



RAPPORT D'ACTIVITE
Lors de
L'ASSEMBLEE GENERALE
de l'association Office de Tourisme

Le Mercredi 31 Mai 2017

Au Palais des Congrès

Av. Théodore Aubanel

13460 Les Saintes Maries de la Mer

**ACTIVITES REALISEES DURANT L'EXERCICE
DU 1^{er} JANVIER AU 31 DECEMBRE 2016**

FREQUENTATION TOURISTIQUE

Bilan Quantitatif & Qualitatif de la saison touristique

Pour l'ensemble des administrateurs qui sont aussi des professionnels du tourisme, on constate la même chose. Un printemps assez difficile à cause d'une météo peu clémente, une absence de pont au mois de mai 1^{er} mai & 8 mai tombaient un dimanche, et Pâques très tôt cette année, fin mars.

Un mois de juillet très calme aussi pour les professionnels du tourisme présents, alors qu'à l'office de tourisme nous avons enregistré une progression de + 17% sur ce même mois. Nous attribuons ces chiffres à une forte clientèle d'excursionnistes qui sont venus découvrir ou redécouvrir la Camargue et les Saintes Maries le temps d'une journée.

Ces visiteurs étaient logés pour la plus part à moins de 2h de voiture.

Il faut noter aussi que la clientèle que nous avons eu cette année, avait un budget très serré.

Les hôteliers constatent une augmentation de courts séjours par rapport à l'année dernière.

L'accueil de groupes a permis à certain professionnel de bien travailler en avant saison. Force est de constater que l'arrière-saison a été particulièrement bonne avec une belle fréquentation les week end et ce jusqu'au 11 novembre.

Pour les activités de pleine nature, la sécheresse a évité une propagation de moustiques cette année permettant une découverte en toute quiétude.

D'une façon générale même si cette année ne restera pas dans les annales, nous avons su « tirer notre épingle du jeu » surtout si l'on considère les événements tragiques du début de saison (grèves, pénurie d'essence, attentats ...) ainsi que la politique de prix « cassés » que pratiquent nos voisins Espagnols & Portugais.

Nous avons eu aussi une bonne affluence touristique pour les fêtes de fin d'année surtout du 27 décembre au 3 janvier avec des animations quotidiennes très appréciées de nos visiteurs ainsi qu'un magnifique feu d'artifice clôturant cette fin d'année.

Quelques chiffres :

L'office de tourisme a accueilli en 2016 : **186 501 visiteurs avec une moyenne mensuelle de 15 540 visiteurs contre 188 766 visiteurs en 2015. (-1.2%)**

Les entrées à l'office de tourisme :

MOIS	2015	2016	ECART
Mai	26 113	20 915	-20 %
Juin	19 704	22 042	+12%
Juillet	25 264	29 645	+ 17%
Août	35 320	35 171	-0.42%
Septembre	24 571	22 457	-9 %
Octobre	13 449	13 717	+2%
TOTAL	144 421	143 947	-0.3%

Quelques chiffres à retenir :

Jeudi de l'Ascension (5 mai) : 1 475 entrées

Pèlerinage (24 & 25 mai) : 2 403 entrées

Feria du Cheval (du 14 au 18 juillet) : 6 959 entrées sur 5 jours

Samedi 15 Août : 1 631 entrées

1^{er} Mercredi de septembre (course de Tau oblige) : 1 252 entrées

Qui sont nos demandeurs de brochures ?

Nous pouvons obtenir avec notre nouveau logiciel GAIA, une répartition précise des demandeurs de brochures, origine géographique, pays ...

L'origine géographique **des demandeurs de brochures** auprès de nos services est la suivante :

- **90 % des demandes sont françaises**

Voici le top 6 des départements :

- 1 Bouches du Rhône
- 2 Rhône
- 3 Var
- 4 Alpes Maritimes
- 5 Isère
- 6 Gard

Le département du Gard passe de la 3^{ème} à la 6^{ème} place

Les 3 villes les plus demandeuses sont : Marseille, Paris & Lyon

- **10 % des demandes proviennent de l'étranger**

Voici le top 6 pays les plus demandeurs :

- 1 Belgique
- 2 Allemagne
- 3 Italie
- 4 Espagne
- 5 Autriche
- 6 Suisse

En conclusion, nous avons une clientèle de proximité importante qui s'étendrait sur un triangle imaginaire Lyon – Toulouse – Nice

C'est une clientèle qui fréquente Les Saintes Maries quasiment toute l'année, le temps d'un week end.

La clientèle Allemande, comme nous le disions, revient en Camargue et sur la méditerranée, et passe même devant l'Italie. Ceci s'explique essentiellement par l'instabilité qui règne dans les pays du Maghreb.

Nous avons ensuite nos clientèles fidèles, Italiens & Belges ;

Il faut noter que l'Espagne fréquente de plus en plus la Camargue (6^{ème} place en 2015 4^{ème} place cette année) et l'Autriche qui arrive doucement sur le marché.

