

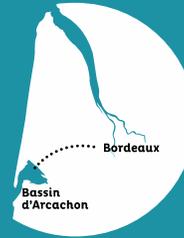
LE BASSIN D'ARCACHON EN QUELQUES CHIFFRES



1115 km²



106 km
de côtes



à 1h
de Bordeaux



12
communes



140 319

habitants

*(source INSEE populations
légales 2019)*



2

Intercommunalités
(COBAS et COBAN)

L'ADN

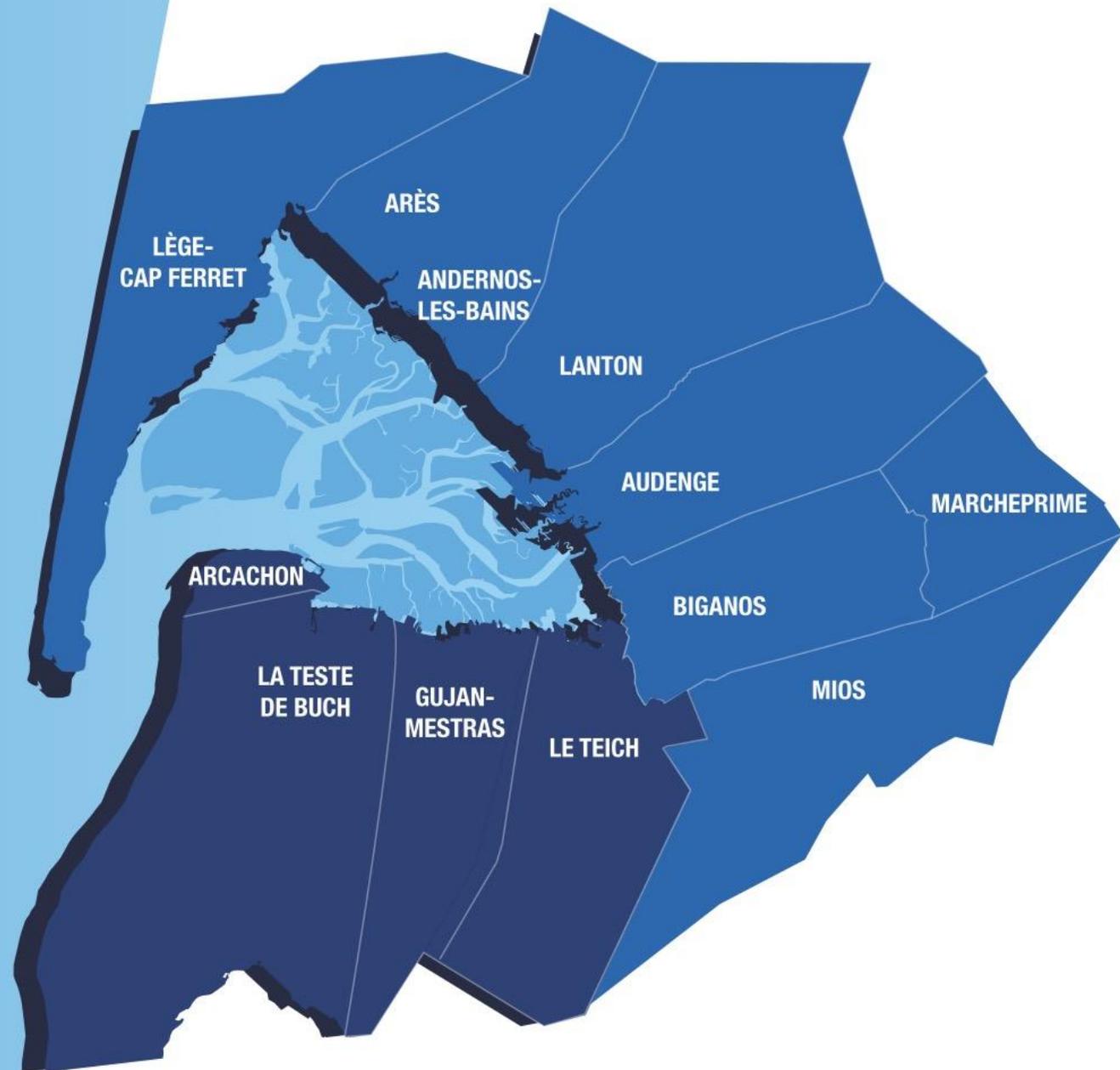
DU SIBA

PRÉSERVER LE BASSIN D'ARCACHON
de l'amont à l'aval



LE SIBA ... SES COMPÉTENCES STATUTAIRES

- L'ASSAINISSEMENT DES EAUX USÉES
 - LES ÉTUDES ET LES TRAVAUX MARITIMES
 - LA QUALITÉ DE L'EAU : REMPAR
 - L'HYGIÈNE ET LA SANTÉ PUBLIQUE
