



RAPPORT D'ACTIVITÉ 2021

Lors de

L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

De l'Association Office de Tourisme

Le mardi 29 mars 2022

Avenue Théodore Aubanel

13460 Les Saintes Maries de la mer

ACTIVITES REALISEES DURANT L'EXERCICE DU 1^{ER} JANVIER AU 31 DECEMBRE 2021

FREQUENTATION TOURISTIQUE

Bilan Quantitatif et Qualitatif de la saison touristique

C'est un vrai soulagement de voir l'économie touristique repartir dans une belle dynamique en 2021. A partir du mois de mai et jusqu'à la fin de l'année, les français ont répondu massivement présent sur notre territoire. Les mois de juin et septembre ont connu une hausse significative en termes de fréquentation. Cependant, malgré le retour des français et de quelques européens, nous ne rattrapons pas encore le niveau de 2019. Il va nous falloir être patient avant d'entendre parler à nouveau Anglais, Néerlandais ou Italien comme avant.

Mois	2020	2021	Variations	
			Nbre	%
Janvier	2 206	1 180	-1 026	-87%
Février	4 795	3 281	-1 514	-46%
Mars	2 057	3 858	1 801	47%
Avril	CONFINEMENT	949*	0	0%
Mai		8658	0	0%
Juin	6 640	10 156	3 516	35%
Juillet	13 385	14 263	878	6%
Août	13 339	18 898	5 559	29%
Septembre	10 733	15 471	4 738	31%
Octobre	6 660	8 838	2 178	25%
Novembre	CONFINEMENT	4 443	0	0%
Décembre	1 429	2 484	1 055	42%
Total année	61 446	92 481	31 035	34%

***Confinement du 5 avril
au 2 mai 2021**

Qui sont nos demandeurs de brochures :

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

93.4% des demandes sont françaises.

Le top 5 des régions est le suivant :

1. Auvergne – Rhône Alpes
2. PACA
3. Occitanie
4. Ile de France
5. Nouvelle Aquitaine

Pour cette année 2021, l'Ile de France passe devant la Nouvelle Aquitaine

6.6% proviennent donc de l'étranger et voici le classement des 5 premiers pays :

1. Belgique
2. Allemagne
3. Italie
4. Suisse
5. Pays Bas

D'où viennent les visiteurs qui entrent à l'Office de Tourisme ?

Nos visiteurs français sont majoritaires à 85% contre 15% d'étrangers. Par rapport à 2020 la fréquentation étrangère est en hausse puisque depuis le 9 juin date de la fin des restrictions de déplacement en Europe pour les touristiques vaccinés. Elle n'a tout de même pas retrouvée le poids qui était le sien avant la crise sanitaire.

Quelle sont les documentations les plus distribuées à l'Office de Tourisme ?

1. Sous-main carte du village et de la Camargue
2. Camargue Naturellement (livret qui regroupe les sentiers à faire à pieds ou en vélos)
3. Guide touristique
4. Programme des manifestations
5. Guide des hébergements

Cette année nous avons vu s'envoler la distribution des sous-mains et de notre livret sur les sentiers. Environ 5000 sur la 1^{ère} semaine de septembre et près de 12 000 sur le mois entier.

- **Fréquentation du site**

Nous avons eu pour l'année 2021 : **319 340** visites, une petite baisse par rapport à 2020 (- 75 000 visites). Cette chute est en partie liée à son vieillissement, son manque d'attractivité et des problèmes de piratages.

Cette situation nous a encouragés à accélérer nos travaux en vue d'un changement de site.

Les pages les plus visitées sont :

1. La Webcam
2. L'agenda des manifestations
3. Le festival du cheval
4. « séjourner »
5. Le village

La majeure partie de nos internautes est française (79%) puis allemande, italienne et belge.

- **Facebook**

La page Facebook de l'Office de tourisme animée par le personnel est la plus importante non seulement du Pays d'Arles mais aussi du Département des Bouches du Rhône avec 52 030 fans.

