

# RAPPORT D'ACTIVITE 2018

## OFFICE DE TOURISME



## MAUSSANE-LES-ALPILLES

- 337** c'est le nombre de jours d'ouverture par an du bureau d'accueil
- 96** c'est le nombre de partenaires de l'Office de Tourisme
- 15131** c'est le nombre de demandes touristiques enregistrées (hors campeurs)
- 38811** c'est le nombre de campeurs enregistrés au comptoir
- 53942** c'est le nombre total de personnes renseignées ou accueillies en 2018

## A/ ACCEUIL ET INFORMATION

### I- Fréquentation de l'Office de Tourisme en 2018

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.

#### Demands enregistrées par la logiciel Gaia (Office de Tourisme)

##### Demands

Metrics	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Total
Nb demandes	180	201	538	1 070	1 261	1 053	1 076	969	645	761	141	51	7 946
flux	283	282	870	1 889	2 210	1 819	1 985	1 917	1 148	1 375	248	69	14 095

##### Butineurs

Metrics	Janvier	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Total
Flux butineur	4	58	51	48	79	415	310	29	25	9	8	1 036

Source : DATALAB outil d'analyse du logiciel GAIA

En 2018, l'Office de tourisme a accueilli **15131** personnes. Soit 9% de plus qu'en 2017.

En 2018, le nombre de vacanciers accueillis au camping municipal a été de **38811** personnes soit 9% de moins qu'en 2017

## II PROVENANCE DES VISITEURS EN 2018

Pays	Nb demandes	%
FRANCE	4 819	61%
ALLEMAGNE	982	12%
BELGIQUE	571	7%
PAYS-BAS	505	6%
ROYAUME-UNI	389	5%
SUISSE	250	3%
ESPAGNE	78	1%
CANADA	60	1%
ÉTATS-UNIS	56	1%
ITALIE	47	1%

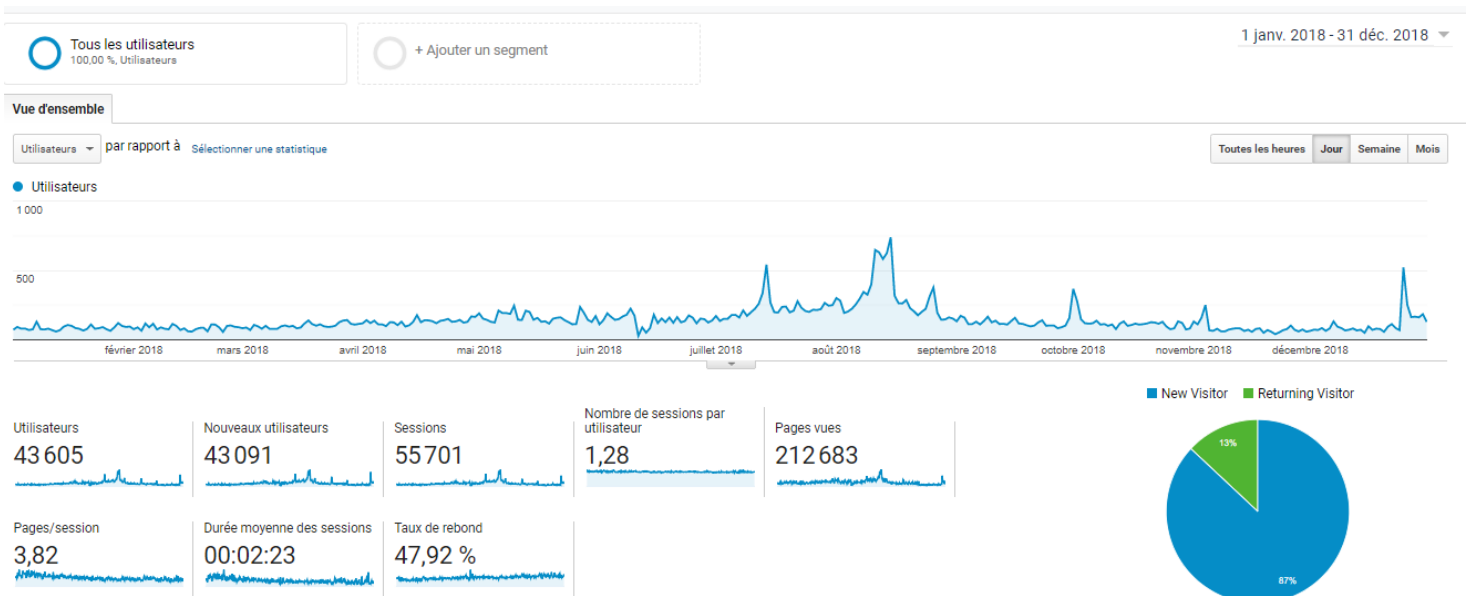
En 2018, **61%** des visiteurs de l'Office de Tourisme étaient Français, **39%** étaient Etrangers.

