



EPIC Office de Tourisme et d'Animation de Villers-sur-Mer

**COMITE DE DIRECTION
Réunion du 30 mars 2009**

Annexe n°1

RAPPORT D'ACTIVITE 2008

I) ADMINISTRATION DE L'EPIC

II) L'EQUIPE

III) PARTENARIATS INSTITUTIONNELS

IV) PARTICIPATIONS FINANCIERES ET SUBVENTIONS

V) PARTENARIATS AVEC LE MONDE ECONOMIQUE LOCAL

VI) ACCUEIL ET INFORMATION TOURISTIQUE

VII) PROMOTION VIA INTERNET

VIII) AUTRES ACTIONS DE PROMOTION

IX) EDITIONS

X) ANIMATIONS GRATUITES

XI) PRESTATIONS DE SERVICE

XII) RECAPITULATIF DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE

I) ADMINISTRATION DE L'EPIC

I.1) COMPOSITION DU COMITE DE DIRECTION

Suivant les nouveaux statuts de l'EPIC, article 2 : ORGANISATION – DESIGNATION DES MEMBRES, *Alinéa 1^{er}*, le comité de Direction comprend désormais 8 membres du Conseil Municipal et 7 membres nommés représentant des professions, associations ou personnes représentatives intéressées au tourisme et à l'animation de Villers sur Mer.

Il est présidé par M. Gérard Vauclin, Maire de Villers-sur-Mer.

Liste des nouveaux membres ci-après :

8 conseillers municipaux : M. Gérard Vauclin – Mme Patricia Forin – M. Bruno Sautelet – Mme Céline Constensoux-Bequet – M. André Casna – M. Alain de Rouvray – Mme Catherine Genain – Mme Marie-Isabelle Hodiesne

7 représentants des professions ou personnes intéressées au tourisme :

Au titre de l'Association des Propriétaires de Villers-sur-Mer :

Membre titulaire : M. Gérald Hostater

Membre suppléant : M. Dominique Chedru

Au titre du Casino de Villers sur Mer :

Membre titulaire : Mme Christelle Simon

Membre suppléant : M. Benjamin Tranchant

Au titre des Hôteliers :

Membre titulaire : M. Jean-Yves Lefrançois

Membre suppléant : M. Patric Crosnier

Au titre des personnalités qualifiées en matière de tourisme :

Membre titulaire : M. Maurice Mégie

Membre suppléant : M. Jean-Pierre Loevenbruck

Au titre des commerçants indépendants :

2 membres titulaires : M. Francis Coquet et M. Denis Kerfuric

2 membres suppléants : M. Cyril Placier et M. Alexandre Douchement

Au titre des Restaurateurs :

Membre titulaire : M. Dominique Tolmais

Membre suppléant : Mme Marie-Annick Honoré

I.2) TRAVAUX DU COMITE DE DIRECTION

Conformément aux textes en vigueur, le Comité de Direction s'est réuni à six reprises. Parmi les temps forts de cette année 2008 : les grandes décisions budgétaires et de programmation annuelles, ainsi que le suivi de la stratégie marketing à trois ans et un nouveau plan d'action.

→ **15 janvier :**

- Programme de promotion 2008

→ **14 avril :**

- Présentation des nouveaux membres

- Adoption des statuts de l'EPIC
- Election du Président et du Vice-Président
- Création de la commission d'appel d'offre
- Recrutement pour le service animation
- Convention annuelle avec le Casino de Villers-sur-Mer

→ **16 juin :**

- Rapport sur l'activité de l'Office en 2007
- Compte financier de l'exercice 2007
- Recrutement des saisonniers
- Convention annuelle entre la commune de Villers sur Mer et l'EPIC
- Compte rendu des conventions du Villers Pass'Tourisme
- Recrutement des saisonniers

→ **15 septembre :**

- Prolongation du contrat d'Hélène Baslé
- Tarifs des partenariats 2009
- Bilan de la saison d'été
- Stratégie marketing : orientations 2009-2010

→ **3 novembre :**

- Vote du budget 2009
- Régie : tarifs 2009 de l'Office de Tourisme
- Ajustement des salaires
- Compte rendu des conventions de partenariat

→ **15 décembre :**

- Nomination de la Directrice
- Pérennisation du contrat d'Hélène Baslé
- Compte rendu des mises en concurrence
- Plan d'action 2009-2011
- Plans de communication et de promotion 2009
- Présentation des grands événements 2009

II) L'EQUIPE

→ Le personnel permanent

Sophie MILLET-DAURE - Directrice Générale (Contrat 3 ans à temps complet)

Coordination générale, suivi administratif et financier, stratégie marketing, analyse stratégique et structuration du programme d'animations, élaboration du programme annuel, suivi des prestations de nature commerciale, partenariats, actions de développement et de promotion, relations institutionnelles et relations presse

Isabelle CHENEAU - Secrétaire comptable (mise à disposition par la commune)

Comptabilité, régie d'avance, régie de recettes du cinéma, suivi administratif des personnels, locations de salles

Franck LEBAILLIF - Directeur du Calm (mis à disposition par la commune – temps partiel)

Elaboration du programme d'activités Calm, recrutement et encadrement des saisonniers, animation de stages (été et petites vacances), appui technique aux Ateliers du Méridien

Nicolas GUERBET - Assistant de production (mis à disposition par la commune)
Suivi administratif des animations, suivi logistique, accueil des artistes et des exposants, accueil téléphonique du service animation

Nadine BOUVOT - Responsable accueil information touristique (CDI à temps complet)
Gestion de l'espace boutique, régie de recettes de l'Office de Tourisme, coordination des personnels d'accueil, plannings, recrutement des saisonniers, mise à jour du guide et du plan

Johan BOUCHER – Conseiller en séjour et chargé de promotion (CDI à temps complet)
Accueil physique et téléphonique, secrétariat (suivi fournisseurs), actions de promotion, participation aux salons, chargé des partenaires pour la brochure touristique et le guide de séjour, gestion du panneau lumineux, commercialisation des mini-sites, gestion des bases de données

Paméla BARTHELEMY – Conseillère en séjour et chargée des balades nature (CDI à temps complet)
Animation des balades nature, élaboration du programme des balades pour individuels, réalisation de la brochure Balades Nature, développement des balades nature et conception de nouveaux circuits, conception des dossiers pédagogiques (niveaux maternelle et lycée), inscription aux opérations nationales et régionales, secrétariat de la Lettre de Villers, appui accueil

Camille LEMONNIER - Chargée des groupes et des Ateliers du Méridien - Conseillère en séjour (CDI à temps complet)
Animation des balades nature, élaboration de la brochure groupes, partenariats brochure groupes, développement de nouveaux produits groupes et scolaires, conception des dossiers pédagogiques (niveaux primaire et collège), réservations groupes et développement de la clientèle groupes, développement et animation des Ateliers du Méridien, appui accueil, communication et relations médias

Pascaline BRUYAS – Chargée de production des animations (CDI à temps complet)
Participation à l'élaboration du programme avec Sophie Millet, suivi de production des animations, logistique générale, élaboration de nouvelles animations, communication des animations, élaboration de la signalétique des animations, développement programme culturel, suivi budget des animations

Hélène BASLE – Chargée de communication et partenariats (CDI à temps complet)
Elaboration du plan de communication et de promotion avec Sophie Millet, promotion des animations, relations presse, élaboration du guide Famille Plus, suivi insertions publicitaires, mise à jour fichiers médias et V.I.P., suivi budget communication et promotion, partenariats animations, élaboration du programme de cinéma

Christophe VAUCLIN – Webmestre (CDI à temps partiel)
Mise à jour du site Internet, suivi des liens et du référencement, gestion de la e-newsletter, suivi des mini sites, mise en place des disponibilités en ligne, mise en place du wifi, assistance matériels

Fabrice BLOT - Projectionniste cinéma (CDI à temps partiel)

Alice GONSOLIN – Caissière cinéma (CDI à temps partiel)

Christine MANTELET- Agent d'entretien (CDI à temps partiel)

→ Les personnels saisonniers

Afin de faire face à un traditionnel surcroît d'activité, l'EPIC a fait appel pendant l'été à des saisonniers pour les services suivants :

Accueil et boutique

Un personnel a été recruté à plein temps du 1^{er} juillet au 31 août pour renforcer l'équipe accueil info touristique.

