

GROUPE QUALITE DE DESTINATION

Lundi 03 JUIN 2019 – 14h00
Salle de réunion de l'OT

PRESENTS

Aude GALLANT, élue au tourisme

Brigitte MESSAGER, meublé « fort de l'eau »

M. et Mme LEDAGRE, chambres d'hôtes « La villa Ste Catherine »

Cathy FAVREAU, directrice de l'office de tourisme

Virginie DEGRAVE, directrice adjointe de l'office de tourisme

EXCUSE

Sophie BONNOUVRIER, La Conciergerie du Bassin

Ordre du jour

- _ réflexion commune pour établir la stratégie touristique 2020 - 2026
- _ réflexion commune pour établir la politique qualité "Andernos Tourisme"

INTRODUCTION PAR CATHY FAVREAU

Cathy FAVREAU remercie l'ensemble des participants à ce groupe de travail pour leur présence.

Cathy FAVREAU rappelle les missions de ce groupe : réfléchir aux "documents-cadres" à savoir la convention d'objectifs (établie lors de la précédente réunion du 26 mars dernier), la stratégie tourisme et la politique qualité.

Avant de définir la stratégie tourisme, il conviendra à l'office de tourisme d'établir un diagnostic de la destination (diagnostic = état des lieux avec les forces, faiblesses, opportunités et menaces de notre territoire).

En effet, il est indispensable de connaître notre offre et la demande des visiteurs, ainsi que toutes les composantes du territoire.

Avant d'entamer le travail sur la qualification du tourisme à Andernos, Cathy FAVREAU évoque l'édito de M. le Maire issu du magazine municipal n-°82 datant du mois de décembre dernier.

Mme LEDAGRE évoque une remarque récente formulée par un client allemand, concernant l'attractivité du centre-ville. Aude GALLANT précise qu'il ne faut pas confondre l'action publique et l'action privée, car les commerçants andernosiens ont la liberté d'entreprendre, d'ouvrir leurs boutiques comme ils le souhaitent, et d'aménager leur vitrine/terrace selon leurs choix. Il est vrai qu'aujourd'hui,

Andernos compte un déficit en offre nocturne (bars d'ambiance comme le Surf Café et la Brasserie Mira), offre incompatible avec la population de plus en plus âgée qui se loge en centre-ville pour bénéficier de la proximité des services.

PROPOSITION DE STRATEGIE TOURISME

Les constats

1. SURFREQUENTATION ESTIVALE

Aude GALLANT estime qu'Andernos est une destination qui attire les visiteurs naturellement.

Très attachée à préserver l'authenticité de la commune, la municipalité ne souhaite absolument pas développer un tourisme de masse et arriver à une tourismophobie comme dans d'autres villes ou destinations (ex de la dune du Pyla). En effet Andernos est une commune où l'on vit à l'année.

Il n'est donc pas question de faire de la promotion en haute saison mais plutôt d'étaler la fréquentation touristique en toutes saisons et pour cela développer une offre touristique adaptée, notamment une offre liée à la nature. L'OT compte notamment des partenaires qui proposent une telle offre (Christine SANCHEZ "bain de forêt", Laure IVASKEVICIUS "balades tchanquées", ...).

Aude GALLANT précise également la part très importante du tourisme de proximité non seulement avec Bordeaux et la CUB mais également avec les villes voisines comme Lège, Arès et Lanton. Il est donc primordial de développer à Andernos un "savoir-vivre ensemble".

M. et Mme LEDAGRE rappelle l'existence d'un groupe FB "au temps de papé et mamé" dont l'objectif est de promouvoir et préserver le bassin.

Remarques et suggestions :

M. et Mme LEDAGRE proposent de développer le tourisme d'affaires sur les mois de janvier à mars, avec les entreprises de la CUB. Cette clientèle est en recherche totale de déconnexion.

Cathy FAVREAU propose de sonder les prestataires hébergeurs pour connaître leur intérêt à développer le tourisme d'affaires, ainsi que le Casino le Miami.

Pour rappel, la capacité d'accueil d'Andernos est estimée à 4500 personnes.

Aude GALLANT rappelle que la municipalité avait un projet de salle de réception au CAASI. Mais depuis la loi NOTRE, la compétence développement économique revient désormais à la COBAN.

La mairie n'a donc plus la main sur les demandes d'installation dans la zone artisanale.

M. et Mme Ledagre enregistrent une baisse de fréquentation sur le mois de mai malgré les différents ponts, sûrement due à une météo peu clémente cette année. Pour rappel, le mois de mai attire généralement des excursionnistes, le mois de juin une clientèle plus fidèle.

En revanche, ils ont enregistré une très bonne fréquentation pendant les vacances de février.

M. et Mme LEDAGRE rappellent que des actions de professionnalisation seraient à envisager avec les ostréiculteurs qui proposent des dégustations sur le port (remarques fréquentes de leurs clients quant à la lenteur du service).

2. CLIENTELE FAMILIALE

Des activités pour enfants proposées à chaque période de vacances scolaires permettent de fidéliser une clientèle familiale.

