

Département de la  
**GIRONDE**

**RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**

Canton du  
**NORD MÉDOC**

**EXTRAIT DU REGISTRE DES  
DÉLIBÉRATIONS DE L'OFFICE  
DU TOURISME DE LA  
COMMUNE DE VENDAYS-  
MONTALIVET**

Commune de  
**VENDAYS-MONTALIVET**

**SÉANCE DU 17/12/2024**

Date convocation : 10/12/2024

Date affichage : 10/12/2024

**Nombre de membres :**

**Titulaires en exercice : 12**

présents : 8

absents excusés représentés 0

absent excusé 12

absent : 0

**de votants : 8**

*L'an deux mille vingt-trois, le dix sept décembre à dix-sept heures, les membres du Comité de Direction de l'Office du Tourisme de la commune de Vendays-Montalivet se sont réunis à la salle du Conseil de la Mairie, sur convocation.*

|                 |                               |                          |
|-----------------|-------------------------------|--------------------------|
| <b>PRÉSENTS</b> | <b>TRIOULET – LASSUS Jean</b> | <b>BILBAO Thomas</b>     |
|                 | <b>BOURNEL Pierre</b>         | <b>ARIAS Vincent</b>     |
|                 | <b>PEYRUSE Chloé</b>          | <b>BAHOUGNE Sylviane</b> |
|                 | <b>FABRE Michel</b>           |                          |
|                 | <b>BERTET Jean-Marie</b>      |                          |

**ABSENTS EXCUSÉS  
REPRÉSENTÉS**

|                       |                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ABSENTS EXCUSÉ</b> | <b>BRUN Véronique - CHAMPION Laurent - LUCAS Patrick<br/>RODRIGUEZ Jean-Marc - SIROUGNET Bruno - BARTHELEMY<br/>Laurent - DA COSTA Valérie - BALMETTE Jean-Pierre - PAPILLON<br/>Françoise - GESLIN Thibaut - SARRAZIN Olivier - FONTENEAU<br/>Marie</b> |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**ABSENTS**

Les conditions du quorum étant réalisées, Monsieur le Président ouvre la séance à 17h00.

Monsieur le Président propose que les fonctions de secrétaire de séance soient remplies par Monsieur Michel FABRE.

Le Comité de Direction confirme la nomination de Monsieur Michel FABRE.

Monsieur le Président laisse la parole à Monsieur le Directeur de l'office de Tourisme, Tony ROBIN.

Monsieur le Directeur passe à l'ordre du jour.



## ORDRE DU JOUR

- 1 - Approbation du procès-verbal de la séance du 19 novembre 2024
- 2 – Délibération du rapport d'activité 2024
- 3 – Délibération remboursement exceptionnelle dépenses de carburant
- 4 – Délibération Décision Modificative n°1
- 5 – Plan d'actions 2025
- 6 - Situation budgétaire
- 7 - Point RH
- 8 - Points divers



### **1 - Approbation du procès-verbal de la séance du 19 novembre 2024**

Monsieur le Directeur soumet au vote le procès-verbal du Comité de Direction du 19 novembre 2024.

**Le procès-verbal est validé par les membres du Comité de Direction.**

### **2 -- Délibération du rapport d'activité 2024**

Présentation du rapport d'activité par Tony ROBIN

|        |   |  |            |   |  |       |   |
|--------|---|--|------------|---|--|-------|---|
| Adopté | 8 |  | Abstention | 0 |  | Refus | 0 |
|--------|---|--|------------|---|--|-------|---|

### **3 Délibération remboursement exceptionnel dépenses de carburant**

Suite aux remarques de la Trésorerie, nous devons exclusivement régler les frais de carburant par mandat administratif ou avec la carte essence.

Nous sommes donc dans l'obligation de passer une délibération exceptionnelle pour régler les fais avancer par 2 salariés.

|        |   |  |            |   |  |       |   |
|--------|---|--|------------|---|--|-------|---|
| Adopté | 8 |  | Abstention | 0 |  | Refus | 0 |
|--------|---|--|------------|---|--|-------|---|

### **4 Délibération décision modificative n°1**

Cette décision concerne les amortissements des immobilisations pour mandater les annuités des amortissements.

|        |   |  |            |   |  |       |   |
|--------|---|--|------------|---|--|-------|---|
| Adopté | 8 |  | Abstention | 0 |  | Refus | 0 |
|--------|---|--|------------|---|--|-------|---|

### **5 Plan d'actions 2025**

Présentation du plan d'actions 2025 par Tony ROBIN.

## **6 Situation budgétaire**

Je vous propose de faire un point sur la situation budgétaire au 12/12/2024

- En section de fonctionnement :

Le budget voté est de 515 077,90€, nous avons dépensé (dépenses) à ce jour 152 903,82 € et perçu (recettes) 523 288,24 €. Il est important de noter que les frais de personnels ne sont pas imputés à ce jour car nous remboursons la commune de VENDAYS-MONTALIVET en fin d'année du montant global annuel.

La taxe de séjour perçu à ce jour s'élève à 364 833,01 euros.

- En section d'investissement :

Le budget voté est de 210 000,00€, nous avons dépensé (dépenses) à ce jour 121 145,04 € et perçu (recettes) 200 000,00€.

Monsieur le Président, souligne que la taxe de séjour permet de financer les 6 EPT qui travaillent à l'office de tourisme, et que la reprise de la compétence permet de dynamiser l'activité de l'Office de tourisme. Avant la reprise de compétence une personne travaillait à l'OT aujourd'hui six personnes à l'année.

## **7 RH**

Pas de recrutement en cours

Arrêt maladie de Nathalie BRECHOU jusqu'au 28 février 2025

## **8 Points divers**

Mise en ligne du site internet le 09 janvier 2025

Prochain Monta Braeckfast Club le lundi 6 janvier à 9h30 au restaurant le PI

\*\*\*

Monsieur le Directeur demande aux membres du Comité de Direction s'ils souhaitent aborder d'autres questions diverses ?

Monsieur le Président précise que les commissions doivent être maintenant relancées pour affiner le plan d'action 2025.

Monsieur le Président remercie le travail de l'équipe de l'office de tourisme.

**L'ordre du jour étant épuisé, la séance est levée à .18h11**

**Avant de quitter la salle, Monsieur le Directeur demande aux élus présents de bien vouloir signer la feuille de présence.**

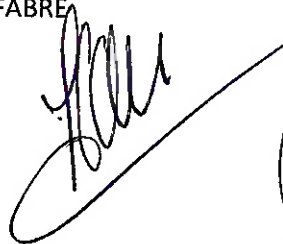
Le Président,

Jean TRIJOULET-LASSUS



Le secrétaire de séance

Michel FABRE







# RAPPORT ANNUEL D'ACTIVITÉ

# 2024

**DOCUMENT RÉALISÉ PAR :**

Tony ROBIN

**DECEMBRE 2024**

# ÉDITORIAL

Une nouvelle ère,

Une année 2024 qui aura marqué un tournant dans la vie de l'office de tourisme de la commune. La nouvelle organisation structurelle a conduit à une mobilisation importante des équipes pour assurer une activité stable et efficace durant la saison estivale.

Les premières pierres ont été posées durant cette année pour construire notre légitimité auprès des parties prenantes.