 - LA GESTION DES DONNÉES ET OUTILS
CARTOGRAPHIQUES
 - LA GESTION DES EAUX PLUVIALES URBAINES
 - LA GEMAPI (SUBMERSION MARINE & EROSION)
- & LA PROMOTION DU BASSIN D'ARCACHON





LA RÉPONSE : UNE STRATÉGIE DE MARQUE TERRITORIALE

UN ENJEU DOUBLE ET INDISSOCIABLE :

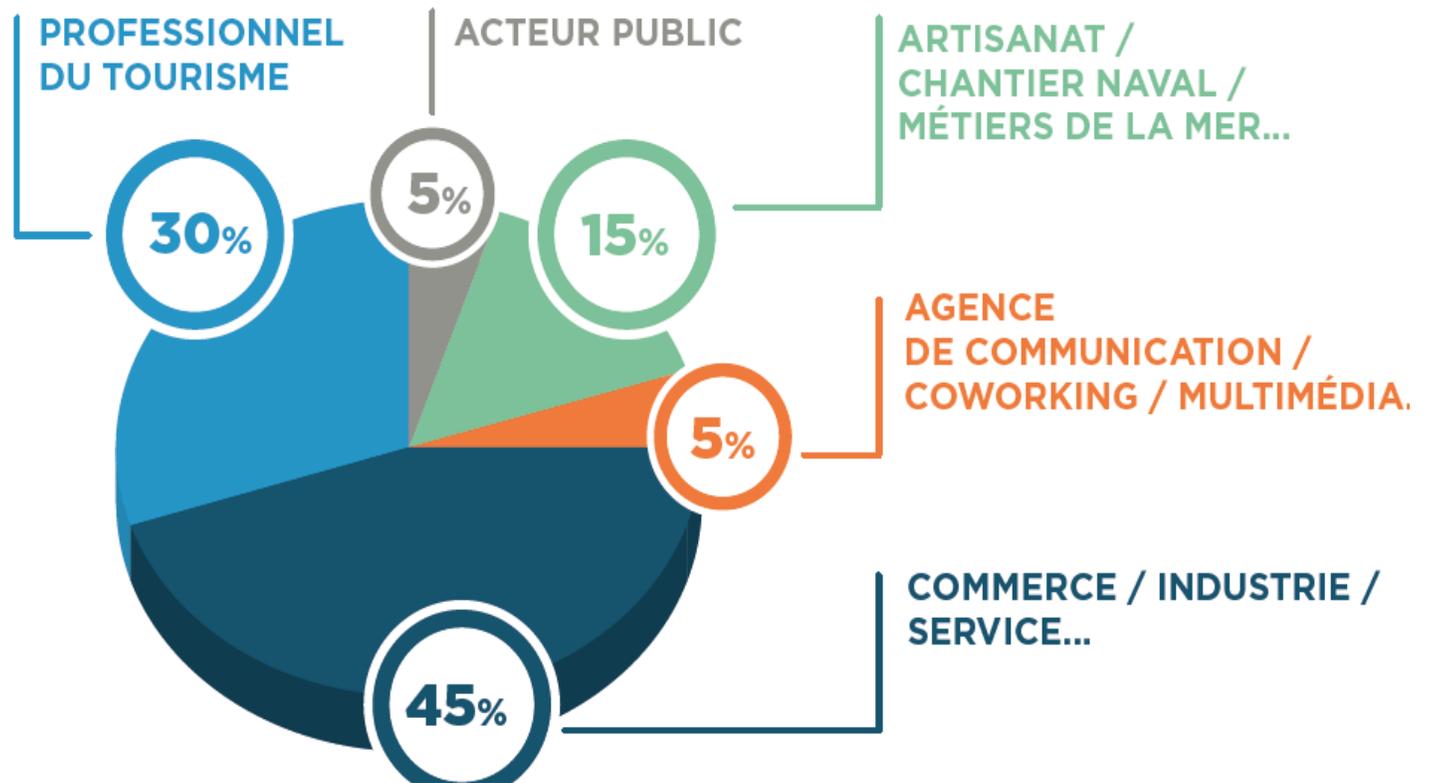


- Rassembler / fédérer les acteurs publics et privés autour de la fierté d'appartenance et de notre identité
- Rendre « active » la fierté d'appartenance et encourager les actions bienveillantes pour le territoire...

