



BILAN QUALITE **2020** **OFFICE DE TOURISME** **BANYULS SUR MER**

Le 15/01/2021

INTRODUCTION :

La commune de Banyuls sur Mer est Station de Tourisme classée (renouvellement obtenu en 2018, valable 12 ans). Par ce statut, l'Etat reconnaît à la commune la spécificité des enjeux de développement économique liés au tourisme et octroie des dotations. Pour rappel, l'OT est classé Catégorie I (depuis 2016), marqué : Tourisme et Handicap (pour trois handicaps : moteur, mental et auditif) ; a obtenu le renouvellement de la Marque Qualité Tourisme Sud de France en 2018.

Rappelons que la marque Qualité Tourisme est maintenant valable 5 ans au lieu de 3 ans, donc jusqu'en 2023 pour notre OT.

Cependant, depuis l'entrée en vigueur du nouveau référentiel en octobre 2019, nous travaillons sur sa mise en conformité. (Audit clients mystères annuel + Audit complet en 2023).

À noter que l'année 2020 a été marquée par le Covid 19 qui est venu perturber notre fonctionnement tant sur le plan structurel que financier et nous nous efforçons en ce début 2021 de garder le cap, rebondir et de nous adapter à ce nouveau mode de fonctionnement et plus encore de vie.

Dans ce bilan qualité de l'année 2020, nous aborderons dans la première partie, l'auto-évaluation de notre travail sur l'année (pages 1 à 3), puis nous présenterons le bilan de nos indicateurs qualité mais aussi le bilan de notre situation au travers de cette crise sanitaire et ses impacts (pages 3 à 7) et pour terminer, nous fixerons les objectifs Qualité pour 2021 (pages 7 & 8).

I – AUTO-EVALUATION DE LA DEMARCHE QUALITE SUR L'ANNEE 2020 :

L'année 2020 a été frappée de plein fouet par la crise de la Covid 19. Une année inédite durant laquelle nous avons totalement chamboulé notre mode de fonctionnement pour s'adapter au mieux à la situation en temps réel.

Nous avons démarré l'année avec nos objectifs qualitatifs et financiers revus à la hausse au vu du succès que nous avons connu en 2019.

Notre boutique est bien achalandée, grâce à la diversification de nos produits touristiques vendus directement à l'Office de Tourisme mais aussi grâce aux conventions de vente de billetteries en tout genre que nous avons conclues avec nos prestataires touristiques tout en ciblant la demande directe de nos visiteurs en terme de randonnées, excursions bus, VTT...

Notre guide conférencière a également retravaillé ses circuits de visites, pensé et développé des ateliers thématiques et des supports pédagogiques pour les plus jeunes et adapté son offre aux groupes et scolaires.

Notre service communication a continué à améliorer et poursuivre sa stratégie de communication en adéquation avec le service culture et animation de la Mairie qui est d'ailleurs mis à disposition de l'Office de Tourisme sur 70% de leur temps de travail depuis le 01/01/2021. La mutualisation de ces services est un véritable atout dans notre stratégie de communication.

D'un point de vue organisationnel, nous avons eu recours à du télétravail pour l'ensemble de nos agents sauf la direction qui était présente. Nous avons également instauré le chômage partiel lors du 1^{er} confinement. S'agissant du second confinement nous avons renouvelé le télétravail 3 jours par semaine et 2 jours en présentiel en assurant un turn-over des agents avec une continuité des services avec un présentiel d'au moins un agent par service.

Retour sur nos objectifs qualité pour 2020 :

- **Refonte totale du site internet de la ville et de l'Office de Tourisme :** Nous avons repoussé ce projet à 2021 mais nous avons réalisé l'étude de marché, la rédaction du cahier des charges et la sélection de notre prestataire en 2020. Le lancement de notre nouveau site est prévu pour le Printemps 2021.

- **Développer la vente en ligne, améliorer la visibilité pour une meilleure commercialisation :** Cet objectif va de pair avec la refonte de notre site internet car l'objectif est de créer une vitrine virtuelle de notre station et de permettre aux clients de préparer son séjour en intégralité via nos réservations et achats en ligne. Ce qui permettra aussi les réservations et achats de dernière minute.