Nos visiteurs Etrangers viennent principalement d'Europe du Nord.

## II STATISTIQUES DU SITE [WWW.MAUSSANE.COM](http://WWW.MAUSSANE.COM)

### 1/ Les statistiques Générales

Entre le 1er janvier et le 31 décembre 2018, il y a eu **212 683** pages vues et **43 605** utilisateurs. On observe des pics de fréquentation du site en juillet, aout, septembre, octobre et fin décembre.



## 2/ Les pages les plus populaires

Les pages les plus visitées sur le site [www.maussane.com](http://www.maussane.com) sont

- 1/ **Les incontournables** 10 501 vues
- 2/ **Agenda** 10 474 vues
- 3/ **Dormir** 7087 vues
- 4/ **Locations saisonnières** 4710 vues

## RETOUR SUR LE PLAN D'ACTION 2017/2019

Les actions réalisées en 2018 sont indiquées en bleu. Par soucis d'état des lieux, les actions 2017 sont conservées.

### AXE I- 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 treize actions. En 2018, l'Office de Tourisme à mené à bien douze objectifs sur les treize programmés.

#### 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 obtenu le classement de l'Office de Tourisme en catégorie I en septembre 2017.

#### 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 annuels ont été réalisés en décembre 2018. Des formations ont été identifiées pour chaque personne. En 2018, l'équipe de l'Office de Tourisme a bénéficié de l'équivalent de 22 jours de formation.

Détail des formations 2018 :

**Sarah BITAM** Référente Qualité et Accueil a suivi une formation **d'un jour** dispensée par la FROTSI sur le thème « Club Référente Marque qualité Tourisme ». **Cinq jours** de formation dispensés par le CNFPT « Intégration à la FPT ». **Deux jours** de formation dispensés par la FROTSI sur le classement des meublés de Tourisme, **2 heures** de formation sur les RGPD dispensées par le SICTIAM, **2 heures** de formation interne sur la réforme de la taxe de séjour dispensée par la Directrice de l'Office de Tourisme, **1 jour** de formation interne sur les socioprofessionnels avec la réalisation de l'Eductour en novembre 2018, **7 heures** de formation interne en connaissance du territoire avec la visite d'hébergements et de restaurants.

**Justine COQUENDEAU** Référente promotion et animation des Socio-professionnels a suivi **2 heures** de formation sur les RGPD dispensées par le SICTIAM, **2 heures** de formation interne sur la réforme de la taxe de séjour dispensée par la Directrice de l'Office de Tourisme, **1 jours** de formation interne sur les socioprofessionnels avec la réalisation de l'Eductour en novembre 2018, **7 heures** de formation interne en connaissance du territoire avec la visite d'hébergements et de restaurants. Une formation de **deux jours** intitulée « Diagnostiquer l'offre touristique de son territoire pour mieux le promouvoir et le prescrire était prévue en décembre 2018 mais elle a été annulée par la FROTSI faute de participants. Elle sera reportée ultérieurement.

**Laura COURTAUX** Référente Communication a suivi **2 heures** de formation sur les RGPD dispensées par le SICTIAM, **2 heures** de formation interne sur la réforme de la taxe de séjour dispensée par la Directrice de l'Office de Tourisme, **1 jours** de formation interne sur les socioprofessionnels avec la réalisation de l'Eductour en novembre 2018. **Cinq jours** de formation dispensés par le CNFPT « Intégration à la FPT ». **2 heures** de formation sur l'utilisation des défibrillateurs.

**Sylvaine BEYOMAR** Directrice de l'Office de Tourisme a suivi une formation **d'un jour** dispensée par la FROTSI sur le thème « Club Référente Marque qualité Tourisme ». **Deux jours** de formation dispensés par la FROTSI sur le classement des meublés de Tourisme, **2 heures** de formation sur les RGPD dispensées par le SICTIAM, **1 jours** de formation interne sur les socioprofessionnels avec la réalisation de l'Eductour en novembre 2018.

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

Chaque année, entre janvier et mars, les Conseillères en séjour réalisent la visite des hébergements partenaires. En 2018, Nous avons également programmé la visite des restaurateurs. Sur 3 ans, l'ensemble des partenaires hébergeurs /restaurateurs partenaires seront visités par au moins une Conseillère en séjour. Cette année, le 28 novembre, l'Office de Tourisme a organisé sa première journée de découverte du territoire. Cette journée a permis de découvrir ou redécouvrir 7 partenaires.

Ouverte aux journalistes touristiques et aux agences réceptives de petits groupes, cette journée a rencontré un vif succès.

