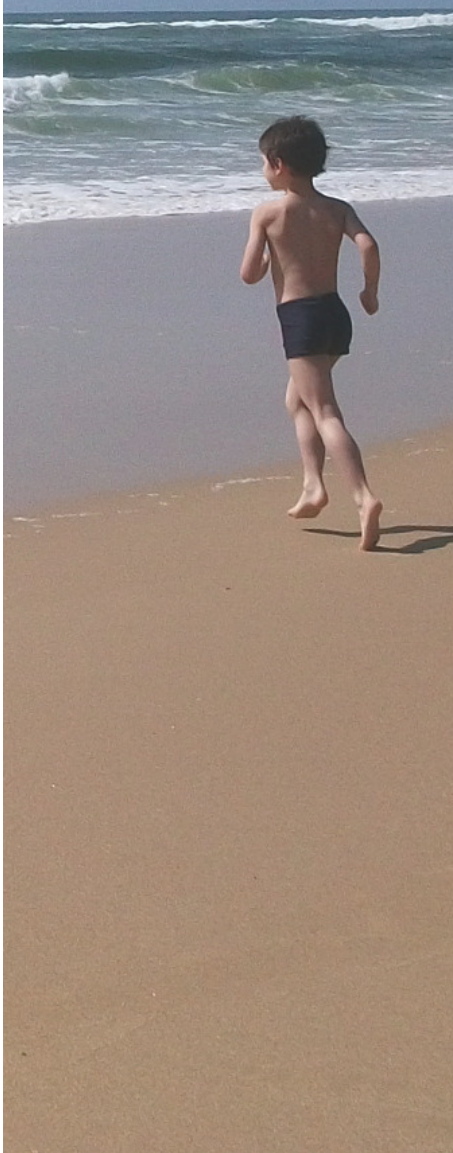




Offices de  
Tourisme  
de France

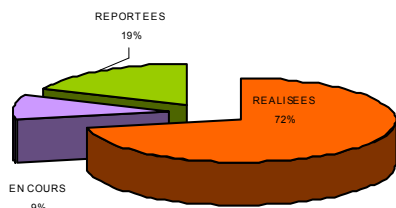


SOUSTONS



**ASSEMBLEE  
GENERALE  
2012  
Jeudi 18 avril  
2013**





En 2012, 32 actions de notre « PLAN QUALITE », amenées à valoriser l'écoute clientèle, l'organisation interne, la sensibilisation et les échanges avec nos prestataires et partenaires, l'évolution de la qualification de l'offre du territoire, la formation du personnel, étaient validées par le Groupe de Travail Local Qualité et le Conseil d'Administration, soit 2 fois plus que l'an passé. 3 sont encore en cours de réalisation, 6 reportées sur 2013 et 23 ont menées à bien.

**81% de notre plan d'actions 2012 étant achevé nous avons atteint notre taux d'efficacité recherché de 80%. Ces actions qualité font partie intégrante de notre quotidien et sont déclinées dans ce rapport d'activités.**

### Des actions importantes de 2012 :



- L'espace pro [www.espaceprosoustons.fr](http://www.espaceprosoustons.fr) (W8) mis en place en juin est particulièrement dédié à nos adhérents, prospects et presse a été créé en cours d'année 2012 et 138 visiteurs l'ont consulté. Il est constamment amélioré pour que nos interlocuteurs trouvent rapidement des solutions adaptées.



- Les différentes rencontres avec tous nos partenaires (A1) ont été des moments forts de nos échanges, bénévoles, organisateurs de manifestations, adhérents, professionnels du tourisme, loueurs en meublé ont permis des pistes d'amélioration de nos actions.

- Obtention du Label Accueil Vélo avec l'ouverture officielle le 30 juin de la Vélodyssée

### Un bref aperçu des actions reportées en 2013 :

- Accentuer la **communication à travers les technologies et supports informatiques** dont une partie est d'ailleurs réalisée à ce jour.



Nous invitons le plus grand nombre à aimer **notre page [www.facebook.com/destination\\_soustons](http://www.facebook.com/destination_soustons)**. L'utilisation de ce réseau social est obligatoirement demandé dans un Office de Tourisme classé. Nous avons **66** personnes qui nous ont rejoint en 3 mois. Nous l'utilisons pour les animations et filtrons les échanges.



Nous ferons « vivre » nos photos et celles de nos partenaires avec leur autorisation, sur **Flickr'r** principalement puisque la nouvelle application mobile du Comité Départemental des Landes [www.leslandes.mobi](http://www.leslandes.mobi) nous permettra de faire remonter les images.



Le site [www.soustons.fr](http://www.soustons.fr) évolue petit à petit, mais nous sommes confrontés à de nombreuses contraintes techniques à la vue des outils de communication à intégrer.

Cela fera partie des chantiers importants de 2013 avec la mise en place d'outils numériques adéquats.

- **Remodeler le règlement intérieur**. Ce n'est pas une obligation mais notre règlement est complètement obsolète. Il nous paraît préférable de lui imposer une mise à jour.

- **Pour mieux vendre notre territoire**, la mise en place de nos **Eductours Internes** faisant partie intégrante de la formation requise du personnel a été assez compliquée. Nous nous sommes rattrapés sur les deux derniers mois de l'année mais nous n'avons pu mettre en place ceux que nous avions prévus dès le début de l'année : OT Bis-carrosse, Pays ALO. Nous nous organiserons différemment en 2013.

**Très peu de difficultés ont été constatées lors du second audit de suivi le 19 mars dernier. La démarche qualité est acquise et intégrée dans le fonctionnement général de la structure. Quelques écarts mineurs sont toutefois à corriger pour être plus sereins lors de l'audit externe ; l'audit de reconduction étant plus exigeant. L'avis de l'auditrice est favorable pour l'audit de reconduction externe en mars 2014. Les mesures correctives devront être apportées pour cette date là.**

**Merci à tous les membres du Groupe de Travail Local Qualité**

## UN PLAN PROMOTION A DESTINATION DE TOUS

Le plan promotion (A2) fait écho sur toutes les actions entreprises listées dans le plan d'action de l'année. Il s'agit de communiquer avec le support le plus adéquat, au bon moment, auprès de la clientèle ciblée.

