

Présents :

Aude GALLANT, adjointe chargée de l'attractivité touristique et économique _ Mairie d'Andernos
Jean-Luc EMANUELE, conseiller municipal_ Mairie d'Andernos
Audrey BONNEFONT, chambres d'hôtes « Villa Herbert »
Maxime NUNEZ, chef de projet, PeP33
Sophie TARIOSSE, responsable accueil camping Fontainevieille
Cathy FAVREAU, directrice OT

Excusés :

Karen BRUDY, conseillère municipale_ Mairie d'Andernos
Jean-Marie DUCAMIN, conseiller municipal _ Mairie d'Andernos
Séverine RIGAL, responsable du service commercial et de la communication, Casino le Miami (a quitté ses fonctions)

Absents :

Anne-Catherine BAC, conseillère municipale

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

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

- Bilan de saison 2022
- Point financier
- Point projets en cours et à venir
- Questions diverses

1. Bilan de saison 2022

Cette saison touristique est une 3^{ème} période perturbée par les arrêtés limitant ou interdisant l'accès aux espaces boisés, que ce soit par les pistes cyclables ou dans le cadre de visites guidées. La pratique du vélo a donc été délocalisée par moments sur la départementale, avec pour conséquence une dangerosité de la mixité d'usage vélo/voiture.

Aude GALLANT rappelle aussi que de façon générale, les touristes ne localisant pas précisément la situation géographique vs la dune du Pyla et la Teste (sites victimes d'incendies), l'inquiétude était amplifiée ; à cela s'est rajouté la surmédiation des événements.

Sophie TARIOSSE informe que cette saison, grâce notamment au label Accueil Vélo, la location de vélos au camping (150 vélos) a été très intense.

Un nouveau marché est aussi en développement : le marché russe.

Avant cette saison atypique, l'avant-saison s'annonçait très prometteuse :

CR réalisé par Cathy FAVREAU le 06 12 2022

- Retour des clientèles étrangères (+30% vs 2019) ;
- Fréquentation accrue en mai (+43% vs 2021 ; + 52% pour les ventes vs 2021) ;
- Une clientèle française de proximité, composée de couples (50%) et de familles (45%), qui séjourne pour une période inférieure à 1 semaine (67%), en recherche d'activités de plein air, de plaisir culinaire et de visites guidées.

La haute saison se caractérise donc par :

- Un début timide (juin et début juillet) ;
- Une longue période de canicule, sécheresse et incendies à partir du 13/07 ;
- Des interdictions pour feu d'artifice, accès aux espaces boisés et à la dune du Pyla ;
- Une augmentation significative des appels téléphoniques à l'OT (inquiétude, réassurance), quelques annulations et/ou reports de visites guidées, une saison difficile pour les loueurs de vélos, une mixité d'usage sur les routes vélos/voitures.
- Une baisse de fréquentation à l'OT (-26% vs 2021) ;
- Une forte activité de billetterie (+15% vs 2021) grâce aux réservations en ligne. *Une réflexion est néanmoins à mener sur l'acceptation des chèques vacances ;*
- Un retour des joueurs Terra Aventura ;
- Une clientèle française parisienne et de proximité, composée de familles (73%), qui séjourne pour une semaine (46%), en recherche d'activités de plein air, d'animations et de plaisir culinaire.

Malgré cette activité d'accueil très prégnante pendant la haute saison, la communication media reste très active :

- Sur les réseaux sociaux (FB et Instagram)
- Via la presse (France Bleu Gironde et Plage FM)

L'arrière-saison restait une équation inconnue... avec notamment les pénuries d'essence et l'inflation grandissante. Ont été observées :

- Une météo très favorable à la destination ;
- Une baisse de la fréquentation (-19,6% vs 2021), à nuancer pour les vacances de la Toussaint (+23% vs 2021) ;
- Une forte activité de billetterie pour la Dolce Vita (50 979 € de recette) ;
- La billetterie « pré-vente » pour Cabanes en Fête (720/24 000 pass vendus à ce jour).