A titre d'exemple...

Arles : 16 650

Alpilles en Provence : 13 809

Les Baux de Provence : 8 560

Aigues-Mortes : 36 455

Le Grau du Roi : 63 523

- **Instagram**

Le compte Instagram fête sa 3ème année au Printemps 2021. Il ne compte pas loin de 3643 followers. C'est une vitrine supplémentaire pour notre destination mettant en valeur de manière plus artistique notre Patrimoine.

Nous maintenons une augmentation de 1000 followers par an.

ADHERENTS ET BUDGET DE NOTRE ASSOCIATION

Notre association était constituée en 2020 de 235 adhésions réparties comme suit :

- 62 loueurs de meublés saisonniers
- 41 hôtels et hôtels restaurants
- 27 restaurants
- 27 commerces
- 78 prestataires de services

Le montant des cotisations perçu pour l'année 2020 était de 68 082€.

En 2021, nous avons 240 adhésions réparties comme suit :

- 63 loueurs de meublés saisonniers
- 42 hôtels et hôtels restaurants
- 31 restaurants
- 32 commerces
- 72 prestataires de services

Le montant des cotisations perçu en 2021 est de 70 629€.

Catégories	Cotisation	Prestation de Service	Montant Total	Montant Total
			2020	2021
Hôtel de moins de 5 chambres Chambres Privées Chambres d'Hôtes (2 et plus) Gîtes Ruraux Gîtes Equestres	15 €	352.00 €	367.00 €	367.00 €
Location de Meublés Saisonniers de 1 à 4 Chambre d'Hôte (une seule)	15 €	227.00 €	242.00 €	242.00 €
Hôtels NH, 1 et 2 *	15 €	476.00 €	491.00 €	491.00 €
Hôtels 3*	15 €	720.00 €	735.00 €	735.00 €
Hôtel 4 & 5 *	15 €	964.00 €	979.00 €	979.00 €
Restaurants	15 €	192.00 €	207.00 €	207.00 €
Prestataires de services	15 €	192.00 €	207.00 €	207.00 €
Commerces	15 €	108.00 €	123.00 €	123.00 €

En 2021, le conseil d'administration ne souhaite pas augmenter les cotisations.

LES ACTIONS DE L'OFFICE DE TOURISME
DU 1^{ER} JANVIER 2021 AU 31 DECEMBRE 2021

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.
8 000 exemplaires ont été édités pour un montant de 14 160€

- **Le Guide touristique**

Ce guide touristique, très riche en textes et en informations diverses histoire, tradition, élevage...il est notre support de communication et fait le bonheur de nos visiteurs car il est énormément distribué au comptoir. Il est tiré à **15 000 exemplaires**.

- **Le Camargue naturellement**

C'est un guide qui a été confectionné par l'équipe de l'office de tourisme et qui regroupe tous les sentiers à faire à pieds ou en vélos. Il est très apprécié.
Cette année nous en avons tiré **10 000 exemplaires pour un montant de 2 304€**

- **Le sous-main**

Plan du village et plan de la Camargue en recto verso que nous diffusons très largement.
15 000 exemplaires en 2021 pour un coût de 1 860€

- **Plan de Camargue**

Réalisé en collaboration avec le Parc Naturel Régional de Camargue, informant le visiteur sur la découverte du patrimoine naturel et culturel. Traduit en Français, Anglais, Allemand, Italien et Espagnol.

Si l'on ajoute à cela, les enveloppes, les pochettes Presse...

Le coût global des éditions pour l'année 2021 s'élève à 18 324€

Envoi de documentation

Le coût global de l'affranchissement s'élève à 7 171€ contre 6 761€ en 2020.

Nous avons enregistré en 2021, **842 demandes** de clients qui souhaitent recevoir nos brochures contre 794 en 2020, soit une très légère augmentation cette année.

Ceci représente environs **5546 documents expédiés**.

Dans chaque courrier que nous adressons se trouve systématiquement le programme annuel des animations.

