

Présents :

Aude GALLANT, adjointe chargée de l'attractivité touristique et économique _ Mairie d'Andernos

Jean-Marie DUCAMIN, adjoint chargé de l'urbanisme et du logement _ Mairie d'Andernos

Audrey BONNEFONT, chambres d'hôtes « Villa Herbert »

Séverine RIGAL, responsable du service commercial et de la communication, Casino le Miami

Maxime NUNEZ, chef de projet, PeP33

Floriane NEVEUX, chargée de promotion OT

Cathy FAVREAU, directrice OT

Excusés :

Karen BRUDY, conseillère municipale

Jean-Luc EMANUELE, conseiller municipal

Absents :

Anne-Catherine BAC, conseillère municipale

Sophie TARIOSSE, responsable accueil camping de Fontainevieille

Aude GALLANT introduit la réunion en remerciant les participants de leur présence.

Audrey BONNEFONT informe les membres de l'activité de ses chambres d'hôtes, qui, avec la crise sanitaire, a évolué en clientèle « hôtellerie », sous-entendu avec un niveau d'exigence et/ou des attentes plus importantes. Le spa, installé il y a un peu plus d'an, a aussi favorisé cette clientèle, et est très apprécié, tout comme la piscine nouvellement chauffée. Les plateaux repas sont aussi un service très demandé et apprécié. Ces nouvelles offres permettent aussi d'augmenter la fréquentation pendant les « ailes de saison ».

Aude GALLANT précise **l'ordre du jour** :

- Présentation de Floriane NEVEUX
- Bilan de saison 2021 élargi
- Plan d'actions et budget 2022

1. Présentation de Floriane NEVEUX

Floriane a complété l'équipe de l'OT depuis le 1^{er} septembre, après l'arrivée de Julie SOISMIER le 1^{er} décembre 2020, pour une équipe 100% féminine.

En effet, Louise NIGOU souhaitait, depuis quelques années déjà, mener à terme une réorientation professionnelle dans le domaine du livre. Après 2 candidatures internes suite à des ouvertures de poste à la médiathèque, Louise a pu bénéficier d'une immersion de 2 mois (février et mars 2021) lors d'un arrêt maladie. Son implication

ayant été remarquée, notamment par Chantal PICAZO, directrice de la médiathèque, Louise a muté en interne suite au départ d'un agent.

Les missions de Floriane sont identiques à celles de Louise, à savoir :

- Gestion des éditions internes (magazine de destination, Happy Summer, plan de ville en régie, dépliants spécifiques) et externes (SIBA, Gironde Tourisme) ;
- Promotion des activités de l'OT via les réseaux sociaux (en soutien à Aline INIZAN PAYEN), les affiches, les newsletters mensuelles grand public et Pro ;
- La rédaction de contenus pour les réseaux sociaux et le site web – à ce titre, Floriane est force de proposition pour agrémenter la partie éditoriale du site web de nouveaux textes, en fonction de l'actualité de la ville et des sujets « de saison » ;
- La mise en place de la Gestion Relation Clients (GRC), en lien avec la SEPPA. Ce dossier est nouveau et va demander une certaine anticipation et créativité.

Le parcours de Floriane va de la communication (OT de Limoges, 2018 – 2019) à la valorisation touristique (OT d'Alençon, 2019 – 2021), suite à l'obtention d'un master en valorisation du patrimoine, muséologie et muséographie.

Elle sera amenée à collaborer de façon étroite avec Aline INIZAN PAYEN sur de nombreux dossiers.

2. Bilan de saison 2021 élargi

Aude GALLANT présente le bilan de saison 2021 élargi, qui d'avère plutôt positif (16 992 visiteurs en juillet et août).

La fréquentation enregistrée ayant été plus homogène sur la période, le personnel de l'OT n'a pas ressenti l'effet de masse habituel en très haute saison.

L'arrière-saison a été très plébiscitée par les visiteurs, ce qui prouve que la saison touristique perdure jusqu'à la fin des vacances de Toussaint. L'OT a comptabilisé une hausse de fréquentation de 38,6 % vs 2020 et de 12,6 % vs 2019.

Audrey BONNEFONT de la Villa Herbert confirme cet allongement de la saison, facilité aussi par la clientèle affaires. A contrario des données nationales, les séjours n'ont pas été plus longs.