**93 % des actions programmées (soit 74 sur 80) ont été réalisées, 7% ont dû être annulées en cours d'année ou reportées sur 2013 à cause de remaniements de dernière minute.**

L'année 2012 est marquée par une communication accrue envers **nos partenaires** comme nous l'avons déjà remarqué plus haut. Les **populations touristiques et locales** bénéficient aussi d'une promotion ciblée par l'envoi de 6 news, la communication par bandeaux sur nos mails, le pré décroché téléphonique, le site Internet qui évolue toute l'année, les sites Internet thématiques et spécialisés, les salons touristiques assurés par MACS qui a privilégié une clientèle espagnole de proximité en 2012 en participant aux salons de Saint Sébastien et Bilbao.

Nous sollicitons régulièrement nos **media locaux** pour qu'ils fassent le relais avec notre population locale (TV Landes, Correspondant Sud-Ouest et Radios CSFM, RFBG). Nous relayons ensuite les reportages par le biais du site Internet ou de l'espace pro.

**La Collectivité** fait partie de nos interlocuteurs auprès de qui nous restituons notre observatoire touristique local et notre rapport d'activités lors de l'Assemblée Générale. Cette année nous travaillons sur les classements respectifs de la Station et de l'Office de Tourisme.

Nous n'oublions pas le **personnel saisonnier** qui bénéficie depuis 2 ans maintenant de 2 ½ journées d'informations sur la connaissance de notre territoire. Ces rendez-vous sont fortement appréciés.



## GAGNEZ UN SEJOUR NATURE A SOUSTONS (A3)

Dans le cadre de la Démarche Qualité Tourisme et pour la deuxième édition, l'OTSI de Soustons a procédé à une enquête auprès des vacanciers de Juillet à la fin Octobre 2012.

Afin de motiver les personnes à répondre à ce questionnaire, l'OTSI est ses quatre partenaires : le Village de Vacances Belambra Pinsolle, Elisabeth Lartigue propriétaire de chambres d'hôtes, Didier Kobden loueur de vélos et le camping Framissima Nature ont organisé un tirage au sort :

### « Gagnez un séjour Nature à Soustons » avec quatre dotations

• Le questionnaire était ouvert aux personnes ayant séjourné à Soustons et 152 ont été recueillis. 2 belges, 1 irlandais, 1 allemand, 1 espagnol et 1 suisse ont participé.

Le règlement du jeu a été déposé chez SCP Lart et Lalanne - Huissiers de Justice à Soustons.

Conformément à nos obligations lors d'une collecte de données à caractère personnel, le jeu et ses modalités ont été déclarés auprès de la CNIL.

#### Le questionnaire portait sur les axes suivants :

- 1 - l'avis des vacanciers sur les services proposés par l'Office de Tourisme
- 2 - l'avis des vacanciers sur le thème de l'éco responsabilité
- 3 - l'avis des vacanciers sur les prestations offertes par la ville de Soustons
- 4 - une analyse globale de la population touristique ayant séjourné cet été à Soustons

L'analyse de 2012 permet en plus une comparaison avec les éléments recueillis en 2010.

• Toutefois, le nombre de questionnaires est moins important qu'il y a deux ans. La période du jeu était de 4 mois au lieu de 7 mois en 2010. Nous avons photocopié 375 exemplaires que nous avons distribués à l'accueil, dans les Packs Bienvenus des loueurs en meublés, dans les packs remis aux participants des différentes animations organisées par l'Office de Tourisme et en ligne sur notre site Internet.

Par rapport à l'opération précédente, les comportements des clients étaient un peu différents car ils l'ont en majorité pris volontiers, mais ne l'ont pas rempli sur place et donc ne l'ont pas rapporté ou renvoyé. Le samedi ou le dimanche, les vacanciers le refusaient souvent car ils venaient d'arriver et ne pensaient pas pouvoir répondre aux questions.

• **152 questionnaires peuvent quand même représenter un panel intéressant comme nous le constatons à l'analyse des réponses.**

**Les résultats sont à la disposition de tous nos partenaires et de tous ceux qui voudront les consulter sur notre [www.espaceprosoustons.fr](http://www.espaceprosoustons.fr).**

## LES POINTS REMARQUABLES DE L'ANALYSE

- **20% de notre clientèle connaît notre station grâce à Internet, soit près de 8% de plus qu'en 2010.**
- 47% des clients n'étaient jamais venu à Soustons.
- 7% de plus des personnes interrogées en 2010 soit 87% de nos visiteurs sont en hébergement marchand avec 40 % de campeurs et plus de 35 % de résidents en location chez particulier (meublé, gîte, chambre...).
- On remarque que 20% des clients ont plus de 60 ans.
- La situation géographique est un atout majeur de Soustons considérée par 46 % de nos visiteurs. Cette valeur cumulée à celle de la proximité de l'océan et à la présence des lacs atteint 70 %
- **Le prix des vacances est un critère de choix important.**
- Sans surprise, nos visiteurs pratiquent **la marche et le vélo** pour respectivement 20 et 24%.
- **22% pratiquent un sport en rapport avec l'eau.**
- Nous avons relevé lors de l'enquête de 2010 que 26% de nos clients étaient mécontents de la signalisation pour venir à l'Office de Tourisme. Cette année, 93,5% sont satisfaits ou très satisfaits. Les nouveaux panneaux et le totem semblent avoir joué leur rôle.
- Nous remarquons que le support principal utilisé par les vacanciers sont les panneaux de signalisation à 33,3%.
- **Enfin, nous serions amenés à conclure qu'en vacances, les touristes se débarrassent du concept de préservation de l'environnement qui leur est imposé chez eux au quotidien.**