Parallèlement nous avons relevé les défis d'une adaptation rapide aux enjeux du secteur : renforcement de la digitalisation, mise en oeuvre de procédure de qualité, adaptation aux attentes des visiteurs et le déploiement de la marque.

Ces évolutions ont été rendues possibles grâce à l'engagement de nos collaborateurs, que je tiens à saluer.

**“Une réelle année de lancement avec un enjeu prépondérant sur les ressources humaines. Les objectifs sont atteints tant sur le plan financier que sur la réalisation des actions.”**

Ce rapport, arrêté au 1 décembre 2024, illustre non seulement les réalisations de cette année complexe, mais aussi les fondations solides pour un développement harmonieux et durable de notre destination.

**“ Tony ROBIN**  
Directeur



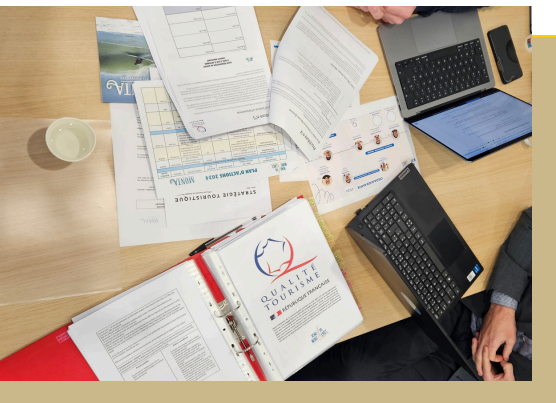


# TABLe DES MATIÈRES



|                               |           |
|-------------------------------|-----------|
| Éditorial                     | <b>02</b> |
| Sommaire                      | <b>03</b> |
| Les ressources humaines       | <b>05</b> |
| Communication                 | <b>08</b> |
| Accueil                       | <b>12</b> |
| Partenariat                   | <b>14</b> |
| Notre bilan financier         | <b>16</b> |
| Nos objectifs atteints        | <b>20</b> |
| Nos chiffres clés             | <b>21</b> |
| Notre stratégie pour le futur | <b>22</b> |

# NOS OBJECTIFS



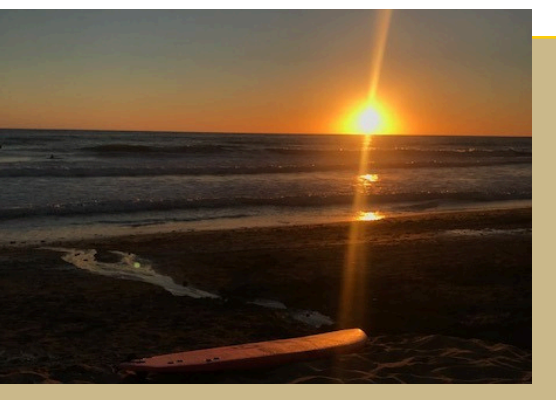
## LE PLAN D' ACTIONS

**33** actions inscrites et plus de **80% réalisées**, avec de belles perspectives pour 2025.  
Un plan d'actions construit avec l'équipe de l'OT et les élus en particulier lors **des commissions**.



## L'ÉQUIPE

Une équipe en construction. Un **fort besoin en formation et en accompagnement**. Une équipe récente dans le secteur du tourisme avec moins d'un an d'ancienneté dans l'établissement.



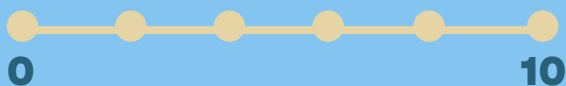
## NOTRE CHAÎNE DE VALEUR

Un travail collaboratif a permis de définir la valeur générée par nos actions :

**Identitaire**  
**Economique**  
**Coopérative**  
**Initiative**

# LES RESSOURCES HUMAINES

8



Evaluation du bien-être au travail par les employés (note de 0 à 10).

7.1



Evaluation de la performance au travail par les employés (note de 0 à 10).

6

emplois permanents dont :  
2 Mises à disposition de la commune  
2 Contrats à durée indéterminée  
2 Contrats à durée déterminée.

6

Saisonniers de 6 à 3 mois et 2 stagiaires

25

réunions hebdomadaires d'équipe.

Prévue initialement le mardi après-midi pour une durée d'environ 1h-1h30.

DIRECTEUR

RESPONSABLE  
ADMINISTRATIF ET  
FINANCIER

CHARGÉE DE CONTENU /  
COMMUNICATION

EXPERTE LOCALE /  
CHARGÉE BOUTIQUE

RESPONSABLE  
PARTENARIAT / EXPERTE  
LOCALE

CHARGÉE D'ACCUEIL

Une année pour trouver la stabilité au sein de l'équipe. La contrainte d'être dans un secteur isolé, éloigné des pôles urbains et la forte saisonnalité de l'activité et des animations, reste un frein pour recruter des employés qualifiés et possédant une expérience en office de tourisme.



# LES RESSOURCES HUMAINES

**20%**

de taux d'absentéisme suite à un arrêt de travail correspondant à un ETP annuel.

**7**

entretiens professionnels menés

**5**

Contrats saisonniers

**2**

départs suite à un abandon de poste, et une mutation (MAD).

**27**

formations suivies par les employés durant l'année

**7**

représentations en séminaires et colloques

STRATÉGIE TOURISTIQUE  
Office de Tourisme de Vendays-Montalivet  
2024 - 2026

de Direction  
de Tourisme  
2024 -- 17h00

OFFICE DE TOURISME DE VENDAYS-MONTALIVET  
05 56 09 30 12  
office@vendays-montalivet.fr  
www.vendays-montalivet.fr  
62 Avenue de l'Océan  
33930 Vendays-Montalivet

# LE FONCTIONNEMENT ADMINISTRATIF



**6**

COMITES DE DIRECTION

**20**

DELIBERATIONS

**40 %**

Taux moyen de participation

dont

**20**

membres du CODIR  
au total

**62 %**

d'élus municipaux

et

**4**

Commissions  
communication

**38 %**

de représentants  
sociaux professionnels

# COMMUNICATION

2024, aura été l'année de la mise en place d'une **stratégie globale de communication** avec une **diffusion digitale et print**. Un recrutement sur ces missions était nécessaire tant ce métier porte des compétences spécifiques.

Une attention particulière a été donnée à l'**animation des réseaux sociaux**. Pour les éditions papier, compte tenu du temps imparti très court, elles ont été reconduites. Il faut tout de même noter la création d'un guide des marées qui fut un temps fort du premier trimestre.

Nos actions se sont concentrées sur un versant national. Pour les opérations internationales nous participons depuis cette année au **Contrat de Destination "Côte Atlantique"**, porté par Charentes Tourisme et regroupant 37 structures.

En début d'année, un travail a été mené sur l'aspect visuel du bâtiment. Avec la pose d'un bardage de bois, ainsi que la pose d'**enseignes lumineuses** aux couleurs de Monta. L'Algeco adossé au bâtiment est aussi stylisé avec du bois pour donner une cohérence à cet espace stratégique situé à l'entrée de la station et du marché.

