

BILAN DES ACTIONS MENÉES - CONVENTION D'OBJECTIFS 2014-2016

ARTICLE 2.1 - MISSIONS ACCUEIL & INFORMATION

| | SUIVI | | REMARQUES |
|---|---------------------|------------|---|
| | Suivi de l'action | Conformité | |
| MISSION ACCUEIL & INFORMATION | | | |
| Gérer et développer les services permettant un classement en première catégorie, | Terminée | 100% | Classement 1ère catégorie |
| Renforcer le maillage d'accueil sur le territoire : former des ambassadeurs de pays, gérer le point d'information touristique de l'Office de Tourisme en favorisant les nouvelles technologies et en développant le concept d'accueil numérique, | En cours | 33% | Mise en place d'écrans d'accueil au sein de l'espace accueil |
| | | | Reste à développer le concept d'ambassadeurs du territoire et à améliorer l'accueil numérique |
| Assurer une meilleure diffusion de l'information du territoire dans et hors les murs, | En cours | 67% | Augmentation du nombre de visiteurs chez nos partenaires et dans les manifestations, Accueil délocalisé aux Thermes |
| | | | Reste à développer l'accueil en mobilité. |
| Mettre en place un plan de formation du personnel en lien avec la stratégie de développement de l'Office de Tourisme, | Terminée / en cours | 100% | Nouvelles compétences acquises : numérique, reporter de territoire, régie publicitaire, agrément organisme de classement. |
| Suivi de la démarche Qualité au sein de l'Office de Tourisme et réflexion sur l'extension du principe de la démarche qualité aux prestataires touristiques du territoire en accord avec les politiques menées dans ce cadre par la Région Aquitaine et le Département des Pyrénées Atlantiques, Sensibiliser les prestataires du territoire à la Qualité, en accord avec les politiques menées dans ce cadre. | En cours | 65% | Suivi de la démarche qualité et sensibilisation des partenaires à intensifier |

| | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|-------------|-------------|-------------|
| Mission accueil et information | | | |
| Accueil guichet | 50 288 | 59 962 | 62 307 |
| Evolution 2014-2016 | 23,90% | | |
| Temps dédié accueil | 5 868 | 7 198 | 7 270 |
| Temps d'accueil réel (en heures) | 3 014 | 3 599 | 4 168 |
| ETP accueil face à face | 1,88 | 2,24 | 2,59 |
| Accueil téléphonique | 13 756 | 12 813 | 12 860 |
| Evolution 2014-2016 | -6,51% | | |
| Temps réel téléphone (en heures) | 957 | 854 | 857 |
| Nb ETP | 0,60 | 0,53 | 0,53 |
| Accueil délocalisé | 1531 | 3518 | 3551 |
| Temps réel (en heures) | 35 | 70 | 70 |
| Nb ETP | 0,02 | 0,04 | 0,04 |
| Réponses aux mails et demandes de documentation | 4219 | 4456 | 4525 |
| <i>Dont demandes de documentation</i> | 2995 | 3157 | 3372 |
| <i>Dont courriels</i> | 1224 | 1299 | 1153 |
| Evolution 2014-2016 | 7,25% | | |
| Temps réel (en heures) | 306 | 323 | 351 |
| Nb ETP | 0,19 | 0,20 | 0,22 |
| Gestion d'information | 1000 | 974 | 962 |
| Temps de gestion d'infos réel (en heures) | 325 | 267 | 293 |
| Nb ETP | 0,20 | 0,17 | 0,18 |
| ETP accueil information | 2,89 | 3,18 | 3,57 |
| Evolution temps de travail dédié à l'accueil 2014 -2016 | 24% | | |

Conformément à la convention 2014-2016, l'Office de Tourisme de Cambo les Bains a été classé Catégorie 1 afin que la Mairie puisse déposer un dossier de demande de classement « Station classée de tourisme ».

L'espace accueil a évolué avec l'installation d'écrans d'accueil permettant une meilleure mise en avant du territoire, des prestataires touristiques ou des billetteries en vente au guichet de l'OT.

