



**Office de tourisme
du
Pays de Lunel *****

COMPTE RENDU D'ACTIVITES 2011

*Sylviane TRUCHETET
Directrice
Février 2012*

Office de Tourisme du Pays de Lunel ***
16, cours Gabriel Péri-BP 68-34 402 LUNEL CEDEX
04.67.71.01.37
contact@ot-paysdelunel.fr
www.ot-paysdelunel.fr

1°) EPIC : L'ADMINISTRATIF

Les moyens humains

5 personnes

4 agents d'accueil / conseillers en séjour polyvalents :

J'ai affiné cette année **les fiches de poste** des conseillers en séjour qui trouvent leur place et leur spécificité dans le fonctionnement de l'OT.

Les différents dossiers portés par l'OT sont plus particulièrement affectés à un titulaire en charge de la mission mais dans un souci d'organisation et de suivi, chaque titulaire est assisté par un suppléant. Ce qui permet une continuité du service malgré les congés, récupérations, absences.

J'attache un soin particulier à la communication interne : il y a des réunions de service régulières où tous les agents prennent connaissance des différents dossiers OT et font part de leur questionnement sur tel ou tel problème rencontré. De la même façon, les mails de la direction sont envoyés à tous les agents.

Les différentes missions et/ou activités assurées par les agents : secrétariat / APN / marketing / communication / cartographie / mise en place de circuits / démarches qualité / labels / hébergement / plannings / site internet / taxe de séjour / œnotourisme / Tourinsoft / animations / tutorat stagiaires etc...

Cette année 2 agents démissionnaires ont été remplacés par Marie Charlotte GENELOT (issue de la licence œnotourisme Université de Nîmes Rodilhan) et Marie Hélène DAL CIN (idem) mais aussi œnologue et sommelière, recrutée dans la perspective de l'ouverture de Viavino.

Il y a **1 emploi saisonnier** sur 2 mois juillet/aout

La directrice, qui supervise et a en charge la bonne exécution de l'ensemble des missions, dossiers, activités. Elle est ordonnateur des comptes.

La formation continue :

Depuis 4 ans l'OT met l'accent sur la **Formation du personnel**, car c'est un outil de management mais c'est aussi l'une des contraintes des labels qualité.

Total heures de formation :

En 2011 : 268 h soit environ 2 semaines/personne

Les thèmes retenus en lien avec les dossiers de l'OT : œnotourisme /patrimoine viticole, rédaction web, E.tourisme, randonnées, Tourinsoft, Eductours, visites prestataires, conseil en séjour, Photoshop, Tourisme et handicap, Taxe de séjour...

Le tutorat de stagiaires : une économie de 24 mois de salaires en 2011

L'Ot est partenaire de plusieurs structures universitaires et scolaires, l'Université de Nîmes Rodilhan (Licence œnotourisme), l'Université P Valéry (Master 1 et 2 développement des territoires), les BTS AGTL de Montpellier La Colline, Pézenas, Nîmes etc..., l'ESMA, le GRETA, les différents lycées de Lunel.

Ces structures nous confient la responsabilité du tutorat de stagiaires, ce qui permet de former les futurs personnels des OT (ou autres structures) aux outils, méthodes et missions ; il faut bien dire que cela permet aussi de pallier un manque de personnel à certains moments

de l'année et pour certains dossiers lourds à gérer ou certaines missions nouvelles à mettre en place.

C'est aussi la reconnaissance par ces structures et le monde universitaire de l'exemplarité du travail de l'OT et de son expertise en termes de tourisme.

La directrice fait partie des jurys aux examens des structures citées et est régulièrement sollicitée pour intervenir dans les cours.

Cette année, l'OT a accueilli **12 stagiaires soit 96 semaines (soit 24 mois)**.

