

# Les Offices de Tourisme et le Pays d'Accueil Touristique du Plateau de Caux Maritime vous présentent leurs meilleurs voeux pour 2010



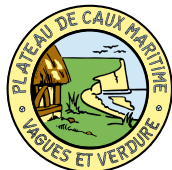
OFFICE DE  
TOURISME

**Office de Pays-Communic@tion**  
**Le trait d'union**

**des Offices de Tourisme et Syndicat d'Initiative  
du Pays Plateau de Caux Maritime**

(St Valery en Caux, Cany Barville, Doudeville, Veules les Roses,  
la Vallée du Dun, Veulettes sur Mer, Yvetot, Allouville Bellefosse)

**N° 13**  
Janvier 2010



Depuis plusieurs mois, nous vous informons des réflexions menées pour améliorer l'accueil touristique sur le Plateau de Caux Maritime.

Elus du Pays, bénévoles des Offices de Tourisme, salariés des structures se sont réunis à de nombreuses reprises pour élaborer une stratégie de développement bénéfique pour tous : touristes et prestataires.

Après 18 mois (nécessaires) de préparation, il est temps de passer à l'action.

Ce dernier numéro «papier» du Trait d'Union qui vous informe régulièrement depuis 2005 de l'actualité touristique du Plateau de Caux Maritime est consacré à la présentation de la nouvelle organisation des Offices de Tourisme et des actions mises en place dès 2010.

C'est aussi l'occasion de rendre hommage à l'implication des bénévoles et à l'important travail qu'ils assurent au sein des Offices de Tourisme.

Persuadée qu'ils continueront à oeuvrer pour la valorisation touristique du Plateau de Caux Maritime au sein et/ou aux côtés de la nouvelle association, nous vous présentons tous nos voeux pour cette nouvelle année et nous vous souhaitons une excellente saison touristique.

Françoise Hervieux - Présidente  
et toute l'équipe de l'Office de Pays

## ► Identifier les problèmes pour trouver des solutions

### Adapter les structures aux réalités et aux attentes touristiques

Chaque Office de Tourisme (OT) dispose de moyens humains et financiers lui permettant de garantir des permanences pour accueillir le public. Mais, le rôle de ces structures a évolué.

Trop longtemps considérés comme des « distributeurs de prospectus », elles sont avant tout des acteurs incontournables du développement et de l'amélioration de l'accueil du public.

Acteurs de terrain, les OT sont associés aux réflexions locales, départementales et régionales (observatoire du tourisme, développement des filières, démarches qualités, ...).

### Se doter d'une vitrine virtuelle performante

Internet est devenu un outil incontournable pour une destination touristique. Les nouvelles technologies ont radicalement modifié les comportements. De chez lui, le client peut chercher, s'informer, comparer, construire son séjour.

Le secteur touristique est l'un des plus concurrentiels. Il est urgent de s'adapter.

### Travailler sur la qualité : accueil, services, prestations, ...

Si les emplois touristiques ne se délocalisent pas ... les touristes, eux, le peuvent s'ils ne sont pas satisfaits de l'accueil, des prestations et des services.

Toutes les destinations rivalisent pour améliorer leur attractivité : facilité d'accès à l'information et à la consommation, le rapport qualité/prix, l'accueil et l'animation, ...

Le Plateau de Caux Maritime dispose de nombreux atouts qu'il faut valoriser et « vendre » avec le concours de tous : prestataires, acteurs et collectivités.

### => Mutualiser les moyens humains et financiers pour renforcer l'efficacité

Seules les Collectivités (Communes ou Communautés de Communes) qui ont la compétence « Tourisme » peuvent décider de créer un Office de Tourisme.

Depuis février 2009, la loi Novelli autorise plusieurs Communautés de Communes à créer un Office de Tourisme commun sous statut associatif au travers d'un Syndicat Mixte.

C'est ce qu'ont décidé de faire les 4 Communautés de Communes de la Côte d'Albâtre, Mer et Lin, Plateau de Caux fleur de lin et Yerville Plateau de Caux avec la création de l'association « Office de Tourisme du Plateau de Caux Maritime » (fusion des 6 OT sur leur territoire).

