatif

■ PRODUCTION SCOLAIRES

Production de forfaits dynamiques :

- **sorties** sur la journée ou demi-journée sans nuitée et des **séjours** nature avec nuitées,
 - **pour les primaires et maternelles.**
- **sorties** sur la journée ou demi-journée sans nuitée et des **séjours** nature et sport avec nuitées
 - **pour les collèges.**



■ PRODUCTION PROFESSIONNELS

● Étudiants de la filière forêt-bois

- _ **Maintien de la production de produits secs** pour des séjours sur mesure.
- _ **Intégration de nouvelles interventions.**
- _ **Maintien de l'objectif de couvrir les 3 milieux sur ce segment de clientèle.**

● Production seniors

Le service prend en charge les demandes, la contractualisation avec les prestataires proposant des prestations **à destination des « seniors »** sur les **produits déjà existants.**



À RETENIR

- **Un réseau de 49 partenaires conventionnés.**



À PRÉVOIR

- **Revoir les industriels partenaires**, non rencontrés en 2023.
- **Conventionner avec Holiste** pour le gemmage en vase clos.
- **Promouvoir les richesses environnementales** de notre territoire sur les 3 milieux.
- **Proposer les produits sport aux collèges** en les proposant **adaptables aux scolaires.**
- **Maintenir une offre sénior.**
- **Maintenance du paramétrage Ingénierie.**
- **Contractualisation annuelle avec les prestataires.**
- **Revoir le prestataire assurance annulation/** mise à jour légale des CGV.
- **Refonte des deux brochures.**

La promotion groupe / Service éducatif

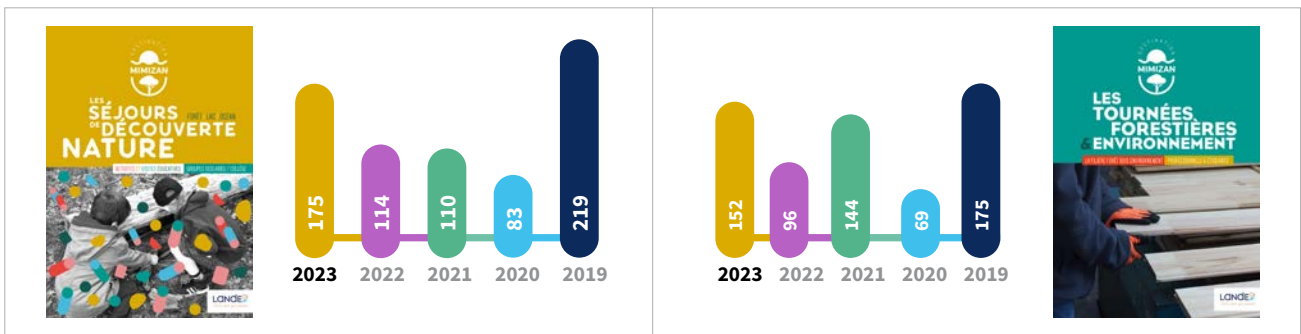
Scolaires / Collèges-Étudiants / Professionnels / Séniors

■ DEUX E-BROCHURES

Promotion auprès des établissements par E-mailing, en janvier et en juin

- Les lycées Forestiers, Agricoles et Environnement / Développement Durable de France → **380 prospects.**
- Les écoles primaires, maternelles et collèges de l'Aquitaine → **3 200 prospects.**

Nombres de vues depuis notre site web sur nos brochures via Calameo



■ LE CLEE (Comité Local Ecoles Entreprises)

● La promotion auprès des établissements :

→ **Le 31 janvier 2023**

- _ **Organisation avec la FIBNA/FIBOIS d'une journée accueil** des professeurs de collèges afin de les sensibiliser aux profils de recrutement attendus par les entreprises locales.
- _ **Visite d'un chantier avec Alliance** et visite de l'usine de panneaux **Thébault**.

→ **Le 20 novembre 2023** : organisation chez **FP BOIS** de la **réunion du CLEE** avec intervention de Mr Plantier sur le type de profils recherchés et visite de l'usine en suivant.

● La promotion auprès du grand public → Insertion des brochures sur le site de l'OIT, consultation des brochures sur Calameo.

● La promotion auprès des seniors → **Pas de promotion active**, réponse aux demandes spontanées.



À RETENIR

- Les **e-mailings**.
- Le CLEE redémarre avec **des actions bien ciblées**.
- **Envoi des vœux** à nos clients des 3 dernières années.
- **Appel d'offre pour la refonte des brochures**.



À PRÉVOIR

- **Maintenir les actions du CLEE** cette année.
- **Refonte des brochures** et du **site internet**.
- **Un E-mailing a été envoyé en mars et juin**.
- Travailler avec VG et ST sur des **posts réseaux sociaux** et sur le **blog** selon les besoins.
- **Préparer le festival des métiers du bois** à Morcenx en 2024.

La commercialisation groupe / Service éducatif

1. Volume d'activité

56
Dossiers traités
en 2023

35
Dossiers concrétisés
en 2023

62,5%
en 2023

61%
en 2022

68%
en 2021

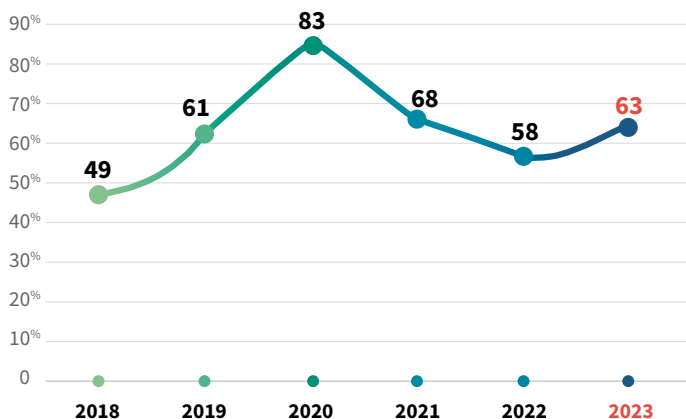
Le taux de transformation
est quasi identique à celui
de l'année dernière.



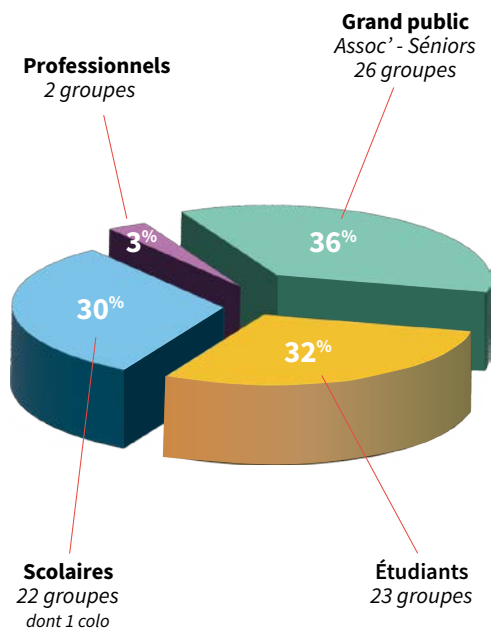
2. Taux de fidélité

Le taux de fidélité est **très important** cette année encore.

Évolution du taux de fidélisation depuis 2018



3. Catégorie de groupes reçus



4. Évolution du nombre de groupes

76
en 2023

22 scolaires, 546 pax
23 étudiants, 453 pax
2 pros, 50 pax
4 séniors, 98 pax
24 gd public, 591 pax
1 colo, 24 pax

→ 1 762 personnes

68
en 2022

14 scolaires, 332 pax
24 étudiants, 428 pax
7 pros, 305 pax
1 sénior
20 gd public, 437 pax
2 colos, 33 pax

→ 1 535 personnes

47
en 2021

19 scolaires
22 étudiants
0 professionnel
2 séniors
3 grand public
1 colo

→ 983 personnes

15
en 2021

1 scolaire
13 étudiants
0 professionnel
1 sénior,
0 colo

→ 295 personnes

73
en 2021

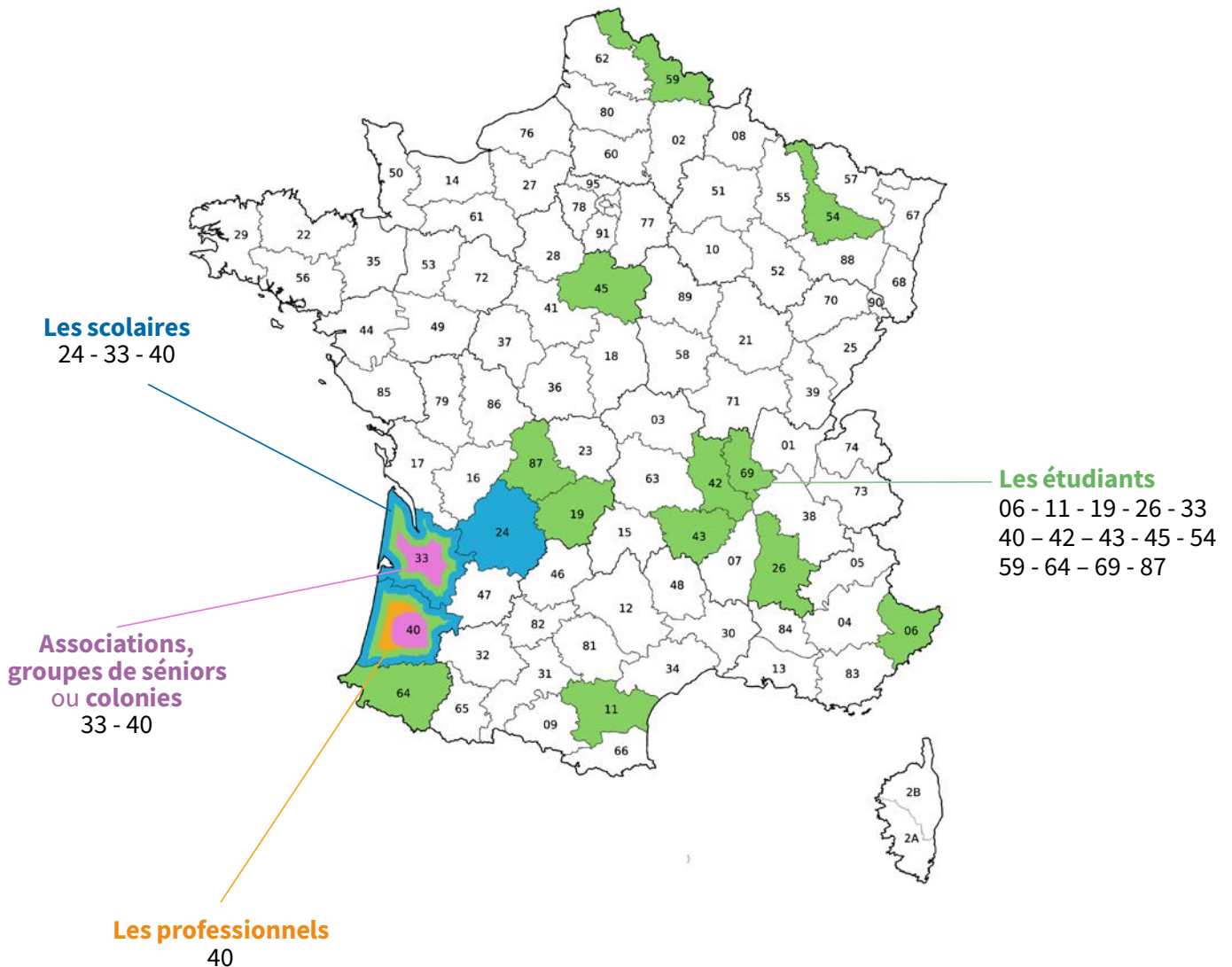
31 scolaires
26 étudiants
4 professionnels
3 séniors
3 grand public
6 colos

→ 1 722 personnes

La commercialisation groupe / Profil de la clientèle

1. Origine géographique de la clientèle

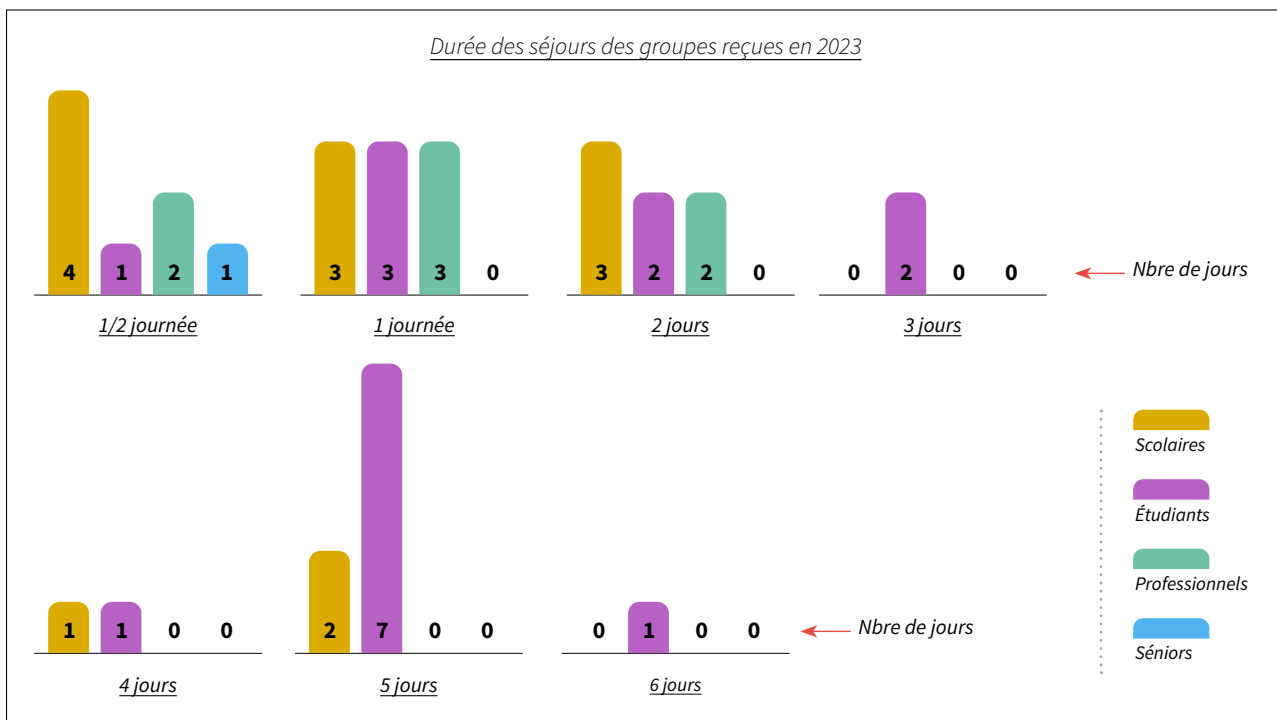
- Les écoles d'**enseignement supérieur** peuvent venir de **toute la France** pour découvrir le modèle sylvicole de notre région.
- Les écoles **primaires** partent plutôt sur une **distance de maximum 2h de route à la journée** et 2 écoles en séjour avec nuitées seulement cette année mais mieux que l'année dernière.