ADHERENTS ET BUDGET DE NOTRE ASSOCIATION

Notre association était constituée en 2015 de **268** adhérents répartis de la façon suivante :

- 88 loueurs de meublés saisonniers
- 47 hôtels et hôtels restaurants
- 27 restaurants
- 21 commerces
- 85 prestataires de services

Le montant global des cotisations pour l'année 2015 était de : 73 966 €

En 2016, nous avons 260 Adhérents répartis comme suit :

- 76 loueurs de meublés saisonniers
- 46 hôtels & et hôtels restaurants
- 27 restaurants
- 23 commerces
- 88 prestataires de services

Le montant des cotisations pour l'année 2016 est de : 73 785 €

Il faut noter une baisse chez les loueurs de meublés saisonniers (- 12) par contre une augmentation chez les prestataires de services. (+3) et les commerces (+2).

Par contre une belle progression pour 2017, nous enregistrons 323 adhérents, soit 63 de plus, avec 113 meublés saisonniers soit 37 de plus, 29 restaurants, 28 commerces le reste étant identique.

COTISATIONS

Afin d'éviter une forte augmentation tous les cinq ou six ans, le tarif des adhésions augmentera régulièrement de 1,5 % comme nous l'avions indiqué lors de l'Assemblée Générale du 20 mars 2006 ; ce qui ramène le prix des cotisations à :

Types de Cotisations	2015	2016	2017	2018
Hôtel de moins de 5 chambres Chambres Privées Chambres d'Hôtes Gîtes Ruraux Gîtes Equestres	342.00 €	347.00 €	352.00 €	357.00 €
Location de Meublés Saisonniers de 1 à 4	227.00 €	230.00 €	233.00 €	236.00 €
Hôtels NH, 1 et 2 *	457.00 €	464.00 €	470.00 €	477.00 €
Hôtels 3*	685.00 €	695.00 €	705.00 €	715.00 €
Hôtel 4 & 5 *	911.00 €	924.00 €	937.00 €	951.00 €
Restaurants	194.00 €	197.00 €	199.00 €	202.00 €
Prestataires de services	194.00 €	197.00 €	199.00 €	202.00 €
Commerces	114.00 €	116.00 €	118.00 €	120.00 €

**LES ACTIONS DE L'OFFICE DE TOURISME
DU 1^{er} JANVIER AU 31 DECEMBRE 2016**

1 – Editions de documents

- **Le Guide des Hébergements / Commerces / Loisirs**

C'est l'un de nos principaux supports de communication. Il recense l'ensemble de nos adhérents.

En 2016 les pages de couverture ont été illustrées par des images plus « Camargue » données par un photographe d'Arles, Vincent Recordier.

12 000 documents ont été édités pour un montant de 16 260.00 €

- **Le guide touristique**

Ce guide touristique, très riche en textes et en informations diverses, histoire, traditions, élevage ... il est notre principal support de communication lors de nos déplacements sur des salons de tourisme et fait le bonheur de nos visiteurs car il est énormément distribué au comptoir.

C'est un document entièrement financé par la régie publicitaire.

Il est édité en 20 000 exemplaires.

- **Le document d'appel**

Basé essentiellement sur l'image avec beaucoup moins de texte qu'avant, ce document a pour fil conducteur les principaux thèmes qui font la richesse de notre station.

Ce document est aujourd'hui traduit en **5 langues** afin de satisfaire au mieux nos clientèles étrangères.

Français- Anglais - Allemand - Italien - Espagnol et Hollandais ce qui était l'un de nos objectifs pour ce début d'année 2016.

Nos visiteurs étrangers sont à la fois surpris et ravis d'avoir un support d'information en leurs langues, ce qui montre une certaine reconnaissance de la clientèle. **Coût : 9 987 €**

- **Plans encollés**

Ce document est un outil indispensable pour l'accueil de notre clientèle, nous avons réédité un plan recto/verso du village et de la Camargue sur un format A3, encollé par liasse de 100 du style « sous-mains ». Nous avons pensé qu'il été judicieux cette année de prolonger ce plan du côté ouest du village pour mettre en valeur les aménagements (promenades du bord de mer) qui ont été réalisés par la commune sur cette partie du village.

Sur ce plan en couleur figurent des photos des principaux sites à visiter à la fois dans le village et à l'extérieur. Nous l'avons édité en 50 000 exemplaires. **Pour un montant de 1 920 €**

- **Camargue Naturellement**

Ce document reprend les différents itinéraires à vélo ou à pied autour des Saintes Maries et sur la Camargue. La dernière version a été enrichie de photos d'oiseaux les plus fréquemment rencontré en Camargue, et ce afin de satisfaire la demande de nos touristes désireux de découvrir cette nature exceptionnelle qui nous environne, nous avons travaillé sur la conception d'une nouvelle version de ce document, avec des cartes indiquant les itinéraires, des photos aux points stratégiques et également une partie sur la végétation Camarguaise.

Il faut souligner que l'ensemble de nos documents est fourni gracieusement à nos visiteurs.