Par contre les demandes par mails sont de plus en plus importantes et nous encourageons nos futurs visiteurs à télécharger les brochures sur notre site internet.

COMMUNICATION

PROVENCE TOURISME et l'Office de tourisme des Saintes Maries

L'Office de tourisme des Saintes a cette année encore été associé à toutes les actions que Provence Tourisme a lancé sur 2021.

Nous avons pu faire partie de la tournée du FOOD TRUCK sur les mois d'avril, mai et juin 2021. Au total nous avons bénéficié de 8 dates sur les Saintes Maries de la Mer. Cette opération avait pour but d'accueillir à chaque date, un ou deux chefs du village afin de proposer un menu à emporter. Cela pour relancer l'activité des restaurateurs qui subissaient la fermeture de leur établissement.

En mai 2021, Audrey VILLIARD Directrice de l'office a été invitée sur un plateau TV à Marseille en présence de Martine VASSAL Présidente du département et de la Métropole, Danièle MILON Vice-présidente du département, de la Métropole et Présidente de Provence Tourisme et Isabelle BREMONT Directrice de Provence Tourisme. Ce plateau TV avait été organisé afin de lancer la saison et d'annoncer les actions de Provence Tourisme.

Nous avons de nouveau participé à la campagne du Pass Séjours sous une nouvelle version. Cette opération permettait aux visiteurs ou aux locaux d'obtenir 1/3 de la somme dépensée chez les prestataires, hôteliers ou restaurateurs du département. Par exemple : pour une nuitée à 90€, le visiteur versait 60€ et payait les 30€ restant avec ses bons Provence Tourisme. Chaque lundi, les personnes s'inscrivant sur le site de Provence Tourisme pouvaient obtenir 100€ à dépenser dans la semaine.

Fin août 2021, Provence Tourisme et le Département ont proposé à Audrey VILLIARD d'intégrer le groupe de travail élaborant la stratégie touristique du Département. C'est une belle opportunité pour l'office ainsi que pour la commune. Les travaux ont débuté en septembre avec de nombreuses réunions.

Salons de Tourisme

Malheureusement cette année 2021, nous avons vu tous les salons du tourisme s'annuler les uns après les autres.

Projet photothèque

La photothèque de l'office de tourisme devenait vieillissante et en vue de la refonte du site internet et de nos nouveaux supports papiers nous avons un vrai besoin d'images.

Nous avons fait appel à 2 photographes de styles différents afin d'obtenir des clichés sur des thèmes bien précis mais avec un œil et une technicité variés.

Grâce à cette campagne d'images, la photothèque compte aujourd'hui près de 1 000 photos.

LA PRESSE

Après une année 2020 pauvre en accueil de journalistes sur notre territoire suite à la crise sanitaire, nous avons enregistré pour 2021 en partenariat avec Provence Tourisme et le Comité Régional de Tourisme une bien meilleure fréquentation de la presse.

L'office de tourisme à travers Rachel RONAT en charge de la presse a été sollicité sur de nombreuses aides techniques en vue de reportages sur Les Saintes Maries de la Mer et la Camargue.

Aides techniques :

- « Faut pas rêver » : France TV, reportage sur les manifestations en Camargue, courses camarguaises, pêches et chevaux
- Channel 5 : Chaîne de TV nationale britannique, reportage sur l'église et le pèlerinage
- Film documentaire sur les gitans et les Saintes sur France 3
- Journal La Gazette de Nîmes : article sur la crèche provençale
- Cheval Magazine : photos pour article équin
- Lonely Planet : guide de voyage édition 2022
- La Revue Espaces : dossier équin automne 2021

Accueil presse en collaboration avec Provence Tourisme :

- Le Temps d'un voyage : magazine, article sur le village, la Camargue, la gastronomie et les traditions (fin mars – début avril)
- Le Routard : en fin juin, article pour leur site internet sur le village, la Camargue, les manades et le Parc Ornithologique
- Moto magazine : hors-série tourisme en septembre sur la découverte des routes camarguaises
- Turbo : émission avec présentation de véhicules en Camargue, aux arènes des Saintes Maries de la Mer et à la manade Raynaud

