



Banyuls
sur mer
LA LUMINEUSE

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2018

OFFICE DE TOURISME BANYULS-SUR-MER

SOMMAIRE

- 1 – Principales actions prévues en 2018 et bilan de celles-ci
- 2 – Chiffres de fréquentation de l'accueil de l'Office de Tourisme sur l'année 2018
- 3 – Statistiques nuitées 2018 par rapport à la taxe de séjour dans les hébergements de Banyuls et comparaison avec les années précédentes
- 4 – Bilan des visites site Internet et ventes sur la place de marché en 2018
- 5 – Bilan financier 2018 (compte de résultat)
- 6 – Principaux retours et remarques des vacanciers à l'accueil de l'OT durant la saison 2018
- 7 – Annexes Bilan Qualité 2018
- 8 – Projets / plan d'action pour 2019

MISSIONS HABITUELLES DE L'OFFICE DE TOURISME

ACCUEIL, INFORMATION, DIFFUSION DE L'INFO SUR LES DIFFÉRENTS SUPPORTS, ÉLABORATION BROCHURES, OBSERVATOIRE STATISTIQUES, GESTION ANNUELLE DES ADHÉSIONS ET DES DÉCLARATIONS EN MAIRIE DE PROPRIÉTAIRES DE MEUBLÉS..., VISITES DES NOUVEAUX HÉBERGEURS MEUBLÉS VOULANT S'INSCRIRE SUR LES LISTES DE L'OT, GESTION **ET** RELANCE DES TAXES DE SÉJOURS SUR LA COMMUNE...

WEBMARKETING / COMMERCIALISATION

RESPONSABLE DOSSIER : ANTHONY GUILLEMER (WEBMARKETER)

- 1 - Étoffer l'offre des prestations mises en ligne sur la place de marché
- 2 - Élargir la communication sur la place de marché
- 3 - Préparation et animation d'ateliers numériques
- 4 - Optimisation / remise en question du site Internet de la ville
- 5 - Travail sur l'application numérique qui sera lancée par la ville en 2018
- 6 - Poursuite du développement d'une boutique à l'office
- 7 - Étude sur l'affichage numérique dans le hall de l'Office de Tourisme

PROMOTION 2018 : SALONS A THEMES

RESPONSABLE DOSSIER : ANTOINE MASCUÑANO (DIRECTEUR)

- 1 - Salon de la Plongée Sous Marine (Paris 12 au 14 Janvier 2018)
- 2 - Salon de la Randonnée (Lyon du 22 au 24 mars 2018)
- 3 - Salon des loisirs de Pleine Nature (Montpellier du 9 au 11 février 2018)
- 4 - Accueils presse dans le cadre de la promotion départementale avec l'ADT des PO et / ou en collaboration avec l'Office de Tourisme Intercommunal Pyrénées Méditerranée

RENOUVELLEMENT DU LABEL QUALITÉ



RESPONSABLE DOSSIER : LAURA HEBERT (RÉFÉRENT QUALITÉ)

RENOUVELLEMENT DU LABEL « QUALITÉ TOURISME »
EN 2018 POUR L'OFFICE DE TOURISME DE BANYULS-SUR-MER

Label obtenu en mai 2018 pour 3 années supplémentaires suite à l'audit effectué par une inspectrice Qualité en mars 2018. Reconnaissance de l'excellence du travail et des prestations réalisées par notre Office de Tourisme

RÉORGANISATION DES SERVICES

SUITE AU DÉPART À LA RETRAITE D'UN AGENT AU SECRÉTARIAT
ET TRANSFERT ET RÉAMÉNAGEMENT DE LA MAISON DE LA RANDONNÉE

CHIFFRES DE FRÉQUENTATION ACCUEIL OT

- A part au mois d'avril, l'avant-saison a été plutôt bonne
 - La saison a connu une forte baisse de la fréquentation, mais équivalente en juillet et en août (environ -19% pour chacun des mois). Comme nous l'avons déjà évoqué, la météo (favorable partout en France), « l'effet Coupe du Monde », les grèves SNCF et la baisse du pouvoir d'achat sont les principales causes de cette baisse de fréquentation.
 - L'arrière saison est elle aussi marquée par une baisse de fréquentation, essentiellement en octobre (-21%). La météo pluvieuse de la Fête des Vendanges peut aussi influencer sur ce chiffre.
 - En décembre, malgré la patinoire et les nombreuses animations pendant les Fêtes de Noël, la fréquentation est restée stable.
- A noter néanmoins que cette baisse de fréquentation dans les Offices de Tourisme a été enregistrée sur les mêmes proportions du côté de la plupart des Offices de Tourisme de la côte et en plus grande mesure dans ceux de l'arrière pays départemental.**