## 6

Nouveautés en support :

- Guide des marées avec encarts
- Carte touristique en collaboration avec Médoc Vignoble
- Carte extérieure de la station
- Carte intérieure de la Gironde
- Site internet
- Compte Tiktok et LinkedIn

## 3

Editions récurrentes et canaux existants :

- Guide touristique
- Plan de la ville
- Compte Instagram et Facebook



# COMMUNICATION

Un des enjeux majeurs en termes d'actions. La priorité était d'activer des actions de communication sur les réseaux sociaux : Facebook, Instagram, LinkedIn.

En début d'année la rédaction d'un document **"stratégie digitale & ligne éditoriale"** a permis de cadrer les actions. Il s'agissait ensuite de mettre en oeuvre une stratégie "hyperactive" avec des publications chaque jours.

## NOTRE ACTIVITÉ SUR NOS RÉSEAUX

### Contenu publié



145 photos

29 stories

17 réels

6 vidéos

+ 212% par rapport à 2023



16 publications

252 abonnés

+ 160% par rapport à 2023

### Contenu publié



126 publications

500 stories

+ 84% par rapport à 2023

# 6500

interactions

# + 170 %

par rapport à l'année 2023

## Interactions

# + 102 %

pour les publications par rapport à l'année 2023

# + 500 %

pour les stories par rapport à l'année 2023

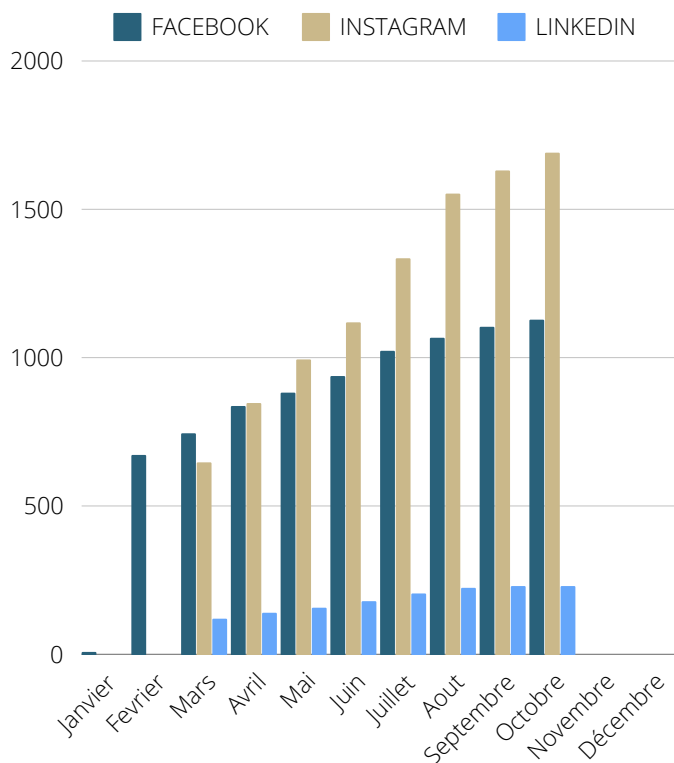
## ACTIONS PRESSE ET PARTENARIALES

- Repartage d'une publication par le compte "atlantikkuestefrankreich" du groupe Destination Côte Atlantique
- 10 commentaires sur nos publications par Gironde Tourisme

- un communiqué de presse
- 3 articles publiés dont 2 dans la Presse Quotidienne Régionale (Sud Ouest) et un dans une revue spécialisée Tourisme (revue Espaces).

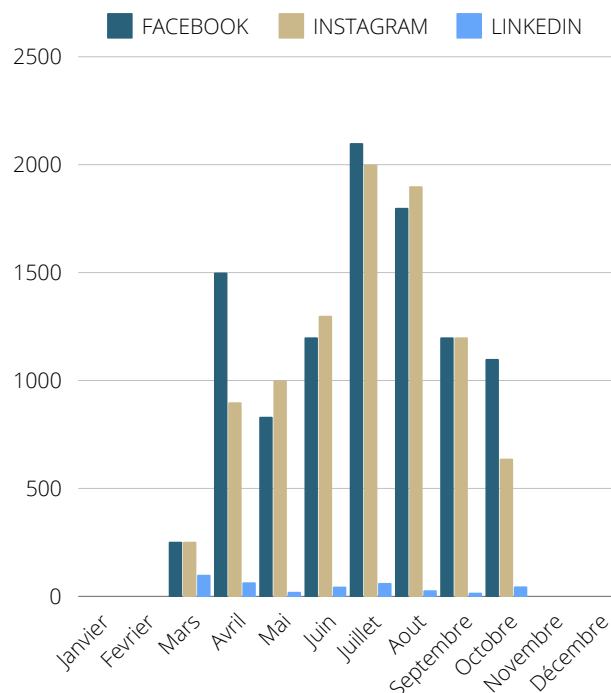
# COMMUNICATION

## ÉVOLUTION DU NOMBRE D'ABONNÉS

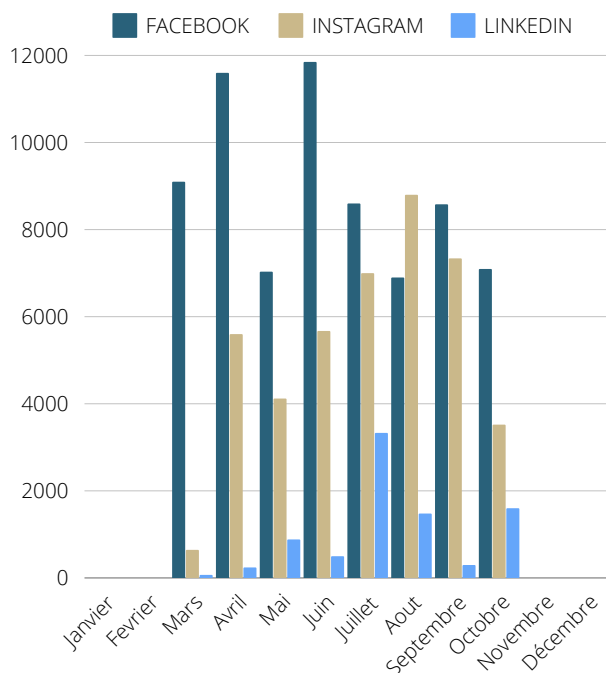


Une dynamique de **conquête d'audience** qui est en marche comme le démontre les évolutions des audiences.

## ÉVOLUTION DU NOMBRE DE VISITES



## NOMBRE DE PERSONNES AYANT VU LE CONTENU



Une présence et une visibilité qui s'accroissent au fil de l'année. Ce qui rend à donner **une image dynamique et active** de l'établissement et du territoire.

# COMMUNICATION

## PRÉSENCE HORS LES MURS

- Sur la commune :
  - Pâques
  - Monta Car
  - Show Bike
  - 14 Juillet
  - 15 aout
  - Master Longboard
  - Monta del sol
  - Octobre Rose
  - Halloween
  - Noël
- Présence sur les évènements festifs en soirée
  - Capture de photos/ vidéos pour témoigner de l'ambiance des animations
- Publication d'un agenda hebdomadaire
  - Mise en avant des animations de la commune et des commerçants (en hors saison)

10

présences hors les murs sur la commune.