Concernant ce sujet « Cabanes en Fête », les conditions d'achat du pass restent floues. Le conseil d'exploitation demande pourquoi les vigneron ne vendent-ils pas eux aussi les pass pour la manifestation.

2. Point financier

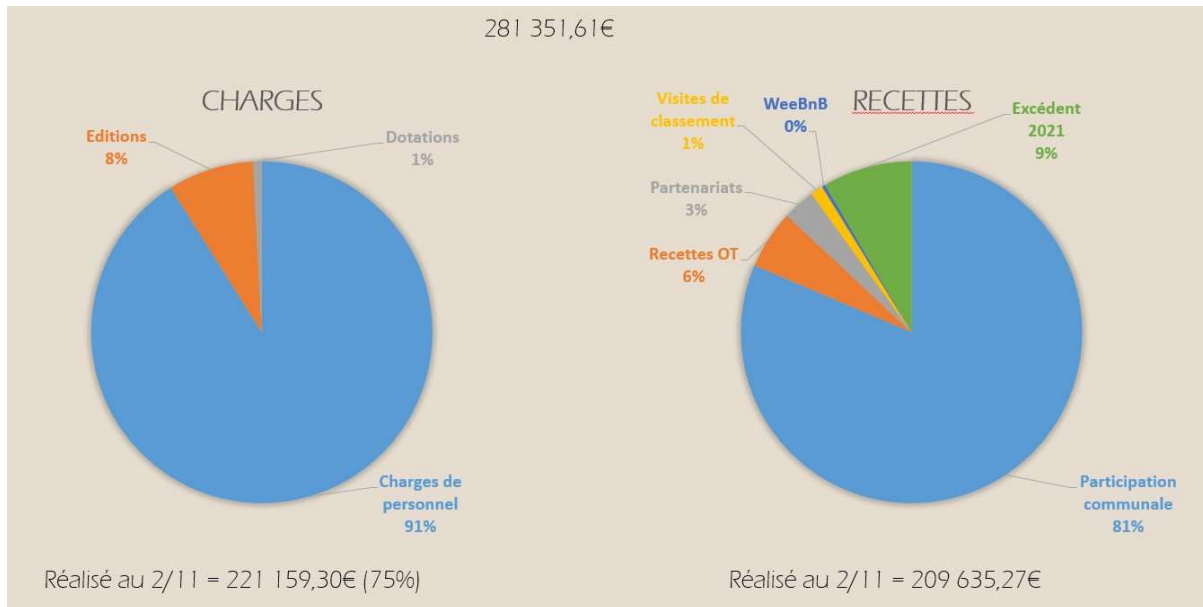
Aude GALLANT rappelle l'enveloppe budgétaire de cette année 2022 : 298 094,49 €, qui s'équilibre ainsi :

281 351,16 € de fonctionnement, dont :

- 91% de charges de fonctionnement ;