L'offre d'activités de la destination reste toujours aussi attractive, avec notamment la commercialisation d'un nouveau produit, le passe marées, qui répond à une forte demande de se déplacer jusqu'à Arcachon et/ou le Cap Ferret sans voiture. L'activité de billetterie proposée par l'office de tourisme, au comptoir et à distance (vente par téléphone et réservation sur le site web), est un vrai service plus. Jean-Marie DUCAMIN demande si l'office de tourisme propose la billetterie pour Aqualand. A ce jour, le taux de commission demandé par Aqualand ne correspond pas à celui choisi par l'OT.

La clientèle familiale reste majoritaire sur Andernos, ce qui explique notamment le succès de l'application Terra Aventura. Les joueurs sont à 10% girondins, la majorité provenant de la grande Nouvelle-Aquitaine.

Un focus est fait sur l'animation de la démarche Qualité Tourisme, géré par Virginie DEGRAVE, qui a réussi à fédérer l'équipe et les élus jusqu'à l'obtention de la marque le 21 octobre dernier, avec un très beau score de 93,47 % pour un attendu de 85 %. Ces 3 années de suivi ont demandé un important travail de rédaction de documents cadres, procédures, ..., suivis de très près et de façon très professionnelle par Nathalie CLAUZEL, responsable qualité à Gironde Tourisme.

Plusieurs audits ont permis de repérer des points à améliorer, selon les différents items du cahier des charges. L'audit mystère, réalisé très tardivement en juin 2021, s'était avéré assez négatif lors de la réunion bilan. L'équipe a su rester mobilisée et motivée pour obtenir la marque.

3. Budget 2022

Aude GALLANT présente le budget prévisionnel de l'OT pour l'année 2022, en insistant bien sur la part des charges du personnel (80 % du budget de fonctionnement), ce qui laisse peu de marges de manœuvres quand à du budget éventuel pour la réalisation de projets.

L'équipe reste cependant dynamique, et volontaire pour maintenir l'attractivité de la destination.

Ce prévisionnel s'équilibre à ce jour à 274 055 €. Peu de prévisions sont inscrites en investissement : matériel numérique pour la réalisation de podcasts et de portraits, changement des stores dans le hall d'accueil).

4. Projets 2022

Aude GALLANT présente les projets souhaités pour l'année 2022.

a) Mission accueil

- Besoin de recrutement en personnel saisonnier :

Deux options sont possibles, toujours dans l'optique de maîtriser les dépenses : un CDD 4 mois, de juin à septembre, avec une présence accrue en juillet-août (dont les week-ends et jours fériés), et les samedis de juin et septembre ; OU un stagiaire longue durée sur la même temporalité. A ce titre, Cathy FAVREAU a sollicité les écoles de tourisme locales (CUB et Arcachon) pour déposer une offre de stage. L'OT a depuis participé à un speed stage à l'ESARC le 02 décembre 2021. Aucun stagiaire n'a donné de suite positive. Un retour est encore attendu par l'école VATEL.

L'OT souhaite aussi recruter un service civique pendant 8 mois, sur des missions d'accueil hors les murs et d'accompagner des professionnels du tourisme (dossier co-suivi par la MONA).

- Aménagements du hall d'accueil (dossier suivi par Julie SOISMIER), pour améliorer la décoration, réfléchir à la mise à disposition de documents.
- Pré-accueil et accueil hors les murs (dossier suivi par Julie SOISMIER), pour éviter le flux important de visiteurs dans le hall d'accueil. Lors de la saison 2021,

le projet de pré-accueil, avec un texte écrit par Romain DESFARGES, comédien, n'avait pu être exploité dans sa globalité.

- L'information et la formation du personnel saisonnier de l'OT et des partenaires (structures importantes ciblées) (dossier suivi par Julie SOISMIER), pour permettre la diffusion d'une information touristique homogène et actualisée.
- Un accompagnement par un groupe d'étudiants de l'école des beaux-arts de LISAA pour le dossier de réaménagement du hall d'accueil (dossier suivi par Julie SOISMIER, cahier des charges en cours de rédaction).

