

**RAPPORT
D'ACTIVITE
DE L'OFFICE
DE
TOURISME
ANNEE 2015.**

DECEMBRE 2015.

SOMMAIRE

- 1 – Principales actions de promotion / de communication et d’animation de l’office de tourisme en 2015** *Page 3*
- 2- La MARQUE QUALITE Tourisme et SUD DE France obtenues par l’OT en 2015.** *Page 6*
- 3-Statistiques globales à l’accueil de l’Office de Tourisme exercice 2015 (du 1^{er} Janvier au 30 Novembre 2015) : comptage électronique et demandes.** *Page 7*
- 4-Statistiques 2015 concernant la fréquentation dans les hébergements de Banyuls et principales remarques.** *Page 9*
- 5 – Principales remarques de la part de la clientèle concernant la saison 2015 (relevées à l’accueil de l’OT)** *Page 10*
- 6 – Conclusions** *Page 11*
- 7 – Projets / plan d’action pour 2015** *Page 12*
- 7 – Annexes** *Page 15*

1 – Principales actions de promotion, de communication et d'animation de l'office de tourisme en 2015.

→ Sur le plan de la promotion et de la communication :

- Elaboration et édition des guides touristiques et hébergements (12 000 ex) en français, anglais et espagnols. Editions de plans sur le circuit « Dans les Pas d'Aristide » (5 000 ex) . Elaboration et édition des nouveaux guides de randonnées sur Banyuls sur mer en Fr et GB (5 000 ex) : en vente en régie à l'OT.
- Préparation et participation aux diverses opérations de promotion en avant saison :
 - Salon International de la Plongée (Paris du 08 au 12 Janvier 2015) : 10^{ème} participation en collaboration avec l'Agence de Développement Touristique des PO et les clubs de plongée de la Côte.
 - Salon de la Randonnée de Lyon Cité des Congrès (Lyon du 19 au 22 Mars 2015) : 1^{ère} participation de notre ville à ce Salon thématique très intéressant pour notre axe de développement qu'est la randonnée.
- Communication par le biais de la Marque Sud de France grâce à la labellisation de l'OT au mois de Septembre 2015.
- Lancement d'un photo reportage – sur 2 ans avec la Sté COM-KIT – afin d'acquérir une véritable photothèque libre de droit nécessaire pour notre site Internet et à nos envois auprès d'agences, ADT, médias...etc.
- Durant toute l'année 2015, envois de photos libres de droit auprès de médias, magazines, réseaux sociaux...etc
- Préparation d'un accueil presse journalistes allemands pour 2016 (6 journalistes de magazines à grand tirages), grâce à un contact écrivain ayant une maison au troc Pineill à Banyuls (Mr Werner Kohler). Périodes envisagées : Juin ou Septembre 2016.
- Accueil presse à l'office et Maison de la Randonnée Juin 2015 : 7 journalistes de magazines de la presse sud catalane et belge (accompagnés par l'ADT) le 22 juin 2015.
- Réception à l'office de Mme Catherine TINGHERIAN, en charge de la communication pour le magazine « Antenne Guide Thalasso » et transmission de visuels de la ville pour leur prochaine édition.
- Article rédactionnel 2 pages sur le magazine Voile et Tourisme Languedoc Roussillon distribué gratuitement en 50 000 ex dans les capitaineries et offices de tourisme de la région.
- Accueil et réception d'une responsable de Tour Operateur Indien en visite sur le département (ADT 66) et accompagnement - repas dans un restaurant de la ville.
- Parution d'un encart dans le guide annuel Vermeil (à l'attention des seniors) au mois d'Avril 2015.

