



**OFFICE DE TOURISME
ASSEMBLEE GENERALE
2010
Vendredi 29 avril 2011**



A RETENIR DE L'ANNEE 2010

Une année finalement positive malgré les caprices du temps. Une satisfaction des professionnels du Tourisme, en particulier des campings, sur la haute saison malgré la restriction annoncée des budgets vacances.

Un parc d'hôtels encore restreint cette année à cause de rénovations d'établissements qui laisse la place aux chambres d'hôtes. Les loueurs ont beaucoup mieux loué sur les trois dernières semaines de juillet et font progresser le mois de 31%. Le taux de remplissage est de 23% supérieur à 2008.

Une fréquentation de l'Office de Tourisme en baisse de 13 % incombant aux fermetures de l'accueil et perturbations pour cause de déménagement ! Les Aquitains voyagent toujours en Aquitaine et nous n'avons pas remarqué de progression étrangère comme sur d'autres territoires.

La Fête de la Tulipe dans le top 5 des animations landaises, le stand des Fêtes Locales encore en progression de 28 %, un Printemps des Landes sous une météo mitigée, mais beaucoup d'animations quand même...



Un mini site, soit, que nous faisons évoluer au maximum, de mieux en mieux référencé avec une progression de pages visitées multipliée par 2,3. De plus en plus d'étrangers visiteurs, des sites référents permettant un trafic plus important et meilleur taux de rebond à la baisse.

A l'accueil, des propositions à la carte, une mesure continue de la satisfaction du client, des locations de courts de tennis. Un environnement rajeuni avec la nouvelle aire de jeux.



La saison culturelle de Soustons et le Festival d'Art Lyrique, deux valeurs sûres dans la fidélisation d'une clientèle de spectacles de haut niveau avec une billetterie professionnalisée !!



Une réorganisation complète du travail interne et de l'aménagement des locaux ce qui nous a permis :

- d'être classés à nouveau en 2 ETOILES (11 mars 2010)
- d'obtenir LE LABEL TOURISME ET HANDICAP (moteur et mental) (4 juillet 2010)
- d'obtenir LA MARQUE QUALITE TOURISME (18 mars 2011)



LE BILAN DE L'ACTIVITE 2010

1

Représentation, Organisation administrative et salariale

- **286 personnes** représentent l'association, soit une légère augmentation de nos adhérents :
 - 63 loueurs en Meublé et Chambres, 195 prestataires divers. On remarque d'une année sur l'autre une baisse inexorable du nombre de loueurs en meublés. Par contre, les arrivées de nouveaux commerces ou les changements d'enseignes permettent de renouveler voire de conforter notre quota chez les autres prestataires.
 - 21 membres du Conseil d'Administration, 1 membre de l'amicale
 - 3 personnel permanent et 3 stagiaires
- **Les prestations de services** proposées correspondent
 - aux parutions sur le guide touristique, sur le plan de ville,
 - sur le site internet www.soustons.fr,
 - à la mise à disposition des documentations dans nos locaux,
 - sur les diverses bases de données de Tourinsoft et réseau professionnel du Tourisme.

Chaque adhérent a d'ailleurs reçu en début d'année 2011, le Manuel de l'adhérent réunissant toutes ces informations. A noter que ce Manuel est à disposition à l'accueil car il est aussi un outil de prospection.

- **Le travail de secrétariat**, d'écritures comptables, de suivi des relances, d'élaboration de rapports et de la gestion des ressources humaines est toujours aussi assidu.
- **Le réseau met à notre disposition une veille juridique** nous permettant de garantir les bonnes méthodes avec
 - la MOPA (Mission des Offices de Tourisme et Pays Touristiques d'Aquitaine)
 - l'UDOTSI (Union Départementale des Landes)

- Comme précisé l'an passé, les plans de formation du personnel étant terminés depuis fin 2009, nous mettons en application au niveau du territoire de Soustons ce qui nous a été permis d'apprendre afin de faire évoluer nos modes de fonctionnement et en faire bénéficier notre clientèle.
- **Fin 2011, nous devons respecter les 150 heures de formation sur 3 ans, notre planning datant de 2009. C'est ce que nous faisons avec :**
- Laurent et Cathy qui ont en particulier bénéficié, dans les locaux de la MACS, de deux journées de formations chacun sur la billetterie informatisée pour rendre un service professionnel à notre clientèle, et ce, grâce à la Commission Culture de la Ville.
- Ils ont aussi bénéficié d'une formation par Internet, in situ, l'un en anglais, l'autre en espagnol, mis à disposition par la MOPA et financé par les Agefos.
- Cathy a suivi une formation plus spécifique sur la mise en place de la Démarche Qualité Tourisme, grâce au dispositif d'accompagnement mis en place par le Comité Départemental.
- Laurent a développé sa formation sur le e-tourisme, puisque nous n'avons qu'un micro - site Internet et nous devons à chaque idée d'évolution, essayer de dépasser les contraintes rencontrées.