Trois personnels ont été recrutés du 1^{er} juillet au 31 août : une personne à temps complet et deux personnes à mi-temps, pour assurer la vente des produits de l'espace boutique ainsi que l'inscription à l'ensemble des activités organisées ou relayées par l'Office de Tourisme.

Ateliers du Méridien

Un personnel à temps partiel titulaire du BAFA a été recruté du 12 juillet au 23 août pour l'animation des Ateliers du Méridien, sur la plage, en complément des animateurs spécialisés intervenant sur chacun des thèmes.

Calm

Six animateurs en CDD à temps partiel ont été recrutés pour l'animation des stages et des activités à la carte du Calm pendant la période estivale. En outre, deux prestataires de service ont proposé un stage de danse hip hop en juillet et un stage de fitness en août.

Cinéma

Un personnel à temps partiel a été recruté en CDI le 7 janvier 2008 pour assurer la caisse du cinéma tout au long de l'année.

Nouveaux Talents

Véronique WARDEGA, directrice artistique, a effectué un CDD de 2 mois à mi-temps pour la préparation et le suivi du Festival.

Les artistes Nouveaux Talents sont recrutés par l'intermédiaire du GUSO et leur cachet est compté en prestations de services.

III) CONVENTIONS DE PARTENARIAT

En tant qu'acteur du paysage institutionnel local, l'EPIC a tissé des partenariats avec plusieurs collectivités, associations et entreprises. Ces partenariats sont formalisés par des conventions.

Commune

→ Nouvelle convention approuvée le 16 juin 2008

- contribution financière
- mise à disposition de locaux
- remboursement des salaires et charges du personnel mis à disposition par la mairie
- coopération constante pour le suivi technique des animations
- gestion du site internet de la commune

Comité régional du Tourisme

→ Convention de partenariat approuvée le 17 janvier 2005

- adhésion de l'Office de Tourisme au Système d'information touristique normand (SITN)
- mise à disposition par l'Office des informations sur les manifestations de son territoire de référence
- possibilité de consultation par l'Office de l'ensemble des informations de la base de données régionale

Villers Animation et Loisirs

→ L'EPIC ne peut pas s'appuyer sur du bénévolat. L'association Villers Animation et Loisirs permet à une équipe de bénévoles passionnés d'œuvrer pour l'animation de la station, et de maintenir l'esprit familial qui fait l'identité de cette dernière.

L'EPIC soutient l'association par :

- la communication sur les animations
- la prise de réservation des animations de l'été
- la revente des produits dérivés et prestations de l'association sans commission (convention du 26 janvier 2005 et convention du **11 février 2008**)
- la mise à disposition gratuite des salles (convention du **11 février 2008**)

Association de Paléontologie

→ L'EPIC et l'Association de Paléontologie sont intimement liées du fait de la présence du Musée paléontologique dans les locaux de l'Office et de l'implication de l'Office dans les balades nature.

L'Office de Tourisme et d'Animation assure :

- l'accueil du Musée par le service accueil information touristique
- l'accueil des groupes au Musée par Pamela BARTHELEMY, guide nature de l'Office
- la communication sur les activités grand public de l'association
- la revente des produits dérivés de l'association sans commission (convention du **18 février 2008**)
- la mise à disposition gratuite des salles (convention du **18 février 2008**)

Tennis Club

→ Les deux structures sont notamment partenaires pour les activités d'été du Calm (protocole du 5 avril 2004).

Association des Jeunes Villersois (AJV)

→ L'Office de Tourisme met à la disposition de l'AJV le Point Info Station situé sur la digue centrale (convention du 14 août 2008).

Casino groupe Tranchant

→ **Le Casino groupe Tranchant est un partenaire majeur de l'Office de Tourisme, notamment sur le volet animations (convention de partenariat approuvée le 14 avril 2008)**

- participation financière du Casino aux animations de la station
- collaboration constante pour la communication (conférences de presse communes)

Pays d'Auge Expansion – Pays d'Art et d'Histoire

→ **L'Office de Tourisme et d'Animation et Pays d'Auge Expansion ont décidé de mettre leurs moyens en commun pour le développement d'une offre de visites découverte du patrimoine villersois (convention du 21 février 2008)**

- mise à disposition par Pays d'Auge Expansion des guides conférencières du Pays d'Art et d'Histoire pour assurer 18 visites guidées programmées par l'Office de Tourisme d'avril à octobre
- facturation à l'Office de Tourisme à tarif préférentiel
- billetterie des 18 visites assurée par l'Office de Tourisme à son profit exclusif
- programmation de 4 visites et ateliers supplémentaires dans le cadre du programme annuel du Pays d'Art et d'Histoire
- communication sur ces programmes dans les supports de promotion des deux structures

Partenaires du Villers Pass'Tourisme

→ **La création du Pass'Tourisme a permis de faire émerger un nouvel outil d'animation du réseau des prestataires locaux. Comme en 2007, cette collaboration a été formalisée par des conventions de partenariat avec les professionnels des secteurs suivants :**

- conventions **offres privilège commerces** avec Fleur d'Oranger, La Boutique du rideau, Espace coiffure, Claudia Création, La Rose des Sables, la crèmerie normande, Vital Marine
- conventions **offres privilège restaurants et bars** avec le Café de la Poste, le Mermoz, le Domaine de Villers, Le Celtic, le restaurant du Casino, La Digue de Villers, le Mini-Golf Bar, l'Hurricane Bar, Greenwich Bar de l'Hôtel IBIS
- conventions **offres privilège loisirs** avec le club nautique (CNV), le Tennis Club, le centre équestre « les écuries de la Villedieu », le Club du Casino, M. Laffers de l'établissement des bains, Manèges Chaignon, le Mini-Golf.

Partenaires des animations organisées par l'Office de Tourisme

→ **Comme en 2007, de nombreux partenaires (commerçants et entreprises locales) ont soutenu financièrement ou matériellement nos manifestations.**

IV) PARTICIPATIONS FINANCIERES ET SUBVENTIONS

En tant qu’Etablissement Public Industriel et Commercial, l’Office de Tourisme et d’Animation perçoit des financements publics sous forme de subventions ou de participations financières.

Commune

- La participation financière de la commune s’est élevée à **488 000 €** au titre de l’année 2008.

Taxe de séjour

- Les Offices de Tourisme constitués en EPIC reçoivent le produit de la taxe de séjour. Celle-ci s’est élevée à **24 390,10 €** en 2008.