2. Période et durée des séjours

■ PÉRIODE DE SÉJOUR EN 2023

- **Les scolaires** → mai - juin - juillet - sept. - nov.
- **Les étudiants** → janv - mars à juin - sept. - oct.
- **Les professionnels** → avril - juin
- **Les seniors (associations)** → mai - juin - sept. - déc.
- **Le grand public** → février à décembre (selon événements annuels : JMZH, JIF, PDL, Noël...)



■ DURÉE DES SÉJOURS EN 2023

- **Un groupe de scolaires supplémentaire cette année avec nuitées.**
 _ Soit 2 séjours pédagogiques organisés sur 2 et 4 jours.
 _ Les autres groupes de scolaires sont venus uniquement à la journée voire à la demi-journée.
- **Les collèges sont en progression**, sont un peu plus nombreux en séjour cette année, **3 séjours ont eu lieu entre 2 et 5 nuits des séjours à vocation sport et nature.**
 Le collège de Mimizan a également pu profiter de 5 visites chez FP Bois étendue sur une semaine, les après-midi.
 Le collège de Labouheyre lui a participé à 2 visites sur 2 demies-journées en quête d'orientation professionnelle locale.
- ➔ **Clientèle locale ou de proximité (40, 33 et 24).**
- **Les écoles d'enseignement supérieur peuvent venir de toute la France** et plébiscitent la formation au contact des professionnels.
 Pour tenir un séjour de 5 jours, les enseignants peuvent favoriser les échanges avec des lycées locaux pour l'hébergement et la restauration, les tarifs pratiqués sont en effet nettement inférieurs à ceux pratiqués dans nos centres d'hébergement privés.
- Seulement **2 groupes de professionnels concrétisés cette année** et quelques groupes de seniors (4).
Les groupes « grand public » sont de plus en plus nombreux (24) quant aux différents événements proposés tout au long de l'année et en dehors de l'été.



À RETENIR

- 2023, **l'activité du service a bien repris** depuis le post COVID, et maintien voire augmente son CA cette année encore.
- Beaucoup de **demandes de devis**.
- Les clients demandent de nombreuses modifications jusqu'à l'arrivée, **le nombre d'échanges clients par dossiers ne cessent d'augmenter**.
- **Le personnel du service éducatif a dû faire** cette année encore **des heures supplémentaires** pour palier cette activité assez dense pour la deuxième année consécutive.
- **Les clients sont très fidèles** il faut penser à renouveler le potentiel client sans nécessairement l'augmenter car les partenaires sont au maximum de leurs possibilités d'accueil ainsi que le personnel du service.
- **Des clients qui sollicitent notre présence sur les lieux de visite en accompagnement.**



À PRÉVOIR

- Des **journées banalisées pour la mise à jour des bugs sur le logiciel métier Ingénierie** et mise à jour des outils de travail.
- **Requalifier les bases de données clients.**
- **Bilan de la stratégie 2021/2023.**
- **Faire une analyse du fonctionnement du service.**
- **Préparer FOREXPO du 18 au 25 juin 2025.**

Les recettes

1. Nuitées et recettes générées pour nos partenaires hébergements

75 958 €

Chiffre d'affaires

1 821

Nuitées

Statistiques hébergement - Nuitées et CA - TTC

NOM DE L'HEBERGEMENT	2017		2018		2019		2020		2021		2022		2023	
	NUITÉES	CA (TTC)	NUITÉES	CA (TTC)	NUITÉES	CA (TTC)	NUITÉES	CA (TTC)	NUITÉES	CA (TTC)	NUITÉES	CA (TTC)	NUITÉES	CA (TTC)
CENTRE DE SÉJOURS LAC & OCÉAN	659	24 430 €	1124	38 705 €	791	28 525 €	265	9 656 €	984	37 463 €	1000	39 894 €	1095	42 820 €
LE CARREFOUR DES LANDES	141	5 233 €	310	11 139 €	226	8 150 €	-	-	88	4 136 €	452	17 123 €	726	33 138 €
Total nuitées / chiffre d'affaires (TTC)	800	33 123 €	1434	49844 €	1017	36 675 €	265	9 656 €	1072	41 599 €	1491	64 423 €	1821	75 958 €

94 724 €

Chiffre d'affaires du service en 2023

92 591 €

Montant des prestations achetées aux partenaires

8 891 €

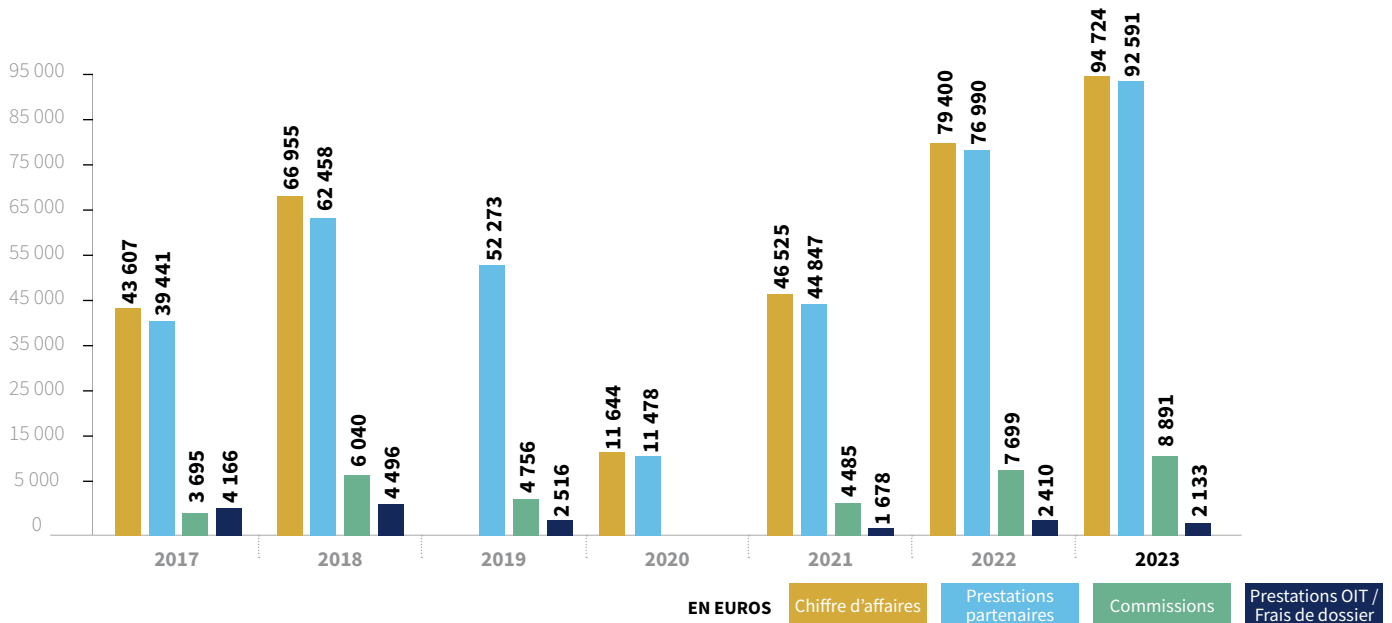
Montant de la commission revenant à l'OIT

2 133 €

Chiffre d'affaires des prestations encadrées par l'OIT et frais de dossiers

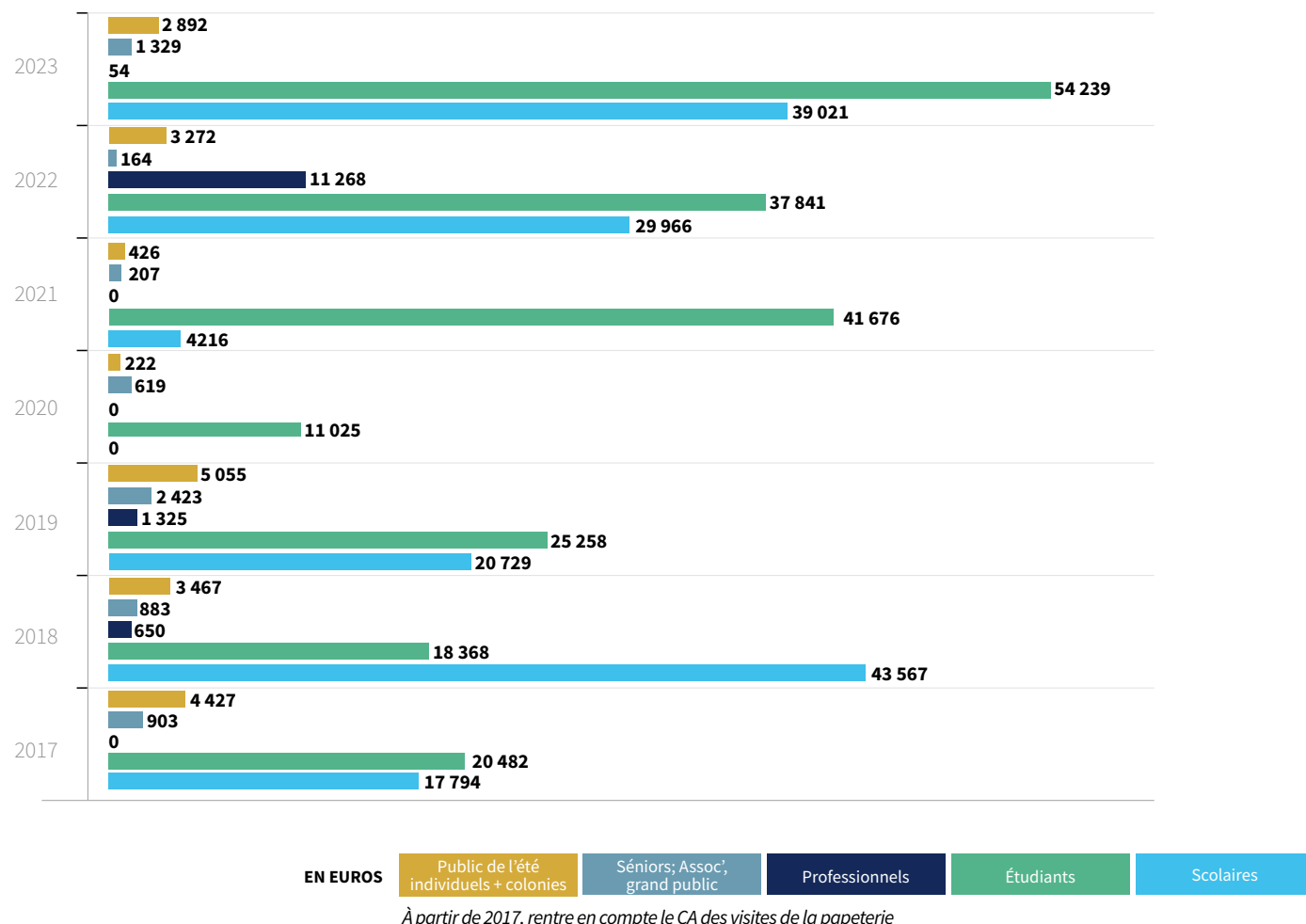
2. Évolution des recettes par poste et par an depuis 2017 (TTC)

CA global service éducatif en TTC



3. Évolution des recettes par type de clientèle et par an depuis 2017

CA / public du service éducatif en TTC



À RETENIR

- Des **recettes en progression** cette année encore.
- Ce sont **les groupes d'étudiants qui génèrent cette année encore la part de marché la plus importante** avec des séjours aux prestations qui génèrent un certain chiffre d'affaire tel que l'hébergement et la restauration mais **les séjours des collèves sont en augmentation** également avec notamment 2 gros séjours à plus de 25 500€ pour ces 2 séjours uniquement.
- **Les recettes générées varient en fonction de la durée des séjours et des prestations réservées.**



À PRÉVOIR

- En 2024, **il est souhaité conserver un chiffre d'affaires semblables aux 2 années précédentes** tout en se recentrant malgré tout sur la qualité du suivi du dossier client et non pas la quantité.
- Cependant il faut aussi rester prudent quant aux prévisions, en raison de **l'actualité sur le pouvoir d'achat qui impacte de manière sensible le budget** des séjours scolaires, transport et hébergement, certains prestataires comme **l'ONF augmentent cette année de manière significative leur prestation** il faut trouver des solutions alternatives.