- Hélène Rigal s'est rendue à deux réunions du pays ALO en février pour le bilan 2009 et mise en route 2010 et en décembre pour les objectifs 2011.
- Une réunion de la MACS sur l'année a suffi à présenter le schéma de développement touristique.
- **4 réunions du Conseil d'Administration** ont ponctué le calendrier en 2010 avec le Conseil complet, les autres étant dédiées à l'organisation des Puces ou du Stand des Fêtes Locales.
- **Les réunions d'ateliers** comptabilité, supports de communication, circuits touristiques et animations, constitués de volontaires pour mener à bien nos actions, ont été organisés grâce à la disponibilité des membres bénévoles du Conseil d'Administration et de l' « Amicale ». Qu'ils en soient encore une fois remerciés ici.

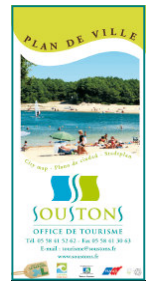


Les brochures de l'Office de Tourisme :

- **Nous avons réalisé nos brochures** en déclinant la charte graphique de la Ville et en adaptant notre propre charte re-travaillée avec les membres de l'atelier « Editions » :
 - 18 000 guides touristiques
 - 15 000 plans
 - 12 000 calendriers des animations « Pense-fêtes et passe-temps » concernant juin à septembre. Deux constats sont à soulever pour la gestion du calendrier des animations : nous avons du mal à réunir les informations et établir un calendrier rapidement, sans faire de réunion préalable des différents organisateurs de manifestations. Nous sommes informés au coup par coup, quelques fois trop tard, et nous manquons de support au moins pour les mois d'Avril et Mai, mois de plus en plus animés.
 - Il y a quelques années, nous avons fusionné le guide touristique et le guide des hébergements pour n'en faire qu'un. En 2010, nous les avons à nouveau dissociés pour n'envoyer si possible qu'un document par La Poste en courrier lent et réduire ainsi les frais. 10 000 guides des hébergements ont été fabriqués et la nouveauté réside dans la présentation étoffée des loueurs en meublé.
 - 1260 Packs Bienvenue ont été confectionnés, soit près de 400 de plus que l'an passé. Les packs sont toujours destinés au grand public, pour toutes les réceptions contenant une part de valorisation du territoire et pour la clientèle des loueurs en meublé.
 - Nous avons distribué 360 guides sur 2009 recensant toutes activités et loisirs sur Soustons. Nous aiguillons maintenant notre clientèle vers la Mairie qui donne une liste des associations. De notre côté, nous ne distribuons plus notre guide qui nous est pourtant encore très demandé car il était très complet et actualisé systématiquement. Nous constatons un manque dans le renseignement à la clientèle.
 - 30 guides en accessibilité pour Personnes à Mobilité Réduite, le Guide Ville pour Tous.
 - 1000 exemplaires du circuit « Nature et Aventure »
- **Nous avons évalué nos stocks de documents en fin d'année** et nous avons constaté une sur évaluation du nombre d'exemplaires du guide des hébergements pour lesquels nous n'avons pas de repère récent précis. Les autres éditions étaient épuisées. Nous avons réajusté les quantités pour 2011.

Les autres supports de communication :

- **Nous disposons de la documentation touristique de la Mission Tourisme de MACS et du CDT** sur lesquelles nous paraissions et collaborons en centralisant et validant les informations de notre territoire.
 - La carte de petits « auto-tours » sur un rayon de 45 km environ
 - Les documents d'appel en quatre langues qui complètent notre documentation
- Nous paraissions sur la **3ème de couverture de la carte des Landes du CDT** avec Vieux-Boucau, et financée par le SIPA.
- Depuis longtemps nous possédons un **Press Book sur Soustons qui est aussi en ligne depuis plusieurs années** et que nous réactualisons chaque année.
- **Un inventaire détaillé et exhaustif des hébergements et des activités de la ville** complète un dossier touristique fourni à la ville en Décembre 2010, permettant de faire le point sur les classements, labels et capacités de l'offre actuelle du territoire.
- Nous enregistrons les informations quotidiennes sur notre **pré - décroché téléphonique**.
- **Les mails touristiques destinés aux prospects contiennent des bandeaux concernant les animations importantes** pouvant les concerner comme le Printemps des Landes, la Fête de la Tulipe, les Fêtes de Soustons dès que nous connaissons les dates.
- **Les mails administratifs comprennent des bandeaux concernant en particulier la saison culturelle** et les autres évènements importants. Ils paraissent dans l'ordre chronologique.