Nous l'avons édité en 10 000 exemplaires pour un montant de 2 275 €

- **Plan de Camargue.**

En collaboration avec le Parc Naturel Régional de Camargue, nous éditons un plan de Camargue élargi, informant le visiteur sur la découverte du patrimoine naturel et culturel. Ce plan est édité en Français, Anglais, Allemand, Italien & Espagnol. Ce qui représente au total **11 000 documents**

Si l'on ajoute à cela, les enveloppes, les pochettes presse, les feuilles en-tête ...

Le coût global des éditions s'élève pour l'année 2016 à : 29 905.00 €

Il faut rappeler que l'ensemble de nos documents est téléchargeable sur notre site internet et beaucoup de nos prospects l'utilisent, ce qui engendre des économies progressives à la fois sur les éditions mais aussi sur l'affranchissement.

2 – Envoi de documentation

Nous avons enregistré en 2016, 1 801 demandes de clients qui souhaitent recevoir nos brochures. Nous constatons une baisse régulière de l'envoi de documentation (437 en moins par rapport à 2015) ce qui se justifie par un engouement du multimédia.

Ce qui correspond à **9 180 documents expédiés**.

Les documents les plus demandés sont : le guide touristique, le guide des hébergements, le document relatif aux randonnées (809 expédiés) & les plans.

Dans chaque courrier que nous adressons ce trouve systématique le programme annuel des animations.

Il faut noter que nous incitons nos prospects, tout au long de l'année à consulter notre site internet pour obtenir des informations plutôt que leurs envoyer systématiquement de la documentation ; ceci permettant de réaliser des économies sur l'affranchissement, malgré une hausse constante des tarifs postaux.

Outre l'envoi de documentation aux touristes potentiels, nos services envoient régulièrement le programme mensuel des manifestations aux adhérents ne possédant pas internet ainsi qu'à un réseau de clients fidèles ce qui correspond à plus de 120 courriers par mois.

Il faut souligner également que nous avons un « réseau » de 45 offices de tourisme auxquels nous adressons les affiches des principales animations et spectacles que nous transmet le comité des fêtes, ce qui correspond à 70 € par envoi.

**Le coût global de l'affranchissement s'élève à 10 230 € contre 10 925 € en 2015.
des chiffres quasiment identiques d'une année sur l'autre à titre indicatif il était de 21 249 € en 2006
Soit une baisse de 51.9 % en 10 ans**

A l'inverse, nous traitons chaque année, plus de **1 350 mails**.

Force est de constater que les métiers du tourisme évoluent et de plus en plus de nos visiteurs se sont déjà renseignés par leur propre moyen sur internet, même si la clientèle qui fréquente notre destination a encore besoin de supports papier.

3 – Communication

Salon de Tourisme

- **En 2016, Salon Mahana Lyon**

Du 4 au 6 mars 2016, 10 partenaires de l'office de tourisme se sont partagés un stand de 36 m² avec en tout 8 banques et une réserve centrale avec de superbes visuels de 3 mètres de haut sur 2 mètres de large.

Il faut remercier ces partenaires qui ont vraiment joué le jeu en faisant passer l'intérêt de la destination avant le leur.

Cette mise en avant a été faite grâce à des dotations, des jeux concours, des insertions publicitaires, la dégustation de produits régionaux sur le stand et surtout aussi par 2 guitaristes gitans qui sont venus animer le stand.

Situé à l'entrée du Salon, nous démarquant par une animation de qualité, nos tenues vestimentaires de tradition, nos visuels nous avons bénéficié d'une forte attractivité.

Certains partenaires ont déjà eu des retombées directes, l'office de tourisme afin de quantifier les retours a « encarté » un bon cadeau dans les brochures.

Sur présentation de ce document auprès de nos services, une boîte de fleur de sel et un sachet de riz de Camargue sont offerts.

23 bons cadeaux nous ont été retournés.

Ce qui est très positif aussi c'est d'avoir réuni sur un même stand des partenaires avec des activités différentes et d'avoir privilégié la destination.

Internet / Multimédia

- **Fréquentation du Site**

Nous avons eu pour l'année 2016 : **662 597 visiteurs** sur notre site internet.

Le Top 3 des pages les plus visitées :

- Webcam : **475 165 visites**
- Agenda des manifestations : **127 515**
- Les Hébergements : **62 770 visites**

L'ensemble des vidéos a été vu plus de 27 000 fois et la page d'accueil sur laquelle nous mettons en exergue les principales animations du moment a eu 350 000 connexions.

La majeure partie de nos internautes est Française (70%) puis Allemande, Italienne et Belge.

Je vous rappelle que notre site est en **Web Responsive Design** ce qui permet de s'adapter automatiquement à l'espace disponible sur l'écran que ce soit des smartphone ou tablettes.

- **Facebook**

La page Facebook de l'office de tourisme, animée par le personnel, est la plus importante non seulement du pays d'Arles, mais du Département des Bouches du Rhône avec : 33 804 fans soit 4 390 de plus que l'année dernière.

Cette page est animée régulièrement par nos services, mise en ligne de photos, d'actualités diverses, animations, vœux ...

A titre d'exemple, voici le nombre de « Fans » des autres offices de tourisme

- Aix en Provence : 8 186 fans
- Marseille : 13 814 fans
- Arles : 11 129 fans
- St Remy : 9 634 fans
- Les Baux de Pce : 4 009 fans

- **Réservation en Ligne via notre site : Availpro**

Je vous rappelle que via notre site internet, il existe un système de réservation en ligne pour lequel notre site sert uniquement de passerelle.