Conseil Général du Calvados

Le Conseil Général du Calvados soutient avec beaucoup de fidélité les festivals de Villers. En 2008, deux subventions ont été versées :

- **1 530 €** pour le Festival Sable Show
- **1 500 €** pour le Festival des Nouveaux Talents

Canal + / TPS

Ces deux entreprises versent ensemble une subvention d’exploitation aux cinémas de proximité aux termes de leur cahier des charges avec l’Etat. Cette aide s’est montée à **641,39 €** en 2008 pour le Cinéma du Casino.

Trophée du Tourisme du Calvados remis par la CCI : 800 €

V) PARTENARIATS AVEC LE MONDE ECONOMIQUE

Institutionnellement dépourvu d'adhérents, un Office de Tourisme en EPIC se doit néanmoins pour fonctionner de tisser des relations avec le monde économique local.

Casino

→ Le Casino a vocation à apporter son soutien à la station, notamment en matière d'animations. Il constitue un partenaire majeur de l'Office de Tourisme.

- La participation financière du Casino aux animations de la station représente à elle seule plus de **63%** en 2008 (35% en 2007) du montant total des partenariats financiers de l'Office
- S'y ajoute la prise en charge directe par le Casino de certaines dépenses (organisation de points presse, de cocktails d'inauguration et de repas offerts aux artistes)

Prestataires touristiques

→ L'Office de Tourisme et d'Animation assure la promotion des prestataires de la station au travers de ses éditions et de son service accueil information touristique. De leur côté, la plupart des prestataires sont partenaires de l'Office :

- pour l'édition du guide de Villers
- pour l'édition de la brochure touristique
- pour l'édition de la brochure groupes
- pour l'édition du guide des animations
- pour les mini-sites de l'Office de Tourisme
- pour les animations (Sable show, Fête de la Coquille, Ateliers du Méridien, animations enfants), sous forme de participations financières ou de contributions diverses (chambres d'hôtels, repas, friandises, lots, etc.).

Afin de faire vivre ce partenariat, des rencontres sont organisées par l'Office pendant l'année : cocktail de lancement de la saison, lancement du pass tourisme le 10 juin, bilan de saison.

Exposants

→ La participation des exposants de la Fête de la Coquille et des animarchés aux frais d'animation et de communication s'ajoute depuis 2005 au traditionnel droit de place versé directement à la Mairie.

Récapitulatif du soutien financier des partenaires

Supports	Partenariat Casino (en € HT)	Autres partenaires	Cotisations exposants	Total en € HT
Ateliers du Méridien		1.020,00		1.020,00
Fête de la Coquille	13.771,74	2.250,00	4.209,03	20.230,77
Sable Show	20.680,60	8.889,87		29.570,47
Feux	12.990,00			12.990,00
Animarchés	14.107,86	1.250,00	1.262,54	16.620,40
Animations enfants gratuites	4 186,00			
Culture	7 000,00			
Autres Animations (Caisses à savon, Porsche...)	21.162,00	299,00		21.461,00
Guides touristiques et d'animation	4.469,46	38.979,75		43.449,21
TOTAL en 2008	98 367,66	52 688,62	5 471,57	156 527,85 €
TOTAL en 2007	28 424,29	45 990,02	5 446,49	79 860,80 €

La progression par rapport à 2007 est de + 96 %.

VI) ACCUEIL ET INFORMATION TOURISTIQUE

L'activité d'accueil et d'information touristique se subdivise en :

- accueil physique et téléphonique
- envoi de documentations par fax, mail ou courrier

→ Contexte

- Météo clémente en mai, variable en juin et juillet, catastrophique en août avec des températures exceptionnellement basses, belle arrière saison
- Baisse significative du pouvoir d'achat des ménages

→ Données chiffrées

Sont comptabilisées officiellement les demandes à l'accueil (une demande peut représenter plusieurs visiteurs). Les statistiques sur l'envoi de courriers apportent des indications complémentaires sur les origines et les comportements des visiteurs.

Accueil physique et téléphonique

	2008	2007	Evolution
Fréquentation totale	33446	33249	+ 0,59 %
Avant saison	12447	12531	- 0,67 %
Eté	14948	14020	+ 6,61 %
Arrière saison	6051	6698	- 9,65 %
<i>Etrangers</i>	<i>1099</i>	<i>1130</i>	<i>- 2,74 %</i>

Nombre de demandes > via courrier, téléphone, fax et mail

	2007	2008
Total	1325	1322
Téléphone	823	902
Courrier	101	105
Fax	12	10
E-mail	389	305

Origines des demandes d'envois de courriers

		2007	2008
1	Ile de France	621	562
2	Haute Normandie	133	116
3	Nord Pas de Calais	88	131
4	Centre	59	63
5	Basse Normandie	56	60
6	Pays de Loire	40	31
	Etranger	87	38
1	<i>dont Belgique</i>	<i>41</i>	<i>15</i>
2	<i>Allemagne</i>	<i>12</i>	<i>12</i>
3	<i>Angleterre</i>		<i>3</i>
4	<i>Italie</i>	<i>7</i>	<i>2</i>

→ Enseignements

- Légère hausse de la fréquentation de l'Office : la météo calamiteuse observée surtout en août n'a pas découragé les visiteurs ;
- Baisse de la fréquentation sur les périodes d'avant saison et arrière saison
- Fréquentation des étrangers en baisse : après un redémarrage à la hausse en 2007, le nombre d'étrangers décroît légèrement en 2008.
- Légère tendance au déplacement vers le nord des origines des visiteurs : au vu des envois de courriers. Cette tendance reste à confirmer sur le moyen terme.
- Progression forte du media Internet qui explique la baisse des demandes de renseignements à distance. La généralisation du téléchargement des brochures sur le site a sans doute accéléré cette évolution.

→ Actions de long terme

- Poursuite de la démarche qualité au quotidien dans le cadre du management de l'équipe accueil information touristique et dans la perspective d'une labellisation Qualité Tourisme en 2010 (avec l'appui technique de la FROTSI).
- Mise en place d'une signalétique à l'Office de Tourisme pour indiquer et délimiter l'espace accueil et l'espace boutique/inscriptions aux activités afin de mieux guider le visiteur et permettre de fluidifier les files d'attente en période de forte fréquentation.
- Spécialisation des saisonniers sur la partie boutique inscriptions, laissant aux permanents l'exclusivité de la partie information touristique, domaine vaste et difficile à maîtriser rapidement.
- Aménagement d'un coin enfants à l'intérieur de l'Office avec une banquette, un pouf et quelques livres enfants à consulter sur place
- Obtention du LABEL FAMILLE PLUS. L'Office de Tourisme et d'Animation de Villers-sur-Mer a obtenu fin 2008 le label FAMILLE PLUS « Mer ». Cette labellisation marque l'identité familiale de la station et témoigne de l'attention particulière portée aux familles, en termes d'accueil et de services.
- Développement de la boutique : nouvelle gamme de produits dérivés à l'effigie de Villers (bloc note, parapluie, tee-shirt, carte postale, autocollant...) ; jeux, livres, gadgets et peluches sur le thème des Dinosaures « Dino Store ».