- **Dans le cadre des circuits réalisés par l'Office de Tourisme et pour compléter le circuit déjà existant du bord du grand lac, appelé «Nature et Aventure », nous avons testé, pendant l'été, un second petit tour à faire à vélo hors des sentiers battus : « le chemin à remonter l'Etang ».**
- Ce circuit a même été proposé pour ce dernier Printemps des Landes 2011 avec des haltes commentées par Pierre Bedat, un de nos émérites érudits locaux.
- Ce circuit plaît beaucoup, car il est facile et permet une véritable évasion dans le temps, au pied des maisons médiévales ou entre les lacs.
- Pour obtenir le financement de l'impression par les fonds européens Leader, il faut intégrer, obligatoirement depuis cette année, un restaurant proposant le label Assiette de Pays.
- Au départ créés pour valoriser l'offre touristique globale, ce changement d'axe de communication nous permet quand même encore cette année de bénéficier de ces fonds (nous verrons plus loin les difficultés rencontrées pour sensibiliser les restaurateurs au label).
- Tout en comprenant la nécessité de créer un cadre qualitatif, nous remarquons que toute contrainte supplémentaire restreint véritablement les marges de manœuvre. Certains Offices de Tourisme se sont regroupés, l'un ayant une Assiette de Pays, l'autre les visites sur son secteur.
- Cette année, nous bénéficierons donc de la distribution dans les Offices de Tourisme du Pays, mais pas de l'énorme communication déployée par la Région pour le Label Assiettes et Cafés de Pays.
- Nous demandons à travailler plus sereinement avec nos prestataires et obtenir un résultat pour la fin de l'année.
- **Notre carte de sentiers pédestres à 1 €, réalisée avec les OT de Vieux-Boucau, Messanges, Moliets et la Ville d'Azur, est épuisée et ce produit distribué également par les villages de vacances et campings correspond complètement à la demande de notre clientèle. Elle nous rapporte encore en 2010 plus de 1500 €.**
- Les OT envisagent de reconduire cette carte pour un an car le Conseil Général a homologué et balisé des boucles sur tout le secteur du Marensin et créé le topo guide correspondant à 2€ (70 cts pour l'Office de Tourisme). Ces boucles sont en général assez grandes et doivent être obligatoirement conventionnées (c'est-à-dire que le propriétaire des chemins empruntés donne son accord de passage pour 3 ans à la Mairie et en contrepartie le Conseil Général assure les abords des chemins). Mais tous les sentiers existants n'y figurent pas encore et tout n'est pas balisé.
- A Soustons, la forêt est quasi privée et les propriétaires (dont peu avaient donné leur accord lors des anciennes demandes de conventions) n'ont à notre connaissance jamais été sollicités à nouveau. Nous-mêmes n'avons pas été au courant de toutes les étapes ou réunions organisées, l'Office de Tourisme n'était pas désigné référent.
- Le souci est que nous n'avons qu'une boucle pour l'instant sur Soustons Plage, autour du lac marin et qui est donc signalée à « Port d'Albret ».
- Ajouter à cela que MACS désire éditer une carte sur son secteur qui intégrerait les chemins communaux conventionnés par chaque Mairie, les pistes cyclables et la nouvelle voie verte, les chemins de St Jacques, les circuits VTT et les circuits du Conseil Général (si elle en obtient l'autorisation) et ce pour le mois de Juin 2011. Nous avons demandé à ce que cette carte soit vendue.
- Notre carte commune d'Offices de Tourisme disparaîtra à terme.
- Peu d'Offices ont des circuits déjà conventionnés, le secteur est très grand et il y aura doublon avec les circuits du Conseil Général. Mais en échange, tout serait regroupé.
- Ne pas oublier que les autres OT de MACS n'ont plus de carte de sentiers commune.
- L'idée serait d'avoir le plus de sentiers possibles pris en charge par le Conseil Général, ce qui permettrait l'assurance du balisage, la mise aux normes et la sécurité. Ils seraient intégrés dans la carte de Macs automatiquement si l'autorisation est accordée.
- La Mairie pourrait peut-être de son côté, conventionner tous les chemins possibles non pris en compte par le Conseil Général. Nous avons deux ou trois propositions à court terme.
- Nous voilà cette année avec trois supports, sans parler de ceux du Comité Départemental du Tourisme qui, eux, complètent l'offre cyclable sur le département. Nous demandons à travailler rapidement avec la Mairie et l'ASS Randonnées Pédestres pour valider les priorités et obtenir des sentiers qui tiennent la route !!