La Communauté de Communes de la Région d'Yvetot n'ayant pas la compétence « Tourisme », les OT-SI resteront à la charge des communes d'Yvetot et d'Allouville Bellefosse.

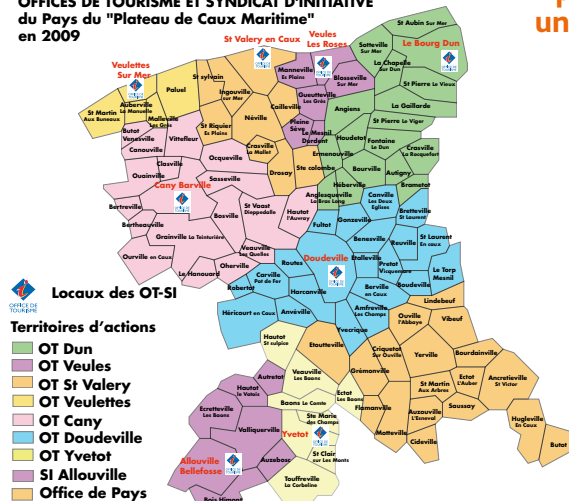
Néanmoins, les actions de promotion seront menées à l'échelle du Pays et l'ensemble des structures travailleront en étroite collaboration.

### Le Saviez-vous ?

Chaque année, les Collectivités locales du Plateau de Caux Maritime investissent plus de 580 000 € pour l'accueil des visiteurs et la promotion du territoire.

## ► Faire évoluer « la forme » ... pour améliorer le fond

REPARTITION DES TERRITOIRES D'ACTION DES OFFICES DE TOURISME ET SYNDICAT D'INITIATIVE du Pays du "Plateau de Caux Maritime" en 2009



## Après le temps de la réflexion ... une nouvelle organisation ...

Offices de Tourisme, Pays d'Accueil Touristique, Collectivités locales s'occupent de l'accueil, de la promotion, de l'animation et du développement.

Après 18 mois de travaux entre élus locaux, bénévoles des Associations et personnels des structures, il est apparu nécessaire de

- Clarifier les missions
- Renforcer la collaboration
- S'organiser et se doter des outils nécessaires au développement de l'économie touristique.

### Fédérer et renforcer l'efficacité

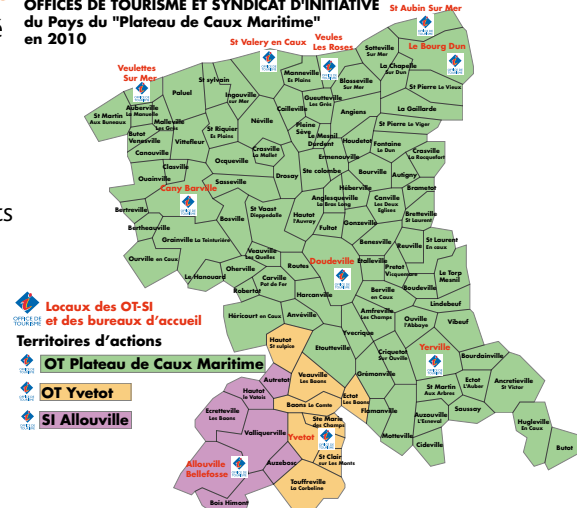
Le premier trimestre 2010 sera consacré à la mise en place administrative de l'association « Office de Tourisme du Plateau de Caux Maritime ».

Le Conseil d'Administration sera composé d'élus (majoritaires à 1 voix), de prestataires touristiques des différents secteurs (hébergements, restauration, loisirs, patrimoine, ...) et de personnes qualifiées (bénévoles).

Une convention fixera les objectifs pour 2010-2012 (site internet, démarche qualité, ...).

Une convention annuelle de fonctionnement précisera les moyens financiers mis à disposition de l'association pour mener à bien les missions confiées.

TERRITOIRES D'ACTION DES OFFICES DE TOURISME ET SYNDICAT D'INITIATIVE du Pays du "Plateau de Caux Maritime" en 2010



### Le Saviez-vous ?

Les 9 salariés et 3 saisonniers des 6 Offices de Tourisme qui vont fusionner au 1 avril 2010 vont constituer une véritable équipe pour redynamiser et adapter l'accueil aux attentes.