- Mise en relation entre une équipe de tournage sur Cerbère et Banyuls avec le responsable du club de randonnée pour des repérages autour du Mas Els Terralls pour le tournage d'un court métrage (polar) prévu fin 2016.
- Envoi régulier d'informations de la ville (animations, nouveaux circuits, visuels...) auprès de nos contacts TF1 (Aurélie Erhel et JF Garcia).
- **Coût de ces actions : environ 40 000 euros (en incluant salons, éditions et photothèque)**

→ **Sur le site Internet de la ville www.banyuls-sur-mer.com :**

- Mises à jour hebdomadaires des prestataires (hébergements, activités, commerces...) et des animations sur la base unique Tourinsoft et sur les onglets du site Internet directement.
 - En début d'année, mise en ligne du nouveau site Internet (travail sur les textes, l'introduction des nouvelles pages / textes et visuels en fonction des axes de développement touristique de la ville.
 - Travail sur la traduction en GB et ESP des pages tourisme du site Internet.
- Coût : 18 000€ .**

- - **Maison de la Randonnée** : Ouverture par l'office de tourisme de cette Maison. Accueil du public à partir du 1^{er} Avril au 30 Novembre + vacances scolaires par un agent de l'office de tourisme (but : accueil et conseil sur les randonnées sur Banyuls, le littoral et l'arrière pays ainsi que sur le GR10 + Canigou...etc). La randonnée reste pour la ville un axe de développement important dans la stratégie touristique de celle-ci.

→ **Actions de coordination :**

- visites guidées de différents sites touristiques de Banyuls grâce au mini bus prêté par la mairie les mercredis matins en saison (visite Musée Maillol, Jardin Méditerranéen au Mas Reig.)
- Communication aux professionnels de façon trimestrielle des statistiques de fréquentation et demandes sur Banyuls et régulièrement par email des bulletins de liaisons des activités de l'office de tourisme.
- En outre, communication à tous les prestataires et professionnels par mail des animations et autres informations importantes sur Banyuls.
- Création et alimentation d'un Espace Pro dans le site Internet de la ville où sont inscrits les textes, résumés de réunions, manifestations pouvant intéresser les socio professionnels.
- Pour la 1^{ère} fois, organisation de balades vigneronnes en collaboration avec le syndicat du crû Banyuls Collioure et avec les offices de tourisme de la Côte Vermeille. Inscriptions et règlements pour les vigneron accompagnateurs à la régie de l'office de tourisme.

- Organisation avec la mairie de la réunion préparatoire à la saison le 30 Mars 2015 et celle concernant le bilan de la saison touristique avec les prestataires et professionnels de Banyuls le 15 Octobre 2015.
- Trimestriellement, ravitaillement et diffusion de la documentation de l'office (guides touristiques, plans) à l'attention des hébergeurs, et prestataires de Banyuls.
- **Coût de ces actions de coordination : env 1 000€**

→ **Sur le plan de l'animation :**

- Organisation de la Course Pédestre 4^{ème} Ronde des Vendanges, le samedi 10 octobre 2015 avec la participation active des associations Banyuls Rando, Foot Loisirs et Banyuls Images, de la municipalité ainsi que de nombreux bénévoles. Très beau succès une nouvelle fois en cette année 2015, avec 171 participant(es) à la course et 71 à la randonnée pédestre sur un nouveau circuit de 15.5 kms qui devrait être pérennisé lors des prochaines éditions.



- **Ronde des Vendanges au départ édition 2015**

- Aide à l'organisation et à la diffusion de la Grande Fête de l'Huile d'Olive le dimanche 27 Décembre 2015 à la Salle Bartissol avec les Oliviers de la Baillaury de Banyuls.
- **Budget des actions d'animation : 3000€**

2- Marque Qualité Tourisme obtenue en 2015.

L'Office de Tourisme de Banyuls sur mer a obtenu au début du mois de Juin 2015 et ce, pour 3 ans, la Marque Qualité Tourisme, suite à un audit passé avec succès et à l'application du référentiel national regroupant près de 130 critères.