4

Organiser des animations touristiques

- Les **Journées Tourisme en Espace Rural** ont intéressé une cinquantaine de personnes sur 3 demi-journées consacrées à l'agriculture, la forêt, l'artisanat, les traditions, le patrimoine. C'est moins que l'an dernier car nous n'avions pas la météo de notre côté et nous avons dû réorganiser certaines demi-journées, faute d'intervenants au dernier moment (malgré les autorisations et courriers divers).
- Nous avons renoué avec le **marché aux Puces de Juin au Hall des Sports** qui nous rapporte un résultat honorable de 600 € vu que depuis deux ans nous ne l'avions pas fait.
- Le **marché aux Puces de Décembre** a rapporté quant à lui 1115 €, soit 38 % de moins qu'en 2008 et 55% de moins qu'en 2007. Les vide-greniers s'essouffent un peu partout et la réglementation n'étant plus du fait de la Préfecture mais des Municipalités, ces dernières doivent trouver des moyens de gérer équitablement les nombreuses demandes qui affluent. Nous vous annonçons déjà que nous n'avons l'autorisation d'organiser que les Puces de Décembre 2011.
- **Le calendrier du Printemps des Landes** comprenait 10 animations en 2008, 12 en 2009 et 17 en 2010, toujours sur le thème de l'eau. La météo n'était pas de la partie et plusieurs animations ont dû être reportées ou annulées. Mais certains ont tenu bon, comme ce groupe de jeunes personnes accompagnées par Laurent Goubert sur le circuit Nature et Aventure.
L'occasion était donnée de mettre en avant la première exposition de photos dans les nouveaux locaux puisque notre stagiaire Adeline a eu le soutien des membres du Club Photo de l'association Mer et Marenne et a pu présenter son projet dans la Presse.
Les prestataires remarquent une fréquentation croissante de clientèle locale au détriment des touristes censés profiter d'avantage du dispositif gratuit et des promotions d'hébergements. En effet, jusqu'à présent c'est la même période de nos vacances scolaires qui a été choisie, profitant donc à peu près toujours aux mêmes.
- **Le stand des Fêtes** reste une opération à part dans les animations de l'Office de Tourisme. Il s'agit d'un stand de restauration tenu (sous convention) avec l'ASS Randonnées Pédestres.
Une meilleure distribution des rôles, l'organisation en salle encore améliorée, les prix révisés, des tables ajoutées, le repas du dimanche midi en plus et une maîtrise complète des commandes, tout cela égale encore à 28 % de plus qu'en 2010, à partager avec l'AS Randonnées, soit 12 168 € sur la même base de 60 et 40 %.
- **Nous proposons chaque année nos services au Comité des Fêtes pour communiquer sur la Fête de la Tulipe** et celui-ci a préféré prendre en charge la communication et nous avons géré les réservations de spectacle et les inscriptions des groupes d'autocars pour les repas et gradins. Ces offres groupe génèrent 1690 € de recettes pour 133 personnes.

5

Promotion touristique et événementielle

- Nos documents sont distribués sur les stands du CRT ou du CDT par les agents de la Communauté de Communes **sur les salons touristiques** suivants :
 - à l'étranger : à Bruxelles, Saint Sébastien et Bilbao.
- Nous développons le e-tourisme sur les opérations suivantes :
 - **l'outil Tourinsoft** sur lequel nous mettons à jour toutes les données des prestataires adhérents et insérons les informations les plus exhaustives possibles (animations, activités, visites, commerçants, hébergements, loueurs en meublés, associations...) à destination des 246 OT d'Aquitaine.
 - Ces informations remontent maintenant par les **applications « mobi » des smart-phones**. Il suffit de photographier les QRcodes ou Flash codes, ces mosaïques carrées, noires et blanches, que l'on voit partout, pour accéder aux sites Internet. (le m-tourisme).
 - **le micro-site Internet www.soustons.fr** avec des entrées multiples sur la page d'accueil (pour notamment la programmation de la Commission Culturelle), programmation chronologique sur une page dédiée à toutes les animations, téléchargements des brochures....
 - **les newsletters bi mensuelles** auprès des Offices de Tourisme, de nos 96 prestataires ayant accepté de recevoir nos mails ou des institutionnels de la ville et du tourisme.
 - **des e-mailings** sur 800 adresses d'OT en France
 - **des e-mailings** auprès des 272 adresses mails de particuliers recueillies lors de notre jeu questionnaire qualité d'avril à septembre.
 - **les 12 sites Internet spécialisés** dans la diffusion des événements avec saisie directe des informations sur les sites et 15 envoyés par mail.
- **Le panneaux lumineux de la ville** que nous utilisons pour les marchés aux Puces.

6

L'accueil et l'information à l'Office de Tourisme, les chiffres clefs

- **Les demandes d'information en progression concernent les animations. Les meublés de tourisme restent la plus forte demande pour les hébergements mais avec un petit recul à 29%.**
- **Ces contacts sont pour moitié par Internet maintenant et sont plus nombreux en début d'année.**
- Nous passons beaucoup plus de temps au téléphone à conseiller le client en ligne sur notre site Internet et nous envoyons moins de brochures. Le guide hébergements représente tout de même le tiers des envois.
- **21500 clients (touristes et locaux) nous ont rendu visite.** Mais les trois premiers mois n'ont pas été représentatifs car nous étions encore au Camping l'Aïrial et l'accueil a été particulièrement perturbé pendant 15 jours, voire impossible, lors du re-déménagement. **Nous enregistrons donc une baisse globale de 13 % alors que la fréquentation du mois de juillet dépasse le mois d'août mais les deux mois restent inférieurs à l'année précédente.**

Les 500 clients questionnés sur place lors de notre sondage d'avril à septembre, ont souligné le manque de signalétique. La banderole installée toute l'année, sauf en août, (en attente du totem prévu par la Ville) a certainement joué un rôle dans les fluctuations de notre fréquentation.