VII) INTERNET

→ Internet est l'outil majeur de promotion de la station

La présence d'un webmestre au sein de l'équipe permet à l'Office de porter une attention particulière à ce media :

- Mise à jour permanente du site Internet
- Référencement et liens vers les sites partenaires
- Insertions publicitaires sur tourisme.fr et pagesjaunes.fr
- Envoi gratuit et régulier d'une E-newsletter aux abonnés (alerte info grandes animations, programme mensuel, programme hebdomadaire)

Nombre de visiteurs sur le site :

	2007	2008
janvier	7824	9428
février	8303	10528
mars	9818	11720
avril	12071	14248
mai	11509	14017
juin	13556	13942
juillet	18192	18252
août	14882	15342
septembre	8726	9569
octobre	10001	11472
novembre	6778	8718
décembre	7364	7989
Moyenne mensuelle	10752	12102
Evolution		+12,56%
Total annuel	129024	145225

Origines des visiteurs :

Moteurs de recherche : 76 %

1	google > 83,89 %
2	yahoo
3	voila
4	aol
5	msn
6	live
7	alice
8	search
9	lycos
10	altavista

Sites référents : 13 %

1	tourisme.fr
2	cabourg.net
3	calvados-tourisme.com
4	office-de-tourisme.org
5	fermeleschampsrabats.com
6	pagesjaunes.fr
7	coeurcotefleurie.org

8	villagesdefrance.free.fr
9	normandie-tourisme.fr
10	etab.ac-caen.fr

Accès directs : 11 %

→ Actions de long terme

- Gestion de l'outil intranet de gestion des disponibilités pour l'ensemble des prestataires d'hébergement
- Mise en place en page d'accueil d'une rubrique destinée à relayer les offres basse saison des partenaires
- Valorisation des offres spéciales groupes dans l'espace pro
- Mise en ligne des informations sur les sites, diffuseurs nationaux, partenaires (ViaFrance...)
- Développement d'une page « animations passées »
- Refonte complète du site pour une plus grande lisibilité

VIII) AUTRES ACTIONS DE PROMOTION

→ Promotion locale

- L'Office de Tourisme effectue régulièrement des annonces micro (en centre-ville et sur la plage) destinées à promouvoir les animations du jour.
- En outre, l'Office met à jour régulièrement les informations relatives aux animations sur le panneau lumineux installé place Jeanne d'Arc.
- La diffusion locale des tracts de l'Office (cinéma, animations, etc.) est effectuée mensuellement tout au long de l'année auprès des commerçants de la station, et une fois par semaine pendant l'été.
- Une tournée de sensibilisation des acteurs locaux du tourisme (hôtels, agences de location) aux produits de l'Office (Calm, Balades nature, pass) est effectuée par la Directrice au début de l'été.

→ Tournées de diffusion

- L'Office de Tourisme a effectué **trois tournées** de diffusion dans les principales zones touristiques du département au printemps et en été (Offices de Tourisme, campings, résidences de tourisme, sélection d'hôtels).

→ Insertions publicitaires

- La quasi totalité des insertions publicitaires (hors Internet) a été consacrée aux animations : 4 pages Ouest France, gratuits de l'été, Pays d'Auge, Eveil, La Côte, Pays de Normandie, France Bleu Basse Normandie, Normandie Passion
- Les autres insertions ont été consacrées aux balades nature Villers, terre de Géologie : Pays de Normandie (en partenariat avec le Comité départemental du Tourisme du Calvados et l'OT d'Honfleur), Ouest France guide des vacances, Pays d'Auge guide de l'été, Guide Loisirs et Lieux de visite du CDT Calvados

→ Salons et manifestations

- 2^e participation au salon Normandie à Bruges (en Belgique) organisé en mars par le Comité régional du Tourisme
- participation à la Journée rencontres départementales du Tourisme à Caen, organisée le 7 avril par la CCI
- présence à l'hippodrome de Clairefontaine à l'occasion du prix de Villers-sur-Mer en juillet, avec l'organisation d'animations ludiques autour des dinosaures, en partenariat avec l'Association Paléontologique

→ Contacts presse

Tout au long de l'année 2008, des médias nationaux, régionaux et locaux sont intervenus à Villers et ont contribué à la promotion de la station ou de nos événements :

Interviews Radios

- **RCF** : Fête de la Coquille et Ateliers des Chefs
- **Cocktail FM** : Fête de la Coquille
- **France Bleu Basse Normandie** :
 - > Pâques à Villers
 - > Semaine polaire en août
 - > Fête de la Coquille
 - > Fête du Chocolat
 - > Balades Nature

Reportages TV

- **France 3** :

- > Emission « La carte aux trésors - Spécial Calvados »
- > Coupe d'Europe des Courses de caisses à savon
- > Fête de la Coquille
- > Balades Nature (Trophée du Tourisme) : reportage + émission au studio avec M. Vauclin

Presse française nationale

- **Flat 6** : Rassemblement de Porsche
- **Le Point** (Gilles Pudlowski) : Gastronomie > Hôtel Outre-Mer, Le Domaine de Villers, La Digue, la crèmerie normande.
- **L'Express** : La Digue
- **La Gazette officielle du tourisme** : Animations de la station

Presse française régionale

- **Normandie Passion**
- **La revue du Pays d'Auge**

Presse étrangère

- Organisation d'un voyage de la presse britannique sur le thème de la fête de la Coquille en octobre 2008
- **Destination France** : cahier spécial Normandie avec photos de Villers et restaurant La Digue
- **Wellbeing Magazine** : 35 000 exemplaires dans le Sud d'Angleterre - Kent, Sussex, Hampshire > reportage sur la Fête de la Coquille

→ **Mise à jour des guides touristiques**

L'Office de Tourisme a contribué à la mise à jour de plusieurs guides touristiques : Guide du Routard, Petit Futé, Loisirs Lieux de Visite Calvados, Guides La Balise...

→ **Tour Opérateurs**

L'Office de Tourisme est sollicité pour la fourniture d'informations ou de photos par les Tour opérateurs qui possèdent des allotements sur les meublés de la station.

→ **Actions de long terme**

- Création d'une offre pour groupes (conférences, visites guidées, balade découverte en petit train, cours de cuisine...), réalisation d'une brochure complète présentant les produits de l'Office, la location de salles et les offres des partenaires

IX) EDITIONS

Les éditions de l'Office de Tourisme et d'Animation sont de trois natures différentes, reflétant la diversité des activités de l'EPIC.

→ Supports tourisme

- Brochure touristique hébergement : 11.000 exemplaires sortie janvier
- Guide de séjour : 15.000 exemplaires sortie fin mars
- Plan de la station : 20.000 exemplaires sortie juillet

→ Supports animations

- Calendrier des animations : 16.000 exemplaires sortie avril
- **Nouveauté** : 5 panneaux grand format présentant l'agenda des animations et les grands événements (1 au printemps, 2 en été et 1 en automne/hiver)
- **Deux affiches grand format** présentant l'agenda des animations et les grands événements (1 au printemps, 2 en été et 1 en automne/hiver) > au Casino et Place Jeanne d'Arc
- Fête de la Tulipe : 200 affiches et 10.000 tracts - sortie avril
- Fanfaronnades gourmandes : 60 affiches et 4 000 tracts - sortie fin avril
- Caisses à savon : 250 affiches et 10 000 tracts - sortie juin
- Fête du Dinosaur : 60 affiches - sortie juin
- Plaque Sable Show : 13.000 exemplaires - sortie juillet
- Pique nique géant : 100 affiches et 6.000 tracts - sortie juillet
- Semaine Polaire : 65 affiches et 4 000 tracts - sortie fin juillet
- Course de lévriers : 100 affiches et 4 000 tracts - sortie août
- Guinguettes : 40 affiches pour chaque guinguette
- Rassemblement de Porsche : 100 affiches et 4 000 tracts - sortie août
- Danse sur le sable : 60 affiches - sortie août
- Feux de l'été : 40 affiches pour chaque feu
- Feu d'artifice : 40 affiches pour chaque feu
- Fête de la Coquille : 1.000 affiches et 35.000 tracts - sortie septembre
- Vacances de février : 60 affiches - sortie février
- Conférences : 5 000 tracts - sortie avril
- Ateliers des Chefs : 5 000 tracts - sortie avril
- Concours d'illumination : 60 affiches - sortie décembre
- Programme des vacances de printemps, de la Toussaint et de Noël > 60 affiches et 1 dépliant A4 plié en 2 (quadri au printemps, monochrome pour Toussaint et Noël)

