

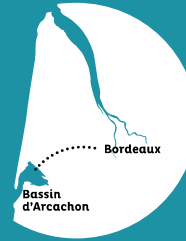
# LE BASSIN D'ARCACHON EN QUELQUES CHIFFRES



**1115** km<sup>2</sup>



**106** km  
de côtes



**à 1h**  
de Bordeaux



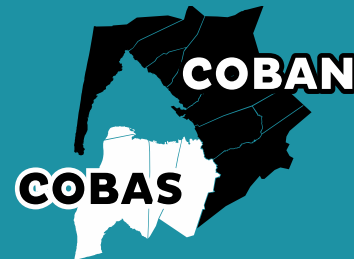
**12**  
communes



**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 :

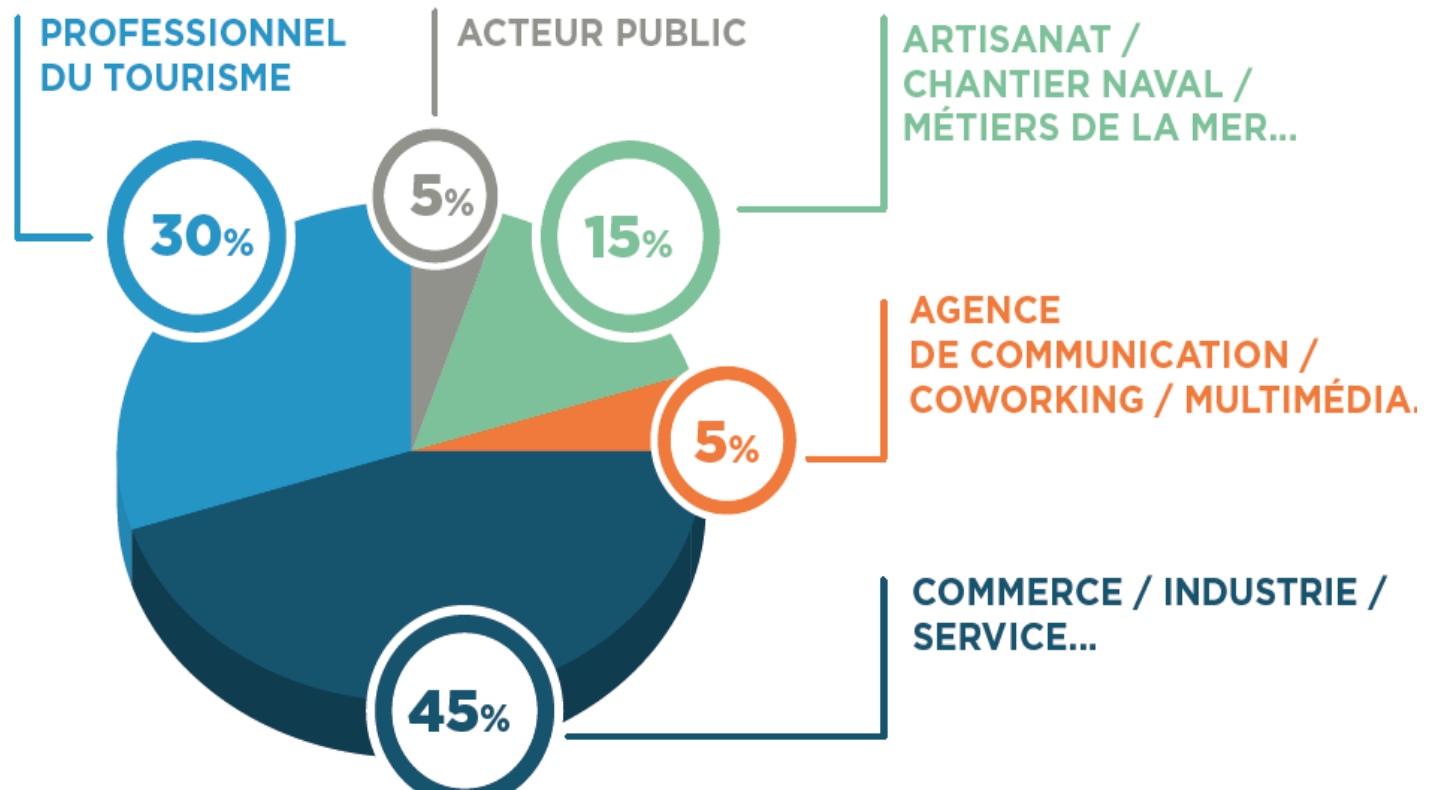


- Rassembler / fédérer les acteurs publics et privés autour de la fierté d'appartenance et de notre identité