- Sans surprise, nous avons eu des demandes d'information émanant d'**une majorité d'Aquitains**, puis des Franciliens, et de la Région Rhône Alpes, alors que le Midi Pyrénées recule au profit des Pays de la Loire. Les statistiques recueillies sur la clientèle questionnée ensuite sur place, confortent ces données mais c'est la Région Midi Pyrénées qui prend la troisième position. Les réponses indiquent aussi une représentativité de tous les départements français sans démarquage particulier.
- Nous avons aussi retenu que la moitié de nos clients sont venus pour la première fois. Cela veut dire qu'ils se tournent vers nous pour découvrir le territoire et qu'il ne faut pas rater leur première impression. Un quart des visiteurs connaît la région grâce à ses proches. Nous avons beaucoup de locaux qui viennent pour réunir les informations utiles au séjour de ceux qu'ils accueillent chez eux. Nos touristes seraient environ 20 % logés en non marchand. Le séjour moyen à Soustons est de près de 12 jours. Ces personnes se déplacent peu, sont en couple ou en famille.
- Les visiteurs espagnols sont concentrés sur les périodes habituelles de leurs propres congés et lors de la braderie de Soorts Hossegor. Nous n'avons pas de forte progression de clientèle étrangère qui reste diffuse et sur la haute saison. Les belges restent en première position.
- Sur place, nous avons retrouvé notre fidèle clientèle pour l'achat des billets de spectacles. D'autant que nous avons maintenant un système informatisé comme dit précédemment.

7

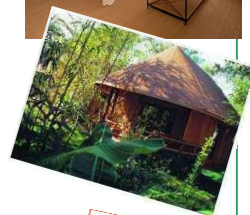
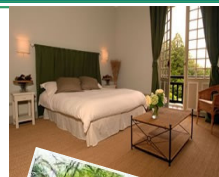
Les taux d'occupation des hébergements

- Les différentes crises connues de la tempête aux plus récentes, françaises ou étrangères, ont fait craindre le pire, mais si les prestataires s'adaptent, les clients aussi.
- **Chiffres clefs dans les différents hébergements de la région :**
 - L'Aquitaine est la destination en progression ex-aequo avec le Languedoc Roussillon (soit 15% des vacanciers). 30 % des partants disent prévoir un budget inférieur à 2009 sur le restaurant, les achats souvenirs, mais surtout 1/3 d'entre eux font des économies sur l'hébergement.
 - La hausse de fréquentation la plus remarquable est celle des campings avec plus de 3 % grâce à une clientèle étrangère plus présente mais surtout grâce à une tendance de séjours plus longs dans les offres locatives (baisse des emplacements tentes), soit la recherche d'un meilleur confort pour un budget restant adapté.
 - L'hôtellerie affiche peut être les mêmes pourcentages, mais la clientèle dispose d'un autre budget et recherche plutôt les établissements haut de gamme et dans les grandes villes.
 - Les villages de vacances avec force promotion et chambres d'hôtes en particulier tirent aussi un bilan positif. Les villages tentent d'ailleurs maintenant d'inverser la tendance de la réservation de dernière minute avec des promotions en tout début de mise sur le marché de leurs offres.
- A noter que la clientèle des personnes handicapées entre dans l'observatoire du CDT, puisque de plus en plus d'établissements sont labellisés. Il s'agit d'une clientèle fidèle qui séjourne plus longtemps.
- **Les hébergements de Soustons :**
 - Le parc du camping l'Aïrial se retrouve amoindri en 2010 de 120 emplacements à cause d'un important réaménagement en cours de réalisation. Le camping présente donc de bons chiffres avec la particularité d'avoir vendu les emplacements nus mieux et plus tôt en juillet.
 - Framissima Nature a ouvert ses portes avec un remplissage complet en haute saison grâce à son réseau de distribution et sa propre centrale de réservation. La moyenne du temps de séjour est de 2 semaines avec des familles de deux à quatre enfants puisqu'il y a un grand club enfants.
 - Les chambres d'hôtes fidélisent leur clientèle et ont bénéficié des réservations de dernière minute mais sans atteindre les 100 % de l'an passé.
 - les hôtels résistent grâce à leur parc limité. Deux d'entre eux étaient en travaux tout au long de l'année.
 - Les villages de vacances s'en sortent encore grâce aux promotions mais réorientent leur prospection vers les séminaires d'entreprise qui leur confèrent une fin de saison plus confortable.