Ce système de réservation avec paiement sécurisé, est commercialisé par la société AVAILPRO dont le choix a été motivé par le faible coût de leur prestation.

Envoi mailing & e-mailing sur fichier clientèle.

Afin de fidéliser notre clientèle, nous continuons à conserver l'ensemble des mail reçus tout au long de l'année afin d'établir une base de données utilisée pour l'envoi de nos vœux et la présentation de nos nouvelles brochures.

Accueil Presse

Par l'intermédiaire de Bouches du Rhône Tourisme ou par l'intermédiaire du Comité Régional du Tourisme ou directement, notre structure a accueilli pour l'année 2016, **12 supports médiatiques français et étrangers**, presse écrite ou télévisuelle.

Parmi les principaux, nous avons eu les télévisions françaises, TF1, France 2 & France 3 pour le Pèlerinage France 2 aussi pour le magazine « Visite Privée présenté par Stéphane Bern, la Maison France 5, Les Animaux de la 8 pour la chaîne C8, TV5 Monde ainsi que des journaux comme Femme Actuelle, Le Monde du Camping-Car, Magazine Balades qui nous fait un bel article sur les randonnées en hiver avec notamment les parades nuptiales des flamants roses.

Nous avons eu également par l'intermédiaire du Comité Régional du Tourisme, un éducateur composé de 8 Tours Operators Chinois du 23 au 25 septembre dernier.

Ces contacts permettent d'obtenir des articles sur les Saintes Maries et la Camargue et de promouvoir ainsi notre destination à moindre coût.

L'hébergement de ces journalistes étant financé à 75% par Bouches du Rhône Tourisme, seuls les repas et les activités sont à la charge totale de l'office de tourisme.

Insertion Publicitaire

Nous avons acheté en 2016 plusieurs pages de publicité dans divers supports :

- **Femme Actuelle**

Pour renforcer notre communication, Frédéric Fabi a contacté un commercial du magazine Femme Actuelle pour avoir une idée de tarif pour une page de publicité.

En phase de bouclage, nous avons eu beaucoup de chance, car nous avons obtenu un prix défiant toute concurrence : **2 700 € HT la page au lieu de 12 800 €** pour une parution dans les 6 départements de la PACA (04, 05, 06, 13, 83, 84) soit **177 000 exemplaires**.

Sortie du magazine prévue pour le 4 juillet.

- **Partir en France**

Nous avons été sollicité par le magazine « Partir en France », un trimestriel, édité en 100 000 exemplaire pour une insertion publicitaire.

Le N°2 de ce magazine, le daté Janvier / Février / Mars pour un cahier de 8 pages sur la Camargue. La cible de ce magazine, sont les 40 ans et +, invitant à découvrir en couple, en famille ou entre amis, la première destination touristique mondiale qu'est la France.

En retour, nous avons acheté une page de publicité à 1 800 € TTC au lieu de 7 500 € prix de départ initial.

- **Journal Farandole**

L'office de tourisme a pris un encart dans le mensuel Farandole du mois de juin, mettant en avant la destination bien sûr mais aussi les rendez-vous de l'été, comme la Feria du Cheval, les Spectacles Equestre, la Festo Vierginenco, Camargue Plurielle, la Fête de la Saladelle ...

Le coût de l'opération est de 2 300 € H.T

Il faut rappeler que Farandole est un mensuel édité à 35 000 exemplaires, sur les Bouches du Rhône, le Gard et le Vaucluse.

Un support de communication intéressant pour notre clientèle de proximité.

- **La Gazette Mag été (supplément de la Gazette de Nîmes & Montpellier)**
- **Le Journal des Plages**

Sans oublier aussi : Les 100 « Plus Beaux Détours de France »

Dans le cadre de notre partenariat avec Bouches du Rhône Tourisme, nous avons eu 1/2 page dans le journal La Provence du 11 juillet, mettant en exergue les temps forts de la Feria du Cheval.

Agence de Communication

Ce que nous vous avons présenté comme projet l'année dernière, c'est réalisé puisqu'en début d'année, nous avons signé un partenariat tripartite Office de Tourisme – Semis & l'Agence BLIZKO

Cette agence basée sur Lyon a une bonne connaissance du territoire

Nous allons profiter via cette agence de communiquer aussi sur nos traditions, notre environnement naturel, nos animations, tout ce qui fait le charme de notre destination.

Le but aussi est de recentrer la Camargue sur Les Saintes Maries car la Camargue au fil des années a été diluée et il est important de se battre pour redorer notre image.

Communication Diverse

Animation sur l'aire de Lançon de Provence

Cela fait la 3^{ème} année que nous participons en collaboration avec Bouches du Rhône Tourisme et d'autres offices de tourisme à l'animation de l'aire de repos de Lançon de Provence.