3

jours de présence remarquée sur le Festival Sun Ska

## Présence extérieure à la commune

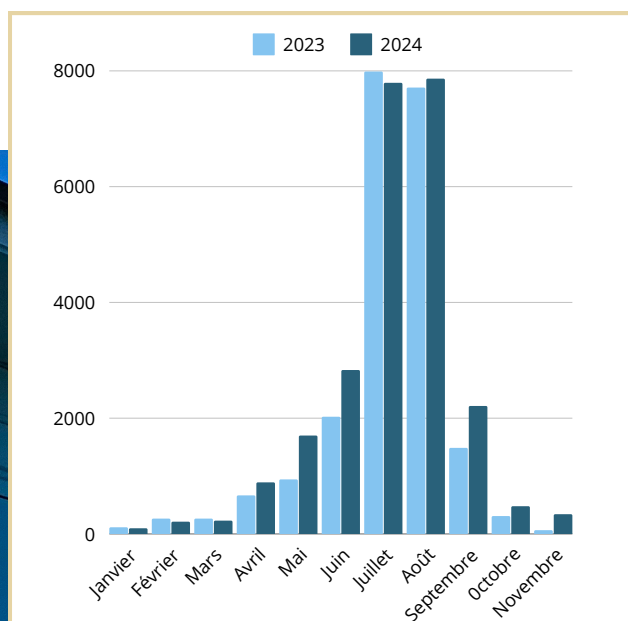
- Présence sur les 3 jours du festival **SunSka**
- Participation aux **Rencontres du E-tourisme à Pau**
- Participation au "petit dej de la com" avec **Gironde Tourisme**
- Participation à la **Bourse départementale aux docs à La Réole**
- **Eductour** avec les autres OT du Médoc
- Accueil de la **startup Loopi** pour un petit déjeuner
- **Première rencontres touristiques du Médoc** avec Médoc Vignoble avec un article dans Sud-ouest
- Mention de Vendays-Montalivet dans la dernière édition du magazine **Pulpe** (Bordeaux Wine Trip - Gironde Tourisme)

# ACCUEIL

Cette année des adaptations furent nécessaires pour proposer un service d'accueil plus complet aux visiteurs. Cela s'est illustré par **un changement d'horaire** de l'accueil. Le souhait était d'élargir la plage d'ouverture. Ainsi, du 15 juin au 30 septembre l'accueil était ouvert de 9h à 19h.

Le comptage a été automatisé avec un **capteur** à l'entrée de l'office de tourisme.

Aussi, un **pré-accueil** a été installé durant les deux mois d'été afin de fluidifier l'accueil au comptoir, avec 1000 visiteurs accueillis, ce process a été efficace.



# 312

jours d'ouverture dans l'année

# 17 000

visiteurs pour les mois de Juillet et d'Août

# 25 800

visiteurs à l'année

# + 15 %

par rapport à l'année 2023 - 21 954 visiteurs en 2023.



# BOUTIQUE

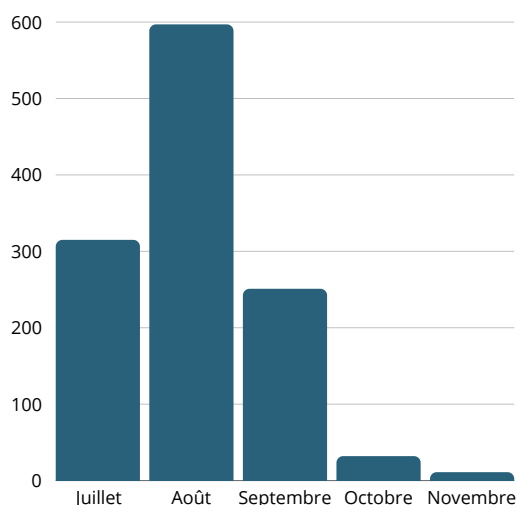
9

références dont 8 références  
Monta en boutique

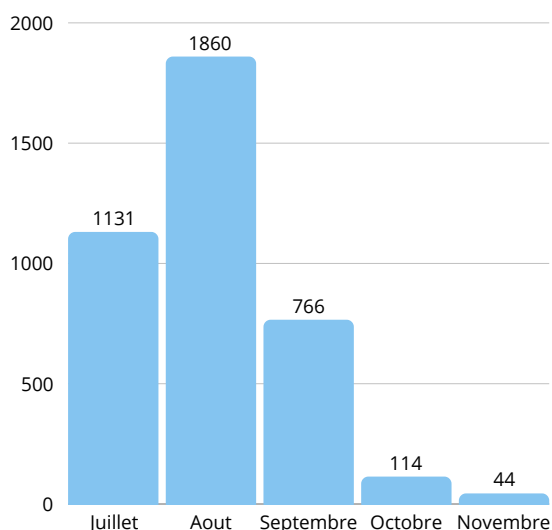
4288

Euros de Chiffre d'Affaires  
annuel TTC

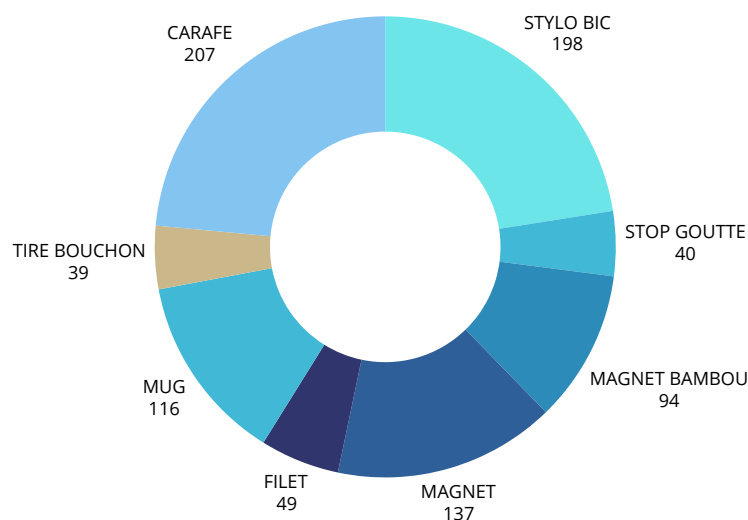
## EVOLUTION DE LA MARGE EN €



## EVOLUTION DU CA EN €



**MARGE 1165 €**  
**TAUX DE MARQUE 32%**



369

ventes

**PANIER MOYEN**

**11,6 €**

880

articles vendus

## TOP 3

1. Carafe

2. Stylo

3. Magnet

*en volume de vente*

# PARTENARIAT

Les actions auprès de nos partenaires ont été lancées dès le début d'année. Le recrutement de la responsable Partenariat en octobre a permis de **renforcer et de structurer** d'autres rendez-vous en fin d'année.