## METTRE EN AVANT DES ECO GESTES

4

**Pourtant, nous avons obligation dans le cadre de la Marque Qualité de répondre à certains critères qui prouvent que nous, nous restons attentifs et que nous sensibilisons les autres aux éco gestes.**

- Les séjours à gagner ci-dessus et le questionnaire de satisfaction comportaient donc volontairement cet axe environnemental.
- Nous verrons plus loin que le traitement de nos déchets de brochures est regardé avec attention, mais aussi les déchets au quotidien que nous trions.
- Nous n'avons pas encore atteint l'objectif affiché de 2011 de traiter les données administratives de manière uniquement informatisée. Notre installation informatique n'est pas encore optimale. Nous avons par contre réduit de moitié l'achat de papier en recyclant toutes les feuilles A4 ou A3 possibles.
- Nous n'avons encore cette année jeté que la valeur d'un container du Sitcom en brochures des tiers.

**Avec la tendance au tout numérique, les éditions papier reculent d'une manière globale de 40% en l'espace de 3 ans. Toutefois, elles résistent en réceptif et sont donc distribuées de manière raisonnée. C'est ce à quoi nous nous attachons dans notre OT, mais il faut pouvoir faire évoluer les supports Internet et téléphonie mobile.**



**L'idée est de permettre aux prestataires employant des saisonniers ou des stagiaires, (mais aussi à eux-mêmes) :**

- d'avoir un personnel connaissant le mieux possible le territoire, pour mieux le vendre.
- de se connaître entre saisonniers et de comprendre la complémentarité de chacun
- de savoir quoi demander à qui pour obtenir les bonnes réponses, créer un réseau d'information.

Il n'est pas nécessaire de créer un support supplémentaire, les brochures données sont ce support.

Le contenu de la présentation concernait les informations essentielles avec une présentation « hors des sentiers battus » : Géographie de la ville, Démographie, Points forts touristiques, Patrimoine, Histoire (Gascon), Transports, Inscriptions aux activités ou animations auprès de l'OT, Retour des remarques ou suggestions de la clientèle pour l'OT, Déclinaison des supports de communication.

Cette opération suit son cours et a permis de recevoir des personnes d'univers totalement différents et de leur transmettre les informations principales sur la ville. **Nous avons pu faire deux sessions :**

**Le 29 Mars** nous avons reçu des représentants de TOURISTRA, du Camping de BATHURT et d'un TO du Camping l'AIRIAL dans un but de répondre efficacement à sa clientèle et d'apporter une valeur ajoutée à son accueil. Framissima n'a pu s'organiser et nous a priés de l'excuser encore cette année.

Locacycles, New Bikes et le Camping les Platanes de Saint-Geours de Maremne avaient coché la case dans le questionnaire de l'adhérent et n'ont finalement pas répondu présent.

**Dans les questions et remarques qui ont suivi nous aurions pu craindre une grande disparité dans l'attente des participantes à la vue de leurs situations très différentes, mais au final, tout le monde a appris quelque chose.**

**Le 20 juin** nous avons reçu des représentants de BELAMBRA, du BOUCANIER et de l'Office de Tourisme : Laëtitia Revel (stagiaire à l'OT depuis plusieurs semaines). Framissima n'a toujours pas pu s'organiser.

**Les questions et remarques à relever :**

- Les questions les plus demandées sont les balades à vélo, le tour des lacs, l'océan, les baignades dans les lacs, les lacs sont-ils chauffés ?
- Les personnes orientent vite les clients vers Dax, l'arrière pays et le Pays Basque et découvrent qu'il y a beaucoup de choses à découvrir sur place. Même réflexion par rapport au Courant d'Huchet et à la Godille.
- Une personne demande si F.Mitterrand est enterré à Soustons et elles ne connaissent pas vraiment ses lieux de prédilection.
- Les personnes ne connaissent pas les labels de leurs structures (Eco label, Marque Qualité....). Une liste leur sera fournie surtout pour le récent label Accueil Vélo.
- Il est difficile de communiquer sur les animations extérieures aux villages qui ont leur propres animations jour et soirée. Mais il leur est demandé d'informer la clientèle qu'en dehors de ces animations, ils peuvent une fois découvrir le territoire de leur vacances d'une autre façon, gratuitement et par l'intermédiaire de l'Office. Il n'y a pas là de grande concurrence. Les personnes ne mettront pas d'affiche mais prendront et feront le relais pour les inscriptions. Tout le monde ressent le besoin d'une explication sur les jeux taumachiques
- Certaines ne savent pas si elles ont les guides de Soustons alors qu'il a été distribué depuis le mois d'avril.

**Un Eductour devait être organisé chez Darrigade 1<sup>ère</sup> semaine de Juillet en compagnie des permanents de l'OT. Seule contrainte la période et la disponibilité. D'autres Eductours pourraient suivre et pourraient ponctuer efficacement une meilleure connaissance de notre territoire.**

**Pour la première fois, nous avons questionné les participants sur leur satisfaction :**

100 % de satisfaction sur les sujets développés et quelques suggestions :

- Eductours à organiser
- Trop court tellement s'était intéressant, enrichissant, un grand merci .....partager.....avec passion
- Tous les sujets importants ont été traités, je comprends mieux ce territoire et sa culture
- A faire plus tôt avant l'arrivée des estivants
- J'ai beaucoup appris sur la région, je pourrai mieux en parler aux touristes...les guider selon leurs attentes sera plus facile.