Vinci Autoroute nous a proposé un espace sur le village d'animation de l'aire ouvert du vendredi au lundi tout l'été à partir du 4 juillet. Bouches du Rhône Tourisme a recruté un conseiller en séjours qui a été présent sur le site. Nous avons été présents au travers de brochures, soit 300 guides touristiques qui ont été distribués.

Spots Radio

Durant la saison, nous avons fait également des interventions sur différentes radios, Trafic Info pour l'émission « Cap au Sud », France Bleu Provence, Radio Camargue mettant ainsi en exergue nos animations mais également notre destination, nos traditions.

Support Vidéo Ligne de Bus 40

Nous avons reçu une proposition sur un support innovant avec une communication ciblée à savoir la diffusion d'un spot vidéo dans les bus qui font la navette entre Aix en Provence, Gare TGV, Aéroport. 2 écrans d'information par autocar, des spots de 12 secondes répétés plus de 600 fois par jour avec la possibilité d'avoir une programmation annuelle adaptée.

Nous nous sommes servis de nos vidéos présentes sur le site « La Camargue au fil des saisons » comme base de travail. A chaque saison une nouvelle vidéo est diffusée, avec une incrustation de texte. La campagne de diffusion s'arrête cet été.

Ce sont plus de 520 000 voyageurs **qui ont pu voir la vidéo.**

Le coût 2 630 € TTC

Concours Photo.

Notre photothèque étant vieillissante nous avons émis l'idée lors d'un Conseil d'Administration, de créer un concours photo afin de la renouveler partiellement.

Il faut remercier David Brun qui est l'instigateur de ce concours et Frédéric Massoubre qui nous a permis d'avoir une belle dotation : une semaine en mobil home offerte au gagnant.

C'est au travers de la page Facebook de l'office de tourisme que ce concours intitulé : « Inspiration Camargue » a été mis en place par l'intermédiaire de l'application : Socialshaker

Durant tout le concours, David a joué le rôle de médiateur, vérifiant si les images postées correspondaient bien aux thèmes : Delta du Rhône, Nature, Paysages, Faune & Flore ...

Ce concours a duré 3 mois du 15 août au 15 novembre.

114 photos ont été sélectionnées.

Les candidats ont posté des images ce qui correspond à 1803 participations, car en fait le gagnant du concours a été élu par les participants eux-mêmes, garantissant une parfaite neutralité de notre part.

Nous pourrions décliner ce concours sur des textes, des citations ou autre et faire faire « revivre » ainsi le site **Inspiration Camargue**.

4 – Commercialisation

- **Escapade en Camargue**

Ce produit touristique commercialisé par notre association ne connaît pas un réel essor, 8 séjours vendus cette année contre 11 l'année dernière.

Nous concentrons cependant nos efforts pour inciter nos prospects à acheter ce produit touristique mis en avant sur notre site internet et diffusé aussi dans les courriers.

Il faudrait éventuellement revoir notre politique tarifaire à ce sujet ou un plan de communication accru comme cela avait été fait en 2007 / 2008 avec l'élaboration d'un dossier de presse complet réalisé par notre attachée de presse.

Escapade en Camargue permet le temps d'un week-end de découvrir notre village hors saison en choisissant à la carte, la formule d'hébergement et les activités

- **Visites Guidées du village**

Une baisse cette année malgré un nombre de sortie plus important.

18 sorties contre 17 en 2015 ce qui a rapporté 2 100 € contre 2 700 l'année dernière soit une baisse de 22 % alors que nous étions à + 27 % en 2015.

Plus de sorties mais avec des groupes plus petits.

Nous constatons encore cette année, une absence de visite pour les individuels, sachant que notre guide sort pour un nombre minimum de 6 personnes.

Nous vous rappelons que ces visites se font en français uniquement, la durée, incluant la montée sur la terrasse de l'Eglise est d'environ 2h.

La périodicité de ces visites est la suivante : les mardis & vendredis à 14h et 10h les mois de juillet & août.

Les tarifs sont de 7 € par personne et de 5 € pour les groupes et enfants et jeunes de 6 à 18 ans.

5 – Divers / Equipement

- **Panneau Info Guide**

Nous avons installé en début de saison dernière, à l'extérieur de l'office de tourisme un panneau d'information Infoguide avec borne tactile interactive.

Cette borne tactile est en fait le reflet de notre site internet rendu possible puisqu'il est maintenant en Web Responsive Design.

Nous avons dû faire quelques modifications pour y intégrer la disponibilité hôtelière journalière.

Ainsi au travers de codes couleurs, rouge ou vert, le visiteur sait avec précision l'état des disponibilités.

- **Classement de l'Office de Tourisme**

Conformément à notre objectif qui avait été fixé l'année dernière, nous sommes parvenus à faire classer notre office de tourisme en Catégorie II. La décision a été rendue par la Préfecture des Bouches du Rhône le 7 avril dernier.

Nous nous attachons maintenant au classement de notre office de tourisme en Catégorie I mais nous devons pour cela, obtenir le Label Qualité Tourisme.

6 – Événementiel

- **Salon du goût et des Saveurs de Camargue.**

Pour la 2^{ème} année consécutive, ce salon a eu lieu les 28 & 29 décembre au milieu des vacances de Noël.

