

L'Office de Tourisme en 2016

Une association qui compte : **260 Adhérents**

Une de ses missions : l'accueil

En vis-à-vis : **186 501 visiteurs** accueillis avec une moyenne mensuelle de **15 540 visiteurs**

Des dates importantes :

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

Par mail : plus de **1 350 mails traités**.

1801 demandes courrier traitées soit 9 180 documents expédiés.

Pour un coût global d'affranchissement de **10 230 €**

Nos supports de communication papier :

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

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

- **Le guide touristique**

Ce guide touristique, très riche en textes et en informations diverses, histoire, traditions, élevage ...

- **Le document d'appel**

Basé essentiellement sur l'image avec beaucoup moins de texte, ce document a pour fil conducteur les principaux thèmes qui font la richesse de notre station. Traduit en **5 langues** afin de satisfaire au mieux nos clientèles étrangères

- **Plans encollés**

Plan recto/verso du village et de la Camargue sur un format A3.

- **Camargue Naturellement**

Ce document reprend les différents itinéraires à vélo ou à pied autour des Saintes Maries.

- **Plan de Camargue.**

En collaboration avec le Parc Naturel Régional de Camargue

L'ensemble de nos documents est fourni gracieusement à nos visiteurs.

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

Une communication « Hors les murs »

- **Le salon Mahana de Lyon.** Un stand de 36 m2 avec 10 partenaires de l'office de tourisme. Plus de 20 000 visiteurs en 3 jours
- Animation sur **l'aire de Lançon de Provence** en collaboration avec Bouches du Rhône Tourisme
- **Spots Radio** mettant en exergue nos animations, France Bleue, Trafic Info, Radio Camargue
- **Support vidéo dans une ligne de bus.** Communication ciblée sur la ligne de bus 40 navette entre Aix en Provence, Gare TGV, Aéroport. 520 000 voyageurs qui ont pu voir la vidéo.

Une communication via internet et les réseaux sociaux :

- **662 597 visiteurs** sur notre site www.saintesmaries.com

Le Top 3 des pages les plus visitées :

- Webcam : **475 165 visites**
- Agenda des manifestations : **127 515**
- Les Hébergements : **62 770 visites**
- **33 804 fans** de la page facebook de l'office de tourisme. Un record dans le département.

La Communication passe aussi par de l'accueil presse et de l'insertion publicitaire :

- **12 supports médiatiques Français & Etrangers** accueillis cette année Les principaux : TF1, France 2, France 3, TV5 monde, C8, M6
- **Insertion publicitaire** dans des magazines comme : Femme Actuelle, Partir en France, Farandole, La Gazette de Nîmes ...

Une communication renforcée par le recrutement de l'agence de communication: BLIZKO

Le but : 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.

L'office de tourisme c'est aussi de la commercialisation :

- **Escapades en Camargue :**
Produit touristique qui 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**
18 sorties pour notre guide cette année contre 17 en 2015. Plus de sorties mais avec des groupes plus petits.

L'office de tourisme participe aussi à de l'évènementiel :

- **Salon du goût et des Saveurs de Camargue.**
- **Festival de la Camargue & du Delta du Rhône**
- **Les Rendez-vous passion à l'office de tourisme**
- **Dégustation des 13 desserts à l'office de tourisme**

En route vers la Qualité

Après avoir obtenu notre Classement en Catégorie II (au mois d'avril dernier) nous nous lançons maintenant vers le Label Qualité Tourisme pour prétendre au classement en Catégorie I.

Une des conditions pour que la ville soit ensuite classée Station Touristique ce qui permettrait à l'office de tourisme de ne pas perdre sa compétence tourisme au profit de l'ACCM.