- 2 Masters (1 et 2) tourisme et développement durable : 15 et 22 semaines
- 1 stagiaires Licence oenotourisme Nîmes Rodilhan : 15 semaines
- 1 2nde baccalauréat service aux personnes et aux territoires : 6 semaines
- 2 BTS AGTL : 3 et 2 semaines
- 1 élève de 1^{ère} Bac Pro secrétariat : 6 semaines
- 1 élève de Bac pro secrétariat : 14 semaines
- 1 élèves de 3^{ème} : 1 semaine
- 1 élève de 4^{ème} : 1 semaine
- 1 personne effectuant une formation qualifiante en Langues étrangères appliqués aux métiers du tourisme : 3 semaines
- 1 personne en formation au diplôme d'agent commercial du territoire : 8 semaines

Les missions :

ACCUEIL / INFORMATION
COMMUNICATION/PROMOTION
ANIMATION
COORDINATION DES ACTEURS LOCAUX DU TOURISME

L'OT gère et encaisse la **taxe de séjour** pour la CCPL.

2 agents sont régisseurs des transports intercommunaux puisque une partie de la vente des billets est faite à l'OT.

Le **Service « Finances »** de la CCPL gère la comptabilité de l'EPIC : mandats, factures, recettes, régies, assurances, caisse de prévoyance etc...

La société **Progema** gère la partie salaires.

Les CDOT :

En 2011, il y a eu 4 Comités de direction (17 mars ; 22 juin ; 21 septembre ; 16 novembre) qui ont pris 13 délibérations et statué sur tous les champs d'activité de l'OT.

2°) ACCUEIL / INFORMATION

La fréquentation :

Hausse générale de 6 % de la fréquentation de l'Office de Tourisme (+ 10,9 % en 2010)
Hausse des visiteurs étrangers : + 7 % (+ 8% en 2010)

Les pays et départements les plus représentatifs sont : **34, 30, Région Paris, 69, 59, 38
Allemagne, Belgique. Pays Bas.**

Ces chiffres sont confirmés par ceux de la fréquentation du site internet.

Les pourcentages varient et l'ordre change selon les années.

Le salon de Bruxelles a pour objectif de conquérir ou de maintenir la clientèle Belge qui est passée cette année devant la clientèle néerlandaise.

D'autre part, le travail initié avec Hérault Tourisme permet de travailler sur un bassin local de 1 million d'habitants, première cible du département : les nouveaux arrivants constituent un vivier de clientèle et drainent sur la région parents et amis. Le positionnement choisi est le bien être, les loisirs, l'oenotourisme en parfaite concordance avec les axes définis par l'OTPL et traduits par des actions spécifiques dans ces domaines.

Ventilation des demandes à l'Ot :

Les demandes d'information se répartissent comme suit :

Téléphone : 6792

Mail : 572

Courrier : 84

On constate une quasi disparition des demandes par courrier.

Sur le site : www.ot-paysdelunel.fr : 32900 visiteurs en 2011 (36 000 visiteurs en 2010). Le site a atteint ses limites : il est obsolète, peu fonctionnel et va être refait en 2012.

Les demandes :

Les Activités de Pleine Nature

Les randonnées

Les fêtes et manifestations

Les infrastructures d'hébergement

Les vins et produits du terroir

Le patrimoine

Les transports (bus intercommunaux, cars à destination des villes du Gard et de l'Hérault, navettes à destination des plages, trains...)

Les activités pour les enfants (loisirs proposés pendant les vacances scolaires, lieux touristiques adaptés à ce type de public...)

Les commerces et différents services du territoire (agences immobilières, services utiles et de santé, associations...)

Distribution des documents de l'OT :

Les **activités de pleine nature** constituent la 1^{ère} demande de nos visiteurs, ce qui conforte le positionnement de terrain de sport grandeur nature pour le bassin de vie mais aussi les touristes. Le vin n'est pas un critère dans le choix de la destination mais en constitue un fondement.