## FAIRE UN INVENTAIRE DE SON TERRITOIRE

**Nous réalisons différents inventaires de l'offre de notre commune (A4), ce qui nous permet :**

- de mieux transmettre la réalité des choses comme vu précédemment à toutes les clientèles
- de mieux sensibiliser les partenaires concernés dans les domaines qui nous semblent les plus faibles
- de permettre une qualification de l'offre par les classements et labels en particulier
- de tenter ainsi de répondre aux objectifs de la station

**L'inventaire des hébergements de Soustons est mis à jour en janvier 2013 et fait apparaître une capacité de plus de 7 600 lits marchands et près de 10 700 lits non marchands, soit pour ces derniers une capacité de 43% supérieure à la population permanente et avec une augmentation de 13,3% en deux ans**

Comment garder un parc solide et de qualité et faire en sorte que notre station propose toujours une offre reprenant tous les modes d'hébergements et tire sa gamme vers le haut ? Dès aujourd'hui, les classements et les labels ne sont pas à négliger car ils seront importants au moment du classement de la station en Commune Touristique ou Station de Tourisme Classée.

Partout le constat est fait que les meilleurs produits ne souffrent pas la crise, qu'il faut toutefois consentir des prestations personnalisées et une grille de tarifs ajustée quelques fois à la dernière minute.

Le 31 octobre 2012 était la date fatidique pour tout propriétaire désirant faire reclasser son produit aux nouvelles normes (les campings ayant bénéficié d'une dérogation pour tenir compte de leur caractère saisonnier).

• **Fin 2012, 66 % des hôtels étaient reclassés en France et 61% des hôtels anciennement classés étaient aux nouvelles normes dans les Landes.**

Pour les retardataires ayant donc leur ancien classement supprimé, le CDT consent encore une dernière faveur de garder les parutions sur Internet pendant un an supplémentaire. Il faut savoir que les chiffres Insee de novembre 2012 indiquent aussi que 30% d'établissements ont gagné des étoiles. Même si sa croissance est inférieure à la croissance moyenne, l'hôtellerie landaise génère 104 millions d'euros de chiffre d'affaires. 9 % du parc hôtelier landais a disparu en 2012, ce qui est moins que les années précédentes.

**A Soustons**, nous avons sensibilisé nos professionnels du Tourisme en réunion et individuellement, puis les changements de propriétaires, les liquidations judiciaires ont eu raison de certaines démarches.

**Sur 6 hôtels (4 à Soustons et 2 à Azur) nous en avons 2 seulement reclassés aux nouvelles normes.**

• **Le parc de l'hôtellerie de plein air traduit un dynamisme croissant prouvé par les 84 % de reclassement aux normes contre seulement 60 % au niveau national. A noter que 61 % a un classement supérieur ou égal à trois étoiles.**

Avec 153 campings et 36 516 emplacements, les Landes sont classées cinquième département français en termes d'hôtellerie de plein air nous disent le CDTL et la CCI dans le Sud-Ouest du 10 avril dernier.

L'hôtellerie de plein air confirme ainsi sa position de leader du tourisme dans les Landes avec près de 5, 5 millions de nuitées. 73 % du parc se trouve sur la zone littorale. En termes économiques, l'hôtellerie de plein air dégage un chiffre d'affaires de 128 millions d'euros, soit 24 millions de plus que les hôtels.

**100 % des campings de Soustons, Azur et autres aux alentours adhérents à nos services sont reclassés.** (Les aires naturelles ne sont pas concernées) **Un 5 étoiles, trois 4 étoiles et un 3 étoiles.**

• Le contexte difficile de cette année a amené les touristes, dont le choix reste guidé par le prix, à plébisciter les formules « tout compris » permettant de maîtriser le budget vacances. **Le Village Vacances reste alors le meilleur rapport qualité/prix** puisque cette formule propose l'hébergement, le ludique, le pratique... Le cabinet Protourisme remarque que « les Villages de Vacances sont la seule formule d'hébergement qui gagne des parts de marché cette année, dans toutes les régions et sur tous les espaces (rural, montagne, mer) avec une hausse des nuitées de 2% en moyenne ».

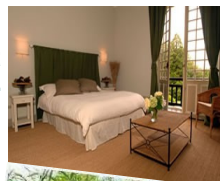
**A part les résidences de Tourisme, nos villages, précédemment Grand Confort, n'ont pas pour l'instant cherché à être reclassés et se sont plutôt tournés vers les labels tels que l'Ecolabel Européen, La Clef Verte...**

### MEUBLES DE TOURISME

- **Nous avons 51 propriétaires représentant 58 locations meublées et 15 chambres d'hôtes inscrites en 2012, nous avons donc perdu encore 7 propriétaires mais peu d'unités de locations puisque nos nouveaux adhérents ont plusieurs chambres d'hôtes.**
- **100 % des propriétaires** souscrivent toujours à notre contrat Qualité des Locations et de l'Accueil Soustonnais qui vise à personnaliser l'accueil des clients.
- **Les taux d'occupation des mois de juin, août et septembre ont eu tendance à augmenter sans être pour autant significatifs alors que le mois de juillet a perdu près de 8 points.**
- 10 propriétaires adhérents ont bénéficié de notre service intermédiaire proposé pour augmenter leur visibilité sur les sites Internet dédiés à la location meublée. Ils en sont satisfaits.
- Les **rendez-vous personnalisés portent leur fruit**. Nous pouvons expliquer les choses au rythme de chacun.
- Les remboursements des visites consentis par la Communauté de Communes contribuent aussi à la sérénité des opérations

**Les loueurs en Meublé ont véritablement joué le jeu et compris l'intérêt du reclassement de leur bien aux nouvelles normes. Les contraintes étaient moindres et ont permis de superbes remises à niveau.**

**Nous pouvons aussi qualifier l'offre de Soustons à travers le label des Assiettes de Pays destiné aux restaurants, mais aucun dossier à ce jour a abouti complètement malgré nos 8 démarches. Arrêts du label, ventes d'établissements, liquidations aussi, blocages sur les produits locaux ou confusion des interlocuteurs...le chemin est souvent plus long que prévu !**



## NOS ANIMATIONS ET VISITES GRATUITES

8

Le **PRINTEMPS DES LANDES (A7)** est une manifestation qui a été initiée en 2006 par le CDT afin de promouvoir notre département et d'accroître la fréquentation de l'avant-saison touristique. La première édition était programmée sur une semaine. Sa durée est, depuis, passée à deux, puis trois semaines en 2012. Le thème était encore cette année axé sur la nature.