Le plan de formation mis en place a permis à l'équipe de développer de nouvelles compétences : animation numérique de territoire, reporter de territoire, accueil par l'excellence, gestion de la relation client ou animation d'une régie publicitaire.

Entre 2014 et 2016, le nombre de visiteurs a connu une augmentation de +23,90% (chiffres cellule de comptage de l'Office de Tourisme). L'équipe d'accueil a dû être renforcée en temps de présence (1402h) et le temps d'accueil réel a évolué de 3014h à 4168h soit 1 154 heures d'accueil supplémentaires. Dans le même temps, malgré une baisse du temps de réponse au téléphone, ont augmenté les charges de travail liées à l'accueil délocalisé et aux demandes de documentation.

Dans sa globalité, le temps de travail lié à l'accueil a augmenté de 24%.

Il a donc été décidé de créer un poste de conseiller en séjour supplémentaire en 2016, afin de conserver un service de qualité pour nos visiteurs et un temps d'attente minimisé.

Ce poste a été pourvu par le biais d'un CAE (contrat d'accompagnement dans l'emploi).

ARTICLE 2.2 - PROMOTION **COMMUNICATION**

| | SUIVI | | REMARQUES |
|---|---------------------|------------|--|
| | Suivi de l'action | Conformité | |
| MISSION PROMOTION COMMUNICATION | | | |
| Mettre en place une stratégie e-tourisme et accompagner la création du site internet de l'Office de Tourisme en formant le réseau de prestataires par une action d'animation numérique de territoire, | En cours | 35% | Site internet en cours de création, |
| Investir le Web 2.0, | Terminée / en cours | 84% | Création des comptes Facebook et Instagram de l'Office de Tourisme, Création d'un compte Trip advisor pour le suivi des avis en ligne. |
| | | | il est nécessaire de mettre en place un réel contenu éditorial et une planification des post dans le cadre de la stratégie e-tourisme. |
| Concevoir et diffuser des documents touristiques permettant de présenter l'ensemble de l'offre touristique de la destination. | Terminée / en cours | 100% | Mise en place de 4 éditions + mise en avant des manifestations |
| Accompagner les actions de commercialisation par une promotion spécifique | En cours | 50% | En attente création site internet |
| Renforcer les relations entre prestataires touristiques et Office de Tourisme par l'intermédiaire des services qui leur sont proposés, | Terminée / en cours | 100% | Définition des "packs services", Mise en place de nouveaux services à destination des socioprofessionnels, Guide du partenaire. |
| Renforcer les relations presse en collaboration avec le service Presse du CDT64, | Terminée / en cours | 100% | Réponse à 100% des sollicitations presse, Remontée des informations et des nouveautés au service presse du CDT64, Diffusion d'un dossier de presse chaque année. |
| Développer de nouveaux outils de promotion via la création d'outils numériques | Non débutée | 0% | En attente création site internet |
| Appui - conseil à la stratégie de promotion de la Villa ARNAGA, | Terminée / en cours | 100% | Sur demande de la Mairie |
| Développer une gamme de produits estampillée Cambo les Bains dans le cadre de l'activité Boutique de l'Office de Tourisme, | Terminée / en cours | 100% | Mise en place de la boutique le 1er juillet 2015 |
| Intégrer la cellule de réflexion du CDT64 sur la destination Pays Basque et mise en œuvre des actions collaboratives. | Terminée / en cours | 100% | Participation aux opérations mutualisés du CDT64. |

| | 2014 | 2015 | 2016 |
|--|-------------|-------------|-------------|
| Mission promotion communication | | | |
| Création et suivi des éditions (en heures) | 260 | 250 | 272 |
| Site internet et réseaux sociaux (en heures) | 89 | 47 | 184 |
| Relations presse (en heures) | 31 | 19 | 36 |
| Divers (en heures) | 56 | 29 | 101 |
| ETP Communication Promotion | 0,27 | 0,21 | 0,37 |

Les éditions de l'Office de Tourisme ont évolué entre 2014 et 2016 afin :

1. d'apporter une réponse précise aux demandes de la clientèle,
2. de mettre en avant de manière plus prégnante les offres touristiques du territoire,
3. d'être de véritables aides au conseil en séjour pour l'équipe.