4

Promotion de la destination



Le site internet

423 930

Sessions
entre 01 février et 26 novembre 2023
+ 11%

3mn

Durée moyenne
de session

303 000

Sessions avec 1 engagement
1 action de l'internaute,
soit un taux d'engagement de
70%

1 246 600

Pages vues
+1,5%
par rapport à 2022

Top 5

Pages les plus consultées

- Webcams
- Découvrir
- Bouger
- Hébergement
- Déguster / sortir
- Agenda

Origine

Des visiteurs sur le site

France : **89%** des sessions
Allemagne : **4%** des sessions
Espagne : **2%** des sessions

Origine

Des connexions sur le site

Mobile **78%**
Ordinateur **19%**
Tablette **3%**

Actions faites sur

Une page d'un prestataire

- Consulter la fiche détaillée
- Afficher le numéro de tél.
- Noter l'adresse mail
- Utiliser la fonction réserver

Actions de promotion

À l'initiative de l'OIT

- Campagnes de promotion pour booster la fréquentation au printemps et à l'automne. Menées avec l'agence Signe des Temps et Célia Delpyroux, chargée de communication digitale.
- Mise en valeur d'expériences au printemps et à l'automne. Cible : le grand Sud Ouest (Bordeaux et Toulouse).

2

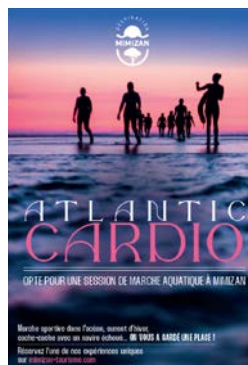
Campagnes
de promotion
multi-canales

8

Moments à vivre
(expériences)

5^{ème}

Prix aux Trophées de
la communication®



L'OIT, s'est vu remettre le 5^{ème} prix dans la catégorie « Meilleure campagne de publicité réalisée par un organisme public » en décembre 2023.

Cet événement récompense chaque année les meilleurs acteurs français de la communication dans 32 catégories. En 2023, ce sont 475 dossiers qui avaient été déposés.

La campagne de publicité récompensée est composée d'une campagne « printemps » et d'une campagne « automne » et s'articulait autour d'actions dans la presse écrite papier et numérique, d'affichage en gare, d'accueil de blogueuses, d'e-mailing et de campagnes sur les réseaux sociaux.





24

Occasions de prise de parole



Publi rédactionnel dans Sud Ouest
119 000 lecteurs

12,5 millions

D'occasions de voir les 2 campagnes

+68 500

Clics et interactions
Sur les contenus des campagnes ou vers le site

3 200

Clics vers le site de l'OIT

27%

D'ouverture des newsletters
La moyenne d'un taux d'ouverture est dite bonne à partir de 10%

3
Envois de newsletter

Base de données à partir des adresses mail fournies sur les hotspots

1
Page dédiée sur le site web

Landingpage et en page d'accueil (homepage) avec des liens vers les prestataires

2
Campagnes d'achats d'espaces

Sur des sites de grande affluence

2
Campagnes sur les réseaux sociaux



1
Publi rédactionnel



4
Gares avec affiches

Arcachon, La Teste de Buch, Agen et La Rochelle



À RETENIR

- **Le partage de moments à vivre** (ou expérience) **suscite de l'intérêt** surtout quand ils sont identitaires et sortent de l'ordinaire.
- **Des actions qui ont touché au-delà des régions ciblées** initialement → *travailler le national.*
- **Sur le web** (et notamment Instagram) ou sur d'autres médias, **les actions ont donné une vraie visibilité et accentuer la notoriété.**
- L'occasion de **mettre en lumière près de 25 partenaires** de l'OIT (hébergement, restaurants, activités).
- **Découverte pour les internautes d'une destination** qui vit en dehors de l'été → *piste pour 2024.*

Avec l'agence
Landes Attractivité

Accueil de :

3
Journalistes
presse écrite
française

The Mag, Est Républicain
et Version féminina



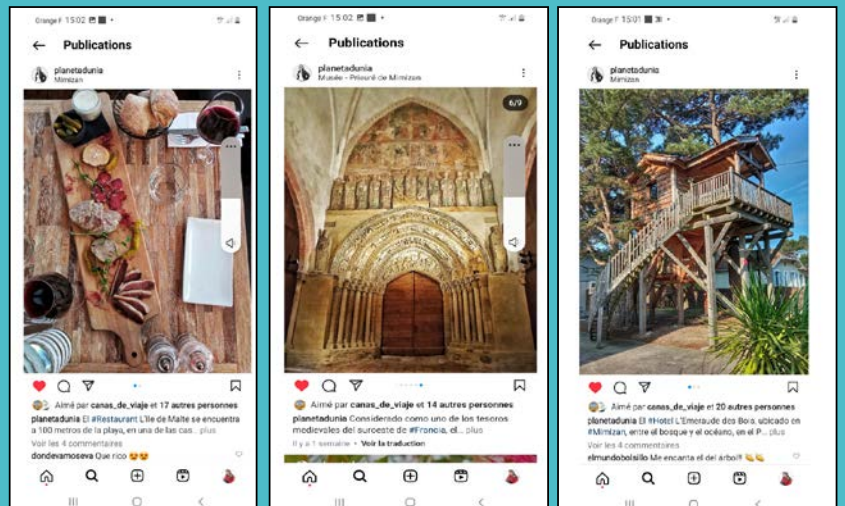
Le Mag parution le 13 mai 2023



Version Fémina parution septembre 2023

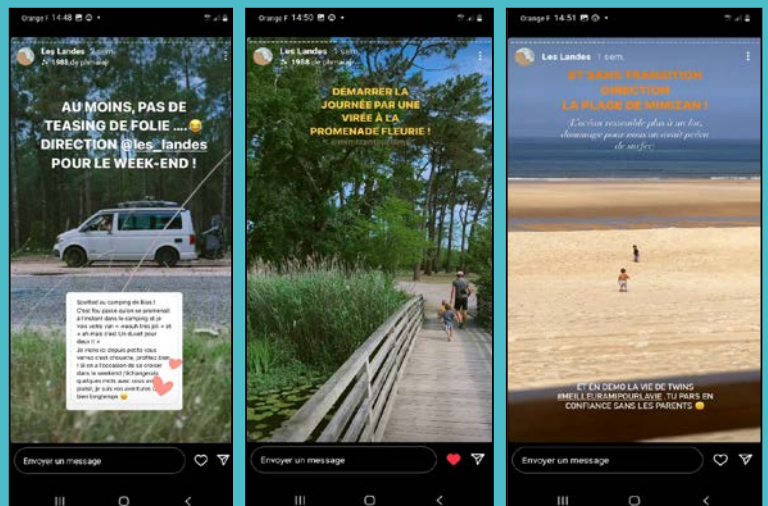
2
Bloggeurs
français

2
Journalistes
espagnols
presse écrite et
réseaux sociaux



Reportage du 2 au 4 juin – Ana Isabel Estriche et Ano Bigorra

4
Journalistes néerlandais
presse écrite et
réseaux sociaux



Reportage du 3 juin – 1 duvet pour 2

L'animation des réseaux sociaux

12

Nombre de **comptes** de l'OIT

Chacun a un rôle à jouer concernant la visibilité de la Destination.

1. Objectifs et stratégie

Nos objectifs pour cette période étaient les suivants :

- **Accroître** la visibilité de la communauté de communes de Mimizan en tant que destination touristique.
- **Encourager** l'engagement des utilisateurs et renforcer la communauté en ligne.
- **Promouvoir** la campagne avec Signe des Temps, les événements, activités et attractions locales.
- **Fournir des informations** utiles aux visiteurs potentiels que ce soit en direct sous les posts ou via les messageries privées.

2. Statistiques générales

Quelques définitions :

■ COUVERTURE

L'ampleur de la visibilité de nos informations touristiques **sur nos pages Instagram et Facebook**.

Cela englobe le nombre de personnes atteintes par nos publications et stories, contribuant ainsi à élargir notre audience en ligne.

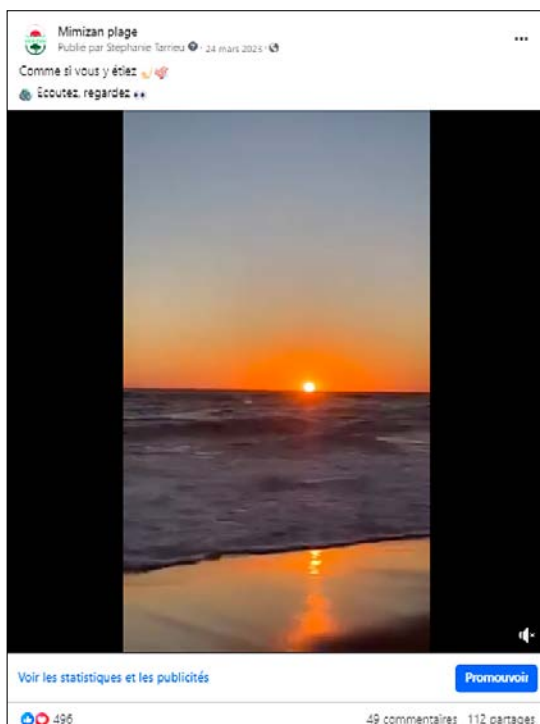
■ INTÉRACTION

L'engagement actif des utilisateurs avec nos contenus, exprimé par des likes, des commentaires et des partages.

Une interaction efficace renforce notre présence en ligne et favorise la connexion avec notre communauté virtuelle.

Mimizan plage

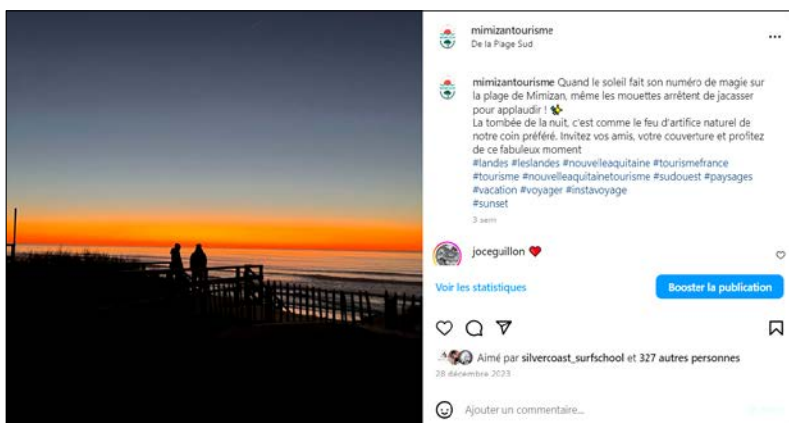
→ **Baisse des interactions sur FB** mais c'est un phénomène normal, **les internautes (surtout les plus jeunes) cliquent de moins en moins sur « j'aime »**



Post de l'année



→ Les internautes qui interagissent le plus souvent **ne sont pas forcément abonnés au compte** de @Mimizantourisme, comme FB c'est un comportement ordinaire. **Le principal étant que le compte de l'OIT paraisse sur leur fil d'actualité.**



Post de l'année



La version pro de X (anciennement Twitter) est payante donc les statistiques que nous avons sont trop limitées pour tirer des conclusions significatives.

- Nombre de Followers : **15 nouveaux followers**, soit une augmentation de 3%.
- Portée Totale : **5 262 impressions**.



Post de l'année



ÉVÉNEMENTS ET PARTENARIATS

Cette année, nous avons collaboré avec **5 instagrammers**, qu'ils soient visiteurs ou locaux, sur des reels, une tendance émergente sur les réseaux sociaux.

→ Ce phénomène montre notre engagement à créer une communauté dynamique autour de notre destination, renforçant ainsi notre présence en ligne et l'attrait touristique de notre destination. Nous continuerons à exploiter cette tendance pour susciter l'enthousiasme.

RÉPONSES

Nous avons maintenu une communication active avec notre audience en répondant à **27 messages directs sur messenger**.

→ Sur Instagram, il n'y a pas de messagerie seulement un fil où nous voyons toutes les interactions (réactions, commentaires et messagerie...) **2024, élaboration d'un tableau** pour mesurer le flux.

PERSPECTIVES FUTURES

Pour les prochains mois, nous envisageons de **renforcer notre présence sur les réseaux grâce à l'arrivée d'un(e) stagiaire en communication pendant 4 mois**.

→ Recherche de visuels, montage vidéos et programmation de posts et stories pour cet été.

Les plateformes d'avis

La publication d'avis sur TripAdvisor est en baisse depuis plusieurs années : 32% au profit de google maps et yelp (maps de chez apple) applications plus intuitives, facile d'accès et que l'on utilise régulièrement.

Google →



2 concernant les odeurs de papeterie et non la qualité d'accueil de l'OIT

tripadvisor →



Essentiellement sur les odeurs de la papeterie

Le blog

En 2023 ce sont les expériences des campagnes de promotion qui y ont été déposées (pas toutes mais elle seront postées en 2024).

→ Comme chaque année c'est l'article concernant les odeurs de papeterie qui a fait le plus de vues.

Page de destination +		↓ Sessions	Utilisateurs	Nouveaux utilisateurs	Durée d'engagement moyenne par session
		2 642 0,58 % du total	2 296 1,08 % du total	1 876 0,89 % du total	49 s - 23,07 % par rapport à la moyenne
1	/rencontres-avec/actu-rencontre/article/mais-cest-quoi-cette-odeur.html	2 637	2 292	1 872	49 s



5

Accueillir autrement l'accueil dans et hors les murs



L'accueil

L'équipe saisonnière

Ont été embauchées :

- SALOMÉ qui était déjà avec nous en 2022, à un poste de 35h pour les 2 mois d'été.
- CAMILLE à un poste de 35h pour les 2 mois d'été.
- CHARLOTTE à faire de l'accueil hors les murs 3 matinées par semaine sur Mézos.