Durant ces 2 jours, nous avons pu rencontrer les chefs de cuisine, les producteurs, les viticulteurs et artisans de la région avec exposition, vente directe et dégustation de produits.

Nous avons savouré les préparations culinaires lors des démonstrations de cuisine préparées par les chefs du Conservatoire des Cuisines de Camargue.

Nous avons appris aussi à déguster les vins de Camargue avec un œnologue, consulter un expert en nutrition méditerranéenne.

Mais aussi pour les enfants un concours de cuisine primé, qui a tenu toutes ses promesses.

Une grande réussite donc pour ce Salon du Goût version 2015.

Un grand merci à Roger Merlin pour son implication car c'est grâce à lui que cette animation connaît un réel succès.

L'office de tourisme a été impliqué dans la communication autour de l'événement et le financement des affiches et flyers. Coût 732 €

- **Festival de la Camargue & du Delta du Rhône**

L'office de tourisme a organisé et financé la soirée d'ouverture du 8^{ème} Festival de la Camargue et du Delta du Rhône aux Saintes Maries qui s'est déroulée au Relais Culturel, le samedi 30 avril dernier. Malheureusement, en même temps que l'inauguration de l'église, malgré tout, 80 personnes étaient présentes pour assister à la diffusion du film « La Bas sur nos Rivages » en compagnie de la réalisatrice Emma BAUS. Il faut remercier l'équipe du Festival qui était présente, son Président Fondateur, Jean Paul GAY, Monsieur Le Maire de Port Saint Louis du Rhône, Martial ALVAREZ, Monsieur CHASSAIN ainsi que les élus Saintois qui nous ont fait l'honneur de leur présence.

Emma a ensuite répondu aux questions des spectateurs, puis cette soirée s'est clôturée par une dégustation de produits régionaux que nous avait préparé le Conservatoire des Cuisines de Camargue.

L'office de tourisme a pris en charge les frais liés à l'hébergement, à la restauration de la réalisatrice ainsi que la dégustation.

Coût de l'opération : 655 €. Une action que nous comptons reconduire l'année prochaine.

- **Les Rendez-vous passion à l'office de tourisme**

Pour dynamiser l'accueil de notre office de tourisme et tisser des liens avec nos partenaires, nous avons organisé cet été encore, des « pots d'accueil » durant lesquels, des hommes et des femmes amoureux de leur pays, nous ont fait partager et découvrir un territoire d'exception.

Ces opérations ont permis de faire connaître les produits à nos visiteurs et ce entre 11h et 13h (heures où l'office de tourisme est le plus fréquenté) autour d'un verre.

Ces rencontres ont eu lieu les mardis du 22 juillet au 26 août

Les thèmes choisis ont été les suivants : Elevage, Produits de Terroir, Riz, Vin, Histoire & Monuments, Ornithologie ...

La communication autour de ces rencontres a été faite par de l'affichage dans nos locaux, le réseau de sonorisation de la ville, des courriels adressés à nos partenaires chaque semaine, mais aussi des insertions dans le journal la Provence et bien sur la page Facebook de l'office de tourisme.

Opération très bien perçue par nos visiteurs.

Il faut remercier les intervenants :

Roger Merlin pour la partie cuisine et produits du terroir, Frédéric Lamouroux pour l'ornithologie, Florence Pidou-Clauzel pour l'élevage, Françoise Rozières pour le riz de Camargue, Hélène Michel pour le vin, Martine Guillot qui nous a parlé de l'église.

- **Dégustation des 13 desserts à l'office de tourisme**

C'est la deuxième année que nous organisons une dégustation des 13 desserts à l'office de tourisme durant les fêtes de Noël & de fin d'année.

Plus de 270 personnes sont venues le samedi 23 décembre, partager ce moment convivial autour de la tradition Provençale.

Nos convives ont pu déguster oreillettes, fougasse, fruits secs, dates, pommes, raisins, nougat ... et partager un verre de Cartagène.

Coût de l'opération : 337.00 €

7 – Personnel

Depuis le 11 avril 2015, nous avons embauché une jeune Saintoise, Tessy Rejl qui est venue renforcer notre équipe pour une durée de 8 mois, ce contrat à durée déterminée a été renouvelé cette année encore. Une autre Saintoise, Frédérique RANC va être embauchée à l'accueil dès le 1^{er} juin pour une durée de 6 mois pour permettre au Responsable Qualité et au Directeur de l'office de tourisme de travailler efficacement sur le Label Qualité Tourisme.

**LES PROJETS DE L'OFFICE DE TOURISME
DU 1^{er} JANVIER AU 31 DECEMBRE 2017**

Perspectives 2017 / 2018

- **Label Qualité Tourisme / Classement en Catégorie I**

Notre Responsable Qualité, Béatrix Petit et le Directeur de l'office de tourisme ont suivi un accompagnement de 4 journées de travail à Aix en Provence.

Je vous rappelle que seul les offices de tourisme labélisés peuvent prétendre à la Catégorie I. Obtenir le label, signifie mettre en place des procédures, des contrôles qualité permanents, rédiger un Manuel Qualité, mettre en place des questionnaires de satisfaction clients etc. ...