Grâce aux nouvelles compétences acquises par le biais du plan de formation, l'équipe de l'Office de Tourisme a mis en ligne en 2016 un site internet réalisé en interne afin de remplacer l'ancien site général, dans l'attente d'une solution plus professionnelle (en cours).

Des comptes ont été créés sur les réseaux sociaux principaux (Facebook, Instagram et Trip advisor) et sont animés en interne par l'équipe de l'OTCB.

L'animatrice numérique de territoire a également proposé des ateliers numériques aux socioprofessionnels afin de les accompagner pour une meilleure mise en avant de la destination Cambo les Bains sur le web.

L'Office de Tourisme répond à toutes les sollicitations presse reçues par des réponses adaptées et personnalisées. Un dossier de presse est réalisé chaque année et envoyé à l'ensemble des contacts presse connus. L'équipe a également participé aux workshops presse mis en place dans le cadre des opérations mutualisées avec le CDT64.

Avec le lancement du nouveau site internet en 2017, il sera nécessaire de lancer une grande campagne de référencement payant sur Google et sur les réseaux sociaux.

ARTICLE 2.3 - COORDINATION DE LA POLITIQUE LOCALE DU TOURISME, **ANIMATION DES ACTEURS** ET DEVELOPPEMENT DES **FILIERES**.

| | SUIVI | | REMARQUES |
|---|---------------------|------------|---|
| | Suivi de l'action | Conformité | |
| MISSION COORDINATION DE LA POLITIQUE LOCALE DU TOURISME, ANIMATIONS DES ACTEURS ET DEVELOPPEMENT DES FILIERES. | | | |
| Assurer l'animation de manifestations locales | Terminée / en cours | 100% | 2 manifestations gratuites + 5 concerts payants Coordination de la Fête du Gâteau Basque Promotion de la Journée Chiquito |
| Proposer un service de billetterie le plus large possible pour les clientèles locales et touristiques | Terminée / en cours | 100% | Gestion des billetteries des manifestations locales, des excursions et sites touristiques partenaires. |
| Participation à la mise en tourisme de la destination par la création de nouveaux produits pour des clientèles variées (groupes et individuels) | Terminée / en cours | 100% | Création de nouveaux produits groupes Produits individuels Fête du Gâteau Basque + selon opération de promotion |
| Renforcer le réseau de prestataires par la création et la mise en place de nouveaux services | Terminée / en cours | 100% | Définition des "packs services", Mise en place de nouveaux services à destination des socioprofessionnels, Guide du partenaire. |
| Fédérer les prestataires et les acteurs en les impliquant dans l'organisation de la présentation de leur offre sur le marché et la conception de produits en cohérence avec les actions de l'Office de Tourisme | Terminée / en cours | 100% | Création de nouveaux produits groupes Produits individuels Fête du Gâteau Basque + selon opération de promotion Nouvelles conventions de partenariat mises en place |
| Mobiliser et animer le réseau en renforçant la communication interne auprès des professionnels et des partenaires de l'Office de Tourisme | En cours | 60% | Création et animation d'un site dédié aux socioprofessionnels du territoire Organisation de visites prestataires |
| | | | Newsletter aux socioprofessionnels à remettre en place |
| S'engager dans le projet de monétisation des Offices de Tourisme proposée par la MOPA | Terminée / en cours | 100% | Participation aux opérations mutualisés du CDT64 |
| Développer l'activité Boutique de l'Office de Tourisme de Cambo les Bains | Terminée / en cours | 100% | Mise en place de la boutique en juillet 2015 |
| Assurer la sonorisation de la ville. | En cours | 50% | Problèmes techniques récurrents |

| | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|-------------|-------------|-------------|
| Mission animation | | | |
| Fête du Gâteau Basque | 13 500 | 13 000 | 17 500 |
| Evolution 2014-2016 | 29,63% | | |
| Temps dédié organisation | 230 | 240 | 266 |
| ETP FGB | 0,14 | 0,15 | 0,17 |
| Organisation animations hors FGB | 20 | 20 | 20 |
| Nb ETP | 0,01 | 0,01 | 0,01 |
| ETP Animation | 0,16 | 0,16 | 0,18 |