- Les partenariats avec les OT voisins :
  - Eductour Monta avec les équipes de 3 OT du Médoc
  - Rencontres Partenaires - Médoc Touristique - Pauillac
  - Carte Médoc : 7000 exemplaires
  - Présence de l'OT Médoc-Vignoble lors de l'inauguration de notre OT

4

- Monta del Sol
- Monta car
- Masters de Longboard
- Halloween

associations soutenues pour l'organisation d'événements

1000 €

d'aide pour chaque association

Les RDV pour nos partenaires :

- **Monta Breakfast Club** : un RDV tous les mois en matinée pour un petit déjeuner informel
- Une rencontre Partenaires en partenariat avec Médoc-Vignoble

**MONTA**  
**BREAKFAST CLUB**  
Petit déjeuner des partenaires

32

personnes présentes au 1er Monta Breakfast Club du 2 décembre

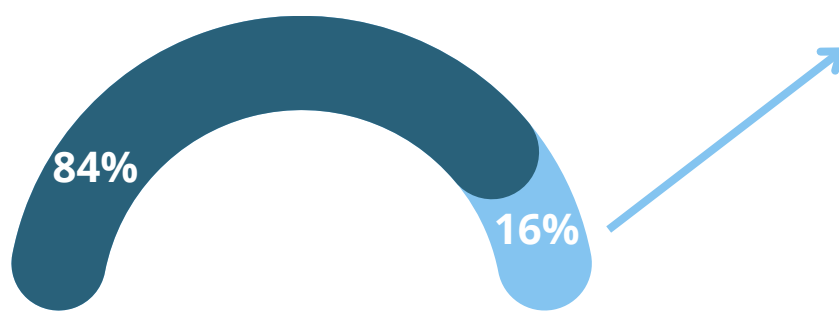


# PARTENARIAT

Pour les hébergeurs nous avons étendu l'offre Weebnb.

Commercialisée sous forme de **“Pack Ambassadeur”**, la mise en place fut tardive, en avril, mais l'objectif atteint avec une offre réservable disponible sur notre site internet.

weebnb



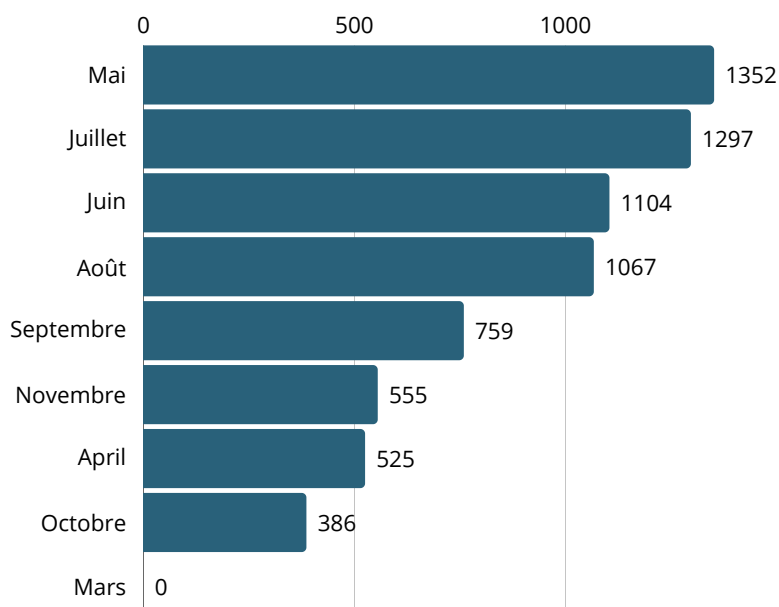
38

hébergeurs sur 240 connus sur la commune

dont 4 hébergeurs labellisés Gite de France.

7000

visites sur les sites des hébergeurs

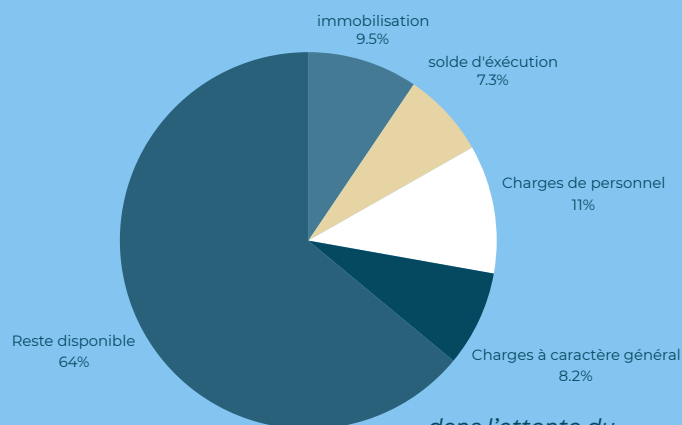
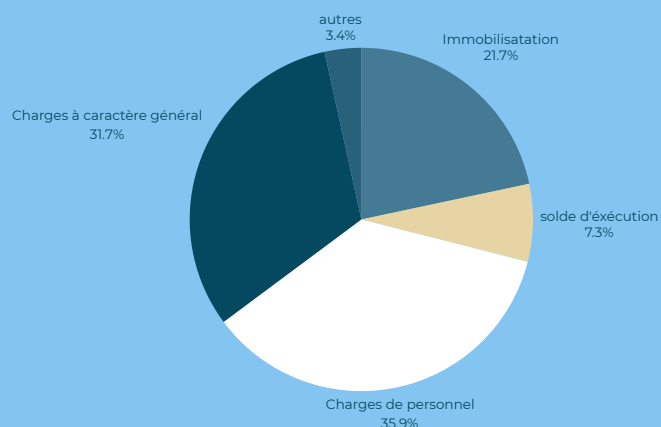


# NOTRE BILAN FINANCIER

## LE BUDGET VOTÉ

## LE BUDGET RÉALISÉ

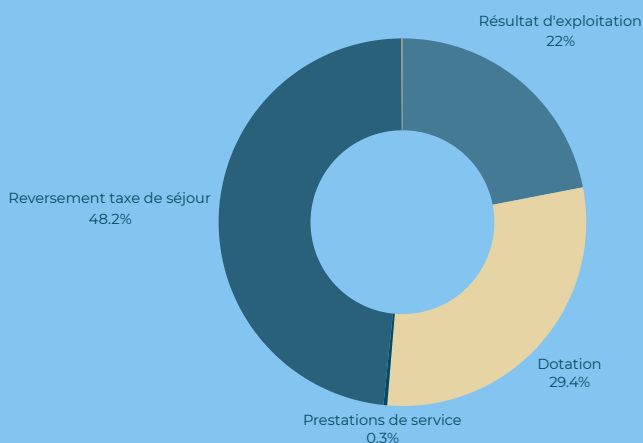
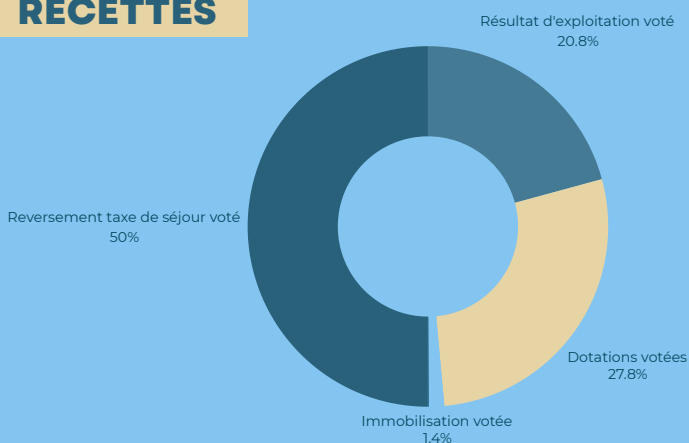
### DÉPENSES