Mois	Visiteurs 2017	Visiteurs 2018	Comparatif
Janvier	1431	2033	+ 42,07%
Février	1957	2280	+ 16,51%
Mars	2701	2722	+ 0,78%
Avril	5622	5329	- 5,21%
Mai	5256	5788	+ 10,12%
Juin	6449	6600	+ 2,34%
Juillet	16331	13195	- 19,20%
Août	21188	16990	- 19,81%
Septembre	10657	9392	- 11,87%
Octobre	7707	6056	- 21,42%
Novembre	2257	2141	- 5,14%
Décembre	2351	2389	+ 1,62%
Total	83907	74915	- 10,72%

VISITES SITE INTERNET WWW.BANYULS-SUR-MER.COM

206 231 visiteurs uniques en 2018

légère hausse par rapport à 2017 et +25% par rapport à 2016

365 255 sessions en 2018

légère hausse par rapport à 2017 et + 20% par rapport à 2016.

Temps moyen passé sur les pages du site : 2 minutes
(correspond à la moyenne nationale)

"Mini refonte" du site prévue courant 2019

NUITÉES 2018 - TAXE DE SÉJOUR

Comparatif C.A. des années 2008 à 2018

ANNEES	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
MONTANT	89742	88167	85040	93592	101023	97489	100088	101430	100222	116884	117250

Comparatif des nuitées des années 2008 à 2018 par type d'hébergement

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
HÔTEL	54128	50340	45982	52614	58937	57156	57731	60730	59055	64307	62530
RES VVF	23609	24199	21440	24571	20904	20483	19284	15111	12480	14394	16652
AG IMMO	8804	8230	8680	8835	11163	11816	11108	12172	13472	16812	17374
CAMPING	39232	44146	42624	45870	42264	43424	43260	34453	33874	35685	31489
CH HÔT	2243	2692	2624	2149	2373	618	754	798	1666	1752	1710
MEUBLÉS	22019	24152	24056	28267	30477	32546	35626	33778	37544	40898	43610
TOTAUX	150035	153759	145406	162306	166118	166043	167763	157042	158091	173848	173365

NUITÉES 2018 - TAXE DE SÉJOUR

Comparatif nuitées Hôtels des années 2008 à 2018

Années	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
HÔTELS	54128	50340	45982	52614	58937	57156	57731	60730	59055	64307	62530

Comparatif nuitées RES VVF des années 2008 à 2018

Années	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
RES VVF	23609	24199	21440	24571	20904	20483	19284	15111	12480	14394	16652

Comparatif nuitées AG. IMMO des années 2008 à 2018

Années	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
AG IMMO	8804	8230	8680	8835	11163	11816	11108	12172	13472	16812	17374

Comparatif nuitées du Camping des années 2008 à 2018

Années	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
CAMPING	39232	44146	42624	45870	42264	43424	43260	34453	33874	35685	31489

Comparatif nuitées CH. HÔT des années 2008 à 2018

Années	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
CH HÔT	2243	2692	2624	2149	2373	618	754	798	1666	1752	1710

Comparatif nuitées des Meublés des années 2008 à 2018

Années	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
MEUBLÉES	22019	24152	24056	28267	30477	32546	35626	33778	37544	40898	43610



VENTES PLACE DE MARCHÉ

69 000 € de CA en 2018

(toutes plateformes confondues).

Gros écarts selon les prestataires selon le remplissage ou pas de leur planning.

37 000 € de CA en 2017

(moins de prestataires équipés

et lancement en juin sur le site de l'OT)



PRODUITS PACKAGÉS

Peu de retours en 2018 (lancés sur le site en Août / manque de visibilité / communication pour l'instant...)