Conformément à la convention d'objectifs 2014-2016, l'Office de Tourisme a tenu son rôle de coordonnateur de la Fête du Gâteau Basque et organise également différentes manifestations permettant d'animer la station en dehors de la très haute saison : 2 spectacles gratuits (danses basques + chœur basque) et 4 à 5 concerts payants.

Les écrans d'accueil, la meilleure diffusion de l'information (programme mensuel diffusé à tous les partenaires de l'OT, accueil délocalisé aux Thermes de Cambo les Bains, etc.) et les nouvelles procédures d'accueil ont permis d'augmenter le CA des billetteries de l'Office de Tourisme (avec une « pointe » en 2015 dû à l'organisation du concert de Benito Leroxundi - CA = 17 602 €).

| | 2014 | 2015 | 2016 |
|---------------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Chiffre d'Affaires Billetterie | 50 378 € | 89 189 € | 76 866 € |

Boutique et commercialisation : voir article 2.4.

ARTICLE 2.4 - MISSIONS **COMPLÉMENTAIRES**

| | SUIVI | | REMARQUES |
|--|---------------------|------------|--|
| | Suivi de l'action | Conformité | |
| MISSIONS COMPLEMENTAIRES | | | |
| Mettre en place des produits touristiques « clés en main » en développant les partenariats avec les prestataires locaux, les promouvoir et les commercialiser, | Terminée / en cours | 100% | Création de nouveaux produits groupes Produits individuels Fête du Gâteau Basque + selon opération de promotion |
| Maintenir le niveau d'activité de la Centrale de Réservation de l'Office de Tourisme, | Terminée / en cours | 100% | Hors 2014, maintien de l'activité commerciale. |
| Développer une véritable boutique de vente au sein de l'Office de Tourisme. | Terminée / en cours | 100% | Mise en place de la boutique en juillet 2015 |
| Développer les ressources propres à l'Office de Tourisme, | Terminée / en cours | 100% | Développement de la régie publicitaire Agrément pour les visites de classement Création d'une boutique |

| | 2014 | 2015 | 2016 |
|---------------------------------------|------|------|------|
| Mission commercialisation | | | |
| Centrale de réservation (en heures) | 531 | 503 | 478 |
| Commercialisation groupes (en heures) | 101 | 80 | 83 |
| Régie publicitaire (en heures) | 8 | 20 | 191 |
| Boutique (en heures) | 12 | 222 | 162 |
| Classement (en heures) | 0 | 0 | 110 |
| ETP Commercialisation | 0,41 | 0,51 | 0,64 |

Evolution des ventes au comptoir.

| | 2014 | 2015 | 2016 |
|----------------------------------|-----------------|------------------|-----------------|
| VENTES AU COMPTOIR | | | |
| Nombre d'opérations | 3 319 | 6 244 | 5 016 |
| Ticket moyen | 16,81 € | 16,62 € | 19,03 € |
| FAMILLES | | | |
| Billetterie Tiers | 50 378 € | 89 189 € | 76 866 € |
| Boutique | 902 € | 7 565 € | 11 833 € |
| Librairie | 3 423 € | 5 487 € | 5 441 € |
| Prestations OT | 414 € | 638 € | 340 € |
| Services OT | 661 € | 909 € | 982 € |
| Chiffre d'affaires total | 55 778 € | 103 787 € | 95 462 € |
| Marge dégagée | 8 768 € | 18 323 € | 19 440 € |
| Evolution marge 2014-2016 | | 10 672 € | 122% |

La mise en place de la boutique et l'augmentation de l'activité billetterie a permis à l'Office de Tourisme de générer une recette complémentaire de **11 000 €**.