8

La gestion du parc de Meublés de Tourisme

- Avec 63 locations meublées et 15 chambres d'hôtes inscrites en 2010, notre parc baisse un peu encore.
- **100 % des propriétaires** souscrivent toujours à notre contrat Qualité des Locations et de l'Accueil Soustonnais qui vise à personnaliser l'accueil des clients.
- Le taux d'occupation augmente d'1 point à 98 % sur la 1ère quinzaine d' août.
- **Par contre le mois de juillet gagne globalement sur les 3 premières semaines avec plus de 31 % de remplissage par rapport à l'an passé.**
- Si l'on compare 2010 à 2008, tous les mois sont en nette progression et l'année progresse de 23 %.
- Ce sont les Meublés qui offrent le meilleur rapport qualité/prix qui progressent avec un tarif moyen à 500 € la semaine.
- **Peut être que nous remplissons mieux du fait de ce parc pas trop important.** La plupart des propriétaires qui ne font plus appel à nous, mettent leurs locations sur les sites Internet. Alors, nous avons fait l'expérience de proposer ces services Internet, à tarif préférentiel, aux propriétaires qui ne peuvent gérer eux-mêmes les parutions. Les 15 propriétaires adhérents sont satisfaits de ce service.
- Beaucoup de clients ne veulent plus perdre de temps à chercher dans des nébuleuses d'offres locatives et le choix des hébergements se fait de plus en plus par les avis partagés du Web.
- A l'Office de Tourisme, nous connaissons notre parc de locations et nous sommes donc le meilleur interlocuteur potentiel. Nous avons une neutralité nécessaire, mais nous savons gagner la confiance et nous sommes disponibles. Nous passons donc de plus en plus de temps au téléphone pour affiner les réponses. Nous remarquons des conclusions de contrat plus rapides.
- Enfin, nous n'acceptons que des locations classées en Préfecture, garantie d'une référence officielle qui permet en plus au propriétaire du Meublé de Tourisme d'avoir des avantages fiscaux.
- Maintenant, les nouvelles dispositions de classement, déjà mises en place pour ceux qui viennent d'être visités, vont peut-être faire changer le comportement des propriétaires, surtout si elles touchent aux tarifs des prestations et à la fiscalité.
- Les propriétaires vont recevoir très vite une invitation pour le 16 juin 2011 à Seignosse pour que différents intervenants leur expliquent clairement les implications de ces nouvelles dispositions.



9

La fréquentation des commerces et sites touristiques

- Randonnées, vélos, visites d'espaces naturels restent toujours les plus demandés.
- Rappelons nous que 1 400 000 visiteurs sont venus sur les sites landais en 2009 mais nous n'avons pas encore les chiffres du CDT pour 2010.
- En ce qui concerne notre ville, les clients sondés à l'Office de Tourisme semblent plutôt sédentaires et consomment dans les restaurants et commerces locaux pour moitié d'entre eux. Les animations, loisirs et activités leur conviennent tout à fait.
- S'ils séjournent 12 jours en moyenne, il est important de bien leur distribuer notre documentation auprès des hébergements par exemple, pour faire en sorte qu'ils connaissent toute l'offre à leur disposition.
- **Conclusion à la fin de l'année :**
79 % des professionnels du Tourisme sont satisfaits de leur saison de juin à septembre avec une arrière saison réussie dans les hébergements, une fréquentation étrangère en hausse de 40% sur la haute saison mais orientée vers les grandes villes et les régions viticoles, d'après les enquêtes du Comité Régional d'Aquitaine.
- A Soustons, l'impact d'un deuxième camping côté ville n'est pas encore totalement ressenti puisqu'il n'a ouvert que sur une courte période avec un demi-parc réalisé. A suivre en 2011.
- En règle générale, les budgets resserrés ont été ressentis dans tous les secteurs d'activités.



- **Consultations directes :**

- **121 900 pages ont été consultées de notre Site Internet soit 2,3 fois plus qu'en 2009.**
- Les pages les plus consultées sont celles des plages surveillées du lac marin, de la piscine Aygueblue, des promenades en bateaux, de la pratique du vélo...
- Environ 40 000 visiteurs.
- Les pages principales de destination sont celles des hébergements et des commerces.
- Les pages de sorties sont axées sur les piscines (Aygueblue en particulier) mais aussi les locations de vacances soit les loueurs en Meublé.
- L'accès direct par le nom est essentiellement concentré sur le premier trimestre à 58 %, en baisse par rapport à 2009.
- L'accès par les moteurs de recherche pointent à 74 % en juin, mais le taux de rebond est élevé.
- L'accès par les sites référents augmente sur l'année avec des pics à 18 % en avant saison dont certains spécialisés comme celui des vide-greniers avec un faible taux de rebond.

Il est donc de plus en plus important d'avoir un bon référencement et un réseau solide de liens.

- On retrouve les mots clefs habituels mais aussi des mots tels que Fêtes et Assiettes de Pays.
- On remarque tout de même que le temps global de consultation est extrêmement court et le taux de rebond à tout de même baissé à 52 %.
- 80 % des internautes sont nouveaux, par contre 22 % sont fidèles.
- L'Europe de l'Ouest est bien représentée et nous avons même une centaine d'américains qui se sont connectés. Il est dommage de ne pas avoir de traduction complète.

