

# RAPPORT D'ACTIVITE 2017

## OFFICE DE TOURISME



## MAUSSANE-LES-ALPILLES

- 338** c'est le nombre de jours d'ouverture par an
- 91** c'est le nombre de partenaires
- 13877** c'est le nombre de demandes de touristes (hors demandes campeurs)
- 42290** c'est le nombre de campeurs enregistrés au comptoir
- 56167** c'est le nombre total de personnes renseignées ou accueillies en 2017

**A/ ACCEUIL ET INFORMATION**

**I- Fréquentation de l'Office de Tourisme en 2017**

L'Office de Tourisme de Maussane-les-Alpilles est équipé par Bouches du Rhône Tourisme du logiciel GAIA. Ce logiciel nous permet, au fur et à mesure des demandes formulées (au comptoir, par téléphone, par email, par courrier), de comptabiliser les visiteurs en fonction d'une multitude de critères dont la provenance géographique, la nature de la demande, le nombre de personnes associées à la demande... Le logiciel permet également d'enregistrer les personnes qui sont entrées à l'accueil mais qui n'ont pas demandées de renseignements (autonomes dans leurs recherches).

Nous dissociions les demandes touristiques émanant des clients du camping afin d'avoir une analyse exacte entre les visiteurs qui entrent pour l'Office de Tourisme et les clients du camping. En revanche, un client campeur qui revient au comptoir pour obtenir des renseignements touristiques sera enregistré comme un « client de l'Office de Tourisme ».

Le logiciel de gestion du camping est à même de nous fournir dans le détail le nombre de clients et leur provenance.

Le cumul de ces deux chiffres représente la fréquentation total du bureau d'accueil.

**Demandes enregistrées par la logiciel Gaia (Office de Tourisme)**

**Demandes**

Metrics	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Total
Nb demandes	103	211	406	763	993	887	1130	1329	1028	786	197	7 833
flux	130	312	612	1278	1645	1450	1901	2 428	1733	1433	319	13 241

**Butineurs**

Metrics	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Total
Flux butineur	28	12	2	51	33	108	212	142	35	12	1	636

Source : DATALAB outil d'analyse du logiciel GAIA

En 2017, le nombre de vacanciers accueillis au camping municipal a été de 42290 personnes.

## II- Amélioration de la qualité d'accueil et de l'information diffusée

Notre plan d'action 2017/2019 prévoit treize actions pour atteindre les 8 objectifs menant à l'amélioration des conditions d'accueil de nos visiteurs.

Nous avons en 2017 mené à bien six de ces actions :

### Objectif 1 : Classement et labellisation

#### **Obtention de la Marque Qualité Tourisme en date officielle du 1<sup>er</sup> décembre.**

L'Office de Tourisme s'est pendant 9 mois structuré, professionnalisé afin de répondre aux exigences de la marque Nationale « Qualité Tourisme ». La marque a été attribuée à l'Office de Tourisme pour une durée de 3 ans. Cependant, chaque année, à la date anniversaire, la FROTSI (Fédération Régionale des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiatives) procédera à un suivi intermédiaire.

#### **Préparation et dépôt du dossier de classement de l'Office de tourisme en catégorie I**

L'Office de Tourisme a réalisé le dossier de classement de l'Office de Tourisme en catégorie I.

### Objectif 2 : Améliorer la formation du personnel

#### **Mise en place d'entretiens annuel individuel dont découle un plan de formation.**

Cette action permet de professionnaliser le personnel de l'Office de Tourisme et de gagner en compétences pour délivrer aux visiteurs un meilleur service. Les entretiens annuel ont été réalisés en mai 2017 ainsi qu'en décembre 2017. Des formations ont été identifiées pour chaque personne. En 2017, l'équipe de l'Office de Tourisme a bénéficié de l'équivalent de 11 jours de formation.