→ Supports produits

- Brochure Balades nature « Villers, terre de Géologie » : 20.000 exemplaires - sortie février
- Plaque Activités d'été « Calm » : 5 000 exemplaires - sortie juin
- Plaque Activités d'été « Ateliers du Méridien » : 5 000 exemplaires - sortie juin
- Pass Tourisme : 60 affiches et 7.000 tracts en français et 1 000 tracts en anglais - sortie avril
- Nouveaux Talents : 250 affiches et 11 000 dépliant - sortie juin
- Cinéma : tracts et affiches édités en interne, tous les mois

→ Actions de long terme

- Généralisation de l'externalisation de la mise en page et de l'impression pour les supports de communication des animations, contribuant à la montée en gamme de l'image de l'Office
- Optimisation et multiplication des panneaux et affiches grand format « Programme des Animations »

X) ANIMATIONS GRATUITES

Le programme d'animations de Villers fait partie de l'image de la station et en renforce le côté familial et convivial.

L'EPIC intervient dans ce domaine sous deux formes : par la mise en œuvre de l'essentiel du programme d'animations de la station et par la contribution aux animations mises en œuvre par des partenaires.

L'année 2008 a vu la création de nouvelles animations fortement appréciées :

- Les Fanfaronnades Gourmandes, tous les samedis du mois de mai
- Coupe d'Europe de courses de caisses à savon, en juin
- Courses de lévriers, en août
- Rassemblement de Porsche, fin août

→ Organisation de manifestations

- 20^e édition « anniversaire » du Festival Sable Show en juillet et en août : 14 concerts dont 2 têtes d'affiche (Annie Cordy, Chantal Goya), prolongé par Danse sur le Sable à la fin du mois d'août
- Fête de la Coquille en octobre avec, pour la première fois, un village des saveurs sous une tente de plus de 300 m² avec les confréries gastronomiques, un pôle dégustation de coquilles et des démonstrations de recettes avec les disciples d'Escoffier (avec retransmission en direct sur 2 grands écrans)
- Animarchés : Fête de la Tulipe en avril, Guinguette du bord de mer en juillet et en août (sans exposants), Fête du Chocolat en décembre
- Pour la première fois un championnat de courses de caisses à savon en juin qui reviendra tous les deux ans pour laisser la place à Auto-Rétro et un rassemblement de véhicules de légende « voitures Porsche » fin août
- La Fête du Dinosaur en juin
- Un Pique nique géant au Marais pendant le week-end du 14 juillet
- Deux feux d'artifice en juillet et en août et feux géants sur la plage fin juillet et fin août
- Événements de plage gratuits : concours de sculptures sur sable en août
- Animations enfants pendant les petites vacances (fête des Crêpes, chasse aux œufs de Pâques, Halloween, Semaine du chocolat à Noël, Enfants Rois début janvier)

→ Contributions

- Concours d'Agility, randonnée ATSCAF, journée de la Sécurité routière
- Activités Villers Animation et Loisirs et Paléontologie
- Concert de la Chorale d'Elbeuf
- Concours de DJ avec le Y Club

→ Actions de long terme

- Renforcement du caractère convivial et familial des animations, avec la création des Fanfaronnades Gourmandes en mai, la multiplication des animations pour enfants tout au long de l'année et plus particulièrement pendant les petites vacances scolaires avec les Ateliers du Méridien et les Ateliers des P'tits Chefs (nouveau), le pique nique géant, l'Auto Rétro ou les courses de caisses à savon en juin, les courses de lévriers en août, rassemblement de véhicules de légende le dernier week-end d'août...
- Amplification de l'effort d'animation de l'ensemble de l'espace villersois : organisation de la Fête de la Tulipe dans le quartier Villers 2000, maintien des guinguettes du bord de mer sur la digue et retour des guinguettes du marché (avec animarché) en centre-ville (en 2009),

viennent s'ajouter le pique nique géant au marais et les animations organisées au Casino (fête du chocolat, foire aux vins de la Fête de la Coquille)

XI) PRESTATIONS ET PRODUITS GRAND PUBLIC

En tant qu'Etablissement Public Industriel et Commercial, l'Office de Tourisme et d'Animation se doit de générer un chiffre d'affaires et d'assurer une part substantielle d'autofinancement.

Le chiffre d'affaires global des prestations et produits grand public commercialisés par l'Office de Tourisme et d'Animation (hors partenariats et subventions) a cru de **15,79 % en 2008** pour s'établir à **171 011,38 € HT**.

		CA 2008 (en € HT)	%tage 2008	CA 2007 (en € HT)	%tage 2007
1	Cinéma	46 666,49	27%	43 874,30	30%
2	Boutique	45 333,26	26,5%	27 041,63	18%
4	Calm	18 049,09	11%	16 668,98	11%
3	Location de salles	17 006,74	10%	17 047,71	12%
5	Balades nature	13 172,66	8%	10 520,06	7%
6	Vente pour compte de tiers	11 340,40	6,5%	16 474,94	11%
7	Nouveaux Talents	7 057,82	4%	7 962,09	6%
8	Ateliers du Méridien	6 167,83	3,5%	3 281,94	2%
9	Culture	3 181,15	2%	2 576,64	2%
10	Pass tourisme	2 968,21	1,5%	2 081,95	1%
11	Animations gratuites	67,73	0 %	160,54	0%
	Total	171 011,38	100 %	147 690,78	100 %

XI.1 Cinéma

Avec **46 666,49 €**, le cinéma assure encore **27 %** du chiffres d'affaires total.

	2008	2007	2006	2005	2004
Nombre de spectateurs	9 317	8 232	9 196	8 089	10 067
Nombre de séances	284	202	194	196	216
Nombre de spectateurs par séance	33	41	47	41	47

→ Le contexte national

- Une conjoncture nationale plutôt défavorable
- Peu de films à succès en été
- L'immense succès de « Bienvenue chez les Ch'tis » au printemps qui a nous permis d'éviter le pire.