b) Mission numérique

- Développement de podcasts, à l'heure où l'écoute permet une déconnexion plus large que le visionnement d'images sur les réseaux sociaux ou autres supports (dossier suivi par Aline INIZAN PAYEN).
- Création de portraits pour valoriser les « gens d'ici » (dossier suivi par Floriane NEVEUX). Reste à définir si l'OT maîtrise la liste des portraits (version gratuite) ou le propose en service dans le cadre d'un package partenaire (version payante, mais à quel tarif ?).
Ces portraits seraient aussi diffusés sur la chaîne YouTube de l'OT, et communiqués au SIBA.
Une fois que le hall d'accueil de l'OT sera modernisé, ils seront accessibles sur tablettes.
- Développement de réels sur Instagram (dossier suivi par Aline INIZAN PAYEN).
- Mise en place d'une GRC (dossier suivi par Floriane NEVEUX) pour renforcer l'allongement de la saison, en lien avec la SEPPA. Travail en lien avec le groupe de travail du site web.

c) Mission gestion des éditions

- Le magazine de destination 2022, pour lequel quelques améliorations seront apportées. Le nombre d'exemplaires imprimés sera réduit à 8 000 vs 10 000 en 2021. (dossier suivi par Floriane NEVEUX).
- Le document Happy Summer, avec une temporalité de juin à septembre. (dossier suivi par Floriane NEVEUX).
- Le plan de ville en régie (dossier suivi par Floriane NEVEUX).

Ces éditions sont réalisées (création et voire impression) par la SEPPA.

- La distribution des éditions, dès réception, avant chaque période de vacances scolaires, et pendant juillet – août, auprès des commerçants du centre-ville et de la zone artisanale, et des partenaires de l'OT (dossier suivi par Julie SOISMIER).
- L'animation du groupe de travail éditions, pour favoriser le travail en partenariat avec les professionnels du tourisme. (dossier suivi par Floriane NEVEUX).

d) L'accompagnement des partenaires

- La création de nouvelles offres « tendance », autour de la cuisine/gastronomie, de la photographie (les visuels de couchers de soleil connaissant le plus d'interaction sur notre compte Instagram), du sport (running). (dossier suivi par Julie SOISMIER).
- L'animation du groupe de travail offres, pour continuer la création de nouvelles visites guidées, et fédérer les acteurs entre eux. (dossier suivi par Virginie DEGRAVE).
- L'organisation de rencontres partenaires, qui ont été arrêtées depuis le 1er confinement. (dossier suivi par Cathy FAVREAU)
A ce sujet, Aude GALLANT sollicite les membres du conseil d'exploitation pour obtenir leur avis quant à la meilleure période pour organiser une journée réseau. Le mois de mars est le plus adéquat car positionné avant les vacances de printemps, et donc le début de la saison touristique.
Le choix du format est aussi important, en sachant que le déroulé proposé en 2019 au Casino avait séduit beaucoup de partenaires (workshop).
- La création d'un groupe de travail partenaires, pour une réflexion approfondie sur les services à proposer aux partenaires (packages ? services plus ?), le moyen de les intégrer au réseau, etc... (dossier suivi par Julie SOISMIER).
- L'animation d'ateliers numériques, dont le format évoluer en café numérique, chez des partenaires. (dossier suivi par Aline INIZAN PAYEN).
- Le service WeeBnB, qui ne séduit pas assez de partenaires. Réfléchir à la suite à donner (dossier suivi par Aline INIZAN PAYEN).
- Le classement des locations saisonnières, qui est un vrai service plus (26 visites réalisées depuis l'obtention de l'habilitation en mai 2020, pour 5 560 € de recettes). (dossier suivi par Virginie DEGRAVE).

e) L'organisation de l'office de tourisme

- La rédaction du dossier de classement en catégorie 1, avant le 31/12/2021, dans la continuité de l'obtention de la marque Qualité Tourisme, et dans l'optique de maintenir la station classée. Dossier déclaratif, qui nécessitera une mise en page attrayante pour la lecture (dossier suivi par Virginie DEGRAVE).
- La rédaction du dossier commune touristique au printemps 2022, obligatoire avant le dossier de station classée, qui sera à déposer à l'automne 2022. (dossiers suivis par Virginie DEGRAVE).
- Le renouvellement de la convention d'objectifs 2022 – 2024, et de la politique qualité 2022 – 2024, axés en majorité sur le développement durable (dossiers suivis par Cathy FAVREAU)
- L'animation du groupe qualité destination, pour permettre d'échanger sur les axes d'amélioration de la destination (dossier suivi par Virginie DEGRAVE). Une vraie réflexion est à engager autour du développement durable.

Fin de la réunion : 16h