Cette Marque est l'aboutissement de 2 ans de travail de toute l'équipe concernant les missions de notre office de tourisme, que sont l'accueil, la gestion de l'Information, la promotion et la coordination avec les socio professionnels, et lequel avait débuté par le classement de notre établissement en Catégorie II début 2014. Ce travail doit cependant se poursuivre dans le temps car un suivi de la Marque sera demandé et vérifié tout au long des 3 prochaines années dans le cadre de cette politique QUALITE de l'office.

Quels sont les principaux engagements qui ont été vérifiés lors de l'audit pour l'obtention de cette Marque ?

-Sur le plan de l'accueil : l'office de tourisme s'engage auprès du vacancier à offrir un lieu d'accueil chaleureux et accueillant afin de l'inciter à découvrir la station ; l'équipe de l'OT fournit des informations claires et précises en informant si nécessaire en 3 langues étrangères sur le territoire et ses alentours ; des conseillers en séjour expérimentés et professionnels mettent tout en œuvre pour répondre aux attentes des vacanciers et aider à résoudre toute problématique ; montrer le plus grand intérêt pour la satisfaction des vacanciers, les suggestions et remarques étant traitées dans les meilleurs délais et avec la plus grande attention afin d'améliorer quotidiennement les services.

-Sur le plan de la promotion : application d'une politique promotionnelle adaptée aux axes stratégiques fixés par la municipalité avec laquelle l'office de tourisme a signé une convention d'objectifs réaliste ; il est également chargé de la promotion de la station en France et à l'étranger en liaison avec les institutions départementales et régionales ainsi que de la communication par internet ou autres réseaux sociaux et en collaboration avec le service dédié en mairie.

-Sur le plan de la coordination avec les socio professionnels : entretien et renforcement de la proximité avec les socio professionnels de la commune par l'instauration – entre autres - de réunions bi annuelles et d'un espace pro dédié aux prestataires de la station sur le nouveau site Internet de la ville, pour lequel l'OT assure un suivi et s'occupe de son référencement.

Enfin, l'Office de Tourisme s'engage – toute l'année - dans une démarche de développement durable, en interne mais aussi envers les tiers (cendriers de plage, mise en place de boîtes de collecte de piles usagées ou matériel informatique, échanges avec les socio professionnels privilégiés par mail, dématérialisation de la comptabilité...etc)

Grâce à l'obtention de ce Label, l'office de tourisme va d'ores et déjà pouvoir travailler sur le classement de l'Office de Tourisme en catégorie 1 (dossier en cours pour passage en 2016) et condition préalable à ce que la commune puisse conserver son statut de station de tourisme classée.

Grâce à cette Marque Qualité Tourisme, l'office de tourisme a pu prétendre à obtenir le Label Qualité Sud de France en Septembre 2015.

3- Statistiques globales à l'accueil de l'Office de Tourisme et à la Maison de la Randonnée Année 2015 (du 1^{er} janvier au 15 Décembre 2015) : comptage électronique et demandes.

+ Passage de vacanciers à l'office de tourisme entre le 1^{er} Janvier et le 15 décembre 2015 : données comptabilisées grâce au système de comptage installé au dessus de la porte d'entrée de l'office en 2013 + comparaison avec 2014.

Ce sont **79 339 personnes** qui se sont rendues à l'office de tourisme durant cette période (- 8% par rapport à 2014.

→ Janvier	=	1 710 visiteurs (1 761 visiteurs en 2014 soit - 2.9%)
→ Février	=	1 702 visiteurs (1 833 visiteurs en 2014 soit - 7.2%).
→ Mars	=	2 215 visiteurs (2 955 « en 2014 soit - 25.1%)
→ Avril	=	5 681 visiteurs (3 593 « en 2014 soit + 46.8%)
→ Mai	=	6 674 visiteurs (5 889 « en 2014 soit + 11.8%)
→ Juin	=	7 130 visiteurs (7 958 « en 2014 soit - 10.5%)
→ Juillet	=	15 115 visiteurs (18 489 « en 2014 soit - 18.3%)
→ Août	=	20 774 visiteurs (22 750 « en 2014 soit - 8.7%)
→ Septembre	=	10 093 visiteurs (10 260 « en 2014 soit - 1.7%)
→ Octobre	=	6 709 visiteurs (7 628 « en 2014 soit - 12.1%)
→ Novembre	=	1 536 visiteurs (2 024 « en 2014 soit - 24.2%)
→ Décembre	=	