- **Développer les diffusions sur tous les types de réseaux sociaux (mutualisation OT / Municipalité) :** Les réseaux sociaux ont été les principaux canaux de diffusion de l'information cette année. Ils nous ont aussi permis de nous rapprocher de nos partenaires afin de les aider à traverser cette crise. Nous nous sommes lancés cette saison dans les JT de la semaine qui avaient pour but de présenter l'actualité, les projets de chaque semaine, l'agenda des animations et de faire le portrait de quelqu'un, d'une activité en lien avec l'actualité de la commune. Nous avons aussi diffusé nos contenus d'information sur le blog de la commune ou encore créé des pages spécifiques sur les réseaux sociaux comme #consommezbanyuls pour répondre à une demande de la part de nos commerçants qui avaient le besoin de relayer le fruit de leur travail face aux contraintes d'accueil public.

- **Créer un flyer « 1 jour à Banyuls »** pour les personnes de passage dans la ville avec les lieux d'attractions principaux pour éviter de leur donner systématiquement le guide touristique : Repoussé à 2021.

- **Monter le dossier de demande pour l'agrément au classement des meublés :** nous avons poursuivi notre accompagnement auprès de nos hébergeurs meublés mais par manque de moyens humains et financiers nous n'avons pas pu demander l'agrément. Chose qui arrange nos partenaires de classements actuel qui font du classement des meublés leur activité principale ; en échange de quoi ils appliquent sur la commune un tarif préférentiel.

- **Revoir l'emplacement « boutique » et sa signalétique :** Nous avons amélioré la visibilité de notre boutique mais elle n'a pas encore d'espace dédié. Cependant en période de fréquentation un des agents à l'accueil s'occupe de la vente et de la billetterie en priorité.

- **Mettre en place un panneau lumineux externe à LED à la place de celui existant qui est vétuste :** Investissement repoussé mais prévu pour 2021.

- **Lancer une nouvelle session d'Ateliers Numériques par l'Office de Tourisme sur des thématiques très utiles aux socio professionnels :** Là aussi compte tenu du contexte actuel, nous avons travaillé sur le contenu des ateliers et affiné la demande mais nous reprendrons nos ateliers dès que la situation le permettra (certainement courant mars / avril 2021).

- **Proposer des Visites guidées toute l'année 2 fois par semaine sur des thèmes innovants et accessibles à tous les types de clientèles dont 1 visite accessible aux PMR. Vendre ces visites, à un tarif préférentiel, à nos hébergeurs partenaires, pour qu'ils puissent le proposer en cadeau de bienvenue :** Cette démarche a été initiée en 2020 mais compte tenu du contexte le développement de cet objectif est repoussé à 2021.

- **Créer un partenariat avec le laboratoire du CNRS et leur clientèle groupe afin de leur proposer nos visites guidées :** Repoussé à 2021 – Collaboration sur le bicentenaire de la naissance de Lacaze-Duthiers, Fondateur du Laboratoire Arago (du 21 au, 23 Mai 2021).

- **Poursuivre la mise en œuvre de la stratégie « Grand Site Occitanie » dont nous faisons partie :** Nous continuons toujours cette démarche avec nos partenaires départementaux et régionaux.

- **Proposer la création d'un observatoire touristique à l'Office de Tourisme accessible pour tous nos hébergeurs avec une agence chargée du suivi** : Repoussé à 2021. Monter un dossier de financement Fonds LEADER au Printemps pour la création de cet Observatoire : à l'étude.

- **Développer le label « Vignoble & découverte » obtenu en 2019 avec une mise en tourisme du Mas Reig (BIT, visites guidées)** : Les travaux de l'école de sommellerie ont débuté, donc le projet est en cours et une étude sur le futur espace muséographique a été réalisée par notre guide conférencière qui a effectué ses recommandations. L'aboutissement de ce projet verra le jour dès la fin des travaux.