### EVOLUTION DE LA MANIFESTATION SUR NOTRE COMMUNE

Le nombre d'animations était réduit en 2012, mais la participation a été meilleure qu'en 2011.

ANNEE	DUREE	Nombre animations	Participants
2009	2 semaines	11	257
2010	2 semaines	18	380
2011	2 semaines	24	297
2012	3 semaines	17	342



### Les VISITES EN TOURISME EN ESPACE RURAL

Ces journées, réalisées en collaboration avec l'Association Tourisme en Espace Rural de la Chambre d'Agriculture, existent sur Soustons depuis près de 30 ans. L'Office de Tourisme en a la charge depuis 2004. Le but est de faire découvrir gratuitement à nos vacanciers mais aussi aux locaux, le patrimoine culturel et naturel de la commune avec des visites au plus près des gens et de leurs savoir-faire. Ces visites sont ouvertes à tous sur inscription à l'Office de Tourisme et enthousiasment les participants.

**Malgré une météo des plus défavorables pluvieux ou trop chaud, nous avons maintenu une bonne fréquentation.** Nous avons eu aussi des difficultés dans la diffusion de l'information. Les mails envoyés à nos hébergeurs sont peu lus (Tracking sur Tourinsoft) alors que nous avons mis l'accent sur ces visites lors de notre rencontre avec les professionnels au mois de mars. Ces manifestations reposent uniquement sur la présence de bénévoles tant pour les interventions que pour l'encadrement ce qui reste un point à la fois fort et un point faible.

### EVOLUTION DE LA MANIFESTATION

ANNEE	DUREE	Participants
2009	3 ½ journées	91
2010	3 ½ journées	34
2011	6 ½ journées	179
2012	6 ½ journées	175

**LES RALLYES PECHE** organisés pour la première fois grâce à la société locale ont permis à 18 enfants et parents « lève-tôt » et amoureux de la nature de découvrir différentes techniques de pêche sous forme de balade guidée. Très apprécié, à reconduire !



Les **MATINEES DECOUVERTE DES PRODUITS REGIONAUX** étaient couplées aux matinées précédentes dans le but d'apporter au groupe de touristes un point de chute sympathique au retour des visites, à nos visiteurs individuels un plus sur place à l'Office de Tourisme et au producteur une clientèle qu'il n'aurait peut-être pas touchée autrement. Nos graphiques avaient montré que le mercredi était la journée la plus fréquentée en 2011 mais cela ne s'est pas forcément reproduit en 2012. **3 participants sont venus les mercredis de juillet et août, de façon plus ou moins fréquente.** Certains ont mieux travaillé que d'autres, le bilan n'est pas négatif mais nous ne recommencerons pas sous cette formule qui nous demande malgré tout trop de logistique. Les commerçants étaient trop différents.

### La FETE DE L'OFFICE DE TOURISME

Nous pensions que le choix d'un jour férié en 2011 était pour beaucoup dans le peu de fréquentation de notre Journée Portes Ouvertes rebaptisée pour la circonstance Fête de l'Office de Tourisme. Mais 2012 n'a pas eu plus de succès, même un samedi. **Toutes les animations étaient de qualité (danses gasconnes, harmonie, percussions, théâtre...).** Les medias ne font pas le relais de ce genre d'animation. Nous avons accueilli 80 personnes.



Le **STAND DES FETES LOCALES (A5)** 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. **L'organisation n'a pas failli mais n'a pu endiguer la baisse de 14% de bénéfices (soit 1711€) avec 10828 € au total à partager avec l'AS Randonnées, sur la même base de 60 et 40 %, cela à cause du mauvais temps du dimanche.**

Nous proposons chaque année nos services au Comité des Fêtes pour la **FETE DE LA TULIPE** dans le but de gérer les réservations et les inscriptions des groupes d'autocars pour les repas et gradins. **Ces offres groupe ont généré 1504 € de recettes pour 99 personnes, soit presque moitié moins qu'en 2011.**

Le **MARCHE AUX PUCES DE DECEMBRE (A6)** a rapporté quant à lui 1292 € soit 350 € de moins qu'en 2011. Cela fait quatre ans que les bénéfices sont à la baisse et malgré la multiplication des vide greniers, cela reste une opération à ne pas négliger.

**Nous remercions encore vivement tous les bénévoles qui interviennent lors de ces animations sans qui celles-ci ne pourraient absolument pas être organisées.**



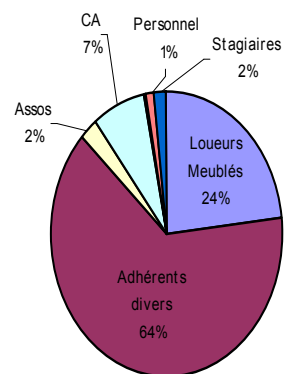


## LE BILAN DE L'ACTIVITE INTERNE 2012

### Représentation, Organisation administrative et salariale

- **282 personnes** représentent l'association, soit :
  - 66 loueurs en Meublé et Chambres, 179 prestataires divers, (soit 7 de moins)
  - 7 associations adhérentes
  - 21 membres du Conseil d'Administration, 1 membre de l'amicale
  - 3 personnels permanents et 5 stagiaires

Un chiffre stable.



