

# COMPTE RENDU DE LA RÉUNION COMMISSION TOURISME – OT-SI DU PAYS PLATEAU DE CAUX MARITIME MARDI 24 NOVEMBRE 2009 À 17H À DOUDEVILLE

## Présents :

Gérard COLIN – Vice Président du Pays en charge du Tourisme (CCCA) ; Jean Pierre CORLAY – Président de l'Union Départementale des OT-SI de Seine Maritime ; Yves GRENET – Commission Tourisme (CCCA) ; Jean Claude DUBOC – Commission Tourisme (CCCA) ; Daniel DURECU – Maire de Doudeville ; Sylvain OBRY - Vice Président de la Com Com Plateau de Caux Fleur de Lin en charge du tourisme ; Hubert ROUSSEL – Commission Tourisme du Pays (Com Com Plateau de Caux fleur de lin) ; Joël LESOIF – Vice Président de la CCRY en charge du tourisme ; Régis PETIT - Vice Présidente de la Com Com Entre Mer et Lin en charge du tourisme ; Pierre STANISAVAC – Commission Tourisme du Pays (Com Com Mer et Lin) ; Chantal BRUN PESLE – Présidente de l'Office de Tourisme de la vallée du Dun ; Alain GERARD - Office de Tourisme de la vallée du Dun ; Françoise GUILLOT – Commission Tourisme (CCCA) et Vice Présidente de l'OT de Veulettes sur Mer ; Christian LEGRAND – Maire de Veulettes sur Mer ; Michel ROGER – Président de l'Office de Tourisme de Saint Valery en Caux ; Jean Claude CLAIRE – Commission Tourisme – Maire de Veules les Roses ; Charlotte LEGUILLETTE – Service tourisme CCCA ; Michèle DESBRUERES – Comité Départementale de tourisme de la Seine-Maritime ; Sophie OSOUF – Directrice du Pays d'Accueil Touristique

## Excusés :

Jean Nicolas ROUSSEAU – Président du Syndicat Mixte Pays Plateau de Caux Maritime ; Françoise HERVIEUX – Présidente de l'OT de Cany et de l'Office de Pays ; Dominique CHAUVEL - Commission Tourisme (CC entre Mer et Lin) ; Sylvie HOUZARD - Commission Tourisme (CCCA) ; Françoise SUITNER – Vice présidente au tourisme Com Com Yerville Plateau de Caux ; Vanessa CASTEL – Agent de Développement touristique de la Com Com Yerville Plateau de Caux ; Didier TERRIER - Commission tourisme (CCRY) ; Philippe DUFOUR – Maire du Bourg Dun ; Emile CANU – Commission Tourisme du Pays et Président de l'Office de Tourisme d'Yvetot ; Jean Philippe ROCHET – Président de l'Office de tourisme de Veulettes sur Mer ; Christophe SCHEPENS – Trésorier de l'Office de Tourisme de Veules les Roses ; Patricia BLOSSEVILLE – Présidente de l'Office de Tourisme de Veules les Roses ; Annabelle SUAREZ – Directrice de la Fédération Régionale des Pays d'Accueil Touristique de Normandie ; Magali RAVEL – Service Tourisme de la Région Haute Normandie

Propositions pour améliorer la promotion et la communication à mettre en œuvre dès 2010 :

Il est rappelé que la préparation de la saison touristique demande du temps et qu'il faut prendre les décisions en amont pour communiquer auprès des partenaires et établir un plan de financement et de réalisation.

2 dossiers peuvent encore être lancés pour 2010 : la refonte du calendrier des animations et la mise en œuvre d'un nouveau site internet.

## 1) PROPOSITION DE REFONTE DU CALENDRIER D'ANIMATION :

### A- Présentation :

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

Proposition : 4 calendriers dans l'année (1 par trimestre)

Avril/mai/juin 2010 (avant saison dont vacances de Pâques) 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 (Toussaints et Noël) 16 pages en 3 000 ex (48 000 pages)

Janvier/février/mars 2011 (couvre les vacances de février) 16 pages en 3 000 ex (48 000 pages)

-----  
total édition 976 000 pages

**Avantage :**

économie de 944 000 pages  
Informations plus complète  
Permet de faire ressortir les grands évènements

**Inconvénients :**

4 documents à réaliser : collecte des informations  
mise en page, impression  
diffusion

**Objectifs :**

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

**Actions devant et/ou pouvant être mises en oeuvre :**

- Récolte des informations et diffusion des calendriers auprès des prestataires
  - 4 envois (info et demande d'info) :
    - Fin septembre (infos et/ou appel à cotisation et trait d'union + N° 4)
    - Fin décembre ((infos + guide pratique + trait d'union + N° 1)
    - Fin mars (infos + trait d'union + N° 2)
    - Fin juin (infos + trait d'union + N° 3)
  - 4 passages dans l'année de réapprovisionnement dans les gros sites
- Réalisation d'une «fiche semaine» à diffuser par internet
- Travail avec les acteurs pour développer des animations (ouverture exceptionnelle programmée de sites)
- Communication presse (mise en place de 4 petits déjeuners presse pour présenter le calendrier et ses moments forts mais aussi lancer la recherche des infos pour l'édition suivante.