- **Accompagner, toute l'année, au classement les hébergements intéressés et les inciter à devenir partenaire et intégrer notre système de réservation en ligne** : Cette démarche a été poursuivie sur toute l'année 2020.

- **Appuyer la démarche Action logement de la communauté de communes pour le logement des saisonniers et des stagiaires** : Nous avons suivi le projet tout au long de l'année, il est toujours en cours et nous avons exploré courant cette année des pistes de travail et/ou des partenaires capables de nous faire avancer sur cette thématique.

- **Poursuivre la formation de l'ensemble de nos agents** : Au vu des nombreux projets qui nous sont confiés, nous pourrions dire que cette formation est continue. Cependant que ce soit en présentiel sur site ou en webinaire nous continuons à former l'ensemble de notre personnel dans la spécialité de chacun.

II – BILAN DES INDICATEURS QUALITE :

Au sein de la démarche nous avons mis en place plusieurs indicateurs qualité : Questionnaires de satisfaction, suggestions et remarques, réclamations, dysfonctionnements. Le but étant de mesurer l'efficacité de notre travail à travers l'identification de nos forces et faiblesses et mettre en place des actions correctives.

L'ensemble de nos indicateurs sont contrôlés par la RAQ et la direction. Les synthèses de nos indicateurs sont faites et présentées devant le Groupe Qualité de Destination, que nous avons constitué afin de correspondre au référentiel et qui a pour but de nous suivre et de nous aider dans l'application de la démarche, de contrôler les résultats de nos indicateurs, évoquer nos faiblesses et mettre en place des actions correctives afin d'améliorer nos résultats.

Bilan de nos indicateurs au cas par cas :

Questionnaires de satisfaction : Il faut rappeler qu'en temps normal nous distribuons nos questionnaires de deux manières : Par la remise systématique et par les questionnaires mis à disposition.

Cette année au vu des consignes ministérielles, nous n'avons pas pu faire remplir de questionnaires de satisfaction ou très peu. Cependant nous avons échangé plus longuement avec nos clients et privilégié le conseil personnalisé. Du coup d'eux-mêmes, ils ont exprimé leurs satisfactions bien que le temps d'attente à l'accueil était parfois long à cause de la réglementation des 6 personnes maximum à l'intérieur de l'OT.

Nous espérons que pour 2021 la remise systématique et la mise à disposition des questionnaires en conformité avec le nouveau référentiel puissent être rétablies.

Malgré cela nous avons un taux de satisfaction supérieur à 85%.

Pour compléter cette analyse, nous avons également cherché à récolter des avis sur d'autres réseaux :

Google My Business :

Moyenne note (365 avis au total) : 4,1/5

Les commentaires sur Google My Business en 2020 soulignent la qualité de l'accueil ainsi que la compétence et l'efficacité du personnel à renseigner sur la ville, la région, les randonnées et tout cela en plusieurs langues. Egalement souligné : le respect des normes COVID mises en place à l'accueil.

Quelques exemples de commentaires :

- « Personnel sympathique »
- « Idéal pour connaître tout ce que l'on peut faire à Banyuls. Personnel et accueil sympathiques qui sauront vous faire découvrir et sûrement revenir à Banyuls. »
- « Accueil très chaleureux et efficace »
- « Situé en bord de mer, on y trouve toutes les informations toutes ainsi qu'une boutique Souvenir »
- « Bon accueil et renseignements donnés utiles. Je remercie le personnel pour son écoute et sa disponibilité »
- « Belle accueil dans des conditions sanitaires optimale, bon conseils »

Facebook :

Nombre de « j'aime » : 3292 ; nombre d'abonnés : 3696

Nous sommes suivis par des vrais amoureux de Banyuls, les commentaires sur les posts Facebook sont unanimes : ils attendent nos contenus (photos et vidéo essentiellement), et y réagissent positivement au travers des « j'aime » et des commentaires.

Ils attendent de nous de la réactivité, de l'information « chaude » (en temps réel) mais surtout, de l'information de qualité.