Nom de la documentation	Nombre
Guide Pratique du Pays de Lunel	7 000
Visite historique de la ville de Lunel	5 000
Circuit patrimoine Boisseron	1 850
Circuit patrimoine Lunel-Viel	1 275
Circuit patrimoine Marsillargues	1 000
Circuit patrimoine Saussines	1 050
Circuit randonnée Villetelle	1 100
Circuit randonnée Canal de Lunel	1 065
Circuit randonnée Saussines	1 185
Circuit randonnée Saint-Christol	1 935
Circuit randonnée Bois de Lérins	1 760
Circuit randonnée Valergues	1 060
Circuit randonnée Marsillargues	1 785
Circuit voiture Les Portes de la Petite Camargue	729
Circuit voiture Escapade Vidourlenque	1 005
Circuit voiture Vin et Romantisme	1 151
Ambrussum	1 500

Le conseil en séjour :

Le conseil en séjour est effectué en fonction de la demande du client (âge, goûts, temps sur place, CSP etc...) mais aussi est fait de conseils et suggestions, l'objectif étant de garder la clientèle captive.

De véritables rendez-vous conseil en séjour ont été mis en place en 2011 : des RV de 20 mn intégrés dans le planning du personnel, ont lieu dans l'espace caveau.

La taxe de séjour : hausse de 3,98%

Le produit de la taxe est l'un des indicateurs les plus fiables pour les chiffres de fréquentation, avec quelques bémols.

Un certain nombre de nuitées échappe au circuit officiel de contrôle et l'OT organise une veille sur les sites marchands du web afin d'obliger les prestataires à se déclarer, à être plus professionnels, à être conforme à la loi (sécurité, taxe de séjour, déclaration en préfecture et auprès des communes) et à intégrer un label.

La taxe est perçue « au réel », ce qui, on le sait, en tout cas pour certaines structures, ne correspond pas à la réalité de leur activité. Ainsi on sait qu'une partie du produit de la taxe échappe à tout contrôle.

D'autre part, la clientèle qui vient en excursion ou à la journée ne paie pas cette taxe et notre territoire qui se positionne beaucoup sur le créneau du bassin de vie proche, attire de plus nombreux touristes à la journée que sur 1 nuit. Nous bénéficions aussi de la position de retro littoral pour les très nombreux résidents de la côte.

Cependant, on se rend compte que le montant de la Taxe de séjour augmente régulièrement tous les ans car :

- la population touristique augmente
- de nouvelles structures ouvrent.

Le territoire fait donc la preuve de plus en plus de son attractivité à la fois pour les clients mais aussi pour les professionnels et se positionne pour figurer parmi les destinations à part entière.

Période 1		Période 2		Total	
01/11/2009 au 30/04/2010	01/11/2010 au 30/04/2011	01/05/2010 au 31/10/2010	01/05/2011 au 31/10/2011	01/11/2009 au 31/10/2010	01/11/2010 au 31/10/2011
8863,43	9361,99	34655,14	35890,50	43518,57	45252,49
+ 5,62%		+ 3,56%		+ 3,98%	

3°) COMMUNICATION :

Une nouvelle identité visuelle

L'OT s'est doté depuis 2011 d'une nouvelle identité visuelle. C'est l'Agence Anatome qui l'a réalisée.

Une expression-image : PAYS DE LUNEL

- un vocabulaire graphique : les empègues / la lune / les couleurs / la photo
- la collection d'éditions touristiques
- un ensemble de déclinaisons : cartes et enveloppes, têtes de lettres, Une de dossier, chemise, application signalétique, site internet

Mise en avant sur tous les supports, à un niveau de lecture très élevé, l'expression-image permet de capitaliser la communication de l'OTI sur la notoriété et l'image du territoire de la communauté de communes.

Le dessin des lettres, appuyé sur une typographie parfaitement lisible (Balance light : Roman), est cohérent avec les univers graphiques d'Ambrussum et de Viavino, projets structurants et communicants de l'attractivité touristique du territoire.

On y retrouve la romanité et l'énergie, le patrimoine et la fantaisie du loisir.

Le vocabulaire graphique

Les empègues sont traitées dans des couleurs vives et tranchées, sur des fonds majoritairement jaunes. Le résultat visuel est plein d'énergie.

Il porte la référence à la tradition et la vitalité du territoire.

Le vocabulaire graphique : la lune

La lune permet d'accrocher les titrages. Traitée discrètement, elle fait référence, de façon « entendue » aux Pescalunes. C'est une manière d'être agréable aux publics locaux, et d'entretenir la légende...