Centrale de réservation

| | 2014 | 2015 | 2016 |
|--|------------------|------------------|-----------------|
| CENTRALE DE RESERVATION | | | |
| Chiffre d'affaires centrale de réservation | 220 362 € | 299 677 € | En attente |
| Chiffres d'affaires groupes | 7 380,00 € | 16 972,00 € | En attente |
| Chiffre d'affaires total | 227 742 € | 316 649 € | En attente |
| Marge dégagée | 37 360 € | 49 371 € | 46 000 € |
| Evolution marge 2014-2016 | | 8 640 € | 23% |

La centrale de réservation de l'Office de Tourisme et la commercialisation des circuits groupes maintiennent leur activité.

En 2014, la fermeture des thermes a entraîné, d'une part, la baisse importante du chiffre d'affaires de la centrale de réservation et, d'autre part, l'augmentation artificielle de cette même activité début 2015.

Régie publicitaire

| | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|----------|-----------------|------------|
| REGIE PUBLICITAIRE / PACK SERVICES | | | |
| Chiffre d'affaires | 47 083 € | 52 782 € | 79 541 € |
| Evolution chiffre d'affaires 2014-2016 | | 32 458 € | 69% |

Le développement de la régie publicitaire a permis de générer 32 458 € de chiffres d'affaires complémentaires entre 2014 et 2016.

A noter : l'édition du plan est biannuelle et le niveau de recettes de 2016 ne pourra être atteint que tous les 2 ans.

FONCTION SUPPORT

| | 2014 | 2015 | 2016 |
|---------------------------------|------|------|------|
| Mission administration | | | |
| Gestion courante (en heures) | 702 | 654 | 977 |
| Ressources humaines (en heures) | 147 | 150 | 173 |
| Divers (en heures) | 102 | 91 | 89 |
| ETP administration | 0,59 | 0,56 | 0,77 |
| Autres | | | |
| Réunions (en heures) | 189 | 152 | 284 |
| Extérieur (en heures) | 203 | 98 | 253 |
| Formation (en heures) | 490 | 177 | 301 |
| ETP Autres | 0,55 | 0,27 | 0,52 |

L'augmentation de la mission administration, et en particulier de l'activité liée à la gestion courante, est due en partie à l'internalisation de la saisie comptable, avec l'emploi d'une personne à temps partiel en CAE.

EVOLUTION DES RESSOURCES HUMAINES

| | 2014 | 2015 | 2016 |
|--------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| TOTAL ETP | 5,00 | 5,04 | 6,21 |
| Evolution ETP 2014-2016 | 24% | | |

Les actions ont été menées à hauteur de 84%, dont 70% à 100% et une action (site internet) non engagée.

L'évolution des ressources humaines de l'Office de Tourisme a été rendue nécessaire par :

1. l'augmentation de 24% du public guichet de l'Office de Tourisme,
2. l'évolution des missions de l'équipe de l'OT et du temps dédié à la recherche d'autofinancement.

AUTOFINANCEMENT DE LA STRUCTURE

| | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|-----------------|------------------|------------------|
| AUTOFINANCEMENT | | | |
| Marge boutique | 8 768 € | 18 323 € | 19 440 € |
| Marge commercialisation | 37 360 € | 49 371 € | 46 000 € |
| Chiffre d'affaires Régie pub / packs services | 47 083 € | 52 782 € | 79 541 € |
| Total autofinancement | 93 211 € | 120 476 € | 144 981 € |
| Evolution autofinancement 2014-2016 | 51 770 € | | 56% |

Durant la période 2014-2016, les recettes de la structure ont augmenté de 56%. Ces ressources complémentaires ont été réinjectées dans :

1. la masse salariale,
2. l'augmentation des charges de fonctionnement (ex. La Poste, contrats de maintenance, logiciels, etc.),
3. la promotion de Cambo les Bains par le biais de salons, d'opérations de communication, d'accueil presse, etc.
4. des investissements tels que l'achat de véhicule, l'ameublement de la boutique, un logiciel de caisse, du mobilier de bureau, du matériel informatique et images et son.
5. des évolutions techniques pour améliorer le service client.