- ▶ Une découverte sur la destination, encadrée par une conseillère en séjour, pour les 3 saisonnières
- ▶ Formation des saisonnières sur l'accueil, les logiciels de caisse et de billetterie...

Nous avons constaté l'efficacité de cette organisation.



OpenStreetMap

Cette année, OpenStreetMap a permis la mise en forme :

- De nouvelles cartes des pistes et sentiers pédestres, des plans de ville avec un gros travail de collaboration avec toutes les Mairies et la Communauté de Communes.
- Une carte interactive bien fournie en informations.
 - Des idées pour 2024 vont permettre de la développer.

La screenline

Cette chaîne d'information, issue directement des données de notre site, comprenant des informations telles que l'agenda, les marchés, les marées, le drapeau des plages... **a été offerte gratuitement aux mairies et à certains campings.**

- Ces établissements avaient exprimé leur accord lors de rendez-vous visant à démontrer son utilité.
- Malgré des relances en 2023 aucun d'entre eux n'a donné de suite. Mais ne lâchons rien !

La fréquentation touristique

1. Renseignements touristiques sur l'année

16 241

Personnes renseignées à l'accueil en 2023
(16 277 en 2022, 14 612 en 2021)

55 453

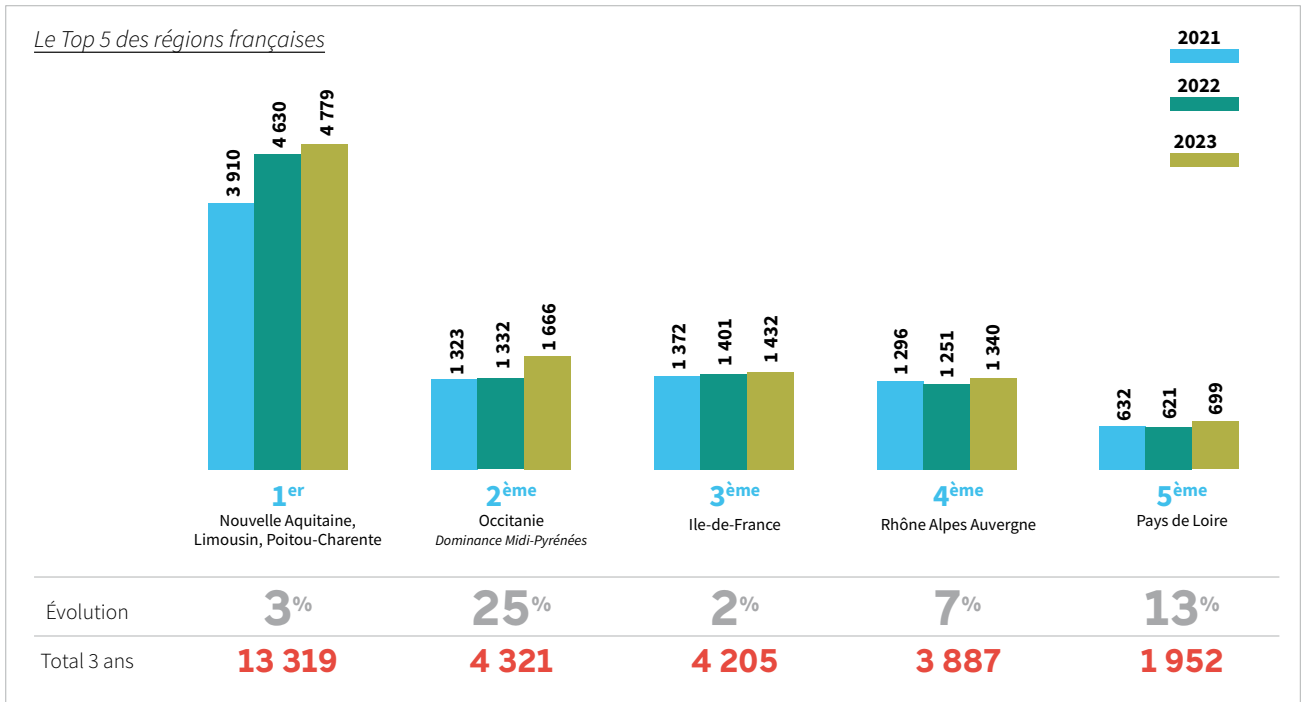
Nbre de pers rentrées à l'accueil (source compteur)
(53 057 en 2022, 31 540 en 2021)

NB : le 12 octobre 2021 le compteur est tombé en panne avant les vacances de la Toussaint donc chiffres sont un peu faussés.

2. L'origine de la clientèle française

90%

De visiteurs accueillis cette année **sont français**



3. L'origine de la clientèle étrangère

1 591

Étrangers renseignés à l'accueil (1 905 en 2022, 900 en 2021)

- Moins d'étrangers que l'année dernière.
- L'Allemagne toujours en 1^{ère} position sur l'ensemble de la saison.
- Les espagnols sont les plus présents pour les vacances d'avril.
- Le nombre de Suisses (6^{ème} position) augmentent chaque année.

Top 5 - Nombre d'étranger d'avril à octobre

	2021	2022	2023
Allemagne	293	532	455
Espagne	113	345	377
Pays Bas	134	249	183
Belgique	169	237	180
Russie	61	183	172



L'information dans les murs à l'OIT LES ÉDITIONS

Les supports de communication papier

2023, année du changement

- ___ Nouvelles **éditions** avec **nouveau logo**
- ___ Nouvelle **charte graphique**
- ___ Nouveau **plan de communication**

NOUVEAU

En 2023, nous avons décidé pour répondre encore plus à la demande, de **dissocier notre guide de destination en deux brochures** :

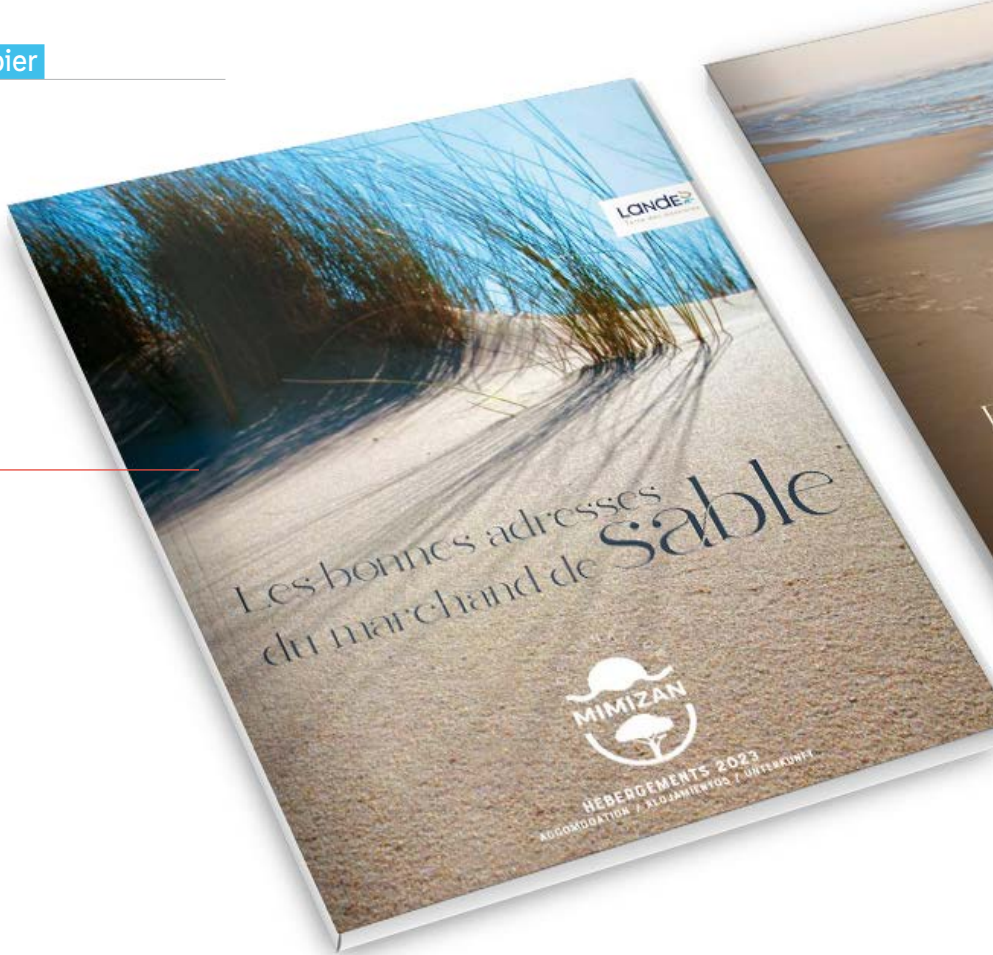
- les **hébergements partenaires**,
- le **magazine des vacances** consacré à la partie activités, lieux de visites, loisirs, restaurants, commerces et santé.

4 800 exemplaires en 2023

En 2021 et 2022 le guide des hébergements était intégré au magazine.

> 14 000 ex. en 2022

> 12 000 ex. en 2021



- **La documentation papier**, aussi bien celle de l'OIT que celle de nos prestataires partenaires été **en libre-service cet été**.

→ Un retour « à la normale » comme avant la pandémie.

- **Le principe des QR codes avec « flash-codes » a été conservé sur chaque prospectus** cette année encore **et le restera à l'avenir**.

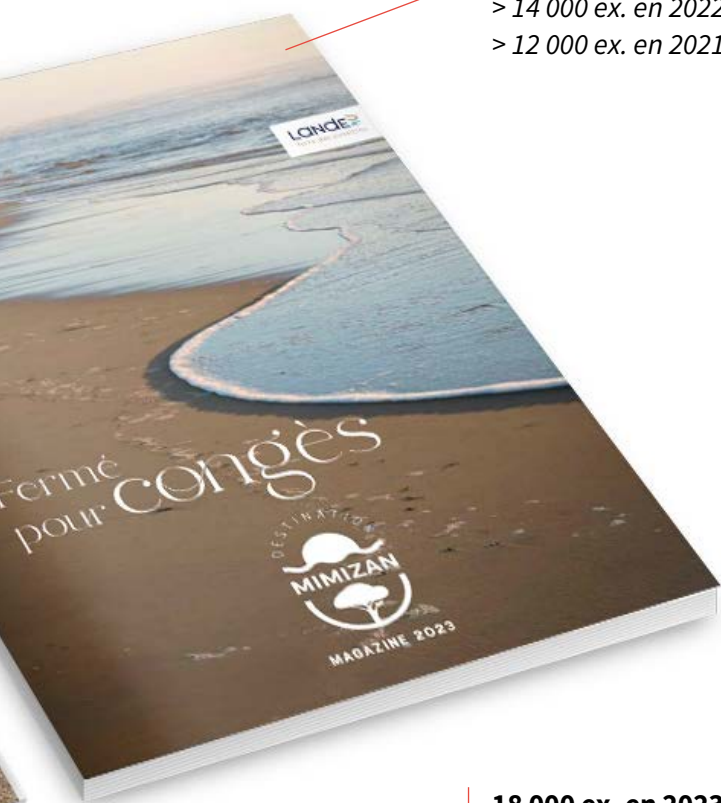
→ À voir cependant s'il est possible d'en ressortir des statistiques afin d'avoir un retour sur le nombre de connexions via ces QR codes.

- **En cette fin d'année, les stocks de documentation de l'OIT restante ont été plus limités, voir trop juste pour certaines documentation**.

→ Exemple : plan de ville qui a manqué en cours d'été : support qui a dû être réimprimé, la distribution de la table des marées a aussi dû être limitée chez nos partenaires.



212 affiches du programme des animations, 18 panneaux d'affichage.



14 000 exemplaires en 2023

- > 14 000 ex. en 2022
- > 12 000 ex. en 2021

NOUVEAU

Gros changements au niveau de ce support, il regroupe à présent :
 ● **tout ce que l'on peut faire à vélo** → pistes cyclables
 ● **tout ce qui se fait à pied** → sentiers pédestres sur l'ensemble du territoire

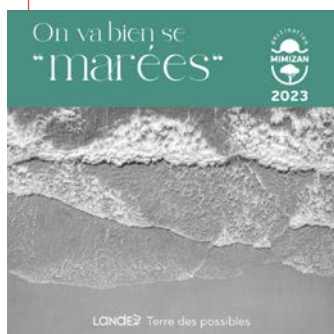
Ce document est devenu gratuit et non plus vendu 1€!

15 000 ex. en 2023

- > 22 000 ex. en 2022
- > 20 000 ex. en 2021

20 000 ex. en 2023

- > 2 600 ex. 2022
- > 3 000 ex. en 2021



18 000 ex. en 2023

- > 17 000 ex. en 2022
- > 22 000 ex. en 2021



3 300 exemplaires



2 800 exemplaires



2 800 exemplaires



16 520 ex. en septembre
3 300 ex. en nov./déc.

La demande d'informations

RENSEIGNEMENTS TOURISTIQUES SUR L'ANNÉE

Hors accueil physique à l'OIT, en Hors les Murs.

Demandes reçues

 **1 397**

1 681 en 2022, 1 479 en 2021



1 067

Par mail

(1 183 en 2022, 798 en 2021)



13

Par courrier

(8 en 2022, 9 en 2021)



286

Par téléphone pour une demande d'envoi de documentation mail ou papier

(261 en 2022, 319 en 2021 - Hors appels directs avec réponse immédiate lors de l'échange)



31

Médias sociaux

FB, instagram, X...
(145 en 2022, 280 en 2021)

Réponses envoyées

 **1 229**

1 663 en 2022, 1 482 en 2021



798

Par mail

(988 en 2022, 595 en 2021)



402

Par courrier

(507 en 2022, 598 en 2021)



Par téléphone

le nombre d'appels reçus ne peut être comptabilisé



29

Médias sociaux

FB, instagram, X...
(141 en 2022, 259 en 2021)

- **Les canaux de demandes d'informations sont plus ou moins égaux cette année comparé à l'année dernière.**
 - _ Très légère augmentation concernant les demandes reçues par téléphone et petite baisse pour les demandes reçues par mail.
 - _ En revanche, via les médias sociaux les demandes ont été moins nombreuses cette année.
- **Certaines demandes via les réseaux sociaux ne peuvent malheureusement pas être comptabilisées** car des réponses à des demandes viades story, des post...
- On peut noter que **l'envoi de courriers postaux diminue** d'année en année.