Pour 2019, il est prévu :

- d'accentuer la communication sur les filières promouvant ces produits : tour opérateurs / agences de voyages / autocaristes (participation de l'OT au workshop Destination Occitanie à Toulouse du 30 mars au 1er Avril avec près de 200 prescripteurs invités...)
- d'envoyer des emailings aux clubs de randonnées et clubs de plongée dont nous avons récupéré les adresses mail par les fédérations respectives
- de sensibiliser davantage les prestataires pour faire « remonter » les produits packagés qui les concernent sur leurs sites internet (au minimum par un lien...)
- d'élaborer par l'Office de Tourisme une brochure des activités et prestations en vente et produits en vente par l'Office de Tourisme et par nos partenaires et que l'on pourra distribuer à l'accueil de l'OT et chez les socio-professionnels...

BILAN FINANCIER 2018

COMPTE DE RESULTAT DE L'ANNEE ECOULEE.

	DEPENSES	RECETTES	SOLDE D'EXECUTION
FONCTIONNEMENT	333 989.99 €	355 362.52 €	+ 21 372.53 EUROS
INVESTISSEMENT	4 765.82 €	5 912.70 €	+ 1 146.88 EUROS

REPARTITION RECETTES SUR LE PLAN DU FONCTIONNEMENT.

-PRESTATIONS DE SERVICES / VENTES AU COMPTOIR / BOUTIQUE	=	11,8 %
-PARTENARIATS PARTICIPATIONS SOCIO PROFESSIONNELS A L'OT	=	9 %
-SUBVENTION MUNICIPALE	=	42,2 % (à titre indicatif en 2015 représentait près de 50% du résultat)
-RECETTES TAXE DE SEJOUR	=	32,9 %
-PRODUITS EXCEPTIONNELS (REMBOURSEMENTS ARRETS TRAVAIL, FORMATIONS, TVA..)	=	<u>4,1 %</u>
<u>TOTAL</u>		100%



RETOURS ET REMARQUES - ACCUEIL OT

Les principales remarques positives :

- L'aménagement du nouveau front de mer
- L'effort sur la propreté du centre-ville a été souligné
- La distribution de cendriers de plage
- La qualité des animations
- Nos sentiers de randonnées et la beauté des paysages
- Les moyens de transports

Autres points forts :

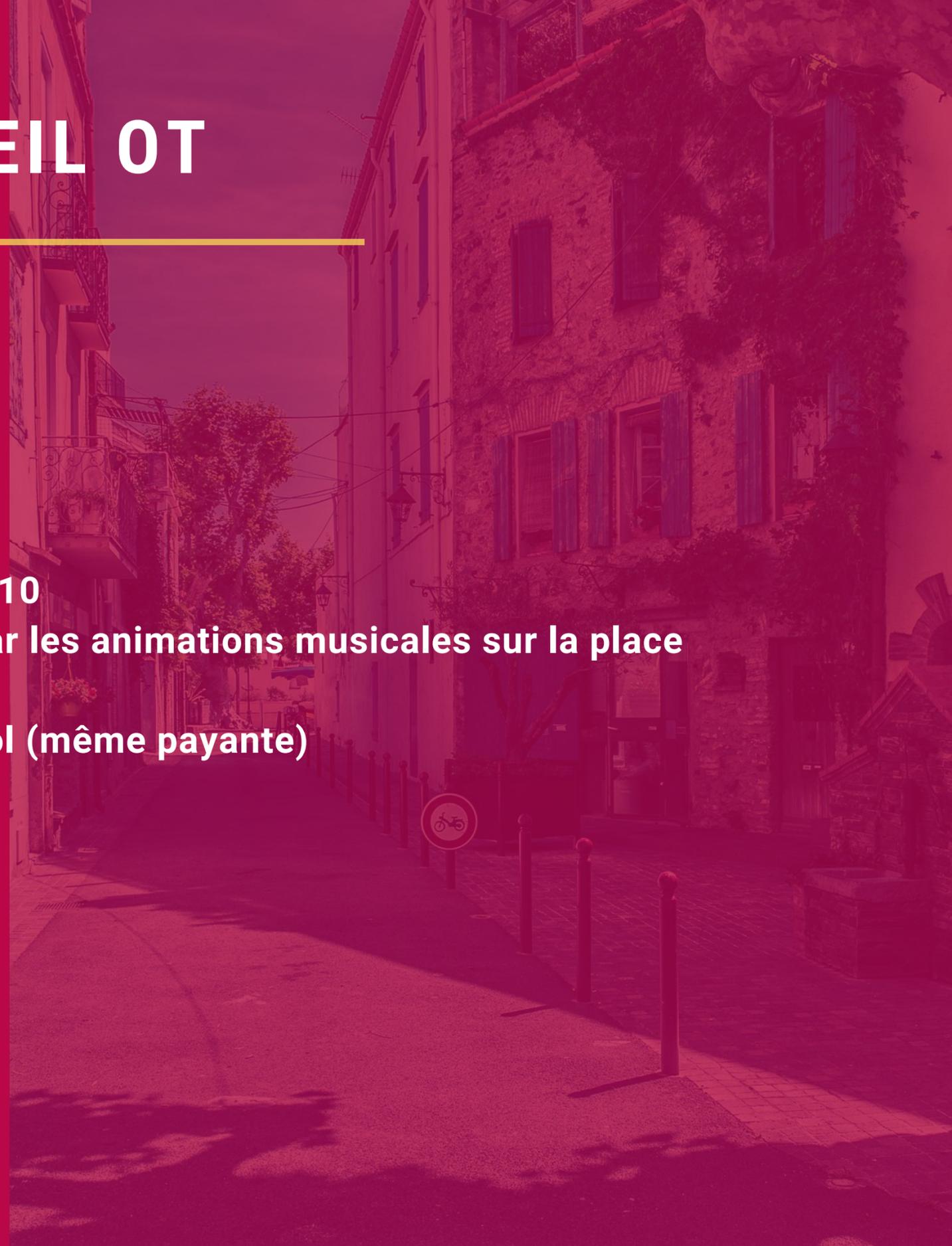
- Les nombreuses activités mises en place et vendues par l'OT
- Des visites guidées avec différents prestataires
- Les tablettes de l'accueil
- Nos horaires d'ouverture
- Circuit Maillol
- Les randonnées accompagnées par Banyuls Rando