→ Les actions de dynamisation en 2008

- Augmentation du nombre de séances pendant les petites vacances scolaires et en été (2 séances par jour)
- Afin d'optimiser la programmation du cinéma, le contrat avec l'ancien programmeur « GPCI » a été rompu le 30 juin et un nouveau contrat a été signé avec « NOE Cinéma ». Ce dernier assurait déjà la programmation d'une quarantaine de salles en Normandie, dont celle d'Houlgate.
- Une programmation de qualité, originale et attractive, avec plus de séances et de sorties nationales.
- Poursuite du travail de ciblage marketing des films : programmation familiale de qualité, films français

- Annonces micro régulières en centre ville
- Diffusion mensuelle d'affiches et de tracts au Casino, chez tous les commerçants + écoles de Villers
- Pose de deux grandes affiches sur les panneaux en centre ville et devant le cinéma
- Inclusion du programme cinéma dans la E-newsletter hebdomadaire
- Panneau lumineux
- Une demi page dans le Guide de séjour
- Distribution d'entrées gratuites pour les tombolas des associations locales

→ Les actions d'optimisation pour 2009

- Réduction du prix d'entrée pour les enfants : 2,50 € au lieu de 5 €
- Lancement d'une carte 5 séances à 10 € (2 € par séance) pour les enfants
- Films enfants > Tarif réduit pour les parents accompagnateurs
- Prévoir investissement pour limiter les frais de personnel : matériel pour démarrage du film en caisse

XI.2 Ventes espace boutique

Le nouvel espace boutique de l'Office de Tourisme ouvert à la fin de mois de février s'impose dès cette année comme le deuxième service de l'EPIC, avec **26,5%** du chiffre d'affaires global.

	CA 2008	CA 2007	Evolution
Total	45 333,26 €	27 041,63 €	+ 67,64 %

→ Le contexte

- Une météo fraîche pendant la période estivale, qui a incité les vacanciers à pratiquer des activités et à fréquenter davantage l'Office et sa boutique.

→ Les actions de dynamisation

- Une meilleure signalisation au sein de l'Office et à l'extérieur (lettres collées sur la porte vitrée extérieure de la boutique)
- Une nouvelle gamme de produits dérivés à l'effigie de Villers (parapluie, bloc note, autocollant, carte postale, affiche...)
- Pour les enfants, une série complète de jeux, jouets, peluches, crayons, tee-shirts et livres sur le thème des Dinosaures à des prix attractifs et qui nous permettent d'augmenter considérablement notre marge > **entre 50 et 150 %**
- Un agencement plus spacieux pour accueillir le public et allonger la durée de visite
- Moins de vols grâce à des pancartes dissuasives, un grand miroir d'angle et de fausses caméras de surveillance

→ Les actions d'optimisation en 2009

- Création d'une rubrique « Boutique » sur le site internet de Villers avec présentation des produits phare

XI.3 Location de salles

L'activité location de salles confiée à l'EPIC par la Mairie constitue une importante source de recettes avec **17 006,74 €** soit **10 %** du total. Ce service, qui a connu une forte progression en 2007, maintient son chiffre d'affaire à l'identique.

	2008	2007	Evolution
Chiffre d'affaires	17 006,74 €	17047,71 €	- 0,24 %

Sous l'effet combiné de l'augmentation des tarifs des salles à partir de la rentrée 2009 et des durées de location plus longues, notre chiffre devrait progresser.

→ Le contexte

- Des clientèles fidèles (syndics de copropriétés, mariages)
- Des tarifs avantageux face à la concurrence
- Une salle panoramique avec vue sur mer, unique sur la côte

→ Les actions de dynamisation

- Une promotion de cette activité au travers d'une pleine page dans le Guide de Villers
- Une insertion dans la E-brochure séminaires du Comité départemental du Tourisme
- Une insertion dans les brochures GROUPES du Comité départemental du Tourisme, des villes d'Honfleur et de Trouville

→ Les actions d'optimisation en 2009

- Une promotion de cette activité au travers d'une demi page dans la nouvelle brochure GROUPES 2009/2010 (format A4) avec photos
- Une nouvelle rubrique « Location de salles » sur notre site Internet (avec photos, détails techniques et tarifs).

XI.4 Le Calm

Le Calm est une activité qui rend un réel service aux vacanciers. Après une année satisfaisante en 2007, le chiffre d'affaires revient à son niveau record (**18 049,09 € de recettes**).

Une programmation et une communication dynamiques expliquent ces bons chiffres.

Ce service représente **11 %** du chiffre d'affaires total.

	2008	2007	Evolution en %
Chiffres d'affaires total	18 049,09 €	16668,98 €	+ 8,28 %
Février	322,95 €	536,66 €	- 39,82 %
Pâques	779,47 €	620,23 €	+ 25,68 %
Été	16 315,61 €	15419,48 €	+ 5,82 %
Toussaint	631,06 €	92,61 €	+ 681,42%

→ Le contexte

- Une météo fraîche pendant la période estivale, favorable à la pratique d'activités

→ Les actions de dynamisation

- Programmation de nouvelles activités : step, danse hip hop, sports de plage, tournoi de beach soccer
- En été > édition d'un support de promotion attractif (A4 plié en 2 – quadri) avec bulletin de réservation
- Hors saison > promotion du CALM dans nos dépliants « Petites vacances scolaires » (encart en couleur et programme complet) et sur tous nos panneaux d'animation
- Envoi d'un mailing courrier
- Organisation de deux tournées de diffusion

XI.5 Balades nature « Villers, terre de Géologie »

De toutes les prestations de l'Office de Tourisme, le produit « Balades Nature, Villers terre de Géologie » est sans doute le plus porteur de l'identité touristique de la station.

Aussi a-t-il fait l'objet d'un effort important de promotion qui a largement porté ses fruits. Au total, les « balades nature, Villers terre de Géologie » ont attiré **6 005 visiteurs en 2008**, soit **29 %** de plus qu'en 2007 (4 675 visiteurs).

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Nombre de balades pour individuels	62	145	159	183	202	203
Nombre de visiteurs individuels	528	1252	1619	2279	3074	4 183
Moyenne par balade	8,5	8,6	10,2	12,5	15,2	20,6
	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Nombre de sorties groupes				24	42	55
Nombre de visiteurs groupes	896	335	544	668	1 601	1 822
Moyenne par balade groupes				27,8	38,11	33,13

Avec **13 172,66 €** en 2008, les recettes des balades nature s'établissent à **8%** du total.

Courant décembre 2008, l'Office de Tourisme de Villers sur Mer a appelé l'attention de l'inspecteur des Impôts au sujet du taux de TVA 19,6 % appliqué aux balades nature depuis leur création. **Après enquête, l'inspecteur des Impôts a confirmé que les balades nature étaient assimilables à des visites de sites naturels non aménagés, donc assujettis au taux réduit de TVA 5,5 %.** Ce changement prendra effet le 1^{er} janvier 2009.

→ Le contexte

- Une météo plutôt favorable (douce en moyenne saison et fraîche en été)
- Un intérêt croissant pour la nature et l'environnement
- L'obtention du **Trophée du Tourisme du Calvados** : importante médiatisation avec remise officielle du Trophée à la CCI de Caen, reportages sur France 3 et nombreux articles dans les journaux

→ Les actions de dynamisation

- Maintien de l'effort de programmation (plus de 200 départs tout au long de l'année) appuyé sur une analyse marketing des différentes clientèles
- La poursuite de la politique de programmation des balades nature en semaine en moyenne saison (mai, juin, septembre et octobre) et pendant les petites vacances scolaires ;
- Politique tarifaire attractive à partir de la deuxième balade
- Edition d'un programme annuel à 20 000 exemplaires
- Poursuite des accueils presse sur la thématique balade et développement des insertions presse
- Panneau d'information dans l'espace accueil de l'Office de Tourisme

→ Les actions d'optimisation en 2009

- Adaptation des circuits existants : la création d'une nouvelle thématique de découverte du marais, plus axée sur la faune et la flore afin de séduire un public familial : circuit plus court et plus interactif – départ depuis le marais ;
- Un meilleur rééquilibrage des balades tout au long de l'année afin d'éviter les surcroûts de fréquentation en été ;