Nous avons un micro site réalisé par Faire Savoir qui a environ 6 ans et dont les informations sont générées par l'outil Tourinsoft.

• Nous essayons de le faire évoluer malgré les contraintes techniques en dopant son référencement. Il permet une navigation simple, des réponses fiables et rapides mais il y a des applications actuelles qui ne sont pas adaptables. Au bout de 6 ans, il nous aura coûté autant que l'achat d'un vrai site.

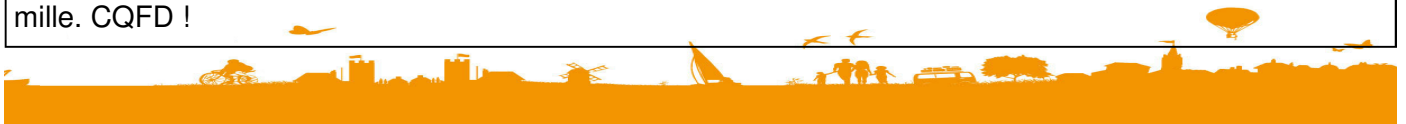
- La facture a été revue à la baisse pour 2011.

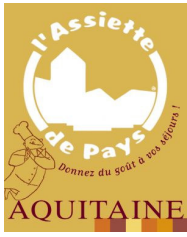
- Nous faisons partie du Club Golf du CDT même si nous n'avons pas à la base de golf 18 trous. Nous avons demandé à être au courant des opérations promotionnelles mises en place puisque le Golf de Pinsolle est malgré tout partie prenante.
- Nous avons sensibilisé nos prestataires au Programme de Formation Interfilières mis en place par le Pays ALO et concernant tous les professionnels désireux d'évoluer dans les domaines du e-tourisme et de l'éco-tourisme. Deux personnes à Soustons pour l'instant sont inscrites aux deux modules.
- Nous avons signé un avenant à notre convention avec la Mairie pour vendre des heures de tennis sur deux des quatre courts qui ont été construits à côté du gymnase. Nous sommes confrontés à quelques problèmes de comportement qui ne nous sont pas familiers et nous essayons d'y remédier.

Une mesure de la satisfaction clientèle a été mise en place :

- afin de faire remonter au mieux les suggestions, réclamations de tous nos visiteurs auprès des intéressés et assurer un minimum de suivi. Nous laissons à disposition des fiches et une urne relevée régulièrement.
- afin de connaître plus globalement les attentes des visiteurs sur la commune et aussi sur les services de l'Office de Tourisme. Nous laissons également à disposition des questionnaires clientèles en 4 langues.

Pour mieux connaître notre clientèle, nous lui avons demandé de remplir un questionnaire spécifique d'avril à septembre et organisé un tirage au sort avec les 472 coupons réponses réunis. Les éléments statistiques très intéressants ont été remis en Mairie dans le dossier « Gagnez un séjour à Soustons Plage ». Certains chiffres sont répartis dans ce rapport d'activités. Deux familles ont gagné : un séjour plus Golf et un séjour plus Surf. Le tirage au sort a été immortalisé sur TV Landes et sur le Sud-Ouest. Une des deux familles vient de terminer son séjour et repart demain samedi 30. S'ils ont été séduits par une partie de leur séjour, un prestataire n'a pas assuré son lot et refusé l'accès du site à la famille. CQFD !

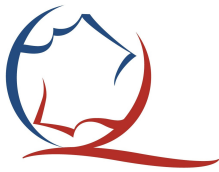




- Les normes récemment révisées pour l'obtention du **label « Assiette de Pays »** ne nous ont pas permis de mener à bien et rapidement deux dossiers de restaurants.
- Pour le premier les produits n'ont pas été jugés suffisamment issus de producteurs locaux, alors que les propriétaires apportent un soin particulier au choix des produits bruts (quand ils ne sont pas fabriqués sur place) et à l'élaboration de leurs assiettes.
- Pour le second, nous avons été un peu court-circuités dans la présentation des choses auprès du restaurateur qui ne connaissait pas ses interlocuteurs. Nous avons prévu d'être les premiers intervenants, d'où une incompréhension des choses.



- Des normes d'accessibilité pour personnes handicapées seront obligatoires en janvier 2015 pour les établissements recevant du public. Les travaux entrepris à la Grange ont bien sûr tenu compte de ces directives. Nous en avons profité pour obtenir le label Tourisme et Handicap moteur et mental le 4 juillet 2010 avec encore une fois l'appui du Comité Départemental du Tourisme.
- Notre travail a été facilité par l'association Handiville qui a étoffé notre inventaire, réuni dans le guide Ville Pour Tous que nous éditons depuis 12 ans maintenant, avec photos d'accessibilité à la clef pour les commerces et services publics.
- Notre fidèle clientèle en fauteuil roulant a testé maintes fois déjà les installations. De plus, il est important de noter que si nos toilettes ne sont pas publiques, elles sont accessibles en fauteuil roulant et nous les mettons à disposition de cette clientèle particulière.
- Il ne nous manque pas grand-chose pour obtenir la fenêtre auditive et nous y travaillerons ultérieurement.
- Depuis peu, notre structure est en ligne sur l' Intranet de la MACS et sera bientôt sur son site Internet.