**8 réunions du Conseil d'Administration** ont ponctué le calendrier en 2012 concernant le Conseil complet, les animations dédiées à l'organisation des Puces ou du Stand des Fêtes Locales.

- **Nous avons mis en place un plan de formation pour les 3 ans de 2012 à 2014.**
- Laurent a terminé une seconde formation en ligne, en anglais, dispensée par Euroformation, financée par les Agefos.
- Cathy était la troisième à suivre la formation en accueil des personnes handicapées
- E-tourisme, éductours, réservations en ligne entre autres étaient au programme.

Nous axons les formations en 2013 sur le e-tourisme pour Cathy et Hélène qui n'en ont pas encore bénéficié et également sur le Tourisme Durable qui a été amorcé depuis deux ans avec le Pays ALO ET LA MOPA notamment.

Nous continuerons les formations en langues étrangères mais avec un autre organisme, le précédent ne proposant pas un calendrier très adapté à notre fonctionnement.

### Les brochures éditées par l'Office de Tourisme

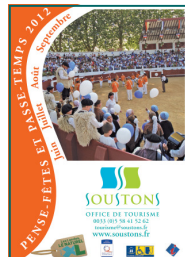
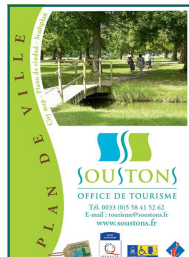
- 16 000 guides touristiques
- 6 000 guides des hébergements
- 15 000 plans
- 10 000 calendriers des animations « Pense-Fêtes et Passe-Temps » concernant juin à septembre.
- 5 000 calendriers des marées
- 3 000 cartes de sentiers pédestres

**Le volume des éditions est adapté chaque année et comme nous n'avions pas de stock fin 2011, nous avons reconduit les mêmes chiffres.**

- 578 Packs Bienvenue ont été confectionnés, soit moitié moins, beaucoup ont été préparés sans être récupérés.
- 21 guides en accessibilité pour Personnes à Mobilité Réduite, le Guide Ville pour Tous, chiffre stable.
- 300 exemplaires en réassort du circuit « Nature et Aventure », comme l'an passé
- 630 circuits de Géocaching financés par la MACS

**Le stock restant de cette année est un peu plus conséquent pour trois raisons principales :**

- nous n'avons pas pu faire de réassort en août du fait du manque de personnel à la période de préparation et de distribution,
- Nous avons moins réapprovisionné de guides et de plans en libre service dans la salle puisque nous avons eu beaucoup de passage mais nous n'avions pas le temps de remettre sur les présentoirs.
- Enfin, le Conseil d'Administration avait décidé de vendre le plan de ville à 0,50 € en Juillet et Août pour faire de la trésorerie mais aussi dans un souci environnemental. Nous en avons vendu 175 et il nous en reste 1 500 en stock. Nous allons les garder pour faire une éventuelle jointure fin 2013 au cas où les 12 000 de cette année ne suffiraient pas. En effet, peu de changements distinguent les deux éditions.
- Il nous est donc également resté 1 250 guides touristiques (500 en 2011) que nous ne pouvons pas par contre réutiliser.





### FREQUENTATION DE NOS LOCAUX (1)(2)

- Avec 25 226 visiteurs en 2012, l'OT enregistre un chiffre stable.

La fréquentation en mai accuse une chute de 20%. Les mois de juin et juillet terminent respectivement à -7% et -2%. Le mois d'août voit par contre sa fréquentation augmenter de 10% et avoisine les 8500 visiteurs, ce qui équivaut à 31,7 % de plus en deux ans (2000 visiteurs). A noter que le 6 Août a été la véritable arrivée des vacanciers et que nous n'avons pas pu chiffrer le nombre de visiteurs. La fréquentation baisse en septembre de 10%, elle augmente d'autant en octobre. Les chiffres s'équilibrent donc sur la haute saison.

### MODES DE CONTACTS DE NOS PROSPECTS (3)

**Le téléphone représentait 55% des modes de contact en 2009 et 35% en 2011. Il descend à 24% en 2012. Internet est désormais le canal privilégié avec 72% des contacts en 2012.**

Le nombre de demandes d'envoi de documentation est en repli mais plus constant de janvier à août(4) (5)

Ce phénomène est à mettre en parallèle avec les consultations et téléchargement en ligne de nos éditions qui elles augmentent.

### ORIGINES, THEMES ET PERIODES DES DEMANDES

- Quatre régions sortent toujours du lot : l'Île de France, l'Aquitaine, Rhône Alpes, et Midi Pyrénées .(6)
- Comme l'an passé, la surprise vient de l'ordre d'arrivée de ce quarté, car Midi Pyrénées cède la 3ème place à la région Rhône Alpes.
- Notre enquête sur la fréquentation de meublés fait ressortir la provenance de la clientèle des loueurs : soit plus du tiers (36%) de la clientèle Meublés provient d'Île de France. Midi Pyrénées, Nord Pas de Calais et Rhône Alpes qui représentent respectivement environ 10% des clients.
- Les espagnols rétrogradent à la troisième position.(7)
- Pas de surprise sur les thèmes demandés sauf peut-être à noter que les interlocuteurs nous appellent de plus en plus une fois avoir réservé leur hébergement, pour avoir des informations sur les animations et la nature.(8)
- Nous avons fait l'effort d'obtenir plus de réponses sur les périodes de vacances désirées par les clients.(9)  
**A noter que le hors saison représente près de 13 % de nos demandes, soit presque l'équivalent du mois d'août ! Le mois d'avril est le plus demandé de cette catégorie et représente 5% des demandes, comme le mois de juin. 19% restent encore indécis dans le choix de la période.**