La couleur de base de l'identité visuelle de l'Office de Tourisme Intercommunal est le jaune. Il est utilisé

préférentiellement pour des aplats de fond. Lui sont associées, en plus du blanc, du bleu, du rouge, du vert anis et de l'orange.

La photographie ne fait pas partie des éléments structurants de l'identité visuelle. Cela ne veut

pas dire qu'elle n'est pas largement utilisée, mais qu'elle l'est de façon utilitaire. En Une parfois,

dans une forme qui lui est systématiquement associée, ou à l'intérieur des supports, autant que possible (images de qualité) et que nécessaire à l'illustration du propos.

Les relations presse :

En tout, 22 communiqués de presse ont été rédigés et envoyés à la presse sur l'activité de l'OT.

116 articles de presse concernant l'OT sont passés dans les quotidiens et magazines, essentiellement locaux. Il s'agit d'informations sur la vie de l'OT, les animations, les dégustations, etc...

Nous figurons aussi dans le magazine de la CCPL qui s'adresse à la population locale, les meilleurs ambassadeurs et prescripteurs du territoire pour leur famille, amis. Au total, 7 articles sont parus dans le « Mag ».

Accueil presse allemande avec le CRT et le CDT sur la Via Domitia (octobre) en VTT.
Partenariat avec Cyrpeo pour un circuit aboutissant à ambrussum.

L'OT a été sollicité par le Guide du routard qui rééditait son guide et nous lui avons suggéré de nouveaux établissements.

L'édition de documents OT :

- **Doc pratique** : ce document recense toutes les structures liées au tourisme du territoire. Il est **tiré à 15 000 exemplaires** ; c'est une régie publicitaire qui l'édite, s'appuyant sur l'achat d'espace. C'est donc **un document qui ne coûte rien au budget de la collectivité** et de l'OT.

NOUVEAU

Cette année, l'OT a édité **3 circuits voiture** à réaliser à la 1/2 journée ou à la journée sur le Pays de Lunel et ses environs, toujours au départ de Lunel :

« Vin et romantisme en Pays de Lunel », « Les portes de la petite Camargue » et « Escapade vidourlenque ».

Ce dossier a été réalisé par un étudiant en master tourisme à qui j'avais confié la mission de valoriser le patrimoine bâti et naturel, avec des focus sur des lieux emblématiques mais aussi des pépites cachées du territoire.

Ces découvertes sont souvent liées à l'histoire de la vigne ; elle obéissent toujours à la règle d'or que s'est fixée l'OT, à savoir promouvoir l'ensemble des richesses du sud et du nord du territoire avec un passage obligé par les caves et caveaux.

Au-delà de la découverte du Pays de Lunel par les touristes, les résidents permanents et les habitants du grand Montpellier, c'est aussi une façon de garder les touristes « captifs » sur le territoire, éventuellement de leur faire prolonger leur séjour mais toujours de leur faire consommer des prestations in situ.

Le site internet :

Le site internet de l'OT atteint son étape ultime car il va être refait en 2012. Ses performances sont assez limitées et sa fréquentation n'est pas optimale. Au total en 2011 : 32900 visites soit une fréquentation en baisse.

4°) MARKETING

Un plan d'actions partenariales initié depuis 2008 avec **Hérault Tourisme** s'est poursuivi en 2010 avec un mix d'actions (ci-dessous). Cependant compte tenu du budget de l'OT, il ne nous est pas possible de nous associer aux nombreuses opérations promotionnelles réalisées par l'ADT.

Mais on sait que Hérault tourisme, par sa présence sur les marchés à fort potentiel, en France, comme à l'étranger, représente l'ensemble des destinations et notamment la nôtre, intégrée

à la zone Montpellier/Petite Camargue, dont Montpellier est la réelle « marque ». C'est au travers des documents et supports du département que nous apparaissions : site internet, cartes, guide Gites de France, Guide Qualité Hérault, visites de presse, éductours etc... ce qui constitue un plus dans la communication.