Il est intéressant de noter que :

→ nous avons enregistré une hausse importante du passage à l'office durant les mois du Printemps d'Avril et Mai 2015 par rapport à 2014 (surtout au mois d'avril qui enregistre une hausse spectaculaire !).

-->Sur tous les autres mois de l'année, on enregistre des baisses du passage à l'office plus ou moins importantes selon les mois et un cœur de saison (Juillet / Août) avec une baisse modérée ; septembre tirant toujours *bien son épingle du jeu*, malgré une petite baisse...

+ **Nombre de demandes courrier + téléphone + email traitées du 1^{er} janvier au 30 Novembre 2015 :**

- **1169 demandes traitées en 2015 (en baisse de - 35 % par rapport à 2014)**
- Cette baisse des demandes s'explique essentiellement par la diminution de celles-ci par le biais du site Internet (- 20%) en raison de la refonte de celui-ci en début d'année 2015.
- Les baisses de demandes par téléphone et par courrier restent plus modérées (-10%) et celles par le biais du site de la Fédération des Offices de Tourisme de France légèrement en augmentation (+4%).

+ Sur le plan de la clientèle étrangère :

Le top 5 de la clientèle étrangère en fréquentation à l'office de tourisme durant l'année 2015 :

- 1- Clientèle belge = 22.5%
- 2- Clientèle GB = 22%
- 3- Clientèle Cat Esp= 15%
- 4- Clientèle D = 14%
- 5- Clientèle USA/Can= 6%

+ Point sur la fréquentation à la Maison de la Randonnée (données entre le 1^{er} Avril et le 15 novembre 2015) :

Quelques données intéressantes de la saison touristique à la Maison de la Randonnée.

➔ **3 285 personnes** ont fréquenté la Maison de la Randonnée de Banyuls sur cette période.

➔ Par rapport à la période d'ouverture de l'an passé (ouverture au 1^{er} juillet 2014) : on constate une augmentation de **+ 19.8 %** de la fréquentation de la Maison de la Randonnée par rapport aux mois de Juillet et Août : **1 580 personnes** renseignées durant ces 2 mois.

➔ Augmentation importante de groupes ou responsables de groupes étant passés à la Maison de la Randonnée

➔ Demandes de la clientèle de la Maison de la Randonnée : (par ordre d'importance)

- 1- Sentier littoral / balades familiales
- 2- Randonnées en boucles ou circuits dans l'arrière pays
- 3- Randonnée Collioure Cadaquès
- 4- GR10
- 5- Randonnées dans le massif du Canigou.
- 6- Randonnées en Catalogne Sud
- 7- Circuits VTT

➔ Balades familiales organisées par le Club Banyuls Rando : gros succès avec **+ de 450 personnes** inscrites sur l'ensemble de la saison à ces balades familiales (vacances de Pâques, vacances d'été jusqu'au 15 Septembre)

➔ % clientèle française sur le thème randonnée = **90%**

➔ % clientèle étrangère = **10%**

3 – Statistiques 2015 concernant la fréquentation dans les hébergements de Banyuls et principales remarques.

Les données suivantes sont établies à partir des nuitées fournies par les établissements hébergeurs ainsi que les propriétaires de meublés lors du calcul de la taxe de séjour sur la période du 1^{er} janvier au 15 décembre (*chiffres pas encore totalement définitifs*) + comparaison avec les mêmes périodes de 2014 et 2013 (Cf également données en annexes)

-->Cumul des nuitées comprises entre le 1^{er} janvier et le 15 décembre 2015 :

- **151 428 nuitées** (dans l'attente des chiffres de fin Décembre)

-->Comparaison avec les mêmes périodes en 2014 et 2013 :

- **2014** : **160 579 nuitées** donc baisse de **3.9%** de la fréquentation des hébergements en général sur cette période en 2015 par rapport à 2014.
- **2013** : **166 049 nuitées** donc baisse également de **8.9%** de la fréquentation des hébergements en 2015 par rapport à 2013.