Visite du Moulin Cornille



Atelier de cuisine Jean Martin



Nombre de journalistes accueillis : 3 journalistes + l'agence de relation presse Le Buro

Nombre d'agences accueillie : 4 agences réceptives

Retombées connues :

- 3 « posts » sur Instagram
- 3 articles dans le Fémina
- Participation au club de la croisière en février 2019 et rencontre de 5 agences réceptives en charge de la proposition d'activité des croisiéristes.
- L'agence Planet Provence a inclus les moulins dans ses offres de découverte.

### **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.

En 2018, Nous avons réalisés 7 réunions d'équipe. Nous avons également reconduit l'utilisation du cahier de liaison que nous utilisons quotidiennement.

### **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 événements.

### **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)**

En 2017, nous avons réorganisé les présentoirs de l'Office de Tourisme afin qu'ils répondent aux normes de l'accessibilité.



En 2018, nous avons amélioré la signalétique sur les présentoirs afin d'identifier plus facilement les informations disponibles. Nous avons également été labellisé Tourisme et Handicap pour 3 handicaps (Moteur, auditif, mental). Une boucle magnétique est disponible à l'accueil. Un document recensant l'Offre touristique accessible est en cours de réalisation.

### **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 2018***

### **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). La documentation papier reste à ce jour à réaliser.

### **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.

## Axe II / Communication et réseaux 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 4 objectifs et 5 actions dans ces domaines. En 2017, 3 actions sur 5 avaient été réalisées. En 2018, 4 actions sur 5 sont réalisées.

#### 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. En 2018, L'Office de Tourisme a remis à jour le guide Touristique trilingue.

## Axe III / 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.

En 2018, l'objectif 5 a été réalisé en développant les actions presse.



### Objectif 1 : Fidéliser la clientèle

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

L'Office de Tourisme constitue depuis février 2017 une liste de contacts qui est enrichie 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.

En 2018, l'Office de Tourisme a réalisé 4 campagnes « bons plans » au cours de l'année (offres du printemps, fêtes des mères, automnes, fin d'année)

Le nombre de prospects en décembre 2018 est de 352. Le nombre de pages vues sur l'espace bons plans du site internet est de 1819.

### Objectif 3 : Identifier des nouveaux clients potentiels

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

Le nouveau site Internet permet via une fiche contact 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...

En 2018, une brochure terre gourmande a été réalisée et est à disposition des visiteurs.

### Objectif 6 : Développer les relations presse

En 2018, l'Office de Tourisme a participé à l'offre de mutualisation des actions presse en partenariat avec 12 Offices de Tourisme du département et Provence Tourisme. Maussane les Alpilles a ainsi bénéficié d'une visibilité régionale et nationale avec :

- Des articles dans le femina
- Une émission radio en direct sur France Bleu
- L'insertion de la commune dans deux dossiers de presse (

A développer

### Axe VI – Animer le réseau 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. En 2018, l'Office de tourisme a reconduit ses 4 rencontres de découvertes et de bienvenues. Des paniers du terroirs et des bons restaurants ou activités ont été gagnés.

### 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 au partenaires et a informé sur les labels suivants : Valeurs PNRA, Classement ministériel, Gîtes de France, marque Qualité Tourisme, Maître Restaurateur.

En 2018, L'Office de Tourisme a réalisé douze lettres d'information. Nous avons informé nos partenaires sur les label ou classements suivants :

- Classement ministériel
- Tourisme et Handicap

### 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. Ce rapport est également disponible dans l'espace pro du site Internet.

L'Office de Tourisme a réalisé le présent rapport d'activité, qui fera l'objet d'une présentation en réunion publique d'information en avril 2019 et d'une mise à disposition sur le site Internet.

### Axe V – Améliorer la qualité de service sur la destination et préparer l'excellence de la station

Cet axe est actuellement en cours de réalisation. Le dossier station classé devra être envoyé en préfecture avant septembre 2019.

### Axe : VI – Optimiser les recettes de la taxe de séjour

## 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 leur situation pour un montant de taxe de séjour de 1849,75 euros.

En 2018, 7 hébergements ont été identifiés et 6 ont régularisés leur situation pour un montant de taxe de séjour de 858,03€.

### 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.

### Objectif 3 : Optimiser les recettes de la taxe de séjour

#### **Entamer une réflexion sur le régime fiscal appliqué aux hôtels**

Le sujet de la taxe de séjour et de son optimisation a été abordé en conseil d'exploitation en mars 2018. Plus largement que le régime fiscal des hôtels, nous avons évoqué la mise en place du numéro d'enregistrement sur la Commune.

#### Tableau des recettes de la taxe de séjour forfaitaire

<b>TAXE DE SEJOUR</b>		
	2017	2018
<b>Tourisme</b>	45 810,53€	47 061,96€
<b>Dont Taxe additionnelle</b>	4 581,05€	4 706,19€
<b>Total</b>	41 229,47€	42 355,76€

## Axe 7 – Contribuer à la politique de développement 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](mailto: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**