UNE STRATÉGIE PARTAGÉE PAR 840 ACTEURS ÉCONOMIQUES (oct 2022)

Une marque partagée aujourd'h
avec **840 acteurs économiques**
publics et privés,

*liés par un contrat de licence, et issus de secteurs
d'activités variés*



DEPUIS LE 15 FÉVRIER 2017



LANCEMENT OFFICIEL DE LA MARQUE

Mise en ligne du site dédié
www.marque-bassin-arcachon.fr

+1055

DEMANDES
D'ADHÉSION

+ 875

CONTRATS
DE LICENCE
ACCORDÉS

+ 840

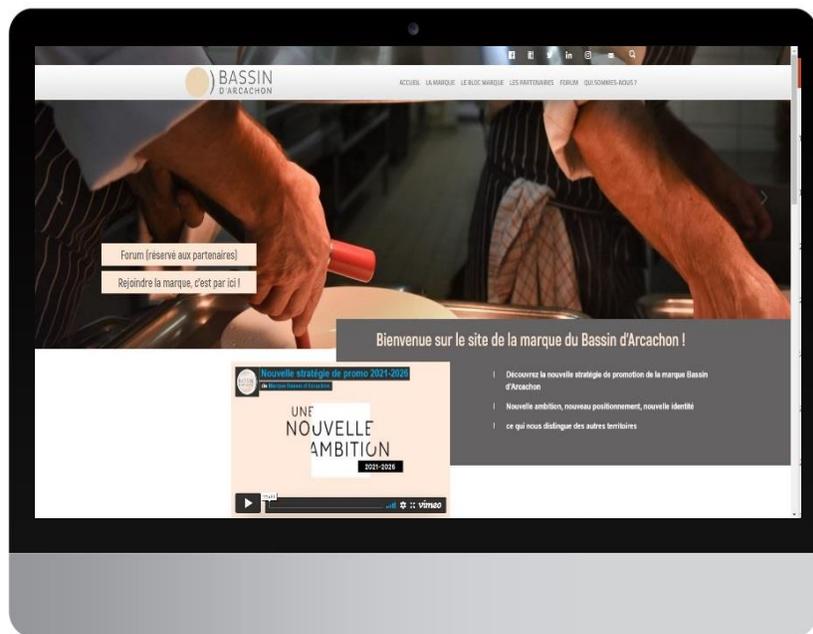
PARTENAIRES

4 partenaires ont souhaité
quitter la marque