-->Répartition des nuitées par types d'hébergements sur la période du 1^{er} janvier au 15 Décembre 2015 et comparaison avec 2014 : (cf graphiques et tableaux en annexe)

Types hébergement	Nombre nuitées en 2015	Variation / à 2014
Hôtels	56 590 nuitées	53 193 nuitées (+ 6.1%)
Résid / VVF	14 661 nuitées	19 192 nuitées (- 23.7 %)
Ag Immob	11 999 nuitées	10 333 nuitées (+ 13.9%)
Camping	34 453 nuitées	43 260 nuitées (- 21%)
Meublés + chamb hôtes	33 725 nuitées	34 563 nuitées (- 2 %)

-->Premières conclusions concernant ces statistiques : au 15 Décembre 2015

- La baisse enregistrée en cette année 2015 sur le plan des hébergements de Banyuls est un peu moins importante que celle enregistrée en général sur le département (- 4%)
- La plus grosse baisse en terme de nuitées est enregistrée par les résidences et village de vacances (- 23.7%) et le camping (- 21%) avec certaines nuances en ce qui concerne cette forme d'hébergement. En effet, le seuil d'exonération des taxes de séjours ayant été élevé pour les enfants jusqu'à 18 ans, le chiffre de la fréquentation sur le camping est quelque peu faussée. En réalité, sur le camping, et au niveau du chiffre d'affaire une baisse de - 3% a été enregistrée cette année par rapport à 2014.
- Par contre, une hausse des nuitées a été enregistrée cette année sur l'hôtellerie traditionnelle et notamment celle classée (+ 6.1%) et sur les appartements et agences immobilières (+13.9%).
- Après un bon début de saison (Mars, Avril, Mai), une baisse assez marquée des nuitées s'est faite ressentir entre le mois de Juin et Juillet et plus modérée sur les mois de Septembre et Octobre (hormis la semaine de la Fête des Vendanges), le mois d'août restant égal à lui-même.

4- Principales remarques de la part de la clientèle concernant la saison 2015 :

Principales observations de ces mois de Juillet / Août :

- La « grosse » saison démarre de plus en plus tardivement : taux d'occupation digne de l'été seulement à partir de la 3^{ème} semaine du mois de juillet !
- Le beau temps (très chaud) a desservi notre région surtout en juillet car les températures caniculaires s'étant étendues sur toute la France, il n'était pas nécessaire pour les touristes d'aller bien loin de chez eux pour profiter des plages...
- La clientèle étrangère présente en assez faible quantité sur notre ville en juillet / août (**entre 15 et 17%**) n'a pas réussi à compenser le déficit de clientèle française.
- Gros point positif : la bonne saison des activités de loisirs et de pleine nature et nautiques sur la commune : 2 exemples : augmentation de presque **20%** / à 2014 de la clientèle de randonnée à *la Maison de la Randonnée* avec plus de **1380** personnes renseignées fin août.

Et hausse de la fréquentation du Petit Train Touristique de **+ 14%** par rapport à 2014 également à fin août. Idem pour tous les clubs de plongée qui sont en augmentation par rapport à l'été 2014...Petite hausse également dans la consommation chez certains commerces du centre ville (liés aux articles d'été : vêtements, chaussures

5 – Conclusions

→ La baisse de – 4% des nuitées touristiques sur la station s'est également faite ressentir dans la plupart des communes balnéaires de la côte catalane.