#### **Détail des formations :**

En 2017, **Sarah BITAM** en sa qualité de Référente Qualité a suivi une formation dispensée par la FROTSI de quatre jours « Accompagnement à la Marque qualité Tourisme », une formation PATIO/GAIA dispensée par Provence Tourisme et 4h de connaissance de l'offre du territoire (visite des hébergements).

**Justine COQUENDEAU** a suivi deux formations GAIA/PATIO dispensées par Provence Tourisme et 5h de connaissance de l'offre du territoire (visite des hébergements)

**Marie José MOUCADEL** a suivi trois formations GAIA/PATIO et PATIO QUALITE dispensées par Provence Tourisme.

**Sylvaine BEYOMAR** a suivi en sa qualité de Directrice la formation de quatre jours dispensée par la FROTSI « Accompagnement à la Marque qualité Tourisme » et une formation sur la taxe de séjour dispensée par l'ATD (Agence Technique Départementale)

## **Développement de la connaissance de l'offre par des visites de prestataires et des éducteurs**

Au mois de novembre, les Conseillères en séjour ont réalisées la visite de 10 hébergements. Sur 3 ans, l'ensemble des partenaires hébergeurs ont été visités par au moins une Conseillère en séjour. Les éducteurs n'ont pas encore été mis en place.

### Objectif 3 : Améliorer la circulation de l'information

#### **Mise en place d'une réunion d'équipe mensuelle et d'un cahier de liaison**

Depuis février 2017, l'ensemble du personnel de l'Office de Tourisme se réunit une fois par mois pour faire le bilan du mois précédent, organiser le travail, répartir les tâches. Le cahier de liaison permet la bonne circulation de l'information entre les Conseillères en séjour ainsi qu'avec la Direction.

### Objectif 4 : Améliorer le confort des locaux

#### **Mise en place de trois services au sein de l'accueil**

L'espace d'accueil de l'Office de Tourisme propose plusieurs services aux visiteurs : du mobilier pour s'asseoir, une fontaine à eau, l'accès gratuit au wifi, une prise de rechargement des appareils électriques équipé d'un port USB.

#### **Suppression de l'affichage vitrine au profit d'un affichage numérique**

L'Office de Tourisme a supprimé de sa vitrine toutes les affiches et diffuse exclusivement via un écran numérique. Cette solution permet de ne plus obstruer la vitrine et permet une meilleure lisibilité des évènements.

#### **Renouvellement des présentoirs, amélioration de la répartition des documents**

L'ensemble des présentoirs de l'Office de Tourisme ont été changés au profit de présentoirs aux normes de l'accessibilité pour les personnes à mobilité réduite.

### Objectif 5 : Services adaptés (Label Tourisme et Handicap)

**L'Office de Tourisme a entamé la réalisation de cet objectif mais il n'est pas atteint à ce jour.**

Les nouveaux présentoirs sont accessibles aux personnes à mobilité réduite.

### Objectif 6 : Etre à l'écoute permanente des clients

#### **Mise en place de l'écoute client et prise en compte des réclamations**

L'Office de Tourisme a mis en place des questionnaires de satisfaction trilingue disponible en libre-service sur la banque d'accueil. Les remarques orales positives ou négatives sont notées au sein du cahier de liaison et analysées en réunion d'équipe ainsi qu'en groupe de travail local. Des fiches de

réclamations ont été mise en place et une procédure de traitement des réclamations écrites a été réalisée.

### ***Annexe 1 : Analyse des enquêtes de satisfaction 2017***

#### **Objectif 7 : Structurer l'offre par cible de clientèle**

##### **Réalisation de documents par cible de clientèle**

L'Office de Tourisme a défini sur son nouveau site Internet quatre types de clientèles (les visiteurs en familles, pour affaire, les aventuriers et les visiteurs en itinérance).

#### **Objectif 8 : Informer sur la disponibilité des hébergements en saison**

##### **Mise en place sur le site Internet d'un calendrier des disponibilités**

Le nouveau site internet de l'Office de Tourisme donne la possibilité aux hébergeurs d'actualiser en ligne leur calendrier de disponibilités. L'Office de Tourisme a également mis en place une procédure d'affichage des disponibilités à la nuitée en saison, lorsque l'Office de tourisme est fermé.