- D'une manière générale **on peut remarquer sur cette année 2023, une baisse de demande et d'envoi de renseignements touristiques** qui peut notamment s'expliquer par la hausse du nombre de visiteurs sur notre site internet mais aussi la mise en place d'un cloud partagé avec l'ensemble de nos partenaires dont le lien est envoyé tous les mois et ensuite repartagé avec leurs vacanciers ce qui peut expliquer qu'ils nous sollicitent un peu en direct avant leur séjour.

DEMANDES TOTALES DE L'ANNÉE

Ne peuvent être comptabilisées les demandes reçues par téléphone dont la réponse peut-être aussi immédiate lors de l'échange.

Renseignements donnés



18 166

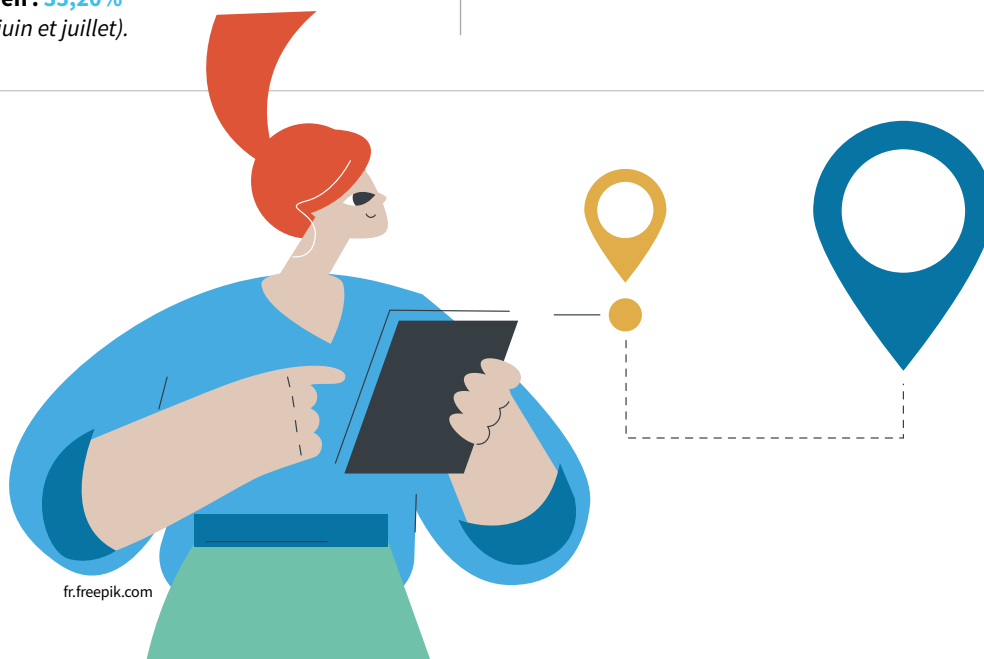
Soit - 2% comparé à 2022
(18 535 en 2022, 16 946 en 2021)

	Courriers envoyés	Accueil Numérique (emails envoyés via messagerie traditionnelle, médias sociaux : tchat, FB...)	TOTAL Réponses données	OIT Actes de renseignements Comptoir	Point Info MEZOS** Actes de renseignements Comptoir	Accueil Hors les Murs	TOTAL GLOBAL	Personnes accueillies via Compteur OIT
2023	402	827	1 229	16 241	cf : HLM	696***	18 166	55 453
2022	507	1 156	1 663	16 277	88	507	18 535	53 057
2021*	598	887	1 485	14 612	137	712	16 946	31 540
2020*	509	1 259	1 768	10 421	0	0	12 189	21 172
2019	838	725	1 563	16 122	57	359	18 101	68 990

* : année covid-19 / NB : L'acte de renseignement par téléphone ne peut être comptabilisé
 ** Point infos définitivement fermé et remplacé par de l'accueil hors les murs (cf. chiffres en page 49).
 *** Dont Mézos

INFO +

- **Informations du mois partagées via le « cloud » :**
dossier de partage pour les infos du mois (infos pratiques), emailing en général 1 fois par mois (animations, restaurants ouverts, pharmacies de garde, marchés, vide grenier et lotos, transport, Sivom...) à destination de l'ensemble de nos partenaires (environ 290).
- **Taux d'ouverture des mails : 66,15%**
(aïles de saison soit en avril et juin le plus d'ouverture).
- **Taux de clics moyen : 35,20%**
(clic maximum en juin et juillet).
- **Les taux d'ouverture et de clics correspondent notamment à la saisonnalité et à l'importance des informations que l'on peut y trouver selon les mois.**
(partagé par les partenaires à leurs propres vacanciers).
- **Taux d'ouverture : % plus élevé lorsque le mail est envoyé en fin de journée voir soirée** et en début de semaine, lundi (++)
→ À travailler pour un taux d'ouverture encore plus fort.



Poursuite de l'opération d'accueil hors des murs (HLM) Sur l'ensemble de la Communauté de Communes de Mimizan

Dispositif en place depuis 2014



9^e année



696

Renseignements donnés



79

Heures d'accueil



40

Dates

Pour comparer, en 2022 :
507 renseignements donnés
sur 26 dates.

Retour en images sur l'accueil hors les murs 2023



Comme chaque année, l'opération des accueils hors les murs de l'OIT démarre par notre présence sur les Marchés de Producteurs de Pays à Mimizan (le 28 juin) et à Aureilhan (le 11 juillet).

- Tout au long de l'été du 17 juillet au 23 août et sur l'ensemble du territoire de Mimizan et sa Communauté de Communes l'équipe a pu être présente à différents endroits du dimanche matin au mercredi matin (voir certains soirs selon les événements) afin de renseigner les locaux, habitants et vacanciers qui ne viennent pas à l'OIT.
- La clientèle a répondu cette année encore favorablement à ce dispositif qui malgré une petite baisse cet été reste un succès, auprès des personnes renseignées (avec des retours positifs) et surtout un service plus que l'on rend.

ACCUEIL HLM EN QUELQUES CHIFFRES

COMMUNE	LIEU	2019		2021		2022		2023		COMMENTAIRES
		NBRE DATE	NBRE PERS.	NBRE DATE	NBRE PERS.	NBRE DATE	NBRE PERS.	NBRE DATE	NBRE PERS.	
AUREILHAN	Résidence Terrasses du lac	1	1	-	-	-	-	-	-	
	Près plage surveillée/ All Water	2	6	-	-	-	-	-	-	
	Marché	N'existait pas		2	85	2	30	3	90	<ul style="list-style-type: none"> ● En plein milieu du marché. ● Lieu de passage. ● Fréquentation entre 10h30 et 12h. ● Une météo plutôt favorable sur l'ensemble des 3 sorties.
	Marché de Producteurs de Pays	1	17	1	21	1	4	1	11	Petite hausse de fréquentation cette année avec une météo plus clémente que l'an dernier. → Explique peut-être cet écart
BIAS	Camping le Tatiou	2	14	4	51	2	41	2	14	<ul style="list-style-type: none"> ● Emplacement idéal : à proximité de l'accueil mais finalement peu de passage. ● Mauvaise météo (gris, nuageux, vent et petite pluie) sur un jour qui a donné 0 renseignements. → dommage
	Village Vacances Pins d'Or	3	8	-	-	-	-	-	-	
	Marché	N'existait pas		2	64	2	27	2	27	<ul style="list-style-type: none"> ● Lieu agréable. ● Locaux/vacanciers sont contents de nous y trouver. ● 1 date a été annulée pour cause de mauvais temps.
MÉZOS	Marché de Producteurs de Pays	1	15	N'a pas eu lieu		1	4	1	14	<ul style="list-style-type: none"> ● HLM qui a mieux fonctionné cette année comparé à l'année dernière. ● Météo était plus propice cette année comparé à l'an passé.
	Près de l'église + Mairie (1 fois) + à l'église (1 fois)	-	-	-	-	-	-	13	86	<ul style="list-style-type: none"> ● Une hausse de 122 personnes renseignées mais sur 13 dates supplémentaires comparé à l'an passé où nous avions un peu moins de dates. ● Satisfaisant au final car notre présence au marché le dimanche matin est très apprécié ! ● Le « pic » de fréquentation des personnes renseignées en général et quel que soit le lieu est entre 10h30 et 11h30. ● Requêtes clients un peu différentes en fonction des lieux (marché = rando/balade et visite culturelle) ou église = animations, activités de distraction et sportives). ● En 2023, on compte finalement 11,6 pers. par date contre 15,37 pers. par action en 2022. ● Finalement l'accueil HLM sur Mézos reste assez similaire à l'an passé si on reprend et comptabilise l'ensemble des chiffres (au réel +48 personnes accueillies) avec un succès le dimanche matin où ont été renseigné en moyenne une petite vingtaine de personnes.
	Marché	N'existait pas		7	225	7	119	7	145	
	Journée TER	1	5	N'a pas eu lieu		-	-	-	-	
	Soirée paëlla	1	5	-	-	-	-	-	-	

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2023 OIT MIMIZAN

COMMUNE	LIEU	2019		2021		2022		2023		COMMENTAIRES
		NBRE DATE	NBRE PERS.	NBRE DATE	NBRE PERS.	NBRE DATE	NBRE PERS.	NBRE DATE	NBRE PERS.	
MIMIZAN	OIT (pré-accueil)	-	-	1	30	-	-	-	-	
	Marché couvert	5	164	3	102	4	155	4	125	<ul style="list-style-type: none"> Lieu qui reste à chaque fois bien apprécié et qui fonctionne. Emplacement stratégique et avec un flux de passage évident.
	Marché Producteurs de Pays	N'existait pas		1	15	1	15	1	27	<ul style="list-style-type: none"> Meilleure fréquentation cette année. Emplacement revu, près de l'entrée côté producteurs. 17 renseignements "touristiques" qui ont réellement donnés. Le reste étant plus des demandes d'ordre pratique lié à l'événement.
	Promenade Fleurie	1	9	3	101	2	33	2	78	<ul style="list-style-type: none"> Sur 2 dates comme l'an passé. Plus du double de personnes renseignées (1 date a dû être annulée au vu de la météo (pluie)). Nous retombons donc sur nos chiffres de lieu d'accueil hors les murs agréables avec une affluence certaine. La météo y a été pour quelque chose aussi avec un temps parfait.
	Nuit des Étoiles	1	60	N'a pas eu lieu		1	20	1	15	<ul style="list-style-type: none"> Un peu moins de monde renseigné cette année comparé à 2022. Météo un peu capricieuse sur cette journée ! Il est quand même important et judicieux de conserver ce point d'accueil lors de cet événement car toujours pratique et utile et nous avons la chance d'avoir du personnel sur place pour cela !
	Place des Ormes	-	-	-	-	2	44	1	33	<ul style="list-style-type: none"> 2 dates, une seule maintenue, l'autre a dû être annulée pour cause de mauvais temps. L'emplacement idéal entre les 3 colonnes en mosaïques sur la place des Ormes. Locaux, vacanciers tous ont trouvé leur compte.
SAINT PAUL EN BORN	Camping la Clairière	2	14	-	-	-	-	-	-	
PONTENX LES FORGES	Marché Producteurs de Pays	1	10	1	18	1	15	1	10	<ul style="list-style-type: none"> Fréquentation assez constante malgré tout même si on remarque une petite baisse cette année. Les locaux ont été ravis que l'OIT se déplace.
	Fête du Pain	1	32	N'a pas eu lieu		Annulée		1	21	<ul style="list-style-type: none"> En 2023, vente de pain possible + vide grenier = du monde car beau temps mais au vu de la fréquentation peu de renseignements donnés. → beaucoup de demandes non comptabilisées sur demandes pratiques : WC, vente de pain (quand?), "gérer" le parking au niveau des entrées et sorties : cela bouchonné...
TOTAL		23	359	25	712	26	507	40	696	



CONCLUSION

● En 2023

Nous avons renseigné en dehors des murs de l'OIT environ 190 personnes de plus que l'an dernier.

→ Soit en moyenne environ 17,4 personnes par action renseignées sur une durée de 2h de temps soit 9 personnes par heure.

● 4 dates annulées 1 date maintenue

→ sans succès dû à la météo.

● les chiffres de fréquentation d'accueil hors les murs

→ sont plutôt bons et satisfaisants notamment comparé à l'année dernière (au regard du nombre de dates totales et du temps passé).

→ Soit plus de 190 personnes renseignées.

→ Plus de dates cet été donc plus de sorties en accueil hors les murs.