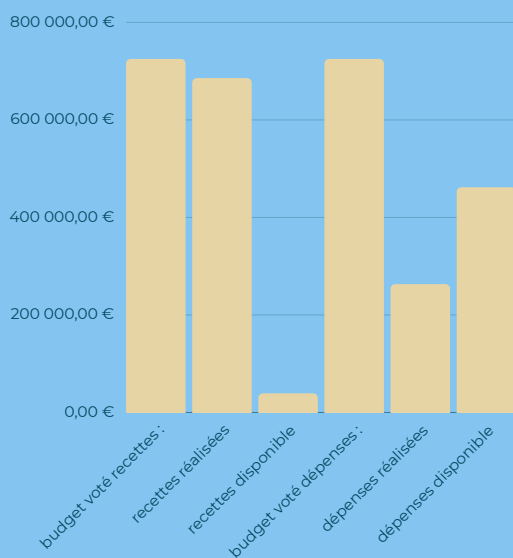
*dans l'attente du  
remboursement à la  
commune des coûts des  
Mises à Disposition*

**TAUX DE RÉALISATION 36%**

### RECETTES



**TAUX DE RÉALISATION 94%**



**50 % DU BUDGET AFFECTÉ AUX  
CHARGES SALARIALES**

**226 MANDATS  
53 TITRES**



# NOTRE BILAN FINANCIER

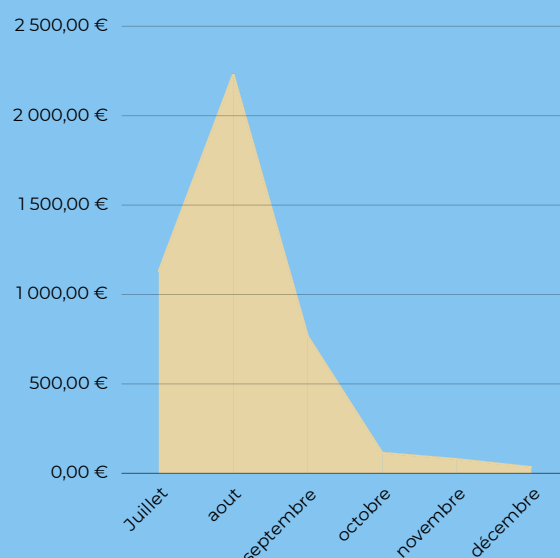
## LA COMPTABILITÉ ANALYTIQUE



Afin d'avoir un meilleur suivi des dépenses, et dans le but de piloter les dépenses par mission, **la comptabilité analytique** a été instaurée.

La régie de recette a été créée pour encaisser les ventes de la boutique.

**Montant total 2024 : 4357 €**



## INDICATEURS FINANCIERS

**68 000 €**

**EBE**

**68 000 €**

**CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT (CAF)**

**162 000 €**

**RÉSULTAT D'EXPLOITATION**

# RADIOGRAPHIE 2023

## TAXE DE SÉJOUR

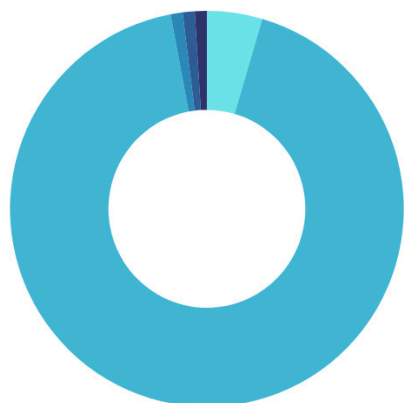
23 139 lits

14 550 lits



### LITS TOURISTIQUES | 37 689

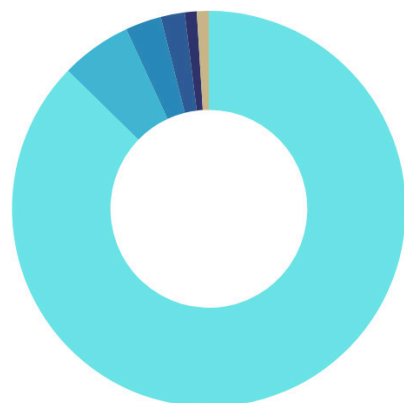
- Lits marchands (61,39%)
- Lits non marchands (38,61%)



### NUITÉS MARCHANDS | 625 908

- Terrain Camping (93,7 %)
- Meublées (4,6 %)
- Hôtels
- 10e nature
- Aire de camping-cars

23 013 hébergements en nombre de lits



### NOMBRE D'HÉBERGEMENTS | 222

- Meublées (88,7 %)
- Terrain camping (5,9 %)
- Hôtels
- Chambres d'hôtes
- Aire de camping-cars
- 10e nature

222 hébergements par nature d'hébergement



### MONTANT GLOBAL TS | 411 785 €

- Terrain camping (75,1 %)
- Autres (24,9 %)

# QUALITÉ TOURISME

## 01 L'OBTENTION DE LA MARQUE

Nous avons obtenu une note de **92.06** à l'audit final en mars.

C'est une démarche qui vise à l'amélioration de la **qualité d'accueil** sur la destination. Un audit qui a porté sur les procédures mises en place dans l'établissement.

Nous interrogeons régulièrement nos visiteurs et nos partenaires. **75%** des hébergeurs répondant ont été satisfaits de la saison estivale.



## 02 LES AUTRES LABELS

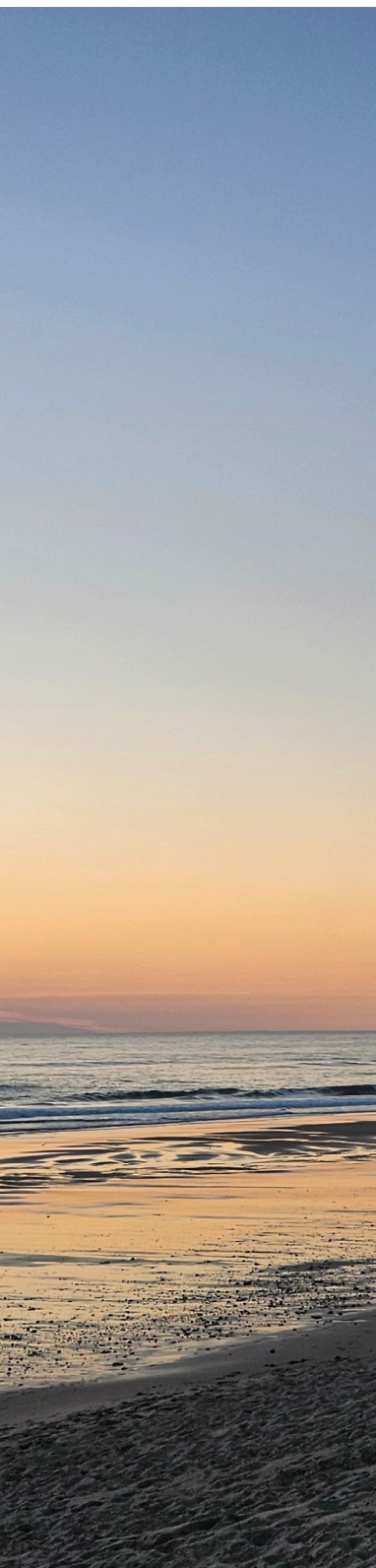
Nous avons renouvelé les labels **Accueil Vélo et Vignobles et Découvertes** portés par Gironde Tourisme.

Le label Accueil Vélo est indispensable pour notre territoire qui est traversé par l'itinéraire de **la Vélodyssée**.