- Rendre « active » la fierté d'appartenance et encourager les actions bienveillantes pour le territoire...

## 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](http://www.marque-bassin-arcachon.fr)

+1055

DEMANDES  
D'ADHÉSION

+ 875

CONTRATS  
DE LICENCE  
ACCORDÉS

+ 840

PARTENAIRES

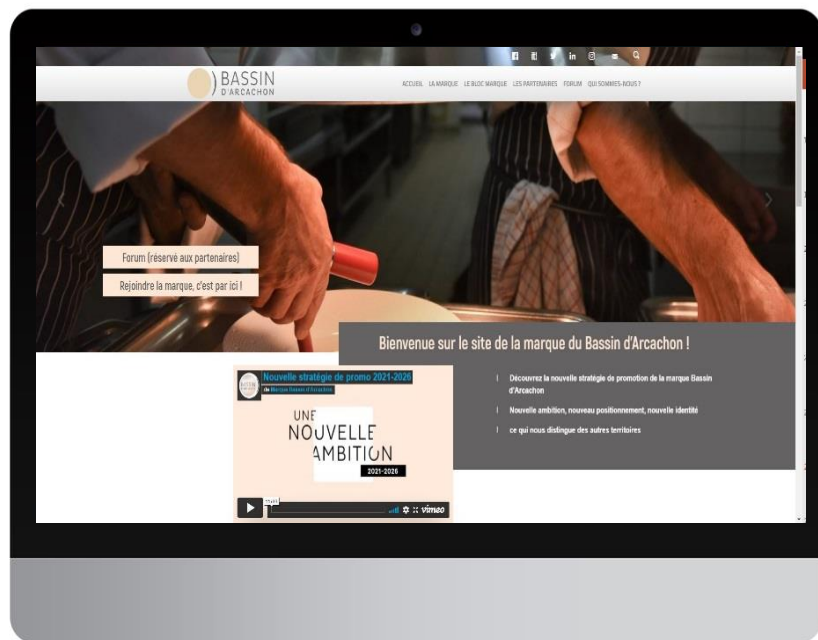
4 partenaires ont souhaité  
quitter la marque