Quelques exemples de recommandations :

- « Personnel très à l'écoute agréable et souriant [...] »
- « Nous sommes toujours accueillis avec le sourire la disponibilité et la compétence du personnel est la hauteur de ce que nous attendons [...] »
- « Personnel sympathique et professionnel. Les renseignements donnés sont de qualité. Équipe dynamique et réactive, sachant communiquer aussi avec l'ensemble des réseaux. »
- « Bon accueil et bons conseils et le tout avec le sourire. »

Nous traitons toutes les demandes que nous recevons par messages privés tout au long de l'année.

D'autres demandes nous parviennent dans les commentaires sous nos posts, auxquelles nous répondons directement.

Instagram :

2118 abonnés

Nous utilisons Instagram pour garder un lien avec les internautes toutes l'année. Nous ne partageons pas simplement de jolies photos, mais aussi des informations utiles suite à des retours d'internautes qui nous suivent uniquement sur ce réseau social (et qui n'ont pas Facebook).

Il n'y a pas de système d'avis ou de recommandations sur Instagram.

Youtube :

555 abonnés

Nous utilisons ce réseau social pour mettre en avant les vidéos expérientielles tournées sur la destination, mettre en avant et héberger les vidéos que nous vendons à nos partenaires (création de contenu qu'ils peuvent également utiliser sur leurs supports). Nous nous servons également de notre chaine Youtube pour héberger les vidéos que nous souhaitons intégrer à notre site internet.

Il n'y a pas de système d'avis ou de recommandations sur Youtube.

Blog :

Nous avons également créé provisoirement un blog « Wix » pour mettre en avant les actualités de la vie locale. Ce blog est voué à disparaître avec l'arrivée du futur site internet : le futur site intégrera sa propre partie blog, dans laquelle nous communiquerons les actus.

JT Banyuls TV :

C'est une nouveauté 2020 : le pôle communication a créé un journal télévisé (hebdomadaire en saison, bimensuel voire mensuel hors-saison) pour mettre en avant les actualités de la vie locale ; mais également mettre en avant les acteurs touristiques et économiques de la ville. Le programme est riche et varié : des actualités, des témoignages/portraits et des idées de sorties. Cette initiative a été plébiscitée par les banyulencs et les partenaires de l'Office de Tourisme. Environ 6000 vues par épisode tous supports confondus (c'est plus que la totalité de la population locale).

Collecte des suggestions et remarques :

Sont comptabilisées en suggestions et remarques les réclamations sans coordonnées, les commentaires sur les questionnaires de satisfaction ainsi que les éléments notés sur le cahier prévu à cet effet (ou le plus souvent reporté sur le tableau ci-dessous directement).

Remarques positives :

- Qualité des activités vendues à l'Office (très bons retours sur les accompagnateurs & guides).
- Qualité des animations de la saison.
- Accueils hors murs très appréciés des touristes mais aussi des commerçants.
- La mise à disposition des horaires de bus en extérieur.
- L'affichage des informations utiles à l'extérieur pour les vacanciers (vitrine, panneau).
- Les bus à 1€.
- L'agencement de l'accueil.
- Le JT, le blog pour les infos relayées sur nos réseaux sociaux.
- Circuits de randonnées pédestres très fréquentés et bien fléchés : bons retours.

Remarques négatives :

- Pas de prise électrique en extérieur et pas de wifi (sauf autour l'OT).
- Pas de possibilité de laisser ses affaires quelque part (randonneurs).
- Pas d'Estinavette cet été.
- Pas de parking dans la rivière.
- Manque de stationnement pour les PMR.
- Pas de balades en mer au départ de Banyuls.
- Pas de webcam sur le port.
- Pas de locations de vélos.
- Difficulté pour joindre le camping.
- Le port du masque n'est pas toujours respecté dans la commune et par les commerçants.
- Entretien des sentiers (débroussaillage à faire) sur plusieurs parcours. (Réalisé dès la prise en compte de la remarque).
- Côté Thalasso devrait proposer des abonnements au mois.
- Les chiens sur la plage en hors saison.