Accueil presse en collaboration avec le Comité Régional du Tourisme :

- Emission Dream Road : Rai 1 télévision italienne, reportage sur les Saintes Maries de la Mer et la Camargue
- Accueil Jessica De Korte : bloggeuse / journaliste photographe des Pays Bas, reportage vélo en Camargue
- Accueil Daniel Jensen : influenceur danois pour son blog trip sur la Camargue, mi-octobre

Ces accueils presse nous permettent à moindre coût d'obtenir des articles sur les Saintes et la Camargue et promouvoir notre destination.

L'hébergement et la restauration de ces journalistes sont financés à 40% par l'Office de Tourisme et à 60% par Provence Tourisme.

Les activités sont financées à hauteur de 50%.

Nous tenons à remercier nos partenaires qui jouent le jeu et qui parfois nous font la gratuité de la prestation.

Agence de Communication le Büro

Notre office de tourisme continue son partenariat de communication avec l'agence Le Büro, dont font également partie 12 offices de tourisme des Bouches du Rhône ainsi que notre ADT.

Le but de cette collaboration permet de mutualiser notre impact auprès de la presse.

En 2021 l'agence a diffusé différents communiqués de presse et a organisé 2 voyages de presse.

Dossier de presse

- La Provence en pente douce – mars 2021

Communiqué de presse

- CP Entre mer et garrigue – juillet 2021

Voyages de presse

Le premier voyage dont le thème était « Au fil de l'eau » a eu lieu fin juin et nous a permis de recevoir 4 journalistes :

- Olivia Le Sidaner – Routard.com
- Marianne Morizot – Femme d'aujourd'hui – Presse Belge
- Didier Arnaud – Libération
- Julie Caron – Magic Maman

Le second s'est tenu mi-septembre avec :

- Justine Cantrel – La Voix du Nord
- Valérie Nescop – Voyage SNCF

Ces 2 voyages de presse ont présenté à ces journalistes notre offre touristique en relation avec la mer et le Petit Rhône comme par exemple les balades en bateau et les activités nautiques en bord de mer ou sur le fleuve. Notre président, Jérôme Fertou, s'est rendu disponible lors des différents déjeuners afin d'échanger et de promouvoir plus largement notre territoire.

Communication diverse

Partenariat avec Radio Camargue

Pour accentuer notre communication de proximité nous avons un partenariat avec Radio Camargue depuis 2017.

En général notre partenariat avec Radio Camargue se faisait sur 8 mois de mai à décembre couvrant environ 17 événements, soit 1470 spots publicitaires pour un coût total de 4 560€.

Dans cette conjoncture particulière et voyant les manifestations s'annuler les unes après les autres, nous nous sommes entendu pour une facturation au coup par coup.

Ont été diffusés :

- Spot générique du 1^{er} juin au 31 août 2021 soit 408 spots
- La Fête Vierginenco du 12 juillet au 25 juillet 2021, 42 spots
- La Féria du cheval du 4 août au 8 août 2021, 30 spots
- La fête du Cheval du 21 septembre au 25 septembre 2021, 30 spots

Un total de 510 spots pour un coût de **1 308€**

Visites Guidées du Village

L'office a pour l'année 2021 dynamisée ses visites guidées auprès des individuels afin de compenser la perte des groupes. Nous déclenchons une visite à partir de 6 personnes.

Cette année le montant total des visites guidées est de 2499€.