## Les taux d'occupation des hébergements

### A SOUSTONS

- **Les campings (13)** ont subi une baisse d'activité sur l'ensemble de la saison. On notera que peu d'entre eux ont été complets en locatif. La clientèle a raccourci ses séjours. Les emplacements ont été complets pendant en moyenne 10 jours cette année contre 3 semaines l'année dernière. Le mois de septembre est également en baisse sensible, il y a eu très peu de passage.
- Le remplissage **des Chambres d'Hôtes (11)** au mois de juillet gagne 1% par rapport à 2011 malgré une météo ne favorisant pas le passage. Août gagne cette année encore des points avec une moyenne de 96% de remplissage sur tout le mois, un record à souligner. **Plus globalement, les chambres d'hôtes tiennent le haut du pavé avec +9% de fréquentation sur deux ans et une moyenne de 3 nuits, ce qui confirme une clientèle intéressante qui séjourne et qui consomme**
- **L'hôtellerie (12)** réalise une saison en demi-teinte. Le remplissage du mois de juillet est en chute par rapport à l'année passée. Août gagne par contre 6 points avec une moyenne de 93% de remplissage sur tout le mois, creusant un écart de 20 points avec juillet. La durée des séjours est signalée en baisse.
- **Les Villages de Vacances (14)** obtiennent un assez bon taux de remplissage surtout grâce à des réductions proposées au mois de juillet. Le budget moyen de la clientèle est bon mais pas pour tous. Le mois d'août est satisfaisant ainsi que la première quinzaine de septembre « boostée » par une météo très favorable (100% de remplissage pour certains). Les Villages Vacances et Résidence sortent leur épingle du jeu et la fréquentation reste correcte. Cela reflète la tendance générale relevée précédemment dans le chapitre des nouvelles normes de classement des établissements touristiques.
- Le remplissage **des Meublés de Tourisme (10)** au mois de juillet est en baisse de 9 points par rapport à l'année passée. La météo calimiteuse n'a pas aidé au remplissage de dernière minute qui a plutôt eu lieu en septembre. Août est rempli à 80%. Sur le global, on notera une baisse du taux de remplissage de plus de 7 % par rapport à 2011.

Pour information, il est annoncé qu'en 2013, les trois quarts des Européens comptent partir en vacances ou en voyage avec 41% qui passeront leurs principales vacances dans leur pays, selon une enquête Eurobaromètre tout juste publiée. 42% comptent prendre des vacances de 4 à 13 nuitées hors de chez eux avec une proportion qui s'élève à 91% en Allemagne et 90% en Autriche.

Pour leurs principales vacances, 27% des Européens entendent se rendre dans un autre pays de l'UE. **L'Espagne est la destination la plus prisée, suivie de l'Italie et de la France, comme l'an dernier.** L'enquête a été réalisée en janvier 2013 dans les 27 pays de l'UE et dans sept autres pays. En tout, plus de 30.000 personnes ont été interrogées.

**Une enquête sera menée cet été sur tout le littoral landais par notre CDTL et financée par notre Communauté de Communes, la vision de notre clientèle sera plus ajustée. Elle est estimée entre 2,2et 2,5 millions de clients.**

## EN FRANCE

En juillet, un article paraissait sur le journal des professionnels du Tourisme, Tourmag : « de mémoire de voyageur, jamais les réservations n'avaient été aussi tardives qu'en ce printemps et cet été 2012. **Au 15 juin 2012, 40% des Français n'avaient toujours pas décidé de réserver leurs vacances...** les Français, quoi qu'il advienne en matière de pouvoir d'achat, disaient vouloir préserver, fût-ce en réduisant leurs dépenses, leurs vacances. Tout d'abord l'environnement économique, puis les échéances électorales ont plombé l'ambiance au cours des derniers mois. Enfin, la façon de consommer des Français, de plus en plus impactée par la technologie et les nouveaux modes consommateurs... prouve qu'il faut compter avec les changements de comportements et le passage de la VDM à l'Hyper dernière minute VDM devient HDM. ». **Le Ministère du Tourisme nous confirme un recul de fréquentation de 1,6% et un séjour moyen écourté de 2,8%.**

## EN AQUITAINE

**Une saison estivale 2012 décevante, comme dans les autres régions atlantiques.**

Dans la news de son observatoire, Etudes et Tendances, le CRTA nous décrit les mêmes « raisons de craindre une baisse de la fréquentation touristique. L'avant-saison et la première quinzaine de juillet n'ont pas démenti ces craintes. Mais la haute saison et le mois de septembre ont été conformes aux attentes des professionnels du tourisme aquitain et ont été marqués par une bonne fréquentation. **Cela ne suffit pas à tirer un bilan globalement positif de la saison touristique 2012 qui a été moins bonne que la précédente pour 53% des professionnels du tourisme aquitain.** La tendance à la baisse a été ressentie sur le littoral, dans l'intérieur et dans les grandes villes, aussi bien pour la fréquentation française qu'étrangère. **54% des professionnels affichent un chiffre d'affaires inférieur à celui de la saison 2011.** »

## DANS LES LANDES

**Le CDT relève que la saison 2012 est jugée moins bonne que la précédente; mais que 2011 était la meilleure de ces dix dernières années.** Il fait le même constat du ressenti des professionnels sur les précédents mois. **La aussi, 54% des professionnels déclarent unanimement que cette saison n'a pas été satisfaisante.** Le CDT note aussi que pour 48% des répondants, « la baisse générale du nombre de touristes accueillis dans les Landes durant cette saison 2012 est caractérisée par un déclin des touristes français (ce qui n'est pas relevé au niveau aquitain). Ce constat est valable pour tous les secteurs d'activité. **Globalement, la présence des touristes étrangers a été jugée moyenne pour 44 % des répondants.** Cependant, toutes les filières touristiques s'accordent pour dire que cette clientèle a été en baisse par rapport à 2011, sauf peut-être pour les OT du littoral.