Nous avons décidé pour 2010 de mettre l'accent sur les APN, rando et vélo.

1) Il s'agit tout d'abord de conforter la clientèle française sur un fort bassin de proximité Rhône Alpes, à 3 H de route avec :

le Salon du randonneur à Lyon en avril, spécialisé dans la randonnée, les activités de pleine nature pour une clientèle amatrice de terroir, de produits locaux, d'hébergement de charme, et notamment les groupes de séniors et associations. (cf annexe)

2) Ensuite, nous poursuivons une opération initiée en 2009 sur le marché belge :

le Salon des vacances à Bruxelles en février, un must pour les nombreux belges qui constituent l'essentiel de notre clientèle étrangère, et cela pour tous types d'hébergements.

3) Vient ensuite une nouveauté, touchant le **marché britannique** :

L'OT a choisi de communiquer sur ce marché par le magazine « The Independent » tiré à 300 000 ex. : achat d'une page dans son cahier « Traveller » spécial Languedoc.

4) **Plaisirs d'Hérault** (2 mai) : présence de l'OT au Château d'Ô à Montpellier pour une journée de promotion pour le grand Montpellier, marché de proximité, notamment au niveau des sorties WE et activités ou visites.

5) Achats d'espace ponctuels et ciblés pour les marchés de proximité

Pour l'évènement « Verre en vigne » : 1 colonne dans « La gazette de Montpellier » idem « Gazette de Nîmes ».

5°) ANIMATION :

L'évènementiel

- auquel l'OT a participé « **Un piano sous les arbres** » : présence de l'OT sur les 3 jours
- que l'OT organise :

«Verre en vigne» le 28 mai :

L'OT a organisé cette année la 3^{ème} édition de VEV, qui a été un succès : 97 personnes, soit plus qu'en 2010.

Un bémol : il est difficile de mobiliser les clientèles de MTP ou Nîmes même avec des achats d'espace dans la Gazette et une communication ciblée. Ces pubs -au cout total de 1600 €-, qui n'ont pas permis de récupérer de nouvelles clientèles ont le mérite de faire de l'image et de la notoriété auprès d'un bassin de clientèle important et proche. Et c'est sur le long terme qu'il faut viser pour améliorer ces performances.

Budget de cette animation : 5500 € ; recettes : 1400.

Cette année un effort particulier a été consenti sur les gadgets offerts et inclus dans la prestation : verre, porte verre et chapeau soit 700 €

Troupe théâtre : 1000 €.

« La Ronde du muscat » le 10 avril :

Succès pour cette 1^{ère} édition avec 150 participants.

Budget total : 4000 €, dont 460 € de recettes et dépense principale de 3000 € pour l'organisation mise en place et facturée par Cyrpeo. Sera reconduite en avril 2012.

« Les Vendanges à l'ancienne » 24 et 25 septembre

Huitième édition des « Vendanges à l'ancienne en Pays de Lunel » avec 120 inscrits : samedi soir deuxième édition de « Jazz et vin », concert nocturne, en partenariat avec l'Association « Jazz à Junas », organisé à la salle polyvalente de Vérargues. Le dimanche : vendanges à la main dans le vignoble Saint-Christolain, petit déjeuner du vendangeur, visites des caveaux et repas des vendanges à Boisseron domaine du Mas de Theyron.

Budget 3600 € dont 1300 € (concert jazz). Recettes : 1350 €

Les animations oeno : dégustations à l'OT avec l'œnologue de l'OT (1/mois)

Nouveau : « Le muscat dans tous ses états » chez les muscatiers en juillet et août (4)

En Cours : **Le site VTT FFC** en partenariat avec Cyrpeo et le club Lunel Bike

L'ouverture du site a pris du retard car la signature des conventions de passage a trouvé quelques difficultés.

D'autre part, il y a eu une volonté de travailler avec les chantiers d'insertion, la Régie d'emploi et l'Association Passe muraille. Il a fallu pouvoir programmer leurs interventions selon leur planning.

Le site sera ouvert pour la saison 2012.

Sylviane TRUCHETET

Février 2012