RETOURS ET REMARQUES - ACCUEIL OT

Les principales remarques négatives :

- Secteur Cap d'Oune sale, déjections canines
- Pas de départ de Banyuls pour les promenades en mer
- Difficulté d'accéder à la plage du Troc
- Horaires transports pas assez tard
- Manque de vente carte postale ou autres objets se référant au GR 10
- 1 réclamation le 20/08 sur les nuisances sonores occasionnées par les animations musicales sur la place
- Absence de rack à vélos près de la plage
- demandes concernant une navette pour se rendre au Musée Maillol (même payante)



BILAN DES INDICATEURS QUALITÉ

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. C'est également avec cette même équipe que nous fixons les objectifs à atteindre en 2019. (Ces éléments seront évoqués dans la troisième partie de ce rapport). Le Groupe Qualité de Destination est aussi force de proposition le cas échéant et nous étudions ensemble des projets à l'échelle du territoire.

BILAN DES INDICATEURS QUALITÉ

SATISFACTION DE NOS VISITEURS



L'appréciation globale de nos visiteurs sur l'Office de Tourisme est très haute : 99% des touristes sont très satisfaits ou satisfaits des services de l'Office de Tourisme, de la qualité des renseignements ainsi que du confort des lieux.



PROJETS / PLAN D'ACTION POUR 2019

Développement de la commercialisation / webmarketing et ventes (1/3)

- Poursuivre le développement et la mise en marché des produits / bons plans / coups de cœur des prestataires en vente sur le site Internet ; renforcement de la visibilité de ces produits par les réseaux sociaux, newsletters... - **> 5 000 €**
- 3 produits packagés ont été lancés sur le site de Banyuls au 15 juillet 2018 (essentiellement week-ends pour les courts séjours). En 2019, création et commercialisation de nouveaux produits packagés à la semaine pouvant être vendus sur le site mais aussi sur les opérations de promotion (salons de la Plongée Sous Marine Paris, Salon de la Randonnée à Lyon, Salon du tourisme de loisirs et activités à Montpellier...+ autres opérations en collaboration avec l'OTI Pyrénées Méditerranée : salon intercommunal de la Randonnée...)
- En plus de la baisse du nombre d'éditions circulant à l'OT (guide touristique et guide hébergement), création en 2019 d'un nouveau dépliant papier recensant tous les produits et activités de loisirs présents sur la commune avec leur tarif ainsi que les produits packagés. -> **4 000 € pour 10 000ex**