## ► Objectifs 2010- 2012 : Performances et économies

L'analyse des actions et budgets des Offices de Tourisme et du Pays d'Accueil Touristique démontre que des améliorations peuvent être envisagées rapidement grâce à la mutualisation du personnel et de certaines actions.

Par exemple, les postes «Affranchissement» et «éditions», en constante augmentation, pourraient être diminués en adaptant les outils et en utilisant les nouvelles technologies.

Les demandes d'informations sont de plus en plus nombreuses. Les visiteurs potentiels qui découvrent le Plateau de Caux Maritime sur Internet, demandent que les brochures leur soient envoyées plutôt que d'user les cartouches d'encre de leur imprimante.

Entre les demandes touristiques et les envois d'informations aux partenaires touristiques du territoire, quelque 15 000 € sont consacrés chaque année au poste «affranchissement».

Ainsi, plusieurs actions seront lancées en 2010 pour répondre aux préoccupations d'un développement plus durable (écologiquement plus respectueux) et soutenable (budgétairement).

-> les éditions touristiques seront adaptées :

- aux attentes et thématiques touristiques, aux périodes de fréquentation
- utilisation de papiers recyclés et d'encres respectueuses de l'environnement
- mise en ligne sur le site internet sous forme de «brochures virtuelles»

-> la communication avec les partenaires se fera par mail

- constitution du fichier des adresses mail pour collecter les informations (mise à jour du site internet, guide pratique, calendriers des animations).

Pour celles et ceux qui n'auraient pas d'adresse mail, un travail avec la presse locale sera organisé.

-> Les relations avec la presse locale seront renforcées avec la mise en place régulièrement de petits déjeuners presse pour présenter les actions des OT-SI et informer les acteurs des éditions en préparation.

## Le grand chantier de 2010 : L'accueil des salariés en déplacement

2 fois par an, durant 6 à 9 semaines, 600 à 800 salariés viennent de toute la France travailler pour les arrêts de tranches du CNPE de Paluel. Deux rencontres ont eu lieu fin 2009 avec les responsables de l'accueil des grands chantiers.

Des problèmes ont été identifiés et des pistes d'améliorations proposées. L'ensemble des hébergeurs sera contacté. Une collaboration avec «Gîte de France» est déjà engagée pour favoriser les réservations, trouver des formules qui sécurisent les propriétaires et répondent aux attentes des personnes en déplacement professionnels (draps et ménage inclus, formules «demi-pension familiale» dans les chambres d'hôtes, ...).

Une sensibilisation auprès des restaurateurs sera faite pour trouver des établissements qui proposent jusqu'à 21h des formules complètes attractives.

Les sites de loisirs et de découverte seront également contactés pour élaborer des «Offres privilèges».

## ► Adapter les horaires d'ouverture des Offices aux fréquentations

### Deux années d'analyse quotidienne de la fréquentation des OT-SI pour proposer des horaires adaptés.

En 2008 et 2009, les Offices de Tourisme et Syndicat d'Initiative ont enregistré chaque jour d'ouverture le nombre de contacts.

En 2009, l'analyse a été poussée pour différencier le nombre de visiteurs du matin et de l'après midi. Ces chiffres, très intéressants, ont permis d'identifier des pistes d'amélioration qui seront mises en oeuvre dès 2010.

#### 1) L'analyse des chiffres de fréquentation permet de distinguer 4 grandes périodes :

La basse saison (du 1 octobre au 31 mars)

Les petites vacances scolaires (Toussaint, Noël et Février) toutes zones confondues

La moyenne saison (du 1 avril au 30 septembre, incluant les vacances de Pâques)

La haute saison (Juillet et août)

#### 2) Les horaires d'ouverture doivent s'adapter aux attentes des visiteurs :

Alors que, été comme hiver, l'OT de Doudeville était ouvert à 9h, ceux du littoral accueillent les touristes à partir de 10h.

En 2010, les Bureaux d'Accueil de l'Office du Plateau de Caux Maritime ouvriront dès 9h30 toute l'année et le bureau de St Valery sera ouvert de 9h à 19h en juillet/août pour garantir un accueil physique et téléphonique aux visiteurs tout au long de la journée.