## L'AMÉLIORATION CONTINUE EN FIL ROUGE

La démarche Qualité Tourisme est un fil rouge pour nos actions et notre façon de travailler. Nous appliquons des procédures afin de progresser chaque jour dans l'objectif d'offrir une meilleure qualité de service à nos visiteurs.

# NOS OBJECTIFS ATTEINTS



**DÉCEMBRE 2024**

1er Monta Breakfast Club

**OCTOBRE 2024**

1ère rencontre du Tourisme avec Médoc Vignoble

**JUILLET 2024**

1ère vente Boutique Monta

**JUIN 2024**

1000 abonnés sur Instragram

**AVRIL 2024**

Score de 92.06/100 - Audit Qualité Tourisme

**FEVRIER 2024**

Première édition du guide des marées Monta

## NOS CHIFFRES CLÉS

**L'EFFICIENCE DU COÛT  
D'ACCUEIL PAR VISITEUR**  
QUI ENTRE DANS L'OFFICE DE  
TOURISME

**4 €**

Moyenne à l'Office de  
Tourisme de Vendays-  
Montalivet

**8 €**

Moyenne Nationale

**193  
JOURS**

de couverture de charges  
courantes avec la trésorerie  
(soit plus de 6 mois)

**UNE GESTION FINANCIÈRE  
SÉCURISÉE PAR LA  
TRÉSORERIE**

**UNE DYNAMIQUE DE  
DÉVELOPPEMENT**  
PORTÉE PAR DES ACTIONS

**80 %**

du plan d'actions prévu a été  
réalisé en 2024

**Des indicateurs sécurisants pour un début d'activité et aussi encourageant  
pour porter la politique touristique de la commune.**



# NOTRE STRATÉGIE POUR LE FUTUR

## 01 COMMUNICATION

Consolider les actions menées en 2024 et profiter des partenariats institutionnels pour mener des **actions de promotion avec des influenceurs**. L'objectif étant d'acquérir aussi une notoriété sur des marchés de niche.

La mise en valeur des prestataires et commerçants de la station sur **les ailes de saison** est aussi à l'ordre du jour.

## 03 PARTENARIAT

Le déploiement de la marque avec nos actions auprès des partenaires de la station est en cours. Après le Monta Breakfast Club, **des ateliers et des éducteurs** viendront compléter notre offre.

C'est un objectif essentiel d'accompagner les hébergeurs, les restaurateurs, les prestataires d'activité, les commerçants, afin de mieux travailler ensemble et de **créer des synergies**.

## 02 ACCUEIL

Déployer un **accueil à la sortie des plages**. Envisager un dispositif très mobile pour faciliter cet accueil et permettre une grande flexibilité.

Dans l'objectif de toujours améliorer la qualité d'accueil.

## 04 DÉVELOPPEMENT

L'obtention de **la marque Tourisme et Handicap** est un objectif. Les démarches sont lancées avec l'accompagnement de Gironde Tourisme, l'équipe est en cours de formation. L'atteinte de cet objectif sera un point d'orgue de l'année 2025.

## CONCLUSION

Une année 2024 riche en projet, des actions pertinentes pour poser les bases d'un développement futur.



**THANK YOU 2024**

**WELCOME 2025**



# Plan d’actions 2025

OFFICE DE TOURISME DE VENDAYS-MONTALIVET

| ACTION                                            |                                                         | OBJECTIF OPÉRATIONNEL                                                                            | PRIORITÉ | RESPON<br>SABLE | BUDGET           | DÉLAIS        | INCATEURS                                        | AVANCEMENT |
|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------|------------------|---------------|--------------------------------------------------|------------|
| ACCUEIL - S’adapter aux flux de visiteurs         |                                                         |                                                                                                  |          |                 |                  |               |                                                  |            |
| 1                                                 | Achat d’un ou deux triporteurs électriques              | Adapter l’offre d’accueil aux flux de visiteurs dans la station.                                 | +        | Tony            | 10000 € (invest) | 15/05/2025    | Nombre de temps d’accueil hors les murs          |            |
| 2                                                 | Reconduire un pré-accueil extérieur en saison estivale. | Fluidifier l’accueil dans le bâtiment.                                                           | +        | Géraldine       | 0 €              | début juillet | Nombre de jours de pré-accueil                   |            |
| 3                                                 | Engager une réflexion sur les travaux du bâtiment       | Améliorer les conditions de travail et d’accueil                                                 | +        | Tony            |                  |               |                                                  |            |
| ACCUEIL - Améliorer la connaissance des visiteurs |                                                         |                                                                                                  |          |                 |                  |               |                                                  |            |
| 4                                                 | mesure continue de la satisfaction visiteurs            | Poursuivre la satisfaction des visiteurs                                                         |          | Géraldine       | 0 €              | toute l’année | nombre de questionnaires                         |            |
| 5                                                 | Conduire des enquêtes visiteurs                         | Mener des entretiens semi-directifs régulièrement afin d’améliorer la connaissance des visiteurs |          | Tony            | 0 €              | été           | Nombre d’entretiens menés                        |            |
| 6                                                 | Valoriser Fairguest auprès des acteurs et des visiteurs | observer la satisfaction des visiteurs                                                           |          | Tony            | 0 €              |               | Mise en avant sur le site internet et en réunion |            |



# Plan d’actions 2025

OFFICE DE TOURISME DE VENDAYS-MONTALIVET

| ACTION                                                       |                                                          | OBJECTIF OPÉRATIONNEL                                                    | PRIORITÉ | RESPON<br>SABLE | BUDGET          | DÉLAIS        | INCATEURS                           | AVANCEMENT |
|--------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------|-----------------|---------------|-------------------------------------|------------|
| ACCUEIL - Développer de nouveaux services pour les visiteurs |                                                          |                                                                          |          |                 |                 |               |                                     |            |
| 7                                                            | Acquisition de bornes de recharges électriques pour vélo | offrir un service pour les itinérants sur la Vélodyssée et les cyclistes | +        | Tony            | 5000 € (invest) | juin          | Nombre de recharge                  |            |
| 8                                                            | Installer une borne à outils pour les vélos              | offrir un service pour les itinérants sur la Vélodyssée et les cyclistes | +        | Tony            | 2000 € (invest) | juin          | position de la borne                |            |
| 9                                                            | Créer des visites guidées                                | offrir un service de découverte du territoire                            | -        | Yasha           | 0 €             | début juin    | nombre de visite et de participants |            |
| 10                                                           | Créer circuit pistes de Robin                            | Offre enfant en partenariat avec Gironde Tourisme                        | -        | Géraldine       |                 | début juillet |                                     |            |
| ACCUEIL - Adapter l’accueil à tous les publics               |                                                          |                                                                          |          |                 |                 |               |                                     |            |
| 11                                                           | Optimiser l’utilisation de Sirtaqui                      | Mise à jour régulière et utilisation des outils GRC type VIT             | ++       | Géraldine       | 0 €             | toute l’année | nombre de questionnaires            |            |
| 12                                                           | Tourisme et Handicap                                     | Obtention du label                                                       | ++       | Yasha           | 5 000 €         | mai           | date d’obtention et note            |            |