PROJETS / PLAN D'ACTION POUR 2019

Développement de la commercialisation / webmarketing et ventes (2/3)

- Travail avec les prestataires partenaires de la place de marché et de ces produits packagés pour l'intégration et la diffusion de ces produits sur leurs sites web. Très important pour la création d'un véritable réseau et une transversalité entre l'OT et les partenaires commerciaux.
- Lancement d'une nouvelle session d'ateliers numériques gratuits pour les prestataires inscrits dans le cadre de la commercialisation avec l'OT (place de marché, produits packagés...) mais aussi sur des thèmes intéressant les prestataires.
- Poursuite de l'amélioration de la visibilité pour de meilleures performances du site Internet de la ville. www.banyuls-sur-mer.com -> **3 000 € contrat zen maintenance**
- Création et diffusion d'enquêtes de satisfaction papier et numériques pour évaluer les prestations d'activités organisées par l'OT (randonnées en VTT électrique, coffrets gourmands, visites guidées...etc) -> **1 500 €**

PROJETS / PLAN D'ACTION POUR 2019

Développement de la commercialisation / webmarketing et ventes (3/3)

- Création d'un coin « boutique » au sein du hall de l'Office de Tourisme : aménagement du hall à repenser avec :
 - 1 – mise en place d'un panneau numérique 1 x 1.80 à la place du panneau d'affichage traditionnel (abandon de l'affichage papier).
 - 2 – Espace Boutique avec aménagement d'une 2 ème vitrine d'exposition
 - 3 – Amélioration du coin espace enfants -> **7 200 € en investissement**
- Finalisation de l'application numérique lancée par la ville en 2018.
- Développement de la boutique avec de nouveaux produits en vente inscrits en régie -> **500 € billetteries**

PROJETS / PLAN D'ACTION POUR 2019

Promotion 2019 / opérations de promotion (1/2)

- Éditions habituelles : Guide touristique, guide hébergement, flyer « sur les Pas d'Aristide », guide randonnée -> **17 000 € HT**
- Salon de la Plongée Sous Marine (Paris 11 au 13 Janvier 2019)
- Salons de la Randonnée (Lyon du 22 au 24 mars 2019) certainement en collaboration avec l'Agence de Développement Touristique 66 et l'Office de Tourisme Intercommunal Pyrénées Méditerranée, ainsi qu'avec les Offices de Tourisme autonomes (Collioure et Argelès-sur-Mer).

PROJETS / PLAN D'ACTION POUR 2019

Promotion 2019 / opérations de promotion (2/2)

- Salon des loisirs de Pleine Nature de Montpellier du 8 au 10 février 2019 : en collaboration avec l'ADT des PO et divers autres Offices de Tourisme du département.
- Accueils presse dans le cadre de la promotion départementale avec l'ADT des PO et / ou en collaboration avec l'Office de Tourisme Intercommunal Pyrénées Méditerranée + accueils presse organisés par l'OT (France bleu , bloggers, eductour...) + autres médias qui nous contacteront en direct pour des reportages ponctuels (France 3, TF1...etc).