EVENEMENTIEL

- **Salon du goût et des Saveurs de Camargue**
Annulé
- **12^{ème} Festival de la Camargue et du Delta du Rhône**

Le Festival s'est tenu cette année du 12 au 17 mai. Différentes sorties et activités ont été proposées sur les Saintes Maries de la Mer. Au programme :

- Rencontres avec des photographes
 - Expériences gustatives
 - Balade à cheval
 - Promenades en bateau
 - Découvertes de sentiers
-
- **Dégustation des 13 Desserts**
Annulé

RAPPORT FINANCIER DE L'EXERCICE DU 1^{ER} JANVIER AU 31 DECEMBRE 2021

Budget réalisé 2021 & budget prévisionnel 2022
Office de Tourisme des Saintes Maries de la Mer

Postes	Budget Prévis. 2022	Budget Réalisé 2021	Budget Prévis. 2021
Charges			
Abon internet + Maint, Actu, Référencement	6 000,00 €	4 212,18 €	6 800,00 €
Abonnements / Cotisations	6 600,00 €	6 593,05 €	5 000,00 €
Affranchissement /BP / Loc machine affranchir	1 000,00 €	870,08 €	7 000,00 €
Annonces insertions pub visites virtuelles casques	10 000,00 €	1 308,00 €	10 920,00 €
Assurances	820,00 €	780,35 €	850,00 €
Comptabilité / honoraires	3 350,00 €	3 350,00 €	3 880,00 €
Editions	23 000,00 €	18 384,00 €	22 000,00 €
Electricite	3 200,00 €	3 168,23 €	3 200,00 €
Entretien réparations Alarme + maintenance	1 800,00 €	3 804,88 €	1 500,00 €
Foires et expositions	9 000,00 €	- €	9 000,00 €
Fournitures administratives /équipement	2 400,00 €	1 241,89 €	6 000,00 €
Maintenance photocopieur	1 300,00 €	1 167,50 €	1 200,00 €
Maintenance informatique	3 500,00 €	2 641,20 €	5 000,00 €
Personnel mis à disposition	310 000,00 €	308 599,02 €	297 000,00 €
Petits achats divers + cadeau salon	2 000,00 €	2 077,34 €	1 000,00 €
Promotions relations presse	12 000,00 €	7 912,95 €	15 000,00 €
Sacem / Sprè	1 500,00 €	1 462,65 €	1 200,00 €
Services bancaires	130,00 €	107,10 €	100,00 €
Téléphone + Free + Orange Internet	6 600,00 €	6 096,58 €	7 800,00 €
Voyages et déplacements	4 000,00 €	4 074,42 €	1 300,00 €
Amortissements	10 000,00 €	9 113,25 €	7 830,00 €
Animations / 13 dessert	2 000,00 €	- €	1 000,00 €
Photothèque et investissements numériques	10 500,00 €	- €	15 000,00 €
Total charges	430 700,00 €	386 964,67 €	429 580,00 €
Produits			
Cotisations	67 000,00 €	70 629,00 €	67 000,00 €
Subvention ville	362 000,00 €	362 000,00 €	362 000,00 €
Visites Guidées	1 500,00 €	1 688,00 €	100,00 €
Photos guide hébergements / Plans Encollés	200,00 €	897,50 €	200,00 €
Divers / dividendes		0,06 €	280,00 €
Total produits	430 700,00 €	435 214,56 €	429 580,00 €
Résultat	- €	48 249,89 €	- €

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

Le Président, Jérôme FERTON

Le Trésorier, Roger MERLIN

Élection des membres sortants

Sont rééligibles cette année :

Jérôme FERTON, Grégory SOUBRIARD et Jean-Albert GIRAN.

3 postes sont à pourvoir cette année pour mandat de 3 ans.

Se représentent 2 candidats cités ci-dessus :

Jérôme FERTON, Gites équestre

Grégory SOUBRIARD, Hôtelier

Se présentent pour accéder au Conseil D'Administration :

Julie GIRARD-FOURNIER, Loueur de meublés

Guillaume CONTRERAS, Hôtelier

Ont été élu :

Jérôme FERTON, Gites équestre : 113 voix

Grégory SOUBRIARD, Hôtelier : 103 voix

Julie GIRARD-FOURNIER, Loueur de meublés : 95 voix