QUALITÉ
TOURISME

- **Depuis fin 2007, nous l'avons annoncé maintes fois, nous faisons partie des 10 premiers Offices de Tourisme landais inscrits dans la Démarche Qualité Tourisme** et aidés par le dispositif d'accompagnement local mis en place par l'UDOTSI et le CDT.

- Une volonté affirmée de réorganiser le travail en interne, s'appuyer sur les besoins et les attentes des visiteurs, de développer les relations avec les interlocuteurs du territoire et d'assurer un suivi, conjugués à la rénovation des bâtiments par la Ville de

Soustons pour offrir un cadre de vie soigné et adapté : toutes ces actions ont permis d'acquérir officiellement la Marque Qualité Tourisme depuis le 31 Mars 2011.

- Nous nous devons de remercier les membres du Groupe Local Qualité qui ont validé et soutenu depuis fin 2010 les initiatives du personnel et en particulier de la Référente Qualité : Cathy Miremont.
- Cet acquis (pour 3 ans) permet d'améliorer l'image de l'établissement et de mettre en œuvre une gestion plus efficace. Le travail de fond était réalisé depuis longtemps mais il fallait réadapter les méthodes et les outils. De plus, la démarche collective départementale et le soutien du réseau professionnel permettent une communication que nous n'aurions jamais pu obtenir dans un autre contexte.
- Nous faisons donc partie de la grosse centaine d' Offices de Tourisme marqués en France et des 7 Marqués dans les Landes, les autres étant Biscarrosse, Dax, Seignosse, Hossegor, Capbreton et le Pays du Seignanx.
- Ce qui a retenu l'attention de l'auditrice externe (cabinet d'audit de Chambéry), c'est l'implication du personnel, les outils créés et fonctionnels et surtout la véritable appropriation pour réaliser une démarche unique correspondant véritablement à la structure.

PROJETS OU OBJECTIFS 2011

SE DOTER D'OUTILS DE TRAVAIL

Un nouveau copieur et des petits outils de secrétariat pour travailler mieux et plus vite d'autant que certains services n'existent plus en ville depuis peu.

UN PAS VERS LE e-TOURISME

Développer nos media avec des supports multi media en réceptif et une visibilité accrue sur les réseaux sociaux d'échanges et d'imageries qui permettent de tendre vers les modes d'information pressentis pour l'Office de Tourisme du futur.

SUIVRE UN PLAN PROMO ELABORE

Un plan chronologique rigoureusement suivi pour une meilleure communication à des fréquences mieux étudiées en n'oubliant aucune étape.

SUIVRE LES INDICATEURS QUALITE

Surveiller le suivi des suggestions et réclamations et avec le Groupe Local Qualité amener les différents interlocuteurs à toujours apporter un meilleur service. Questionner la clientèle et les prestataires de façon plus ciblée.

DEVELOPPER LES RELATIONS AVEC NOS PRESTATAIRES TOURISTIQUES

Réunir plus souvent les filières, mieux les informer, mieux les questionner et en retirer des actions concrètes.

Proposer une information auprès des saisonniers destinés à l'accueil des structures touristiques.

SENSIBILISER LES LOUEURS AUX NOUVELLES NORMES DE CLASSEMENT

Garder un parc solide et qualitatif, faire en sorte que nos loueurs aient toujours le même service aux meilleures conditions et qu'ils ne se perdent pas dans les nouvelles directives.

DEVELOPPER LES OFFRES THEMATIQUES

Après avoir sensibilisé les prestataires, les impliquer plus facilement dans des réflexions d'offres touristiques telles que journées groupe, journées famille...

FIDELISER LA CLIENTELE ANNUELLE

Créer des expositions de peinture en particulier avec un « turn-over » suffisant pour fidéliser la clientèle.

Organiser une journée Portes Ouvertes afin de faire connaître nos services.

DEVELOPPER LES ANIMATIONS GRATUITES

Entre les grandes dates ou les animations régulières, pallier le manque de petites animations correspondant à la clientèle familiale en juillet et août.

REVENIR AUX SUPPORTS D'INFORMATION MANQUANTS

Proposer à nouveau les informations sur les loisirs et activités, inexistantes en hors saison depuis deux ans et refaire un support pour les animations de avril et mai dont le calendrier s'étoffe de plus en plus. Il faut faire face à la « concurrence ».

REFLECHIR AU DEVELOPPEMENT DU MINI SITE SOUSTONS.FR