PROJETS / PLAN D'ACTION POUR 2019

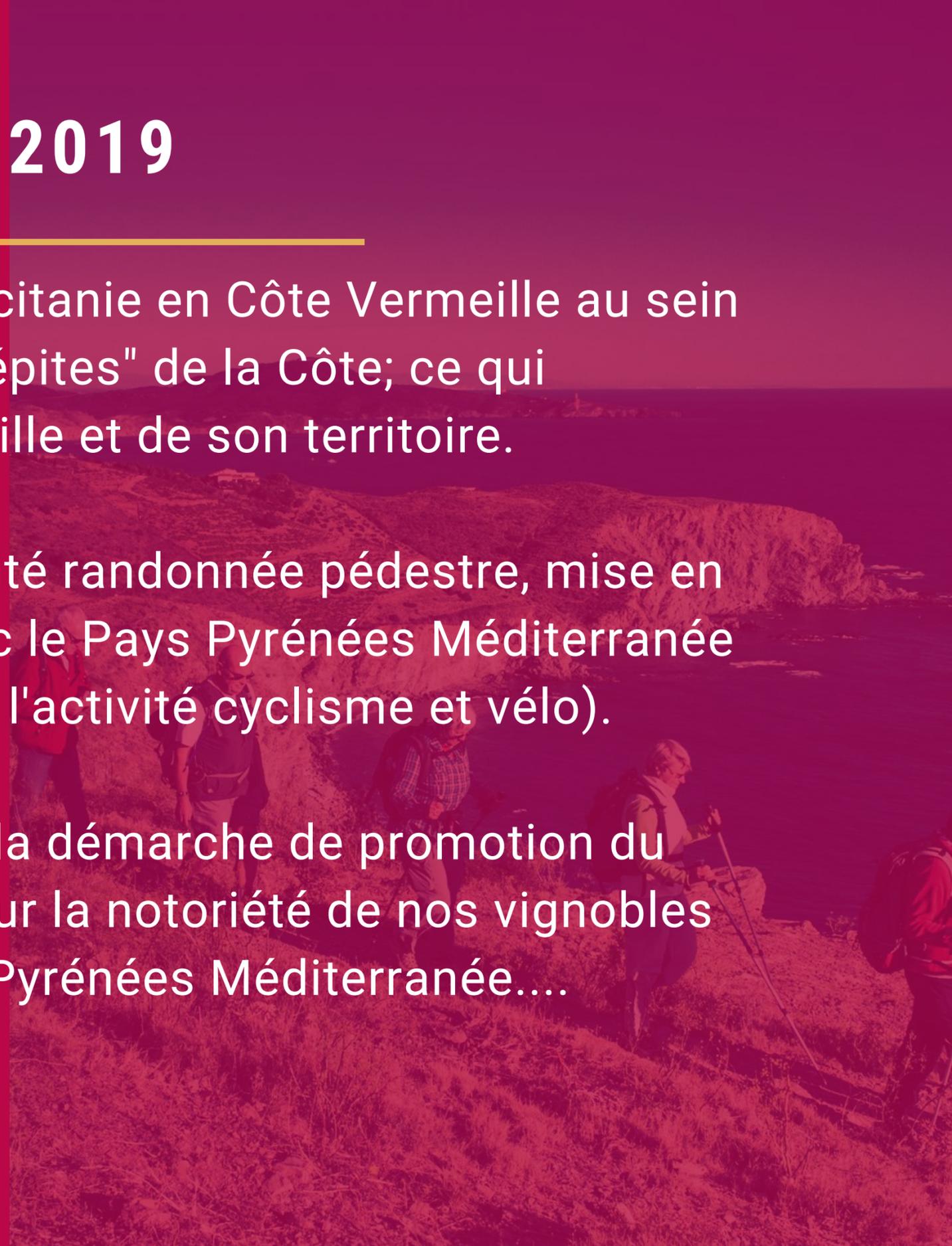
Mais aussi, en dehors de missions habituelles d'un Office de Tourisme :

- Actions de promotion communes et événementiels en collaboration avec l'OTI et les 2 autres OT autonomes du territoire
- Poursuite de l'organisation de visites guidées + reprise de visites ou balades vigneronnes + renforcement du programme de randos pédestres
- Renouvellement et amélioration des apéritifs de bienvenue
- Administration, ressources humaines



PROJETS / PLAN D'ACTION POUR 2019

- Suivi et participation à l'élaboration Grand Site Occitanie en Côte Vermeille au sein duquel Banyuls-sur-Mer fait partie de l'une des 3 "pépites" de la Côte; ce qui constituera un plus au niveau de la notoriété de la ville et de son territoire.
- En plus de la poursuite de la valorisation de l'activité randonnée pédestre, mise en place d'un Espace Cyclo Sport en collaboration avec le Pays Pyrénées Méditerranée et l'OTI au sein de la Maison de la Randonnée (pour l'activité cyclisme et vélo).
- Inscription de l'Office de Tourisme et la ville dans la démarche de promotion du Label Vignobles et Découverte (très intéressant pour la notoriété de nos vignobles et de nos producteurs), en collaboration avec l'OTI Pyrénées Méditerranée....



RAPPORT D'ACTIVITÉ 2018

Office de Tourisme - Banyuls-sur-Mer

WWW.BANYULS-SUR-MER.COM - OT.BANYULS @ GMAIL.COM - 04 68 88 31 58