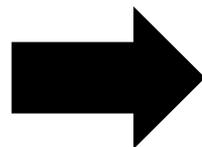
47 entreprises en
cessation d'activité



DES OUTILS NUMÉRIQUES DÉDIÉS AUX PARTENAIRES & FUTURS PARTENAIRES



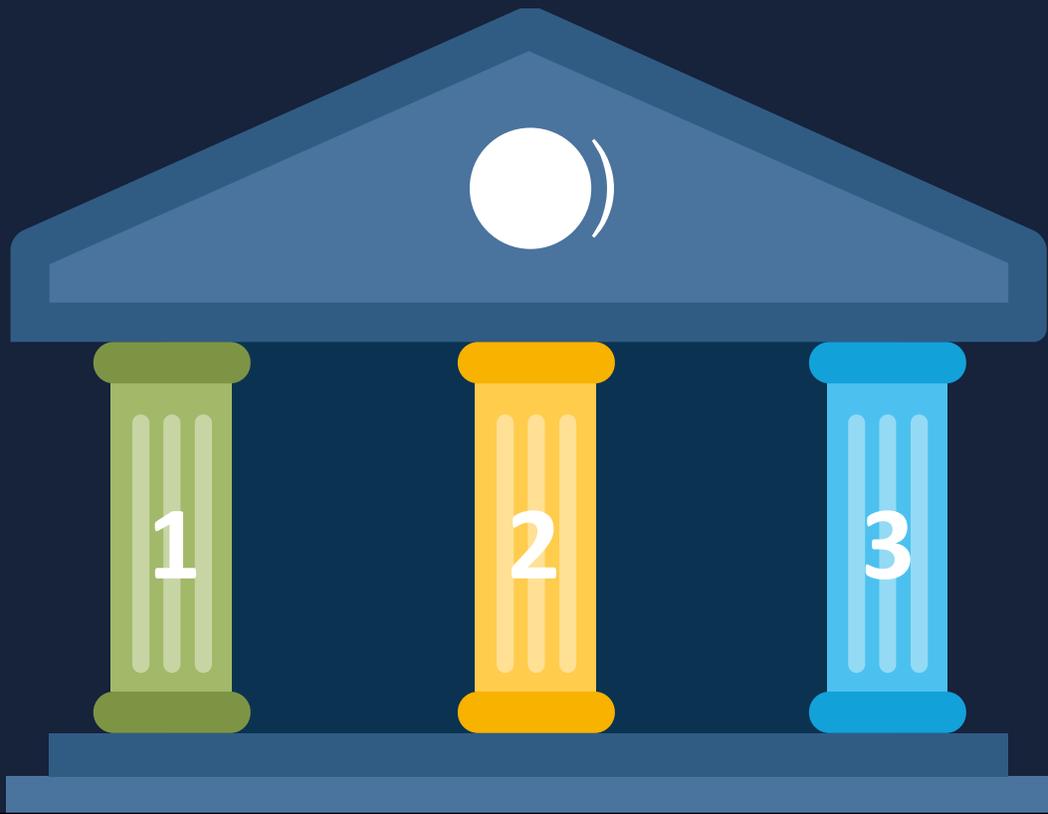
<https://www.marque-bassin-arcachon.fr/>



Carte interactive des 840 partenaires

UNE AMBITION PARTAGÉE

AUTOUR DE 3 ENGAGEMENTS :



1

S'INSCRIRE DANS UNE DÉMARCHE ENVIRONNEMENTALE, EN LIEN AVEC LA PRÉSERVATION DU PLAN D'EAU

2

VALORISER L'OFFRE LOCALE ET L'IDENTITÉ DU TERRITOIRE « BASSIN D'ARCACHON »