- Une réduction du nombre de **départs pour les individuels** afin de poursuivre le développement de la clientèle groupes, dont les demandes risquent de s'accroître suite à l'édition d'une nouvelle brochure « spécial groupes ».
- Un changement d'intitulé pour le circuit : « Grand tour de Villers » qui se dénommera désormais : Villers « Côté mer, côté campagne » (nom plus attrayant) ;
- La découverte de la campagne augeronne **s'accompagne désormais d'une pause rafraîchissante à mi-parcours** pour rendre la thématique plus attractive et augmenter la fréquentation ;
- **L'amplification de la balade dégustation** avec l'association « Goûtez le Pays d'Auge », qui a remporté en 2008 un vif succès : **soit 11 sorties au lieu de 6** ;
- **Une meilleure visibilité des balades adaptées aux enfants** avec le positionnement du logo « Famille Plus » dans la brochure
- Le positionnement du logo « Trophées du tourisme du Calvados 2007 » dans la brochure
- La création de nouveaux outils d'animation
- La création de fichiers mailings groupes
- La réalisation d'une brochure groupes
- La poursuite des partenariats avec des structures d'accueil (CCAS Auberville et Villers, Prémanoir à Trouville), les établissements scolaires de la région (écoles de Villers, lycée Maurois à Deauville), et les institutionnels du tourisme (Conseil régional pour « Les Buissonnières » et « Train animé Côte fleurie », CRT pour « la Normandie se découvre » et les « Escapades à vivre pour revivre », Conseil général pour les « Escapades nature », Pays d'Art et d'Histoire pour les Journées du Patrimoine, etc.)
- Le lancement de balades événements : 3 balades nocturnes aux Falaises en mai et juillet, 2 traversées « Villers-Houlgate » avec retour par la campagne et arrêt dégustation de Teurgoule.
- Le partenariat avec la confrérie de la Teurgoule dans le cadre de la traversée Villers-Houlgate avec retour par la campagne
- Création d'une carte d'abonnement « 5 balades » à un prix attractif > pour les enfants et les adultes
- Nouvelle gamme de prix : 1 € pour les 3-6 ans et gratuit pour les moins de 3 ans

XI.6 Nouveaux Talents

Le Festival Nouveaux Talents joue un rôle éminent dans la vie culturelle de la station et contribue à son image. Il représente un chiffre d'affaires de **7 057,82 €** soit **4 %** du total. L'édition 2008 du Festival, intitulée « *Sur un air de danse* » a remporté un grand succès avec une moyenne de **201 spectateurs** par concert pour une capacité de 230 places.

	2008	2007	Evolution
Nombre total de spectateurs	1 409	1578	- 10,70 %

→ Le contexte

- Un concert a attiré moins de monde et a fait baissé légèrement la moyenne générale.
- Un public fidèle et mélomane

→ Les actions de dynamisation

- Une programmation de grande qualité en phase avec les goûts du public
- Un dépliant incluant le bulletin de réservation
- Un mailing clients accompagné d'une lettre personnalisée
- Pas d'augmentation des tarifs malgré une qualité de prestation supérieure

→ Les actions d'optimisation en 2009

- Une signalisation plus visible au sein de l'Office de Tourisme avec, dès le mois de juin, la mise en place d'une pancarte promotionnelle et une plus grande présence sur nos panneaux d'animations.
- Des annonces micro plus régulières en centre ville
- Une diffusion des dépliant plus ciblée > lieux culturels : médiathèques, bibliothèques, salles d'exposition, musées, hôtels, mairies, espaces culturels...

XI.7 Ateliers du Méridien

Les Ateliers du Méridien ont généré un chiffre d'affaires de **6 167,83 €** soit **3,5 %** du total.

	Nombre de séances achetées en 2008	Nombre de séances achetées en 2007	Evolution
Stages 10 séances	230		
Stages 5 séances	845	570	+ 48,25 %
Entrées à la séance	492	463	+ 6,25 %
Total	1 567	1 033	+ 51,69 %

→ Le contexte

- Une météo fraîche pendant la période estivale, favorable à la pratique d'activités
- Des animateurs attachants et professionnels
- Une extension des Ateliers du Méridien aux petites vacances scolaires : vacances de février, de Pâques, de la Toussaint et de Noël

→ Les actions de dynamisation

- Inflexion renforcée des activités vers la découverte ludique (cirque, jeux de billes, inuits, etc.)
- Un dépliant attractif « Ateliers du Méridien » tiré à 5 000 exemplaires en juin
- Une diffusion plus ciblée
- Un mailing clients accompagné d'une lettre personnalisée
- Le repli des activités en salle Bagot en cas de pluie, qui a permis au programme de se dérouler normalement en toutes circonstances
- Importante couverture médiatique > en début et en fin de semaine pour découvrir les œuvres réalisées par les enfants.

XI.8 Culture

L'activité culturelle a été entièrement redéployée en 2008. Les concerts classiques qui marquaient le pas depuis plusieurs années ont laissé place à une programmation plus ambitieuse consistant à proposer des prestations culturelles, essentiellement en semaine et en moyenne saison à une clientèle de résidents secondaires ou permanents. Ces nouveaux produits (visites guidées de l'architecture, conférences artistiques, ateliers culinaires) ont généré **3 181,15 €** de chiffre d'affaires dès la première année, **soit 2 %** du total.

	Nbre de participants	Nbre de rendez-vous	Moyenne
Visites guidées architecture balnéaire	98	9	10,88
Visites guidées vitraux	90	9	10
Conférences artistiques	149	6	24,83
Ateliers des Chefs	243	8	30,37

→ Le contexte

- Un allongement de plus en plus marqué de la saison touristique avec la présence de résidents secondaires sur les mois de moyenne saison
- Un attrait croissant des clients pour les activités culturelles et le patrimoine au sens large

→ Les actions de dynamisation

- Edition d'un tract « Conférences » tiré à 5 000 exemplaires en avril
- Edition d'un tract « Ateliers des Chefs » tiré à 5 000 exemplaires en avril
- Envoi d'invitations aux élus et VIP
- Edition d'affiches en interne pour annoncer chaque rendez-vous
- Mailing courrier auprès des adhérents de Villers Accueil

→ Les actions d'optimisation en 2009

- L'accès aux conférences sera désormais gratuit (rappel : 4 € en 2008)
- Création d'un fichier de personnes intéressées par nos activités culturelles (questionnaire) et envoi régulier de mailings ciblés
- Création de deux conférences culinaires avec les disciples d'Escoffier : une en octobre en marge de la Fête de la Coquille et une en décembre pour les fêtes de fin d'année
- Création de deux conférences nature avec les guides nature de l'Office de Tourisme : une en juin « Falaises Vaches Noires » et une en septembre « Campagne Augeronne »
- Création d'une carte d'abonnement « 5 séances » à un prix attractif

XI.9 Pass tourisme

Pour sa deuxième édition, le Villers Pass'Tourisme a généré un chiffre d'affaires de **2 968,21 €**, soit **1,5 %** du global. Avec **355 exemplaires vendus (+ 42 %)**, la nouvelle formule a trouvé son public.