A la suite de quoi, un audit nous permettra ou non d'utiliser la marque.

Puis la seconde étape sera de rédiger un nouveau dossier de classement en Catégorie I.

C'est le classement en Catégorie I qui permettra ensuite à la commune si elle remplit toutes les conditions (services de santé, urbanisme, traitement des eaux ...) de prétendre à être classée Station Touristique.

Le fait que nous soyons **Station** ferait que nous ne perdions pas notre compétence tourisme au profit de l'Inter-Co Arles – Crau – Camargue – Montagnette suite à la promulgation de la loi NOTRe le 7 août 2015.

- **Partenariat avec Radio Camargue**

L'année dernière le Comité des Fêtes avait signé un partenariat avec notre radio locale, Radio Camargue, pour promouvoir les animations. C'est André Four qui s'était chargé de cette campagne de communication. Cette année, le Comité des Fêtes ne donnant pas signe de vie, Radio Camargue sollicite l'office de tourisme pour mettre en avant la programmation des animations au travers de spots publicitaires pour la période : juillet à novembre.

Soit 125 jours de communication avec 6 spots par jour d'une durée de 30 secondes.

Coût de l'opération : 3 600 € TTC

- **Panonceau « Partenaire de l'office de tourisme »**

A la demande d'un loueur de meublés, Frédéric Fabi propose qu'un signe distinctif, type autocollant ou panonceau soit fourni aux différents partenaires adhérents de l'office de tourisme. Ce signe n'apporterait rien de plus aux partenaires si ce n'est une reconnaissance, une sorte de « label » qui engendrerait la confiance de nos visiteurs.

Ceci pourrait permettre aussi de gagner d'autres partenaires dans le village.

- **Webcam à Port Gardian**

Au vu du nombre de visiteurs, **475 165 visites** sur l'année 2016, les images de notre webcam diffusées sur le site internet de l'office de tourisme, sont très appréciées par nos internautes.

Cela permet de donner en temps réel la météo, l'état de la mer ... pour nos futurs visiteurs.

Face à cet engouement, nous pensons installer une autre webcam au niveau du bureau du Directeur de la SEMIS, bénéficiant ainsi d'une autre vue imprenable sur le port, la mer et la plage. Nous pourrions aussi installer un indicateur visuel (drapeau, girouette ...) pour voir s'il y a du vent.

Cette autre webcam viendrait s'ajouter à l'ancienne.

Coût : 175 € sans compter l'installation.

- **Insertions publicitaires**

Nous avons consacré en ce début d'année 2017, une part importante de notre budget à l'achat d'espaces publicitaires.

Marie-Claire : édition printemps qui couvrira l'arc méditerranéen avec un dossier spécial Camargue. Nous avons partagé avec la SEMIS les frais pour mettre en exergue notre destination. Coût 4 000 €

Magazine EDF / Engie : Nous avons pris dans cette plaquette, diffusée aux 35 000 C.E du groupe, une page de publicité, valorisant notre destination. Coût 1 000 €

L'Or Magazine : 15 000 exemplaires diffusés de Montpellier aux Saintes Maries, dans 35 communes soit plus de 400 points de dépôts plus 25 plages privées. Le bord de mer plus l'arrière-pays, Sommières, Vendargues, Saint Gilles ... Dans ce document-là qui touche un public de proximité, j'ai souhaité mettre en avant la programmation estivale de nos animations. Coût 2 000 €

La Gazette de Nîmes – Montpellier – Sète : Nous avons pris une double page dans ce Nouveau Guide Festival, édité en 40 000 exemplaires sur l'Hérault et le Gard. Un magazine qui paraîtra le 11 mai et qui aura une visibilité sur 6 mois. Dans ce magazine le lecteur y trouve l'ensemble des manifestations et programmations culturelles de l'Hérault et du Gard. Là aussi pour attirer cette clientèle Héraultaise qui a du mal à franchir le Rhône nous avons mis en exergue la programmation des animations de l'été avec des visuels que nous avons dû modifier nous même pour certain. Coût 4 000 €

- **Salon de Tourisme**

Nous participerons pour la 3^{ème} année consécutive au Salon de Tourisme Mahana de Lyon et nous envisageons selon le coût, de participer au Salon des Vacances de Bruxelles qui se déroulera du 1^{er} au 4 février 2018.

Ce salon est aujourd'hui le « salon » international de référence avec plus de 117 000 visiteurs en 2017.

- **Actions auprès des Socio-professionnels**

Le rôle de l'office de tourisme est aussi d'être un élément fédérateur pour l'ensemble des professionnels du tourisme local. A ce titre, et avec l'aide de divers intervenants, nous organisons des rencontres sur différents thèmes.

Il y a eu pour cette année 2017, 2 rencontres, l'une avec les loueurs de meublés saisonniers concernant l'inscription au RSI impulsé par M. Christian Couix et animé par la Présidente de l'UNPI (Union Nationale des Propriétaires Immobiliers) Mme RIPERT et M. DELORME, Expert-Comptable.

Une autre réunion a eu lieu avec l'ensemble des professionnels du tourisme, accès celle-ci sur le multimédia et animée par des représentants de la CCI d'Arles.