# Plan d’actions 2025

OFFICE DE TOURISME DE VENDAYS-MONTALIVET

| ACTION                                          |                                                                      | OBJECTIF OPÉRATIONNEL                                                                                             | PRIORITÉ | RESPON<br>SABLE | BUDGET   | DÉLAIS        | INCATEURS                                | AVANCEMENT |
|-------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------|----------|---------------|------------------------------------------|------------|
| COMMUNICATION - Maitriser l’image de la station |                                                                      |                                                                                                                   |          |                 |          |               |                                          |            |
| 13                                              | Faire vivre le compte TikTok                                         | Etre actif avec des publications régulières                                                                       | +        | Océane          | 100€     | avril         | nombre de publication et interactions    |            |
| 14                                              | Nouvelles versions des guides et reconduire le calendrier des marées | créer 2 guides : inspiration et annuaire                                                                          | ++       | Océane          | 10 000 € | mars          | nombre d’impression et date de livraison |            |
| 15                                              | Accueillir 2 influenceurs                                            | en Partenariat avec Gironde Tourisme, développer la notoriété et l’image sur les réseaux et des marchés de niche. | -        | Océane          | 5 000€   | début juillet | nombre de publications et interactions   |            |
| 16                                              | Création d’une brochure “pocket”                                     | sous forme de carte pour les randonnées pédestres et vélo                                                         | +        | Océane          | 4 000€   | mai           | nombre d’impression                      |            |
| 17                                              | Communication sponsorisées sur les réseaux sociaux                   | En partenariat avec les commerçants en hors saison                                                                | +        | Océane          | 1 000€   | avril         | date d’obtention et note                 |            |
| 18                                              | Editorialiser le contenu                                             | Accentuer l’image de la station                                                                                   | ++       | Océane          |          | février       | contenu réutilisable et rédigé           |            |





# Plan d’actions 2025

OFFICE DE TOURISME DE VENDAYS-MONTALIVET

| ACTION                                                             |                                                                 | OBJECTIF OPÉRATIONNEL                                                               | PRIORITÉ | RESPON<br>SABLE | BUDGET | DÉLAIS | INCATEURS                                           | AVANCEMENT |
|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------|--------|--------|-----------------------------------------------------|------------|
| COMMUNICATION - Assurer la visibilité auprès des parties prenantes |                                                                 |                                                                                     |          |                 |        |        |                                                     |            |
| 19                                                                 | Diffuser un communiqué de presse                                | Développer notre image auprès des médias régionaux                                  | -        | Océane          | 100€   | avril  | nombre de contact presse                            |            |
| 20                                                                 | Création d’une newsletter pro                                   | Activer les échanges avec les partenaires                                           | +        | Yasha           | 0€     | avril  | Taux d’ouverture et retour des partenaires          |            |
| 21                                                                 | Animation de l’espace pro                                       | Utiliser le site internet comme canal de diffusion                                  | +        | Yasha           | 0€     | mars   | nombre d’ouverture de la page                       |            |
| COMMUNICATION - Déployer la marque Monta                           |                                                                 |                                                                                     |          |                 |        |        |                                                     |            |
| 22                                                                 | Créer un code de marque                                         | Préciser les valeurs, l’utilisation de la marque et fixer des règles                | ++       | Tony            | 1 000€ | avril  | simplicité de lecture et appropriation par l’équipe |            |
| 23                                                                 | Déployer la marque avec notre réseau de partenaires             | Monta breakfast club, rendre visible la marque et appropriation par les partenaires | ++       | Yasha           | 1 000€ | mars   | Nombre d’événement et présence de la marque         |            |
| 24                                                                 | Intégrer 5 produits Monta en boutique dont un partenariat local | élargir la gamme Monta en boutique et développer des partenariats                   | ++       | Yasha           | 5 000€ | avril  | Nombre de produits et le nombre de partenariat      |            |



# Plan d'actions 2025

OFFICE DE TOURISME DE VENDAYS-MONTALIVET

| ACTION                                                              |                                            | OBJECTIF OPÉRATIONNEL                                                                   | PRIORITÉ | RESPON<br>SABLE | BUDGET | DÉLAIS  | INCATEURS                               | AVANCEMENT |
|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------|--------|---------|-----------------------------------------|------------|
| <b>PARTENAIRES</b> - Construire la légitimité des parties prenantes |                                            |                                                                                         |          |                 |        |         |                                         |            |
| 25                                                                  | Offre de service Ateliers                  | accompagner nos partenaires avec des Ateliers techniques                                | ++       | Yasha           | 4000€  | mars    | nombre d'ateliers et de participants    |            |
| 26                                                                  | Offre de service Eductours                 | faire découvrir l'offre de la station aux partenaires                                   | +        | Yasha           | 0€     | avril   | nombre de lieu visité                   |            |
| 27                                                                  | Renforcer l'offre Weebnb                   | Augmenter le nombre d'hébergement                                                       | +        | Yasha           | 0€     | mars    | 70 hébergements sur notre site internet |            |
| 28                                                                  | Animer 2 réunions Groupe destination       | Faire vivre la démarche qualité tourisme                                                | +        | Yasha           | 200€   | mars    | nombre de participants                  |            |
| <b>PARTENAIRES</b> - Commercialiser une offre visibilité            |                                            |                                                                                         |          |                 |        |         |                                         |            |
| 29                                                                  | Développer l'offre d'encarts publicitaires | Proposer le guide inspirationnel en publiédactionnel, et reconduire le guide des marées | ++       | Yasha           | 0€     | janvier | nombre d'encarts commercialisés         |            |



# Plan d’actions 2025

OFFICE DE TOURISME DE VENDAYS-MONTALIVET

| ACTION                                                               |                                                                    | OBJECTIF OPÉRATIONNEL                                                            | PRIORITÉ | RESPON<br>SABLE | BUDGET | DÉLAIS    | INCATEURS                                               | AVANCEMENT |
|----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------|--------|-----------|---------------------------------------------------------|------------|
| PARTENAIRES - Développer des partenariats de service institutionnels |                                                                    |                                                                                  |          |                 |        |           |                                                         |            |
| 30                                                                   | Ouvrir une billetterie vignoble en partenariat avec Medoc Vignoble | Diversifier l’offre visiteurs avec un partenariat cohérent au niveau territorial | -        | Yasha           | 0€     | janvier   | nombre d’encarts commercialisés                         |            |
| RH - Améliorer l’attractivité des conditions de travail              |                                                                    |                                                                                  |          |                 |        |           |                                                         |            |
| 31                                                                   | Mise en œuvre du CET                                               | Opérationnaliser une offre pour les agents                                       | +        | Aurélie         | 0€     | juin      | compte pour chaque agent                                |            |
| 32                                                                   | Adhérer à une offre sociale                                        | Offrir un nouveau service social                                                 | +        | Aurélie         | 2000€  | septembre | utilisation par le personnel                            |            |
| 33                                                                   | Créer un séminaire thématique professionnel d’équipe               | Développer l’esprit d’équipe                                                     | +        | Aurélie         | 1000 € | novembre  | date et type d’activité                                 |            |
| 34                                                                   | Améliorer l’ergonomie des postes de travail                        | Améliorer les conditions de travail des employées                                | ++       | Aurélie         | 1000€  | mars      | nombre d’équipements achetés et satisfaction des agents |            |
| 35                                                                   | Mise en oeuvre du plan d’actions du DUERP                          | Améliorer les conditions de travail des employées                                | ++       | Aurélie         | 1000€  | novembre  | nombre d’actions réalisées                              |            |