La billetterie de spectacles et activités

	2019 avril à septembre	2021 avril à septembre	2022 avril à septembre	2023 avril à septembre
QUELS BILLETS VENDUS ?	<ul style="list-style-type: none"> Landes Emocion Natur'Game Visites de Gascogne Papier Sarro Concerts Église plage Marquèze Aqualand 	<ul style="list-style-type: none"> Activités de Katia Service sports ville de Mimizan Sarro, Le mirage Landes Emocion Aqualand Kid Park 	<ul style="list-style-type: none"> Landes Emocion Chevaux Toro passion Activités du service sports Born Sport santé Natur'Game Visites de Gascogne Papier Sarro Le Mirage Concerts Église plage Aqualand 	<ul style="list-style-type: none"> Landes Emocion Chevaux Toro passion Activités du service sports Natur'Game Visites de Gascogne Papier Sarro Aqualand
CHIFFRE D'AFFAIRES	58 115,50€	12 983,40€	27 354,95€	22 985,45€
% ÉVOLUTION N / N - 1		-77,66	+ 110,69 <small>par rapport 2021 mais -52% par rapport à 2019</small>	-15,97 <small>par rapport à 2022</small>
COMMISSION POUR OIT TTC	5 429€	608,10€	3 034€	2 813,45€
% ÉVOLUTION N / N - 1		-88,80	+ 399,01 <small>par rapport 2021 mais -44% par rapport à 2019</small>	-7,25

● Un chiffre d'affaires généré de 22985,45€

Contre 27354,95€ en 2022 soit une baisse de - 15,97% / 2022.

→ Attention les chiffres ne prennent en compte que le chiffre d'affaire généré par les ventes effectuées en ligne et via les ventes effectuées à l'accueil et comptabilisées sur l'interface caisse depuis le logiciel ingénie. Ce qui n'était pas le cas puisque jusqu'en 2019 tous les prestataires étaient pris en compte.

● La commission sur les ventes de billets de spectacles ou d'activités était en 2022 de 3 034€ et enregistre une légère baisse cette année et s'élève à 2 813€ soit près de -7,25% de commission pour l'O.I.T.

→ Pour info elle était en 2019 de 5 429€ mais nous avons à l'époque les visites de l'écomusée de Marquèze.

● Les ventes de l'été gérées par l'OIT :

- Aux arènes : 1 spectacle taurins par Landes Emotion et 3 spectacles par Chevaux Toros passion.
- Billets pour Aqualand
- Natur' Game de Katia
- Les activités du service sports de la ville de Mimizan
- Les visites de Gascogne Papier

● Nouveauté 2023

- 3 spectacles de Chevaux Toros passion (contre deux en 2022).
- 1 seul spectacle Landes Emocion (contre 2 l'an dernier).

→ À noter

Les ventes générées ainsi que la commission auraient plus élevées si nous n'avions pas dû annuler un certain nombre d'activités comme quinze jours en juillet d'activités annulées car la salariée du service sports de la ville de Mimizan était en arrêt maladie et pas remplacée puis l'annulation de trois visites de Gascogne papier en août à cause de l'incendie du tas de copeaux. Ce constat est à reporter sur les analyses des ventes en ligne.

→ À remarquer

– 40 entrées pour Aqualand vendues cette année contre zéro l'an dernier ce qui représente un CA de 1620,50€ dont 105,50€ de com pour l'O.I.T

– Nous avons arrêté la vente des billets Sarro car ils ont développé leur propre système de réservation en ligne (de toutes les façons les ventes étaient devenues très marginales).

Les ventes en ligne

Avril à septembre	2021	2022	2023
QUELLES PRESTATIONS REVEN- DUES ?	<ul style="list-style-type: none"> Service sports ville de Mimizan Activités de Katia 	<ul style="list-style-type: none"> Service sports ville de Mimizan Activités de Katia Born Sport Santé 	<ul style="list-style-type: none"> Service sports ville de Mimizan Activités de Katia
CHIFFRE D'AFFAIRES	481,65€	3 182,45€	3 208,20€
% ÉVOLUTION N / N - 1		561	
COMMISSION POUR OIT TTC	8,90€	1 245,80€	1 470,95€
% ÉVOLUTION N / N - 1			+ 18,07

● Pour la commission, la grande majorité de la somme provient de la marge réalisée grâce à la vente de billets de la visite de Gascogne Papier (1088 €) ; les autres partenaires génèrent une commission très marginale (5 % du montant des billets qui ne dépassent que rarement 5 € à l'achat).

→ Rappel

Les activités de la guide nature de l'OIT même payantes (comme le natur'game) **ne sont pas margées**.

● Sur la totalité des ventes (guichet + vente en ligne) la commission attribuée à l'O.I.T est inférieure à celle de l'an dernier ce qui s'explique principalement par la baisse de vente des billets pour Landes emotion (un spectacle de moins) qui générerait beaucoup de vente au guichet, l'augmentation du nombre de spectacles de Chevaux Toros passion ne permet pas de combler cet écart.

→ Constat

Les réservations en ligne progressent au détriment du guichet : **+ 18%**



La boutique

VENTES 2023

Évolution du chiffre d'affaires

Un chiffre d'affaires en **augmentation de 8%**

Malgré la gratuité des pistes cyclables dès le mois de juin, qui s'explique par la diversité des produits et un meilleur agencement vitrine.



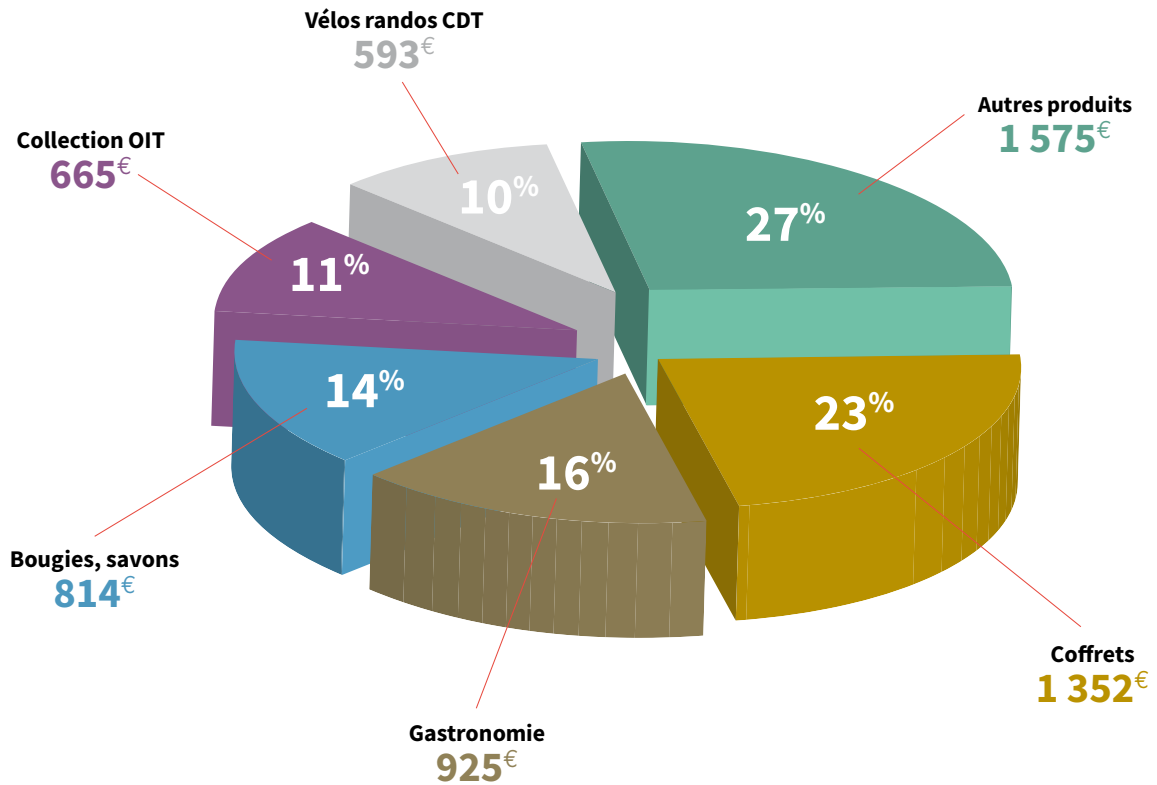
Hors pistes cyclables

CA 2023 TTC **5 607€** (contre 3418 € TTC en 2022) soit **40% d'augmentation des ventes.**

MARGE NETTE HT **1 531 €** (contre 927,95€ en 2022)

Le Top des ventes en 2023

Total recettes → 5 924€



- **Le Top 5 a évolué par rapport aux années précédentes**
Les coffrets et produits de gastronomie font partie des meilleures ventes suivies de près des dernières nouveautés.
Exemple : stylos Bic, magnets.

- **Panier moyen a doublé, il passe à 3,96€**
Par rapport à 1,75€ en 2022. Ceci s'explique par la gratuité des pistes cyclables (vendues 1€) qui faisaient chuter le panier moyen les années précédentes.

Nouveautés boutique 2023

Des produits durables, destinés principalement aux touristes véhiculant l'image de la destination.

Collection « Destination Mimizan »



Des sweats griffés proposés en exclusivité à nos partenaires



À RETENIR

- **Un CA en augmentation** qui est encourageant avec **la suppression des ventes des pistes cyclables en 2023** qui représentaient 38% des ventes annuelles.



À PRÉVOIR

- **Enrichir la gamme de produits autour du durable** en continuant de promouvoir la destination.
- **Agencement des produits en libre-service à l'accueil** pour une meilleure attractivité et favoriser l'augmentation des ventes.
- **Audit boutique.**

6

Les labels de qualité



Le label « Qualité tourisme »



1. Le questionnaire de satisfaction

58 Questionnaires remplis cette année contre 6 l'année dernière.

Parmi les commentaires :

- Les crottes de chien dans les rues et sur la plage.
- La propreté des plages : pas de poubelles.
- On ne trouve pas les points tri.
- Pas de navette gratuite pour aller au marché nocturne.
- Plus de douches sur les plages.
- Conserver les cabanes de plage.

Un nouveau questionnaire de satisfaction va être mis en place avec des questions ciblées et utiles pour 2024.

2. Les réclamations

23 Réclamations écrites / **49** Réclamations orales dont certaines répétitives.

- **Transports** : pas de bus le week-end en hors saison, la navette gratuite qui ne commence pas le 1^{er} juillet et manque certains arrêts.
- **Poubelle et points tri** : pas assez et mal répartis, des distributeurs de sacs à crottes toujours vides, manque de poubelles près des DAB.
- **Aménagement** : signalétique pour aller à la promenade fleurie, douches sur les plages, la plage de Lespecier devrait annoncer le drapeau rouge dès le début du chemin allant à la plage, nuisances sonores à la Garluche.
- **Accès PMR et poussettes** dans certaines rues.

3. Former les saisonniers dans les mairies et les hébergements professionnels

Cette réunion est dédiée au personnel d'accueil de tous les hébergements pros, les mairies et bien sûr le personnel saisonnier de l'OIT.

Au programme :

- **Le b.a.- ba de l'accueil.**
- **Présentation des visites et activités** sur la CCM (explications, tarifs...).
- **Présentation du magazine des vacances et du programme des animations** (plus détails sur les grands événements de l'été).
- **Explication des sorties nature et en entreprise** et focus sur la papeterie et explications sur les odeurs de la papeterie.
- **Appropriation de la nouvelle carte interactive** de l'OIT.

Étaient présents,
le personnel d'accueil :
_ de la Mairie de St-Paul,
_ La Marina Landes
_ L'OIT
_ Le Camping La Maiade

4. Le groupe « Qualité de Destination »

En 2023, ce groupe de travail s'est réuni 2 fois :

1/ Le 19 janvier - Ordre du jour :

- **Le bilan de l'année** : les tableaux de bords (dans lesquels sont inscrits les remarques et suggestions des clients, les dysfonctionnements internes et externes à l'OIT) et les questionnaires de satisfaction.
- **La préparation à l'audit** complet en 2024.
- **Les plages** : plage de la Garluche à Mimizan et plage du Ponton à Aureilhan en démarche d'obtention de la marque Qualité Tourisme.
- **Le Label Tourisme** et **handicap** et **l'écolabel Européen**.

2/ Le 13 décembre - Ordre du jour :

- **Le bilan de l'année.**
- **Le plan d'action** concernant les réclamations.
- **Retour sur l'audit blanc** le 28 novembre 2023.
- **Le questionnaire de satisfaction** pour les partenaires.
- **Proposition d'une nouvelle forme de GQD.**



Ces badges nous permettent de **renforcer la communication à destination des familles** dans le but d'asseoir davantage la notoriété de la marque.



1 500

Exemplaires imprimés



La Marque « Qualité Famille »

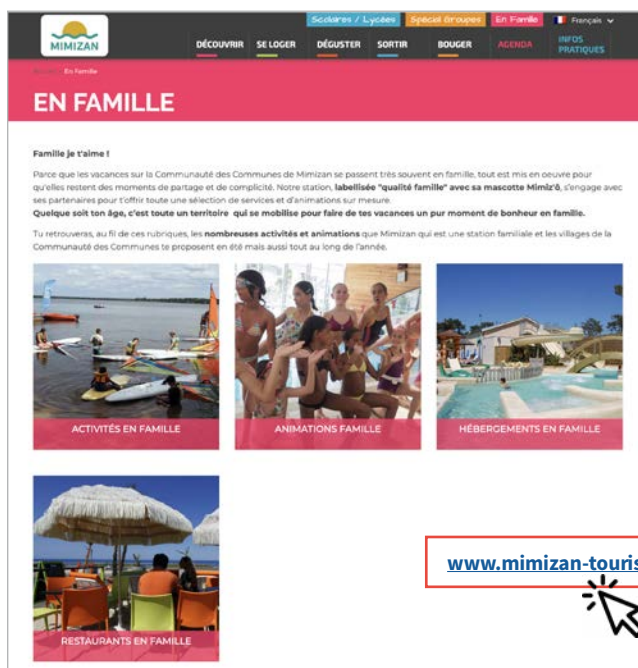
Les actions de communication et de promotion

■ LA COMMUNICATION

- **Nouvelle série de trois badges supplémentaires à l'effigie de la mascotte.**
 - Poursuivre l'effet collection.
 - Distribution à tous les partenaires durant la saison estivale.
- **Mise en avant :**
 - La « Fête du Lac »
 - **Une action** qui nous tient à coeur à destination des **enfants « différents »**.