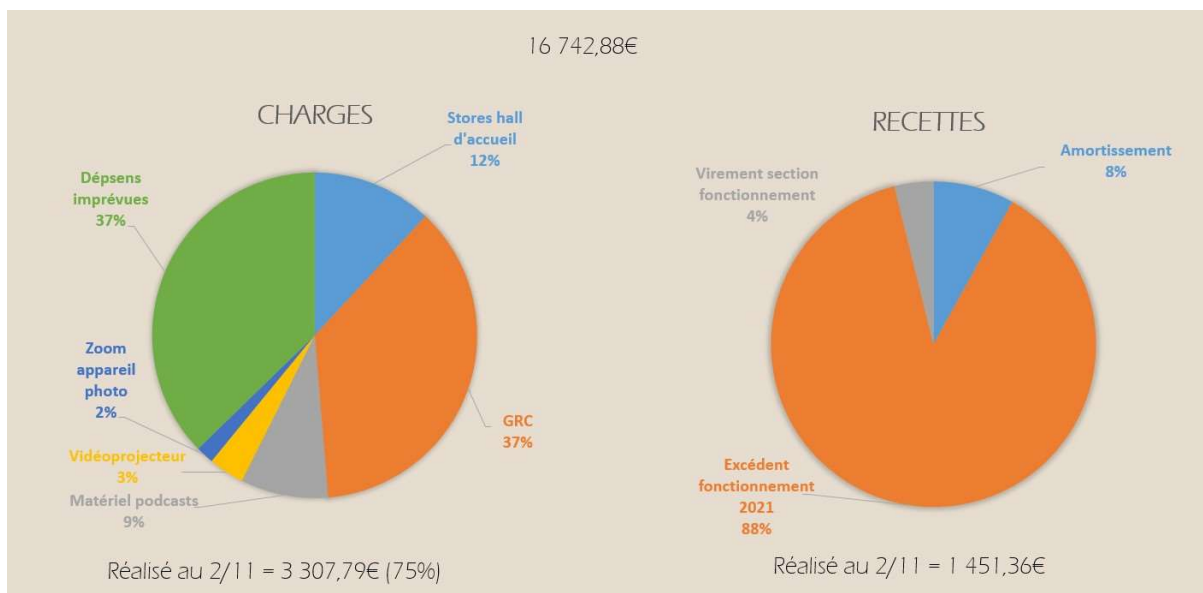
CR réalisé par Cathy FAVREAU le 06 12 2022

- % de recettes grâce à la participation communale.



16 742,88 € d'investissement, dont :

- % pour la GRC ;
- % d'excédent de fonctionnement 2021.



En terme de GRC, Sophie TARIOSSE précise que le camping Fontainevieille dispose d'un outil très pratique à l'analyse et la fidélisation clientèle « **Guest Suite** ». L'OT souhaiterait aussi travailler avec cette solution, et fédérer un réseau de professionnels pour analyser au mieux la satisfaction client de la destination.

Concernant les achats spécifiques aux podcasts et à la réalisation de reportages photos, l'alimentation de la chaîne **YouTube** de l'OT est à performer.

Comme toutes les restrictions à venir, le budget 2023 sera à amputer de 2%.

La hausse des coûts de l'énergie va impacter toutes les activités ; certains hébergeurs vont prévoir une fermeture hivernale pour ne pas subir de façon exponentielle ce surcoût de factures.

3. Projets en cours et à venir

D'ici la fin de l'année 2022, l'OT va finaliser certains dossiers :

- Dénomination Station Classée, valable 12 ans ;
- Partenariats 2023, avec un développement de l'offre bien-être sous l'impulsion de Julie SOISMIER ;
- La continuité de la vente des pass Cabanes en Fête ;
- La mise en place d'un calendrier de l'avent via le compte Insta de l'OT, pour une valeur totale des lots de 1 500 € ;
- L'obtention du label Tourisme et Handicap, idéalement pour la rencontre partenaires du 06/12, clôturant ainsi le cycle de labellisation de l'OT ;
- Une réflexion autour des éditions pour l'année 2023, dans une logique de diminution d'impressions et développement des QRcodes.

2023 s'annonce plus calme en terme de « nouveaux » projets :

- Editions spécifiques aux animations mutualisées avec le service communication (Sortir à Andernos) et évolution du magazine de destination, sous l'égide de Floriane NEVEUX accompagnée du groupe de travail « éditions » ;
- Eductours et formation des personnels saisonniers ;
- Accueil hors les murs de l'OT avec le triporteur de la médiathèque ;
- Création d'offres familiales ;
- Améliorations de la GRC ;
- Réflexion autour des « portraits » / saison ;
- Améliorations du site web, colonne vertébrale de l'information touristique d'Andernos, dont l'espace pro et la vérification de l'accessibilité (vérifier le cahier des charges).

Pas de questions diverses

Fin de la réunion à 16h

Chaque participant se voit remettre une clé USB comprenant la présentation du jour et le bilan de saison. Dorénavant, les documents sources seront intégrés sur cette clé.