3

PROMOUVOIR UN TOURISME 12 MOIS/12 PARTAGÉ AVEC LES HABITANTS ET BIENVEILLANT À L'ÉGARD DU PLAN D'EAU

1

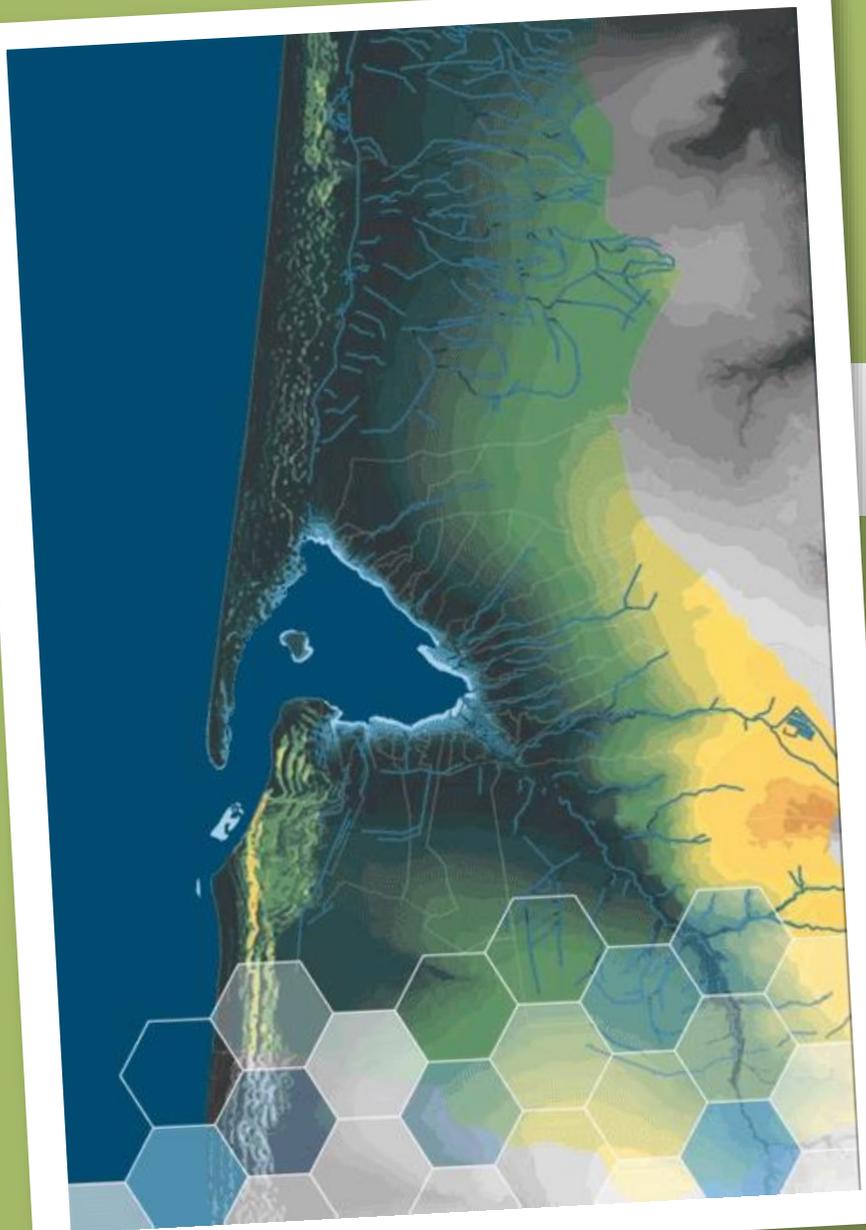


S'INSCRIRE, DANS UNE DÉMARCHE ENVIRONNEMENTALE,
EN LIEN AVEC LA PRÉSERVATION DU PLAN D'EAU

**UNE MARQUE
ENGAGÉE**

**UNE MARQUE
ENGAGEANTE**





UN POSTULAT...

LE BASSIN D'ARCACHON EST
LE RÉCEPTACLE DE TOUTES LES EAUX :

de pluie, de ruissellement, et des cours d'eau
alentours !

ENJEU :
Sensibiliser à l'impact de nos habitudes de vie
sur l'eau et les milieux

**COMMENT INTERVIENT
LA MARQUE ?**



Présence avérée de macrodéchets dans les avaloirs d'eaux pluviales

Exemple : un « seul » filet posé sur un avaloir durant 4 mois



DE DÉCHETS



- 1 Emballages plastiques divers
- 2 Canettes
- 3 Bouchons bouteilles
- 4 Fils poche poubelles
- 5 Mégots de cigarettes
- 6 Toutounettes ...



Mise en place d'une campagne de sensibilisation

300 macarons scellés près des avaloirs :
« Ici commence la mer, ne rien jeter ! »



Notre partenaire le **GROUPE CHARBONNIER (La Teste de Buch)** a souhaité s'investir au côté du SIBA en réalisant un prototype en inox des macarons



Action qui se poursuit dans les écoles : éveiller la curiosité





BASSIN
D'ARCACHON
SIBA

Sensibilisation aux filtres UV : message diffusé par les hébergeurs



SUR LES PLAGES DU BASSIN D'ARCACHON, JE ME PROTÈGE, EN PROTÉGEANT L'ENVIRONNEMENT !
Attendez au moins **20 minutes** pour que la crème solaire pénètre dans la peau. Elle se dispersera moins dans l'eau...



Quand les partenaires deviennent notre porte voix

« Nous avons tous un rôle à jouer ! » :

<https://vimeo.com/701136619>



2



Valoriser l'offre locale et l'identité du territoire « Bassin d'Arcachon »



TVBA

LA TÉLÉVISION
DU BASSIN D'ARCACHON

PAR LE BIAIS D'UN MÉDIA : La web TV TVBA.fr et son écosystème digital :