#### 3) Adapter les ouvertures aux missions confiées aux OT-SI :

En basse saison : ouvertures limitées pour mieux préparer la saison

En mi et haute saison : se consacrer pleinement à l'accueil des visiteurs

### Changer pour être plus performant et plus rentable :

Les OT-SI sont financés à 95 % par les Collectivités locales (Communes ou Communautés de Communes). En basse saison, le personnel doit pouvoir consacrer du temps à la préparation de la saison (éditions, mise à jour du site internet, préparation des actions menées en partenariat avec les acteurs locaux, le Comité Départemental et le Comité Régional de Tourisme, ...).

Il est également important que les salariés suivent régulièrement des formations pour s'adapter aux nouveaux outils ou se perfectionner dans différents domaines de compétences (langues, gestion de l'accueil, outils informatiques, ...).

De plus, la connaissance du territoire et de ses prestataires est fondamentale car on «vend» bien ce que l'on connaît bien.

### Le Saviez-vous ?

Si, selon les sites, la moyenne est de 14 à 96 contacts journaliers en mi et haute saison, elle est de 5 à 25 en basse saison. En adaptant les horaires d'ouverture, les actions de terrain sont favorisées pour répondre aux attentes des visiteurs et des prestataires.

## ► Adapter le site internet aux évolutions du tourisme

### 2010, préparation d'un site mieux adapté à l'environnement touristique et aux attentes de la clientèle

Monsieur Philippe LECOINTRE, Administrateur de l'Office de Tourisme de Saint Valery en Caux, a réalisé et fait évoluer à plusieurs reprises le site [www.plateaucauxmaritime.com](http://www.plateaucauxmaritime.com).

Cet énorme travail, effectué bénévolement, a permis de mesurer au fil des années, combien internet était une vitrine virtuelle incontournable pour le développement touristique de notre territoire. Mais on ne peut plus s'appuyer uniquement sur le bénévolat.

Face au développement des nouvelles technologies, à l'environnement «Tourinsoft» (utilisé par le Comité Départemental et le Comité Régional de Tourisme), il est nécessaire d'avoir un site pouvant être actualisé en interne par les OT-SI. Le Syndicat Mixte du Pays Plateau de Caux Maritime a décidé d'investir dans un nouveau site internet qui répond aux nouvelles exigences techniques, législatives et à celles des clientèles.

La Société « Version Tourisme » du Havre a été choisie pour nous aider à :

- Définir une arborescence d'après nos attentes (pratique, efficace, aux normes de l'accessibilité, compatible «Tourinsoft», avec possibilité d'évolution et de mise à jour en interne).
- Rédiger un cahier des charges pour consulter des entreprises
- Choisir l'entreprise qui réalisera le site

Dès janvier, élus et techniciens travailleront aux côtés de Patrice Belliot (Directeur de l'agence «Version Tourisme»).

En février et mars, l'ensemble du personnel suivra deux journées de formation pour saisir les informations sur la base de données «Tourinsoft», outil commun à l'ensemble des structures touristiques de Normandie.

Une journée sera consacrée au module «gestion de l'accueil» (physique, téléphonique, courriers, mails, ...) qui alimentera également l'observatoire du tourisme. Une autre journée présentera la saisie des informations des prestataires ainsi que les animations.

Le logiciel «Tourinsoft», financé par le Département de la Seine-Maritime, sera mis à disposition des OT-SI gratuitement.

### Le Saviez-vous ?

Actuellement, le personnel des OT-SI saisit pour chaque prestataire adhérent plusieurs fois les informations pour la mise à jour du site internet du territoire et ceux des partenaires touristiques (CDT, CRT, FROTSI, ...). Avec «Tourinsoft», l'information sera saisie 1 fois et permettra la mise à jour automatique de l'ensemble des sites internet.