3. TOURISME DE PLEIN AIR

Avec la présence de sites "nature" (site des Quinconces, le bassin, ...) où sont organisées des visites à destination d'une clientèle intéressée par la faune et la flore locale, Andernos bénéficie d'attraits naturels permettant ainsi une fréquentation en toute saison.

Remarques et suggestions :

Aude GALLANT précise que le bois du Broustic est et restera un bois urbain.

Mme LEDAGRE s'interroge sur la faisabilité d'y installer un parcours de santé.

Aude GALLANT répond par la négative, d'autant plus que comme le souligne Cathy FAVREAU, il existe déjà un parcours de santé derrière le nouveau cimetière.

4. PROGRAMME D'ANIMATIONS

Andernos bénéficie d'une programmation riche et variée, à l'année, qui attire des habitants locaux et du bassin d'Arcachon dans sa globalité, et même des visiteurs à l'échelle de la France voire de l'international dans le cadre des événements majeurs comme "Cabanes en Fête" ou le festival de jazz "Jazz en liberté".

Remarques et suggestions :

Néanmoins, l'ensemble des participants font valoir que la ville d'Andernos mériterait d'avoir une programmation culturelle plus intense et encore plus qualitative.

En effet, Cathy FAVREAU rappelle que désormais de nombreux urbains représentent une partie de la nouvelle population locale qui sont fortement demandeurs d'activités culturelles à forte valeur ajoutée.

Il est donc important d'identifier Andernos comme la capitale culturelle du nord bassin.

Aude GALLANT précise que la programmation de la Maison Louis David monte en gamme depuis maintenant quelques années.

Elle précise aussi que l'inauguration du nouveau cinéma va également être un levier en ce sens dans la mesure où une des quatre salles sera également une salle de spectacle dont la municipalité disposera sur 18 dates.

Mme MESSAGER s'interroge sur l'avenir de l'ancienne salle de cinéma et suggère de pouvoir y programmer des conférences avec la possibilité de faire venir des auteurs en s'appuyant sur ce que propose Mollat. Elle souligne notamment la qualité de programmation de l'Ecume des Mots.

Malgré que la médiathèque propose déjà un cycle de conférences, celui-ci reste inadapté quant aux horaires (fin à 20h30) qui engendrent une certaine frustration pour les participants.

Aude GALLANT entend ces propos. Néanmoins, il faut prendre en compte la présence du personnel municipal qui dépend de contraintes horaires.

Aude GALLANT en profite pour annoncer que l'inauguration suite aux travaux de modernisation de la médiathèque sera le vendredi 21 juin.

Cathy FAVREAU précise qu'en 2023 se tiendra le centenaire de la mort de Sarah Bernhardt et que d'ores et déjà un travail de réflexion est en cours entre la médiathèque et l'office de tourisme.

Afin de répondre au mieux aux demandes des Andernosiens et des visiteurs, Cathy FAVREAU souhaiterait que les programmes d'animations soient regroupés ("sortir à Andernos", Maison Louis David, médiathèque et OT) et édités par saison. En effet, à ce jour, ce programme édité 3 fois par an, est distribué dans toutes les boîtes aux lettres andernosiennes, ce qui engendre un coût non négligeable pour la municipalité.

Aude GALLANT et Cathy FAVREAU en profitent pour faire une brève présentation du futur site internet de l'office de tourisme (mise en ligne le jeudi 4 juillet 2019).

5. GASTRONOMIE LOCALE

Aude GALLANT met en exergue le fait que de nombreux produits gastronomiques locaux sont valorisés par des artisans.

Exemples : biscuiterie, producteur de bière, chocolatier, confiture, ...

Le marché couvert, une fois restauré, devrait proposer des séances en nocturne, avec dégustation sur place.

6. APPARTENANCE A UNE DESTINATION D'ENSEMBLE LE BASSIN

Ces dernières années, la fréquentation touristique enregistrée à Andernos a connu une augmentation assez sensible grâce notamment à l'attrait grandissant pour le bassin d'Arcachon dont la promotion est assurée par le SIBA.

Remarques et suggestions :

Cathy FAVREAU précise qu'en 2020 les éditions du SIBA vont subir une refonte totale. Le guide touristique du SIBA va désormais se transformer en magazine de destination. Andernos bénéficiera d'une promotion via la présentation d'expériences en automne, en hiver et au printemps.

7. PROXIMITE IMMEDIATE DE BORDEAUX, LA CUB (EXCURSIONNISTE LE WEEK-END)

La proximité de la métropole bordelaise offre à une clientèle urbaine et péri-urbaine un dépaysement facilement accessible, pour les excursions les week-ends, en fin de journée ou pendant les vacances scolaires.

Remarques et suggestions :

Cathy FAVREAU propose de "vendre" Andernos aux Bordelais comme étant un endroit pour se déconnecter.

M. et Mme LEDAGRE précisent que fréquemment, ils accueillent des Bordelais dans leurs chambres d'hôtes qui souhaitent "se mettre au vert".

CONCLUSION PAR CATHY FAVREAU

Cathy FAVREAU clôture la séance en précisant **qu'une prochaine réunion sera organisée fin septembre / début octobre pour :**

- _ bilan de saison**
- _ analyse des remarques clients via les questionnaires de satisfaction et les différents sites d'avis**
- _ finalisation de la stratégie tourisme**