L'Assemblée Générale approuve le rapport moral à l'unanimité

**RAPPORT FINANCIER DE L'EXERCICE
DU 1^{er} JANVIER AU 31 DECEMBRE 2016**

Budget Réalisé 2016 et Budget Prévisionnel 2017

Postes	Budget Prévis. 2016	Budget Réalisé 2016	Budget Prévis. 2017
Charges			
Abon internet + Maint, Actu, Référencement	4 300,00 €	4 389,48 €	5 000,00 €
Refonte site + webcam	10 000,00 €	4 704,00 €	9 000,00 €
Abonnements / Cotisations	1 600,00 €	1 594,80 €	1 650,00 €
Affranchissement /BP / Loc machine affran- chir	13 000,00 €	10 229,92 €	13 000,00 €
Annonces et insertions publicitaires	5 000,00 €	13 428,00 €	14 000,00 €
Assurances	900,00 €	858,87 €	900,00 €
Comptabilité/honoraires	2 600,00 €	2 600,00 €	2 650,00 €
Editions	24 500,00 €	29 905,40 €	22 000,00 €
Electricité	3 000,00 €	3 923,73 €	4 300,00 €
Entretien réparations Alarme + maintenance	2 500,00 €	2 286,77 €	2 500,00 €
Foires et expositions	3 500,00 €	3 342,45 €	4 500,00 €
Fournitures administratives /équipement	6 500,00 €	3 233,08 €	4 000,00 €
Maintenance photocopieur	1 500,00 €	1 541,15 €	2 000,00 €
Maintenance informatique	1 200,00 €	1 060,08 €	1 200,00 €
Personnel mis à disposition	296 350,00 €	275 789,74 €	290 000,00 €
Communication	25 000,00 €	3 000,00 €	24 000,00 €
Petits achats divers + cadeau salon	500,00 €	292,06 €	300,00 €
Promotions relations presse	4 500,00 €	4 919,52 €	10 000,00 €
Sacem / Sprè	1 600,00 €	1 873,84 €	2 000,00 €
Services bancaires	50,00 €	111,80 €	200,00 €
Téléphone + Free + Orange Internet	6 700,00 €	5 834,79 €	6 500,00 €
Voyages et déplacements	500,00 €	905,15 €	1 400,00 €
Amortissements	1 680,00 €	1 680,00 €	1 680,00 €
Animations / Fest Oise / 13 dessert / rdv O.T	7 000,00 €	1 762,90 €	5 000,00 €
Salon du Goût Affiches	1 500,00 €	732,00 €	1 000,00 €
Location Standard	1 800,00 €	1 217,61 €	1 500,00 €
Total charges	427 280,00 €	381 217,14 €	430 280,00 €
Produits			
Cotisations	70 000,00 €	73 785,00 €	73 000,00 €
Subvention ville	352 000,00 €	352 000,00 €	352 000,00 €
Visites Guidées	2 000,00 €	2 100,00 €	2 000,00 €
Photos guide hébergements / Plans Encollés	3 000,00 €	3 060,00 €	3 000,00 €
Divers / dividende / EDF remboursement	280,00 €	280,00 €	280,00 €
Total produits	427 280,00 €	431 225,00 €	430 280,00 €
Résultat	0,00	50 007,86	0,00

L'Assemblée Générale après avoir entendu la présentation du budget par le trésorier, Roger Merlin, et après avoir entendu le rapport général et le rapport spécial de la Commissaire aux Comptes, approuve les comptes tels qu'ils sont présentés.

Il en ressort un bénéfice de : **50 007.86 € qui est affecté au report à nouveau.**

L'Assemblée Générale donne quitus au Président et au Conseil d'Administration de sa gestion de l'année écoulée.

Le rapport financier est approuvé à l'unanimité

Election des membres sortants

Sont rééligibles cette année :

Cathy AYME – Colette CALLIER – Jérôme FERTON - Jean GIRAN – Alexandra MIDDIONE

Cinq postes sont à pourvoir cette année en raison de démissions pour cessation d'activité ou liés au fait que certains administrateurs sont devenus membres es-qualité en devenant Conseillers Municipaux.

Cinq postes sont à pourvoir :

Se représente les cinq membres cités ci-dessus

Cathy AYME

Colette CALLIER

Jérôme FERTON

Jean Albert GIRAN

Alexandra MIDDIONE

Se présente pour accéder au Conseil d'Administration :

Marie ARNAUDET

Laura CAVALLINI

Valérie MALET

Nombre votants : 64

Nombre bulletins exprimés : 59

Nombre bulletins nuls : 5

Sont élus :

Cathy AYME : 42 voix

Colette CALLIER : 47 voix

Laura CAVALLINI : 49 voix

Jérôme FERTON : 51 voix

Valérie MALLET : 36 voix

Ont obtenu :

Marie ARNAUDET : 22 voix

Jean-Albert GIRAN : 17 voix

Alexandra MIDDIONE : 20 voix

Le Conseil d'Administration de l'Office de Tourisme se réunira dans les quinze prochains jours afin d'élire le nouveau bureau.