■ LA PROMOTION

- **Reconduction en 2023 du passeport « Qualité Famille » personnalisable pour chaque enfant.**
 - toujours le fruit du travail collaboratif avec les partenaires au cours de réunions, d'échanges de messages pour évolution de la version initiale.
 - **Présentation de la marque.**
 - **Détail de l'offre des partenaires d'hébergement, d'activités et de restauration.**
 - **Des jeux.**
 - **Des conseils sur la sécurité** des baignades et une autre sur **les écogestes.**
 - **Une page spécifique à faire tamponner dès qu'une activité chez un partenaire** de la marque est effectuée **avec un cadeau surprise** (le badge VIP offert à chaque enfant) à retirer à l'O.I.T dès que la page est remplie...
- **Double page dans le magazine des vacances.**
- **Rubrique dédiée sur le site www.mimizan-tourisme.com/en-famille**



www.mimizan-tourisme.com



Les animations enfants

■ LES INSCRIPTIONS AUX ANIMATIONS ENFANTS

Via le logiciel de réservation Ingénie de l'O.I.T (soit réservation et paiement en ligne, soit directement à l'accueil).



Chiffre d'affaires généré :
540,90€



Chiffre d'affaires généré :
431,70€



Chiffre d'affaires généré :
615,80€

→ Ces chiffres ne comptabilisent que les partenaires qui utilisent le service de réservation en ligne de l'OIT à savoir :

- _ le service sports de la ville de Mimizan,
- _ les animations du guide nature de l'OIT,
- _ les activités enfants/famille proposées par l'O.N.F.

● La plupart des autres partenaires « Qualité Famille » préfèrent utiliser leurs propres canaux de diffusion pour les inscriptions à leurs activités car si ils le font par le biais de l'O.I.T une commission de 5% du prix du billet doit nous être reversée.

● En 2022, l'activité qui génère le plus d'inscriptions d'enfants reste le **Nature Games** du guide nature de l'OIT qui enregistre **une recette de 186 € pour l'OIT** (contre 356 en 2021).

● En 2023, le **chiffre d'affaires généré a augmenté par rapport à 2022 de + 42,69%** et le **nombre d'enfants inscrits a augmenté de +71,07%**

→ À noter que **73 enfants se sont inscrits sur des ateliers ou activités spécifiques durant « Automne en scène ».**

■ DES ACTIONS SPÉCIFIQUES EN 2023

Objectifs principaux : asseoir la marque localement et promouvoir, communiquer et animer le réseau.

Une exposition Playmobil

Du 26 avril au 1^{er} mai - Salle Maurice Martin, Mimizan Plage



- **Plus de 7000 personnages sur le thème de la mer** avec des tableaux variés tels que Astérix, les croisades, le monde merveilleux des sirènes, la croisière des princesses, la piraterie, les bains de mer à la belle époque, la fête de la mer...
- **Des ateliers de customisations** de playmobils également tout au long de l'évènement.

En 2024, nous devrions accueillir une expo Léo.

Zoom sur

9^{ème}
Édition

3 août 2023
Nuit



Nouveautés 2023

- 1 créneau supplémentaire de planétarium à 15 h 30
→ Toutes les séances étatiques spécifiques étaient réservées aux jeunes de Mimizan.
- Spectacle Tornade.
- Gardiennage de 19 h à 00 h.
- 1 food truck « Chicken Truck ».
- Le restaurant « des Parents ».
- Une association d'astronomie sur le site lors des ateliers et au niveau du hangar de l'aérodrome.

→ Nous avons prévu un lâcher de ballons stratosphériques mais malheureusement l'autorisation des autorités n'est pas arrivée trop tard aux organisateurs.

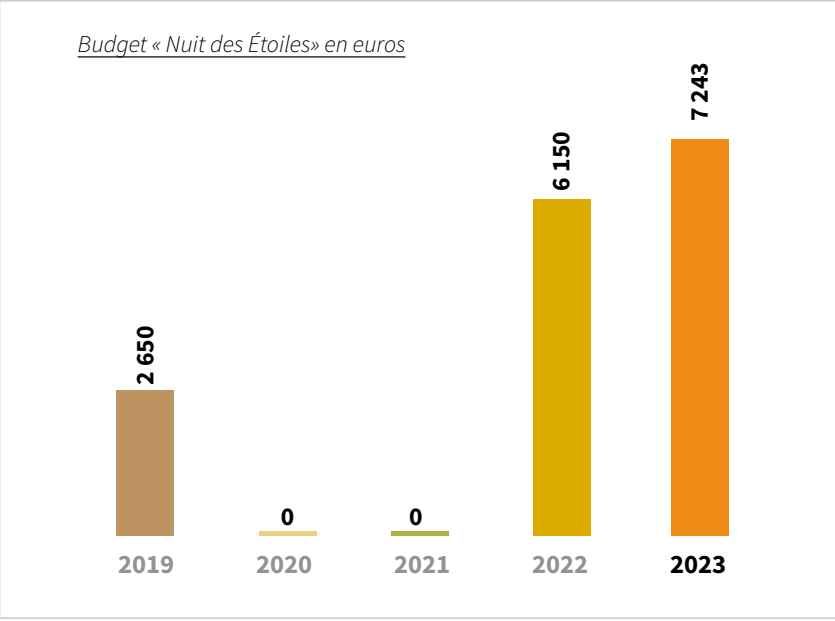
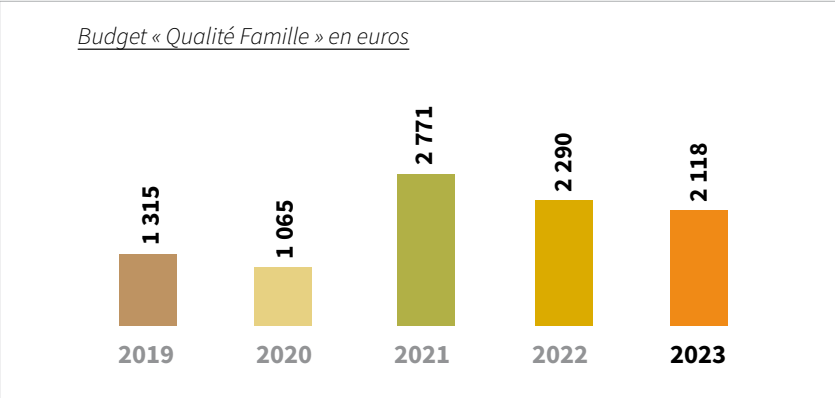


NUIT DES ÉTOILES
JEUDI 3 AOÛT 2023
à l'aérodrome de Mimizan
de 16h à 1h du matin

Un budget boosté par l'édition 2023 de la « Nuit des Étoiles »

Comme détaillé dans la rubrique « Nuit des Étoiles » l'OIT a supporté seul en 2023 les dépenses relatives à cette manifestation et continuera à assurer désormais la totalité du budget.

→ Prévoir cependant en 2024 un budget spécifique pour marquer les 10 ans.



	2019	2020	2021	2022	2023
Total	3 965	1 065	2 771	8 440	9 361

2023 Fête des Étoiles



aire pour les séances
: **150 participants.**
ient complètes un créneau
pour les enfants de l'espace

2h du matin.
Bro » en plus de l'aéroclub.
ras » partenaire.
onomie Albiréo présente
enfants (maquette spatiale)
s expositions.

âcher de ballon
heureusement
s aériennes est parvenu
s.



Commentaire et analyse

- **Du monde dès l'ouverture** de la manifestation avec une météo mitigée peu propice à la plage.
→ en quête d'activités.
- **L'emplacement des WC toujours très apprécié.**
- Toujours autant de **succès du planétarium.**
- **Le public a apprécié de pouvoir également visiter l'hélicoptère de la gendarmerie.**
→ *Cependant pas possible de l'annoncer sur le programme, trop aléatoire.*
- **La météo n'a pas permis de pouvoir profiter du spectacle dans son intégralité et la pluie a compliqué les conditions de visualisation du spectacle.**
→ *Le tarmac étant détrempé les gens ne pouvaient pas s'asseoir et du coup les spectateurs en retrait ne pouvaient pas regarder les différents tableaux dans de bonnes conditions.*
- **Au vue de la configuration du lieu et de la sécurité à apporter aux spectateurs il faudra revoir le spectacle de clôture différemment** soit sur une scène soit un spectacle uniquement en hauteur.

→ **Attention l'an prochain 10^{ème} édition = anniversaire à fêter.**
Rendez-vous le 8 août 2024

→ **Attention aux travaux des logements des gendarmes qui vont sans aucun doute entrainer une ré-organisation au niveau de l'occupation des espaces des repas et/ou activités.**

Des outils de communication

- **Kit de la nuit des étoiles**
→ à télécharger sur le site mimizan-tourisme.com
- **40 affiches.**
- **3000 flyers.**
- Plusieurs **posts sur la page Facebook** « Vacances à Mimizan ».
- **2 articles dans le journal Sud Ouest.**
- **1 article sur le blog Trip'n Mimizan.**
- **2 communiqués de presse.**
- **2 interviews France Bleu Gascogne.**

Les partenaires

- L'Aéro-club
- L'Astro-club du Marsan.
- U.L.M 64.
- l'ADRASEC.
- la Communauté des Communes de Mimizan.
- la Ville de Mimizan.

Les sponsors

- Interhome.
 - All water.
 - Sté Emergence.
 - Lionnel Marchand.
- **650 euros au total**

150

Enfants ont participé aux ateliers

100

sandwiches

150

Portions vendues par «Chicken Bro»

130

Personnes on fait des baptêmes de l'air

10

Réservations au restaurant des Paras

40

Enfants ont participé à la recherche de balises



« La Véloodyssée »



Le label « Accueil Vélo »

L'animation à l'échelle de l'O.I.T

Le vélotourisme est en plein essor dans un contexte économique déprimé.

Cette activité, qui répond à de nouvelles aspirations des clientèles, est en croissance constante avec de nouveaux itinéraires aménagés et des services adaptés aux cyclistes.

Pourquoi devenir Accueil Vélo ?

- **Améliorer votre visibilité** auprès des touristes à vélo et des agences de voyages spécialisées vélo.
- **Présence sur les différents supports de La Vélo maritime** (web et papier) ainsi que sur **francevelotourisme.com** (moteur de recherche, cartes interactives).
- **Référencement** possible dans les topoguides vélos.
- **Devenir acteur d'une dynamique en pleine croissance** et entrer dans un réseau local et national de prestataires.

LE RÉSEAU DES PARTENAIRES LABELLISÉS SUR NOTRE TERRITOIRE EN 2023

- **4 hôtels ****
- **1 hébergement de groupes.**
- **1 résidence de tourisme** à Aureilhan.
- **1 chambre chez l'habitant.**
- **1 loueur de vélo.**
- **1 lieu de visite** (le Musée Prieuré de Mimizan).
- **1 prestataire d'activités et de loisirs** (le golf de Mimizan).
- **L'Office Intercommunal du Tourisme.**

FRÉQUENTATION ET UTILISATION DU RÉSEAU CYCLABLE

465 580

Passages comptabilisés

Le 21 juillet 2023 un pic de fréquentation :
16 644 passages

Une très importante fréquentation et utilisation du réseau cyclable avec des pointes durant les mois d'été.