### **B/ COMMUNICATION & RESEAUX SOCIAUX**

#### **I-Améliorer les outils de communication et développer la présence sur les réseaux sociaux**

L'Office de Tourisme s'est engagé dans son plan d'action 2017/2019 à réaliser 3 objectifs et 4 actions dans ces domaines. L'Office de Tourisme a mené à bien deux actions. L'Office de Tourisme a traduit sa documentation en italien afin de respecter les engagements de la catégorie I

#### **Objectif 1 : S'équiper d'un site internet trilingue en responsive design**

##### **Refonte du site Internet**

Le nouveau site internet [www.maussane.com](http://www.maussane.com) est en ligne depuis l'été 2017. Il s'adapte à toutes les tailles d'écrans et est disponible en anglais et en italien.



### Objectif 3 : Editer le guide touristique et le plan de la commune en 3 langues

#### **Traduction du guide touristique et du plan du village**

Le guide touristique et le plan du village ont été traduits et sont actuellement disponibles en 3 langues.

## C / PROMOTION DE LA DESTINATION ET DE L'OFFRE DU TERRITOIRE

### I-Promotion de la destination et de l'offre du territoire

L'Office de Tourisme s'est engagé sur six objectifs et sept actions. En 2017, l'Office de Tourisme a mené à bien quatre actions et a réalisé hors plan d'action une **Nouvelle Balade : « Curieuse balade Maussanaise »** à la découverte des « curiosités » du village. Cette balade présentée dans le cadre de «Bouches du Rhône en Paysages » a remporté le prix de la meilleure mise en valeur du patrimoine bâti et végétal en novembre 2017.

### Objectif 1 : Fidéliser la clientèle

#### **Constituer un fichier prospect**

L'Office de Tourisme constitue depuis février 2017 une liste de contacts qui est enrichit quotidiennement lors de réception de demandes par email ainsi que lors des demandes formulées via notre site Internet (depuis août 2017).

#### **Réaliser des newsletters « Bons plans » de promotion de la destination et des socio-professionnels**

Quatre campagnes « Bons plans » ont été adressées à notre fichier prospects : campagne spéciale St Valentin, Fête des mères, bons plans d'automne, spécial fêtes de fin d'année.

Le nombre de prospects est passé de 40 en février à 221 en décembre.

Le nombre de visiteurs sur l'espace Bons plans n'est pas significatif en raison du changement de site internet en milieu d'année 2017.

### Objectif 3 : Identifier des nouveaux clients potentiels

#### **Par le biais du site Internet**

Le nouveau site Internet permet via une fiche contact accessible via l'adresse mail de l'Office de Tourisme d'enrichir le fichier prospect et de comptabiliser le contact dans le logiciel gaia (logiciel de comptage)

### Objectif 4 : Positionner la destination sur la thématique gastronomie et produits du terroir

#### **Sur le site internet et avec la création d'une brochure spécialisée**

Le nouveau site internet de l'Office de Tourisme identifie clairement le village de Maussane les Alpilles comme une « terre gourmande ». La page d'accueil invite les internautes à découvrir les restaurants, les spécialités locales, le marché...

La brochure sera réalisée en 2018.

## D- ANIMER LE RESEAU DES PARTENAIRES ET QUALIFIER L'OFFRE

### I-Animer le réseau des partenaires de l'Office de Tourisme et tendre vers plus de qualité

L'Office de Tourisme s'est engagé sur trois objectifs et quatre actions. En 2017, l'Office de Tourisme a mené à bien deux actions.



#### Objectif 1 : Organiser des rencontres entre les vacanciers et les professionnels

Organiser de juin à septembre des rencontres de découverte et de bienvenue

L'Office de Tourisme a réalisé quatre rencontres. Des paniers du terroir ont été gagnés par les vacanciers.