## ► Moins de papier mais plus d'efficacité Deux exemples concrets dès 2010 :

### LES «Plateau de Caux tu m'animes» 2010

**Actuellement :** 40 000 brochures de 48 pages du 1 avril au 31 décembre (1 920 000 pages)

<b>Proposition :</b>	4 calendriers dans l'année (1 par trimestre)	
Avril/mai/juin 2010	24 pages en 10 000 ex	(240 000 pages)
Juillet/août/septembre 2010	32 pages en 20 000 ex	(640 000 pages)
Octobre/novembre/décembre 2010	16 pages en 3 000 ex	(48 000 pages)
Janvier/février/mars 2011	16 pages en 3 000 ex	(48 000 pages)

-----  
total édition 976 000 pages

#### Objectifs et avantages :

- Couvrir l'ensemble de l'année et répondre aux attentes selon la période du séjour
- Economiser près de 50% de papier, limiter les coûts d'édition et d'envoi
- Renforcer les liens auprès des organisateurs et offrir des documents plus complets
- Favoriser la fréquentation des OT-SI (population locale et résidents secondaires)
- Limiter le volume de stockage des brochures

#### Inconvénients :

- 4 documents à réaliser
- Collecte des informations,
- Mise en page,
- Impression
- Diffusion.

### Collecte des informations pour le

**15 février** pour avril/mai/juin

**15 mai** pour juillet/août/septembre

**15 août** pour octobre/novembre/décembre

**15 novembre** pour janvier/février/mars

### Le «Trait d'Union» devient «Newsletter»

Un budget de 1 800 € est consacré annuellement à l'édition de 3 «trait d'union» pour informer les partenaires locaux des actions des OT-SI et récolter les informations nécessaires aux éditions. 4 500 € sont consacrés aux affranchissements et 6 journées sont nécessaires pour sortir les étiquettes des destinataires, les coller, mettre sous pli, ...

Le N° 13 est le dernier en version «papier».

Il va devenir «Newsletter» et sera diffusé régulièrement par mail aux partenaires.



### Le Saviez-vous ?

Quelque 750 associations, 450 prestataires touristiques (hébergements, restaurants, sites de visites ou de loisirs), 109 communes, ... constituent les acteurs locaux avec lesquels les OT-SI travaillent régulièrement.



## ► Tous acteurs ! Soyons moteur !

Les nombreuses réunions entre élus et représentants des Offices de Tourisme ont permis à chacun d'identifier des problèmes et de chercher les solutions.

Avec l'explosion d'internet, la notion d'accueil a évolué : il faut s'adapter !

De nombreuses pistes d'amélioration ont été proposées. Mais leur mise en oeuvre demande du temps et l'effectif du personnel ne doit pas augmenter.

C'est en basse saison que le personnel est sous-valorisé. L'analyse des fréquentations des Offices de Tourisme sur 2008 et 2009 démontre que certains sites ouvrent 7 heures pour accueillir 4 visiteurs. L'aménagement des horaires d'ouverture des «bureaux d'accueil» (nouvelle appellation) va permettre au personnel de renforcer sa présence sur le terrain :

- Diffusion des brochures chez les prestataires (les visiteurs trouveront les principales informations sur leur lieux de séjours). 250 présentoirs à documentation ont été offerts aux prestataires adhérents qui n'ont pas toujours le temps de les approvisionner. L'Office de Tourisme s'en chargera, permettant au personnel de mieux connaître les prestataires et prestations.
- Le personnel va travailler en petits groupes sur les problématiques identifiées. L'objectif est de mettre en place des rencontres thématiques avec les prestataires sur des aspects qui les concernent spécifiquement. Selon le type d'acteurs, les horaires seront adaptés à l'activité pour favoriser leur implication.

## ► De nouveaux locaux à Saint Valery



Situé dans l'admirable Maison Henri IV, les locaux de l'Office de Tourisme posaient de nombreux problèmes :

- Impossibilité de signaler l'Office de Tourisme avec le classement «Monument Historique» de l'édifice
- Espace d'accueil limité à 8 personnes (normes de sécurité)
- Espace de travail réduit, stockage limité, intrusion de la mer aux grandes marées, ...

De nouveaux locaux au RDC de la mairie, face aux étals de pêcheurs, ont été aménagés par les services techniques de la ville.

Cette nouvelle vitrine touristique du territoire offrira un vaste espace pour présenter les attraits de la région et accueillir le public.