## A SOUSTONS

En effet, nous avons noté cette année la présence de nombreux étrangers, en particulier anglais et espagnol. Ces derniers, dont les séjours s'établissaient surtout en avril, semblent venir à toutes périodes de l'année.

**Nous retiendront en 2012 les résultats en baisse pour les hébergements toutes catégories confondues, reflétant les tendances ci-dessus. Seules les chambres chez l'habitant réalisent une excellente saison estivale avec une augmentation de leur fréquentation en juillet et août.**

**Le pic de fréquentation sur la commune a véritablement été ressenti le 6 août, soit le lendemain des Fêtes de Soustons. Les réservations de dernière minute sont très pratiquées.**

## Analyse de la fréquentation du site internet [www.soustons.fr](http://www.soustons.fr)



L'analyse des statistiques avec Google Analytics nous permet d'affiner et d'apporter des modifications au contenu de notre site Internet.

**Celui-ci a accueilli 70 400 visiteurs en 2012, soit 18,65 % supplémentaires. En 2013, nous notons déjà 9% de plus de fréquentation sur le mois de janvier. (W1)**

- Des 235 000 pages consultées (W2)(W3)(W4), les plus regardées, dans l'ordre, sont sur les 5 lacs, les plages surveillées, Soustons Plage, les locations de vacances, les marchés, les découvertes...
- Logiquement, les internautes consultent près de 2 fois plus de pages lorsqu'ils entrent par des portails touristiques plutôt que par les institutionnels.
- L'entrée sur notre site se fait régulièrement depuis celui de la Mairie (W5) (sites institutionnels en primo position sur les moteurs de recherche) et un privé qui utilise quasiment le même nom de domaine que le CDT. Les clientèles sont françaises, espagnoles et belges (W6). La traduction en anglais et bientôt en espagnol (plus une page ajoutée en hollandais) fera tomber la barrière linguistique et augmenter la fréquentation. Nous le dirons en 2014.

**Nous avons eu 4431 consultations de brochures virtuelles par le système Calaméo (W7), c'est-à-dire le double de 2011.** Autant de brochures papier qui ne sont pas envoyées par courrier. Cela représente une moyenne de 6 consultations par jour. CALAMEO est un outil d'affichage de nos brochures au format PDF ou 3 D en consultation virtuelle ou en téléchargement sur la page d'accueil de notre site. **On peut dire que nos brochures ont répondu à 6186 contacts prospects si on ajoute les envois par courrier.**

**On peut se rapprocher du constat fait des jours-ci dans le journal Sud-Ouest par les représentants de notre Comité Départemental qui rappellent l'importance d'intensifier sa visibilité sur le Web et sur différents supports d'autant aussi que 50% des concrétisations de séjours s'opèrent aujourd'hui en ligne.**

## L'ANNEE 2012 A SOUSTONS EN QUELQUES MOTS

Une année en demi-teinte avec des conjonctures difficiles conjuguées aux caprices du temps. Une satisfaction des professionnels du Tourisme à hauteur de 71% sur l'arrière saison et sur le littoral, insuffisante pour relever l'ensemble. Des clientèles différentes.



Les chambres d'hôtes affichent une hausse de 11% de remplissage en deux ans. Les villages de vacances s'en sortent bien. La période est difficile pour les hôteliers et les loueurs en meublé comptent sur les réservations de dernière minute. Même les campings accusent une baisse, faible mais avec un recul de la durée moyenne de séjour.

Des demandes pour le hors saison à hauteur de 13%. Des touristes qui ne savaient pas jusqu'au dernier moment s'ils partiraient en vacances. Une fréquentation de l'Office de Tourisme stable avec un pic en Août qui permet d'atteindre les 8500 visiteurs. Une saison qui a véritablement commencé le 6 août. Un choix de vacances par rapport aux prix, 24% pratiquent le vélo et 22% un sport en rapport avec l'eau. Beaucoup plus d'espagnols tout au long de l'année.

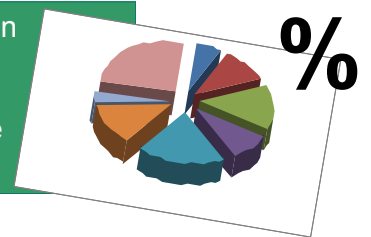


Les nombreuses animations programmées lors du Printemps des Landes, des Journées Tourisme en Espace Rural, de la Journée Portes Ouvertes, des découvertes de produits régionaux, des rallyes pêche... rencontrent toujours un franc succès de par leur gratuité. Le Marché aux Puces reste une valeur sûre.



19 % d'augmentation sur le site Internet, pour atteindre les 70400 visiteurs pour 235 000 pages visitées !! Des nationalités espagnoles et belges pour l'instant. Une progression qui se confirme mais attention à l'essoufflement. Des consultations de brochures virtuelles qui atteignent le double de l'an passé avec une moyenne de 6 consultations par jour. Un espace pro regardé.

Des taux d'efficacité atteints pour le plan d'actions qualité, le plan promo au sens large, la diffusion des brochures, la gestion des papiers. Des rencontres avec les partenaires qui portent leurs fruits. Des indicateurs de satisfaction de la clientèle avec peu de remontées négatives.



Les différentes saisons et spectacles de qualité proposés au public fidélisent un public très large et l'Office de Tourisme personnalise les réponses depuis deux ans grâce à la billetterie informatisée. Quelques sites nous font confiance pour vendre de la billetterie en ligne à notre clientèle touristique.

Sensibiliser, qualifier, inventorier, transmettre, satisfaire. Notre personnel se professionnalise, participe à des éducteurs. Des audits de suivi permettent une meilleure évolution de la démarche qualité pour intégrer les nouveaux critères et pouvoir se présenter en mars 2014 à l'audit externe après avoir obtenu la catégorie 2 dès le 1er janvier 2014.