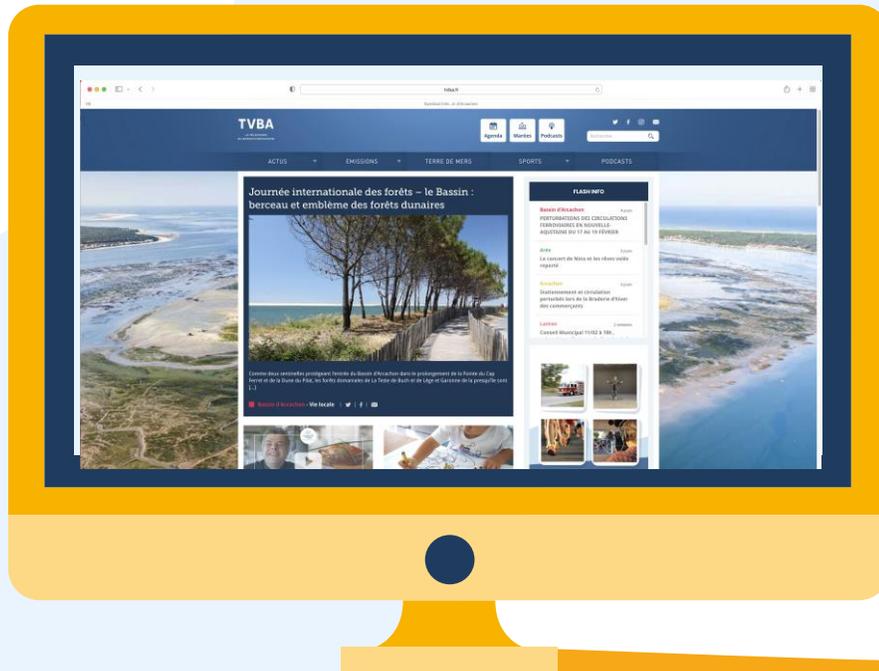
Site & application (permettant l'envoi des notifications),
page Facebook (46 000 abonnés) et Instagram (9 000 abonnés)
et alimentation du compte Twitter (8 500 abonnés) : @EspritBassin

Création de nouveaux contenus identitaires

RACONTER LE TERRITOIRE ...

Contenu éditorial :

- 1/3 ACTUS LOCALES
- 1/3 PROMOTION DU TERRITOIRE
- 1/3 DECRYPTAGE DES MÉTIERS DU SIBA





3

PROMOUVOIR UN TOURISME 12 MOIS SUR 12
PARTAGÉ AVEC LES HABITANTS ET BIENVEILLANT À L'ÉGARD DU PLAN D'EAU

3 AXES DE TRAVAIL :

1.

STRATÉGIE
DE MARKETING
AFFINITAIRE

(cible & marchés)

2.

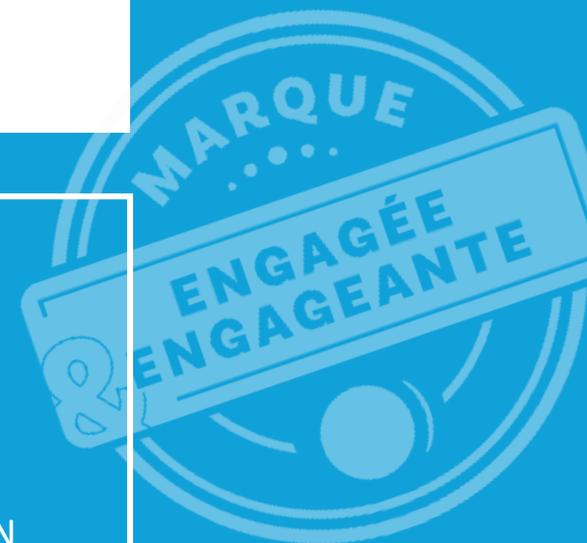
STRATÉGIE
DE
CONTENUS

(print & web)

3.

STRATÉGIE
DE PROMOTION

(achat médias & plan
d'actions)



PLAN DE RELANCE TOURISTIQUE

#soutienbassindarcachon

Phase 1 : durant la phase « active » de l'incendie Le SIBA en contact permanent avec les pros

- **Accompagnement** de la clientèle sur place et à venir : rassurer, expliquer ...
- **Mise à jour permanente des “lieux ouverts et accessibles”**
- **Préparation du plan de relance :**
 - mobilisation “positive” des professionnels / en leur envoyant des idées de contenu à poster chaque jour
 - campagne de communication “coup de poing”
 - énumérer les champs des possibles ! Le Bassin ICI et maintenant

Phase 2 : à partir du lundi 25 juillet
LE SIBA EN ACTION

Lancement d'une campagne publicitaire de relance, en national,

- En TV, sur France 2 et France 3, autour de programmes de grande écoute (météo, JT)
- En digital : des supports presse nationaux sur les réseaux sociaux



Bilan de la campagne :
41 millions de contacts



<https://vimeo.com/731374098>

<https://youtu.be/2HWdHExCDws>