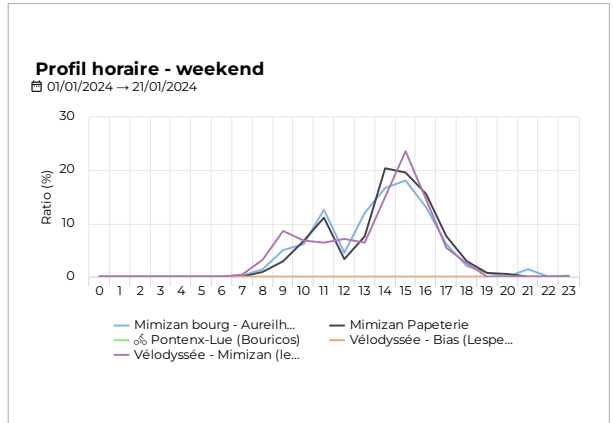
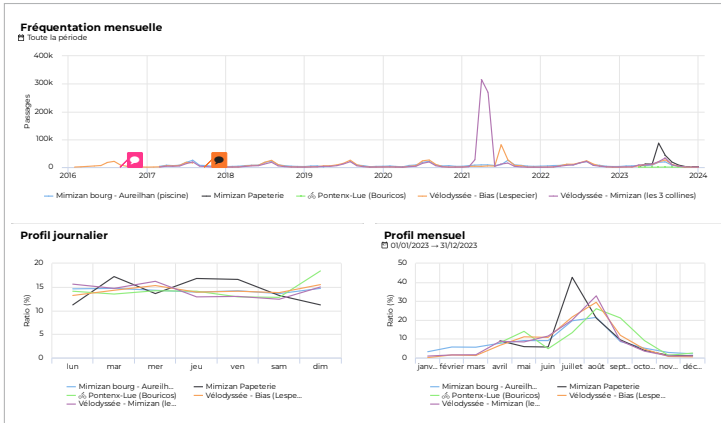
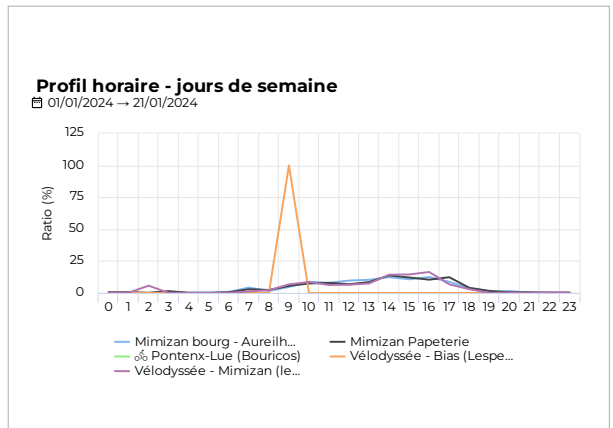
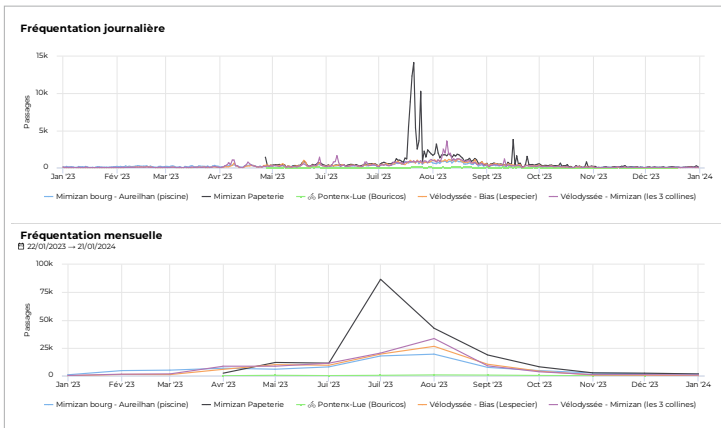
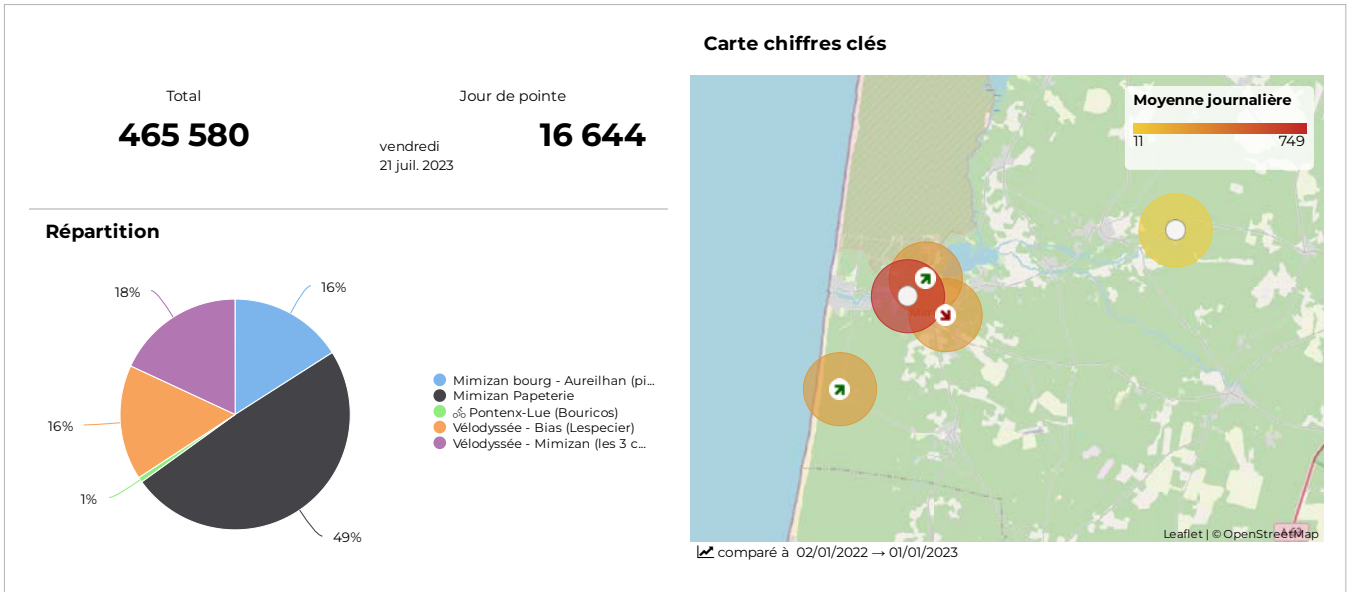
- **Le comparatif de 2022 à 2023 laisse clairement apparaître une augmentation de la fréquentation sur la totalité de nos points de contrôle** (hormis au niveau de la piscine une baisse au mois de juillet).
→ Pour rappel cependant en 2022 la fréquentation de la piste de Lespecier avait très nettement subi l'impact de la fermeture de la véloodyssée sur une grande partie de la saison mais malgré tout, la fréquentation restait élevée au mois d'août 2022.
- **Nous avons désormais accès aux éléments de comptage au niveau de la papeterie** qui se trouve au carrefour des différentes pistes
→ À voir cependant si un bug ne s'est pas produit en août car le chiffre reste très inférieur à celui de juillet.

L'impact sur l'économie touristique du tourisme à vélo est un élément désormais majeur.

RAPPORT ECO VISIO DE LA COMMUNAUTÉ DE COMMUNES DE MIMIZAN

Chiffres clés du 1^{er} janvier au 31 décembre 2023

Source : www.eco-compteur.com



Résumé des chiffres clés

Site	Moyenne journalière ▼	Jour de pointe	Comptage de pointe
Mimizan Papeterie	749	ven. 21 juil. 2023	14 178
Vélodysée - Mimizan (les 3 collines)	276 ▲ 39,8%	mer. 9 août 2023	dim. 5 juin 2022
Vélodysée - Bias (Lespecier)	246 ▲ 0,3%	mer. 16 août 2023	mar. 23 août 2022
Mimizan bourg - Aureilhan (piscine)	244 ▼ -9,6%	mar. 15 août 2023	ven. 19 août 2022
Pontenx-Lue (Bouricos)	11	dim. 13 août 2023	62

comparé à 02/01/2022 → 01/01/2023



2023 : obtention du « Label Territoire Vélo »

Pourquoi ce label ?

Ces dix dernières années, la pratique du vélo en France est en plein essor et le nombre d'adeptes ne cesse d'évoluer : plus importante, plus familiale, plus jeune, plus féminine, plus touristique, plus diversifiée (vélo électrique, pratique itinérante...). Les avantages du vélo sont multiples et chacun a sa raison d'en faire usage. **Cet engouement pour le vélo se retrouve dans les déplacements des Français qui le choisissent de plus en plus comme mode de transport quotidien** et comme activité lors de leurs vacances ou temps libres. **La France est d'ailleurs considérée comme la deuxième destination du tourisme à vélo en Europe.**

Dans ce contexte,
il est important pour les collectivités de :

- **proposer** des aménagements et des équipements sécurisants,
- **mettre en évidence** la qualité de l'accueil,
- valoriser les prestations et les animations vélo proposées sur le territoire,
- **se distinguer** et obtenir une reconnaissance de leur investissement par un organisme expert,
- **partager** des bonnes pratiques au sein d'un réseau national.

Le label Territoire Vélo valorise le développement de la pratique du vélo dans les territoires. La Fédération française de cyclotourisme rassemble l'ensemble des acteurs autour de la problématique d'intégration du vélo et place cette activité, qu'elle soit utilitaire, de loisir ou touristique, au cœur des préoccupations quotidiennes.

Territoire Vélo est ainsi un label qui a une double vocation

- **Récompenser les efforts** fournis par une collectivité locale en faveur du vélo.
- **Accompagner l'évolution** des services proposés afin d'en favoriser l'usage.

Les avantages de ce label

- **Une reconnaissance immédiate**
Le label Territoire Vélo permet à la collectivité de se démarquer avec la mise en valeur de ses actions en faveur du développement de la pratique cycliste, urbaine, utile et de loisir.
- **Une garantie de qualité**
Le label Territoire Vélo permet d'obtenir la caution de la Fédération française de cyclotourisme, gage de qualité pour les différents publics de pratiquants.
- **Une appartenance à un réseau dynamique**
Le label Territoire Vélo permet à la collectivité d'intégrer un réseau d'échanges. Ce fonctionnement accompagne le développement qualitatif de chaque Territoire Vélo.
- **Un développement touristique accru**
Le label Territoire Vélo permet de mobiliser les acteurs locaux (collectivités, associations, clubs...) autour de la randonnée à vélo et du développement touristique tout au long de l'année.

Après une visite technique de contrôle effectuée en juin 2023, la Communauté des Communes a obtenu la labellisation au mois de Septembre 2023 avec une remise officielle qui a eu lieu à Paris en décembre 2023.

→ Une signalétique va très vite s'afficher aux entrées de ville pour signaler notre appartenance à ce réseau.

1^{er}

**Territoire Landais
à avoir obtenu
cette récompense
à ce jour**



Visite « Label Territoire Vélo »



7

Le fonctionnement de l'Office Intercommunal de Tourisme de Mimizan



Un budget ambitieux mené à son terme

Dépenses et recettes



94%

DÉPENSES ENGAGÉES

→ La différence est essentiellement due à un investissement prévu en 2023 et qui sera finalement réalisé en 2024 : **le nouveau site internet de l'OIT**



130%

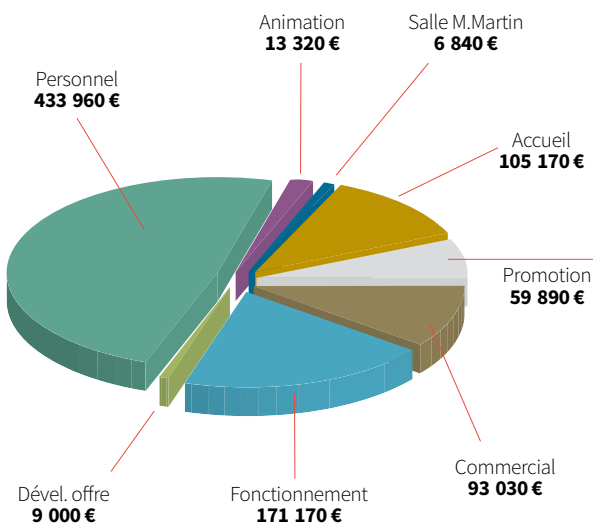
RECETTES RÉALISÉES

→ La progression est à associer à la hausse de l'ensemble des recettes :

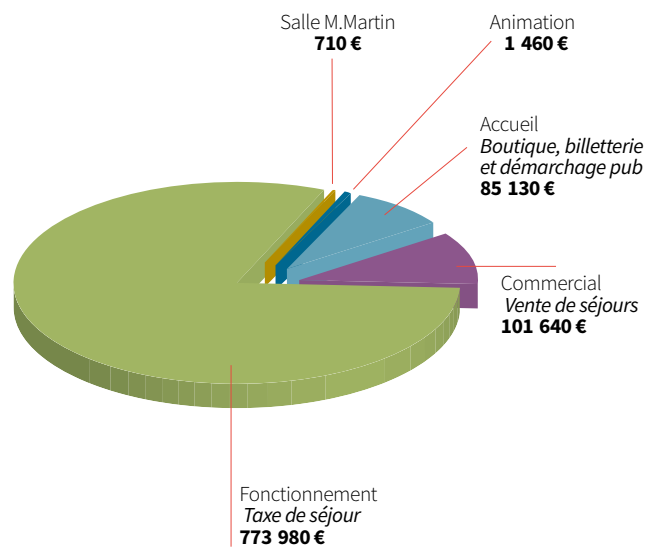
- _ la vente de séjours pour des groupes par le service éducatif;
- _ la boutique / billetterie spectacles et animation et la taxe de séjour.

Ventilation des dépenses et recettes au 10 janvier 2024 par mission exercée par l'OIT ou par grand poste budgétaire

Dépenses



Recettes



639 650 €

RÉINJECTÉ PAR L'OIT DANS L'ÉCONOMIE LOCALE

→ Soit **77% du montant total de ses dépenses** (salaires inclus) et 30% (hors salaires)



Le social

Réunions du CSE



7

RÉUNIONS en 2023

Les sujets qui ont été évoqués :

- **Les nouvelles informations figurant sur les bulletins de paie** → Frais de déplacement, montant net social.
- **Le soutien des salariés à la hausse des prix** → Versement de la prime de pouvoir d'achat.
- **Le nouvel accord de branche sur la grille de qualification** des salariées et sur les nouvelles fiches de poste.
- **L'évolution du dispositif de collecte et de calcul des heures faites par les salariées.**
- **La planification des congés.**
- **Les conditions de travail** → Solution pour laver le petit linge (torchons, chiffonnettes, matériel de visites et d'animations...).
- **La médaille d'honneur du travail.**
- **La complémentaire santé.**
- **La RSE.**

Le 7 novembre 2023

A eu lieu les élections pour des membres du CSE

- VÉRONIQUE GRUÉ a été réélue en tant que titulaire.
- KATIA GALY a été réélue en tant que suppléante.

Formations

350

Heures de formation
suivies par l'équipe
de l'OIT

20aine

Visites de
prestataires

0

Absentéisme

Des moments qui permettent à l'équipe de mieux :

- **Appréhender** les enjeux du tourisme.
- **Renforcer** les liens avec les acteurs du territoire.
- **Nourrir** les réflexions internes sur la conduite des missions actuelles de l'OIT.
- **Réfléchir** sur sa stratégie des années futures.

Réunions d'équipe



17

RÉUNIONS en 2023

Deux types de réunions :

- **Partage de connaissances** sur les dossiers en cours, l'actualité de l'OIT voire du territoire et des connaissances suite à des formations suivies.
- **Travail collectif sur des sujets** → futur site internet, Qualité Tourisme, plan d'actions (écriture, suivi et bilan), plan de promotion, débrief saison, data day, retour sur les nouvelles éditions et discussion sur tarifs partenariats...





Office Intercommunal de Tourisme de Mimizan
38, avenue Maurice Martin 40 200 Mimizan

www.mimizan-tourisme.com