Pass diffusés

	2008	2007	évol%
Total pass commercialisés	355	250	+ 42 %

→ Le contexte

- Une météo fraîche pendant la période estivale, favorable à la pratique d'activités

→ Les actions de dynamisation

- Nouvelle formule beaucoup plus attractive : 12 gratuités au lieu de 10
- Augmentation du nombre de privilèges > beaucoup plus attractifs et comportant des gratuités
- Edition de supports de promotion avec un visuel très attractif (mascotte dino)
- Promotion du produit assurée par une mascotte DINO en peluche : en centre ville et sur la digue
- Visuel publicitaire à l'entrée de l'Office, et sur tous les panneaux d'animations en ville
- Annonces micro régulières en centre-ville et sur la digue

XI.10 Vente pour compte de tiers

Afin d'offrir le service le plus large possible à ses clients, l'Office de Tourisme et d'Animation assure la revente de prestations ou de produits pour le compte de tiers. Seule la commission est prise en compte dans le chiffre d'affaires de l'EPIC.

Conformément à sa mission d'animation locale, l'Office de Tourisme soutient les initiatives qui contribuent le plus à l'animation touristique et culturelle de la station en assurant la revente des produits et prestations concernés sans percevoir de commission.

Chacune de ces prestations donne lieu à des conventions :

- convention avec l'Association Paléontologique pour la vente de revues, ouvrages et produits divers, avenant passé le **18 février 2008**
- convention avec Villers Animation et Loisirs pour la vente des prestations et produits dérivés de l'association (brochures audiovisuelles, promenades visites, des rallyes), avenant passé le **11 février 2008**
- convention avec Keolis Calvados pour la revente des tickets bus verts (avec augmentation à 5% de la commission rétrocédée à l'Office) passée le **6 septembre 2007**

Partenaire	CA généré TTC	Commission Office de Tourisme HT
Association paléontologique	1 019,00	0
Villers Animation et Loisirs	2 384,00	0
Keolis Calvados	7 937,40	338,95
Total	11 340,40	338,95

XI.11 Pour mémoire : animations gratuites

Par définition, ces activités ne génèrent pas de chiffre d'affaires. Cependant, un produit a été commercialisé à l'occasion d'une animation gratuite pour un total de **67,73 €** (nappes du pique-nique).

XII) RECAPITULATIF DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE

La stratégie marketing triennale approuvée par le Comité de Direction du 19 septembre 2005 comporte 3 axes majeurs :

1) Fidélisation : devenir une référence dans la gestion de la relation client

- accueil : accueil dans l'Office, accueil hors les murs en partenariat avec les professionnels
- incitation à la consommation : mailings, Pass'Tourisme
- communication avec les résidents --> fichier « club Villers »

2) Conquête : positionner Villers sur le marché très concurrentiel des courts séjours marchands (hors saison)

- développement et commercialisation des produits courts séjours

3) Notoriété : poser les bases d'une politique d'image s'inscrivant sur le long terme

- asseoir la marque Villers : produits dérivés à l'effigie de Villers
- conquérir une visibilité : campagnes d'affichage, relations presse, promotion des balades nature et des grands événements
- acquérir des labels et des trophées pour valoriser nos actions auprès des institutionnels et des médias

L'année 2008, dernière année de la mise en œuvre de la stratégie (2006-2008), a vu la concrétisation des actions suivantes :

Axe 1 : fidélisation

- **Nouvelle signalétique** au sein de l'Office de Tourisme pour indiquer l'accueil d'un côté et la boutique de l'autre (ventes et inscriptions), permettant de mieux gérer les flux et diminuer ainsi les files d'attente
- **Pérennisation des animations conviviales et familiales** : Pique-nique géant, Fête du dinosaure, Guinguettes du bord de mer, Concours de plage
- **Développement de nouvelles manifestations** : Fanfaronnades Gourmandes tous les samedis du mois de mai en centre ville, Courses de caisses à savon (1 année sur deux), Courses de lévriers en août, Rassemblement de véhicules de légende « Porsche » fin août.
- **Nouvelle formule du Villers Pass'Tourisme** avec 12 gratuités au lieu de 10 (en 2007) et actions de promotion en ville avec la mascotte Dino (peluche géante)
- **Développement des Ateliers du Méridien** pendant les petites vacances scolaires pour satisfaire principalement les résidents permanents et secondaires
- **Développement de notre offre culturelle en moyenne saison** destinée à fidéliser les résidents secondaires et inciter ces derniers à multiplier leurs séjours à Villers : ateliers des chefs (démonstrations de recettes et dégustations), visites guidées avec le Pays d'Art et d'histoire et conférences artistiques
- **Mise en étude d'une enquête de satisfaction auprès des résidents secondaires** pour améliorer notre offre en terme de services et de produits > début du sondage prévu en janvier 2009
- **Aménagement d'un coin enfants** au sein de l'Office avec petites banquettes et livres enfants
- **Cartes d'abonnement** pour les balades nature, les ateliers des chefs et le cinéma (enfants) à partir de janvier 2009

Axe 2 : promotion

- Mise en place sur le site Internet de Villers d'un outil d'information sur les **disponibilités** des hébergements de la station
- Relais via le site Internet de Villers des **offres promotionnelles basse saison** des hébergements de la station
- **Participation à des salons touristiques** et des journées de rencontre : « Salon Normandie » à Bruges (Belgique) en mars, Journée Rencontres Départementales du Tourisme à Caen et Hippodrome de Clairefontaine
- **Développement des mini-sites**
- **Réalisation de dépliants attractifs** pour annoncer le programme complet des petites vacances scolaires (cinéma, événements, animations enfants, CALM, balades nature, autres animations organisées par les associations de Villers) et éviter ainsi la multiplication de tracts
- **Amélioration de la communication de proximité** auprès des résidents permanents et secondaires :
 - o 1/ Mise en place de panneaux d'animations colorés (1,50m x 1m) à plusieurs lieux stratégiques de la station > présentation de l'agenda des animations et zoom sur les grands événements
 - o 2/ Distribution du programme des animations des petites vacances scolaires et du cinéma dans les écoles de Villers
- **Démarrage d'une promotion à destination des groupes** : développement de nouveaux produits, adaptation de nos circuits actuels, création d'un fichier et achat de nouveaux contacts (mairies, autocaristes, associations, clubs...), mise en place de partenariats avec les prestataires de loisirs, les hébergeurs et les restaurateurs de Villers, réalisation d'une brochure complète comportant tous nos produits Groupes, la location de nos salles, les prestataires partenaires... édition prévue en janvier 2009. Insertions dans les brochures Groupes 2008/2009 de Trouville et Honfleur en partenariat.

Axe 3 : notoriété

- **Affichage à la gare St Lazare** (Paris).
- Obtention en avril du **Trophée du Tourisme du Calvados** pour le produit des balades nature « Villers, Terre de Géologie » : remise officielle à la CCI de Caen, articles dans la presse locale et institutionnelle, reportage sur RCF et France 3... Possibilité de publier le logo du Trophée sur toutes nos brochures touristiques 2009.
- Démarche pour l'obtention du **LABEL FAMILLE PLUS « Mer »** : dossier en juin, audit en juillet/août, commission en janvier 2009 ; Possibilité de publier le logo du LABEL sur toutes nos brochures touristiques et d'animation 2009.
- **Développement d'une ligne de produits dérivés** Villers vendus à l'espace boutique
- Commande d'un **reportage photos** sur Villers pour améliorer notre communication
- **Développement des relations presse**
- Organisation de séjours avec la **presse étrangère**, anglaise notamment
- Edition d'un dossier de presse pour les balades nature et envoi aux médias spécialisés
- **Insertions publicitaires** dans magazines régionaux hauts de gamme (Pays de Normandie, Normandie Passion, Revue du Pays d'Auge...)