47 entreprises en  
cessation d'activité

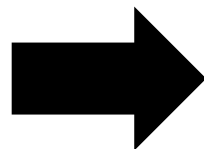




## DES OUTILS NUMÉRIQUES DÉDIÉS AUX PARTENAIRES & FUTURS PARTENAIRES



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

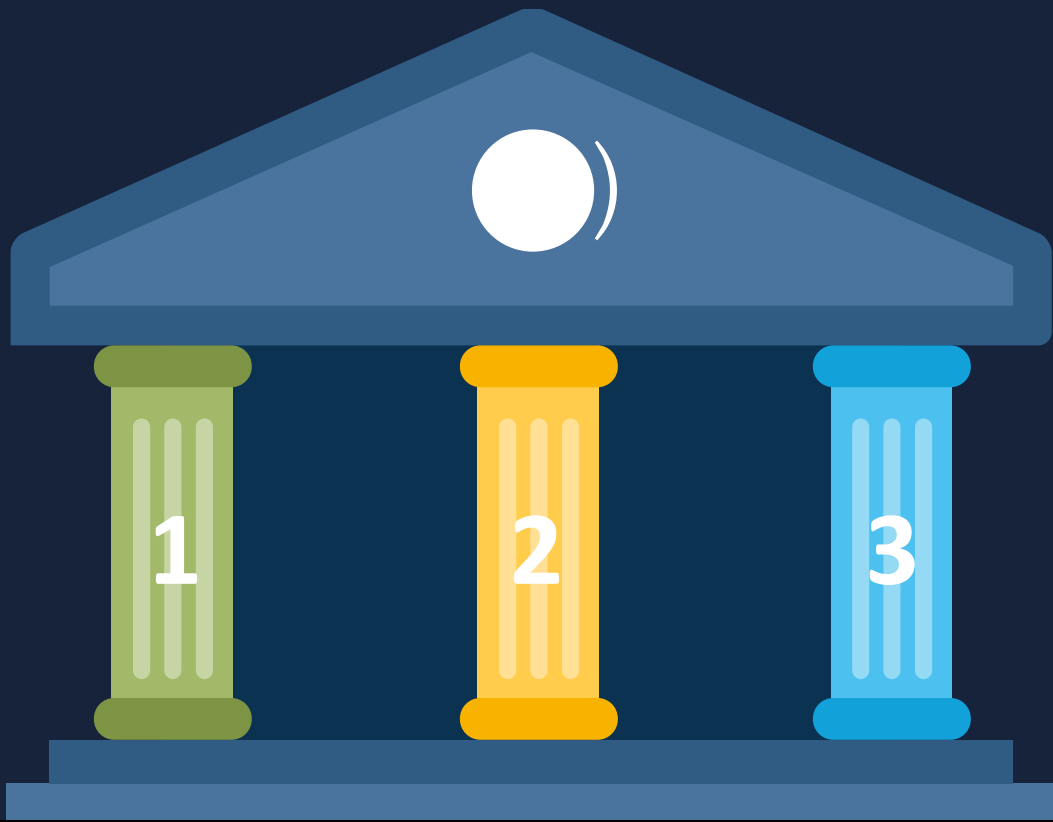


Carte interactive des 840 partenaires



## 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

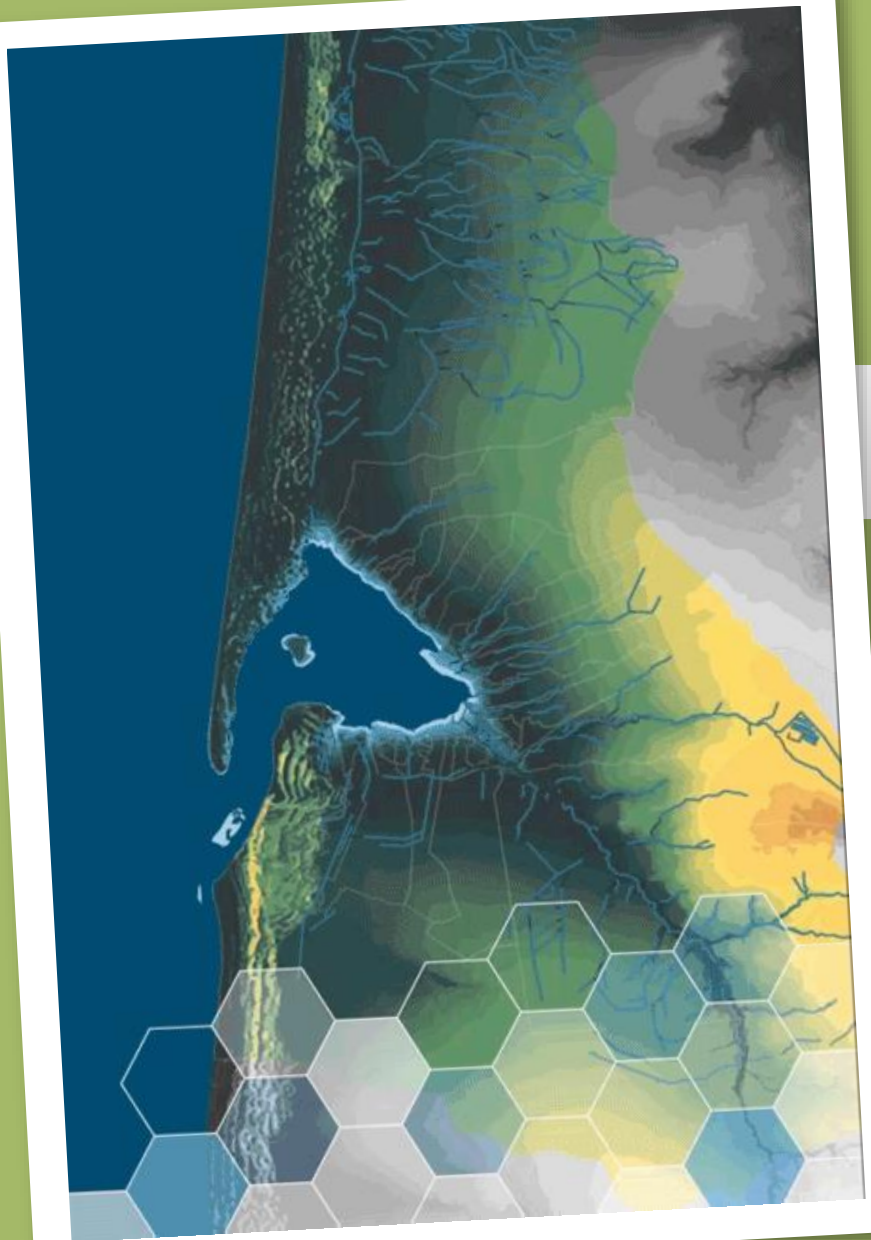


S'INSCRIRE, DANS UNE DÉMARCHE ENVIRONNEMENTALE,  
EN LIEN AVEC LA PRÉSERVATION DU PLAN D'EAU

**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 !

< 20 min



Attendez au moins 20 min pour que la crème pénètre dans la peau. Elle se dispersera moins dans l'eau...