→ Du point de vue de la consommation, le panier moyen quotidien du vacancier s'est encore abaissé et nous avons constaté qu'hormis les prestataires d'activités et de pleine nature (plongée sous marine, kayak, randonnée, petit train touristique...), la fréquentation dans la restauration a été en général plus faible qu'en 2014.

→ La consommation dans les commerces a été plus importante lorsque la commune accueillait des évènements de qualité et authentiques : Carnaval, Fête Catalane, Festa Major, Fête des Vendanges...etc

→ Le beau temps très chaud du début d'été dans toute l'Europe ne nous a pas non plus bénéficié, les clientèles ne préférant que très peu se déplacer ou rester sur place pour en profiter.

→ Comme indiqué ci-dessus , l'activité randonnée a encore connu un pic record en cette année 2015, aussi bien lors des activités organisées par l'office de tourisme (randonnées avec le Club de Randonnée de Banyuls ou balades vigneronnes), que lors du passage de randonneurs et vacanciers à la Maison de la Randonnée derrière l'office de tourisme (+ de 3 000 visiteurs en cette année 2015).

→ Bien que moins importante qu'en 2014 et 2013, la fréquentation des mois de Septembre et Octobre est bien plus significative que celle des mois d'avant saison et le succès des animations programmées lors de ces périodes le prouve.

→ La fréquentation de clientèle étrangère reste sensiblement équivalente à 2014 avec un retour progressif de la clientèle allemande sur la ville et une bonne tenue des clientèles britanniques, catalano espagnoles et hollandaise sur la destination ; seule la clientèle belge a expérimenté une légère baisse....

6 – Projets pour 2016 :

-PRESENTATION DU DOSSIER DE CLASSEMENT DE L'OFFICE DE TOURISME EN CATEGORIE

1 : Resp du dossier Laura Hébert. (Resp Qualité).

Suite à l'obtention de la Marque Qualité Tourisme par l'office en juin 2015, travail durant l'année 2016 sur les critères d'évaluation du classement de l'office en Catégorie 1 (catégorie 2 obtenue avec succès en 2014).

Calendrier estimé : [avant Septembre 2016](#).

Coût de cette action : **environ 500 €**

+ INSTRUCTION DU DOSSIER CLASSEMENT COMMUNE TOURISTIQUE (avant le 1er Septembre 2016).

-FINALISATION DE LA TRADUCTION EN GB ET ESP DU SITE INTERNET DE LA VILLE ET DE L'OFFICE DE TOURISME.

Resp dossier : A. Mascuñano – Gaelle Gironella / Service communication mairie

Traduction du site interne en GB et ESP pour une mise en ligne sur le site avec les traductions en début d'année 2016 (indispensable pour le classement en catégorie 1)

Calendrier estimé : [Février 2016](#).

Coût action : traductions : **1 500.00€**

-VOLET 2 PHOTO REPORTAGE : VUES GENERALES DE BANYULS DEPUIS DIFFERENTS POINTS

+ CREATION VIDEO DRONE. Resp dossier : A Mascuñano, + service communication mairie

Travail de photoreportage avec photographe sur les orientations suivantes : Maillol et circuit « Sur les Pas d'Aristide », randonnées, sports nautiques, laboratoire Arago, vues panoramiques de Banyuls sur mer, vignobles typiques...etc

Calendrier estimé : [fin d'année 2015](#).

Elaboration et diffusion d'un reportage photo et/ou vidéo par l'intermédiaire d'un drone et promotion de celui-ci.

Calendrier estimé : [Février / Mars 2016](#).

Coût action : **8 000.00€**

-RENFORCEMENT DE LA VISIBILITE DU SITE INTERNET DE LA VILLE ET DE L'OFFICE DE TOURISME.

Travail de mise à jour quotidienne sur intranet + travail en référencement débuté fin 2015 avec la Sté Attraptemps.

Resp dossier : Gaelle Gironella

Calendrier estimé : [janvier 2016](#).

Coût : **environ 5 000.00€** (investissement).