A l'OT plus précisément :

- Problème de compréhension à cause du masque + le plexi : on doit parler très fort voir crier pour se faire entendre.
- Temps d'attente plus long. Nombre de personnes limité à 6 à l'intérieur donc les visiteurs faisaient la queue dehors. (Les visiteurs qui ont attendu + de 15 mn ont + de questions).
- Les nuisances sonores et difficulté d'accès à la porte de sortie de l'Office à cause des squatteurs marginaux tout au long de l'année + les jeunes en saison.

Les réclamations :

Face à une réclamation, nous restons toujours très attentifs et réactifs face au client afin que ce dernier comprenne notre volonté de bien faire et que sa mauvaise expérience soit exceptionnelle. Nous sommes très exigeants sur l'offre que nous proposons ainsi que sur l'offre de nos partenaires.

MQT 2020 - V1 ENREGISTREMENTS DES RECLAMATIONS ANNEE 2020						
DATES	RESP	OBJETS RECLAMATIONS	SERVICES CONCERNES	TRANSMISSIONS ET REPONSES RECLAMATIONS	COMMENTAIRES	RESOLUTIONS
23/08/2020	AM	Meublé CENTENE	Monique CENTENE	réponse courrier par mail 26/08	visite de l'appartement par le directeur pour vérifier la propreté du bien	Visite réalisée le 25/09. Plainte contre la société de nettoyage.
06/09/2020	AM	Hôtel les Elmes	Hôtel les Elmes	Prise de contact et échange par téléphone avec les 2 parties pour trouver une solution à l'amiable et apaiser les tensions.	Mr Sannac s'engage à surclasser Mr Soudey et lui faire une remise tarifaire sur son prochain séjour, vu que lorsqu'il était sur Banyuls il n'a rien dit	Résolu

Les dysfonctionnements :

Reportés sur le cahier prévu à cet effet à l'accueil, puis sur le tableau des enregistrements des dysfonctionnements.

Cette année nous avons eu quelques dysfonctionnements : cela a concerné les 2 webcams dû à la lenteur de notre connexion internet, le téléphone du poste secrétariat comptabilité qui a été défaillant par moment. La porte de l'office a été réparée, des pièces ont été remplacées car la poignée s'usait en pleine saison.

Dû à la situation covid 19 :

- Problème de compréhension à cause du masque + le plexi : on doit parler très fort voir crier pour se faire entendre.
- Temps d'attente plus long. Nombre de personnes limité à 6 à l'intérieur donc les visiteurs faisaient la queue dehors. (Les visiteurs qui ont attendu + de 15 mn ont + de questions).
- Les nuisances sonores et difficulté d'accès à la porte de sortie de l'Office à cause des squatteurs marginaux tout au long de l'année + les jeunes en saison.

Bilan sur l'aspect quantitatif et financier :

La fréquentation à l'office de tourisme en 2020 :

Nous enregistrons une baisse de 66% sur le nombre de personnes renseignées à l'accueil, en revanche les appels téléphoniques étaient beaucoup plus nombreux. À noter que nous ouvrons l'accueil 4 heures de moins par jour car nous procédions à la désinfection totale des locaux plusieurs fois par jour et à la veille d'informations (indispensable) afin de renseigner les visiteurs au mieux (en raison de tous les changements, entre autres, d'ouverture ou d'horaires de sites ou de commerces...). Nous avons une limite de 6 personnes dans le hall d'accueil de l'OT, ce qui rendait les conditions de travail plus difficiles.

Sur cette plage horaire de 4h de fermeture de l'accueil, nous avons organisé des accueils hors murs afin de rencontrer directement nos visiteurs dans la commune et d'entretenir le lien avec nos socioprofessionnels. Cette présence sur le terrain a été de nombreuses fois saluée par l'ensemble de nos clients et partenaires. Sur nos accueils hors murs, il nous était difficile de quantifier le nombre de personnes renseignées.