Privilégiez les tee-shirts de bain anti-UV qui assurent une filtration efficace et évitent de se « tartiner » !



Et surtout... évitez l'exposition au soleil au milieu de la journée où les rayons de soleil sont plus nocifs.



**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 :**

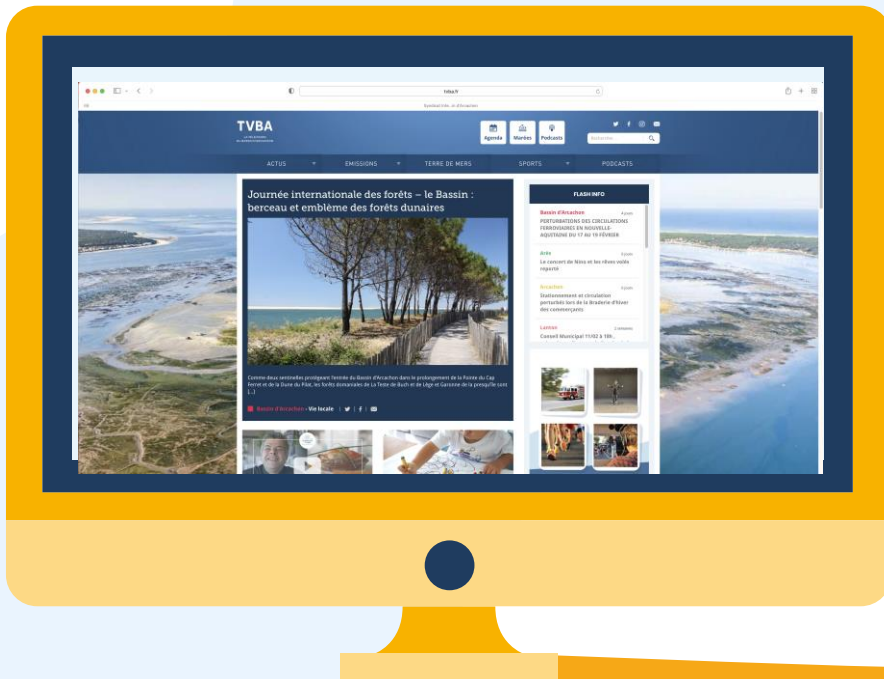
Site & application (permettant l'envoi des notifications),  
page Facebook (46 000 abonnés) et Instagram (9 000 abonnés)  
et alimentation du compte Twitter (8 500 abonnés) : @EspritBassin

## 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>