-SUITE AU DIAGNOSTIC NUMERIQUE DU TERRITOIRE FINALISE EN JUIN 2015, DEFINIR LE PLAN D'ACTION NUMERIQUE DU TERRITOIRE ET APPLICATION AUX SOCIO PROFESSIONNELS PAR L'ORGANISATION D'ATELIERS NUMERIQUES A LEUR ATTENTION.

Coût action : ? Resp dossier : A. Mascuñano

Action engagée en 2015 avec l'Union Départementale des Offices de Tourisme des Pyrénées Orientales .

Calendrier estimé : début d'année 2016 (Janvier à Mars).

-FORMATION E-TOURISME D'1 AGENT DE L'OFFICE (formations Reporter Numérique du Territoire, ANT, e-tourisme...etc) Resp dossier : Gaelle Gironella

Formation d'1 agent de l'office de tourisme pour spécialisation dans le métier touchant au numérique, au développement du site Internet et à au travail sur les réseaux sociaux.

Calendrier estimé : automne 2015 / hiver 2016

Coût action : **1 000.00€**

-PROMOTION : (basée sur les axes d'activités touristiques de la ville)

→**SALONS DE LA PLONGEE SOUS MARINE (Janv 2016) ET DE LA RANDONNEE A LYON (Mars 2016) EN COLLABORATION AVEC D'AUTRES PARTENAIRES OFFICES DE TOURISME** (Collioure, Port Vendres, ou Argelès...).Resp dossier : A. Mascuñano

+Salon International de la Plongée (du 8 au 11 janvier 2016) : conforter la présence à ce salon (depuis 9 ans) aux côtés des clubs de plongée de Banyuls et de la côte ainsi que l'ADT. Clientèle visée : groupes, individuels, familles, accompagnants de plongeurs. Clientèle se déplaçant toute l'année.

+Salon du Randonneur à Lyon (du 18 au 20 mars 2016) : suite au succès de la 1^{ère} participation, reconduction de ce salon en 2016 ; bassin de clientèle de Rhône Alpes très intéressée par les randonnées dans les Alpes mais la destination Pyrénées Orientales (à environ 4h30 de route) est également très demandée. Clientèle visée : groupes, clubs de randonnées, seniors en couples ou petits groupes.

Calendrier estimé : Janvier et Mars 2016.

Coût action : **6 000.00€**

-PARUTIONS GUIDES DU ROUTARD

Parution / partenariat sur des guides nationaux tels que :

→Guides du Routard : dans le cadre d'un accord avec le Pays Pyrénées Méditerranée.

Calendrier estimé : Janvier / Février 2016.

Coût approximatif : **1 000.00€** . Resp dossier : A. Mascuñano

-SALON DE LA RANDONNEE 2016 A BANYULS/MER (Automne 2016).

Organisation à Banyuls sur mer d'un premier Salon de la Randonnée sur le Territoire des Albères et Côte Vermeille prévu pour 2016.

Coût à évaluer pour la commune et l'OT en fonction de la participation de la CDC Albères Côte Vermeille, maitre d'œuvre de ce salon.

Calendrier estimé : 14,15,16 Octobre 2016.

-EVENEMENTIEL : 5^{ème} COURSE RONDE DES VENDANGES 2016. Coût : 2 000€

Evènement sportif « ancré » dans la traditionnelle Fête des Vendanges qui a lieu tous les ans lors du 2^{ème} week-end d'Octobre.

Calendrier estimé : date de cette 5^{ème} édition : samedi 8 Octobre 2016.

→ Coût total estimatif de ce plan d'action : **environ 25 000.00€** (sans compter Plan de Communication et traditionnelles rééditions de guides papier de l'office lesquels représentent environ 15 000€).

+ PROJET DE PASSAGE AU NUMERIQUE A L'ACCUEIL DE L'OFFICE : ECRAN NUMERIQUE ET TABLETTES POUR L'AFFICHAGE)

ANNEXES