Pour notre boutique :

Nous avons enregistré une baisse significative de nos ventes de produits en raison de l'impact des normes sanitaires. -60% sur les excursions en autobus et les balades en mer. En revanche, la billetterie des activités de pleine nature a doublé par rapport à 2019.

Concernant nos visites guidées, une baisse de 30% par rapport à 2019, soit 183 participants dont 35 enfants.

Afin de répondre à la demande de nos clients, et dans le cadre d'un projet commun porté par l'Office de Tourisme Intercommunal, nous avons mis en place un circuit Baludik permettant aux visiteurs de découvrir Banyuls sur Mer librement au travers d'un jeu de piste énigmatique parcourant la commune et qui permettait de faire découvrir les richesses de notre patrimoine Banyulenc.

La collecte de la Taxe de séjour :

Là aussi, nous enregistrons une perte de 43 732€ par rapport à 2019, 63 541 nuitées de moins en 2020 soit plus de 35% en moins. Ce résultat reflète également le manque à gagner que nous avons ressenti dans le courant de l'année 2020.

L'ensemble de ces pertes nous conduisent à un déficit comptable de 44 000€ sur l'année.

III – NOS OBJECTIFS QUALITE POUR 2021 :

Afin de poursuivre notre travail sur la qualité en adéquation avec notre politique qualité pour l'année 2021 nous devons :

- Enrichir et faire la promotion de notre nouveau site internet, améliorer nos chiffres de vente en ligne.
- Développer les diffusions sur tous les types de réseaux sociaux.
- Créer un flyer « 1 jour à Banyuls » pour les personnes de passage dans la ville avec les lieux d'attractions principaux pour éviter de leur donner systématiquement le guide touristique.
- Poursuivre la réorganisation de l'accueil pour être en mesure de séparer l'accueil téléphonique et l'accueil physique.
- Mettre en place un panneau lumineux externe à LED.
- Lancer une nouvelle session d'Ateliers Numériques par l'Office de Tourisme sur des thématiques très utiles aux socio professionnels.
- Proposer des Visites guidées toute l'année 2 fois par semaine sur des thèmes innovants et accessibles à tous les types de clientèles dont 1 visite accessible aux PMR. Vendre ces visites, à un tarif préférentiel, à nos hébergeurs partenaires, pour qu'ils puissent le proposer en cadeau de bienvenue.
- Reconduction des Accueils Hors des Murs durant la saison 2021.
- Créer un partenariat entre la guide de l'office et le laboratoire pour la clientèle groupe.
- Poursuivre la mise en œuvre de la stratégie « Grand Site Occitanie » dont nous faisons partie.
- Proposer la création d'un observatoire touristique à l'Office de Tourisme accessible pour tous nos hébergeurs avec une agence chargée du suivi.

- Créer un partenariat avec le laboratoire du CNRS et leur clientèle groupe afin de leur proposer nos visites guidées : Repoussé à 2021 – Projet de collaboration sur le bicentenaire.
- Monter un dossier de financement Fonds LEADER au Printemps pour la création de cet Observatoire : à l'étude.
- Poursuivre le développement du label « Vignoble & découverte » obtenu en 2019 avec la mise en tourisme du Mas Reig.
- Préparer le renouvellement du classement de l'office de tourisme prévu pour le début 2021 en Catégorie 1.
- Poursuivre la mise en conformité avec le nouveau référentiel qualité et faire appel à un auditeur dans le cadre de l'audit mystère.
- Mettre en place un Club Enfant (6-12 ans) en collaboration avec une association agréée.
- Travail à mener sur le développement du tourisme d'affaire.
- Poursuivre le travail sur la démarche Action Logement pour résoudre et solutionner le logement des saisonniers et des stagiaires de la commune.

Référent Qualité

L. HEBERT



Le Directeur,

A. MASCUNANO

OFFICE DU TOURISME
BANYULS-SUR-MER
 Sous le statut EPIC
 Arrêté Préfectoral N° 520/002
 Tél. 04 68 88 31 58
 Fax. 04 68 88 36 84