#### Objectif 2 : Informer les socioprofessionnels sur les labels de qualité et les marques

##### **Informations via les newsletters**

L'Office de Tourisme a adressé douze lettres d'information aux partenaires et a informé sur les labels suivants : Valeurs PNRA, Classement ministériel, Gîtes de France, marque Qualité Tourisme, Maître Restaurateur.

#### Objectif 3 : Communiquer sur l'activité de l'Office de Tourisme

##### **Communiquer sur le Bilan d'activité**

L'Office de Tourisme a réalisé le présent rapport d'activité qui fera l'objet d'une présentation en réunion publique d'information en janvier 2018.

## E- AMELIORER LA QUALITE DE SERVICE SUR LA DESTINATION ET PREPARER L'EXCELLENCE DE LA STATION

Cet axe sera développé par l'Office de Tourisme en 2018 en vue de la préparation de la station classée de Tourisme.

## F- OPTIMISER LES RECETTES DE LA TAXE DE SEJOUR

### I-Identifier les hébergeurs non déclarés et maîtriser la réglementation

L'Office de Tourisme s'est engagé sur trois objectifs et trois actions afin de mieux gérer le dossier taxe de séjour, de rechercher les hébergeurs non déclarés et d'optimiser les recettes.

#### Objectif 1 : Recherche active de non déclarants

## **Repérer les hébergements non déclarés**

L'Office de Tourisme a en 2017 identifié 11 hébergements non déclarés. Suite à nos courriers, 9 ont régularisé pour un montant de taxe de séjour de 1849,75 euros.

## **Objectif 2 : Améliorer la gestion de la taxe de séjour**

### **Rédaction des procédures**

Dans le cadre de la certification « Qualité Tourisme », les procédures taxe de séjour ont été réalisées. La Directrice a suivi une formation sur la taxe de séjour et a participé à des ateliers de travail.

## **G- CONTRIBUER A LA POLITIQUE DE DEVELOPPEMENT DURABLE DU TERRITOIRE**

### **I-Réaliser des actions en faveur de l'environnement et sensibiliser les visiteurs et les partenaires**

L'Office de Tourisme s'est engagé sur trois objectifs et trois actions. Les trois actions ont été menées à bien. Il est important de souligner que suite aux travaux réalisés au sein du bâtiment d'accueil, le système d'éclairage de la salle de réunion et de stockage ont été équipés de LED.

## **Objectif 1 : Réaliser en interne des actions en faveur du développement durable**

### **Papiers recyclés ou labélisés**

L'Office de Tourisme utilise pour ses impressions du papier recyclé. Le papier imprimé est réutilisé en papier brouillon.

### **Actions préconisées dans le cadre de la Marque Qualité Tourisme**

Le personnel est sensibilisé, une note sur les écogestes a été réalisée. Le personnel pratique le tri sélectif.

## **Objectif 2 : Sensibiliser les visiteurs**

### **Les messages de protection de l'environnement en direction des visiteurs**

De la documentation spécifique est en libre-service au sein de l'accueil. Le personnel sensibilise les vacanciers sur les risques d'incendies. Le site internet informe sur le tri et le respect de l'environnement.





OFFICE DU TOURISME DE MAUSSANE LES ALPILLES

Avenue des Alpilles

13520 MAUSSANE LES ALPILLES

Tél. 04 90 54 23 13

tourisme@maussane.com

[www.maussane.com](http://www.maussane.com)

#### HORAIRES

Novembre / Décembre / Janvier / Février / 14 Mars : du lundi au samedi 9h/16h non-stop – fermé le dimanche

15 mars / Avril / Mai / octobre : Tous les jours de 9h/19h non-stop

juin / Septembre : Tous les jours de 9h à 20h non-stop

Juillet / Aout : Tous les jours de 8h/21h non-stop

**Fermé du 24 décembre au 1<sup>er</sup> janvier inclus**