**B - Débats :**

Démarche de développement durable (50% de papier en moins), adapté aux attentes de la fréquentation touristique, informations plus précises sur les programmes ...

Mais il faut limiter le poste « Affranchissement ». Si les brochures moins lourdes devraient le permettre pour les envois pour les touristes, les 4 demandes d'information doivent être faites par mail.

Il est demandé à ce que le « trait d'union » sous format papier soit transformé en « New Letter » à diffuser par mail. Cela permettrait une fréquence supérieure (informations plus courtes et plus concises).

Sophie Osouf explique que c'est tout à fait envisageable mais qu'il faut communiquer sur cette nouvelle organisation et constituer l'annuaire des mails. Elle propose de consacrer le dernier numéro du trait d'union de janvier 2010 à cette information et d'adapter le formulaire des demandes d'infos pour récolter les mails des 750 associations du territoire et de ses 450 prestataires touristiques.

Pour celles et ceux qui n'auraient pas mail, un travail avec la presse locale sera à organiser.

Les animations figurent également sur internet ( rubrique animation). Il est proposé que ces calendriers figurent également sous forme de « brochures virtuelles », plus conviviales à feuilleter et offrant une vue d'ensemble de l'offre.

Une démonstration de ce produit est disponible sur [www.impression-virtuelle.fr](http://www.impression-virtuelle.fr)

Il devrait être utilisé pour le guide pratique 2010 (l'économie faite en passant de 50 000 à 45 000 exemplaires permettra de financer sa réalisation).

**C - Conclusion :**

La commission accepte ce principe de refonte du calendrier des animations du Plateau de Caux Maritime.

Demande à ce que des devis chez les imprimeurs soient réalisés pour mesurer l'éventuelle économie budgétaire.

## 2) MISE EN PLACE D'UN NOUVEAU SITE INTERNET POUR L'OFFICE DE TOURISME :

### A- Présentation :

Le Comité Départemental et le Comité Régional de Tourisme ont décidé d'adopter « tourinsoft » pour leur site internet et de mettre à disposition des Offices de Tourisme ce logiciel pour être compatible avec l'environnement touristique Normand.

Cette grande base de donnée commune à l'ensemble des acteurs aura pour avantage de :

- Saisir pour chaque prestataire 1 fois l'information (aujourd'hui 5 saisies différentes) et d'assurer la mise à jour de l'ensemble des sites internet (Office de Tourisme, CDT, CRT, FROTSI et FRPAT).
- Etre utilisé pour la gestion de l'accueil (demande de documentation, contacts guichet, ...) et l'observatoire touristique.
- Récupérer les données pour les éditions.

Internet étant un outil incontournable pour le développement touristique et l'accueil sur notre territoire, le Pays va financer la refonte du site internet actuel pour le rendre compatible avec nos partenaires et répondre aux attentes des internautes.

Avant de lancer une consultation auprès de sociétés spécialisées dans la création de sites internet, le Pays a souhaité s'entourer d'une expertise extérieure pour :

- Analyser nos besoins et attentes du futur site de l'Office de Pays
- Elaborer une pré-arborescence du site
- Rédiger un cahier des charges pour lancer la consultation auprès des entreprises
- Nous assister dans l'analyse des offres et la sélection de l'agence qui réalisera le site.

3 devis sont présentés :

CL Conseil	(Paris)	2 250 €HT (3 jours : 750 €/jour)
Laboweb (M. Daraud)	(76 St Georges/Fontaine )	1 750 €HT (3,5 jours : 500 €/jour)
Version Tourisme (M. Belliot)	(76 Le Havre)	750 €HT (3 jours : 250 €/jour)

### B – Débat et conclusion :

Le choix de la commission se porte sur Version Tourisme en raison de sa proximité et de son coût.

Mr Belliot est par ailleurs connu localement (directeur de la Maison du Tourisme de Fécamp, Directeur Adjoint de l'OT du Havre, site internet du CDT en 2004, formateur en marketing touristique à l'Université du Havre, ...).

Un groupe de travail doit être constitué pour définir nos besoins et attentes afin que M. Belliot puisse apporter son expertise et proposer une arborescence et un cahier des charges conforme à notre stratégie .

Il est proposé que le personnel des OT-SI soit associé à la réflexion. Sophie Osouf souhaite que des élus participent au travail afin de valider l'avancée des travaux. Mr Duboc propose d'intégrer le groupe.

## 3) ADAPTATION DES HORAIRES D'OUVERTURE DES BUREAUX D'ACCUEIL :

### A- Présentation :

Un planning d'ouverture est présenté. Il tient compte des fréquentations touristiques et des budgets alloués par les Collectivités pour financer le personnel d'accueil tout en respectant la Convention Collective du tourisme.

Depuis 2 ans les OT-SI enregistrent leur fréquentation journalière ce qui permet de détacher 4 grandes périodes :

Le hors saison (du 1 octobre au 31 mars) : les horaires d'ouverture sont réduits pour permettre au personnel de travailler en équipe sur la préparation de la saison et l'amélioration de l'accueil.

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

La mi-saison : du 1 avril au 30 septembre : ouverture plus large

La Haute saison : ouverture maximale avec renfort de saisonniers.

Les brochures devront être mieux diffusées chez les prestataires pour créer du lien et permettre aux visiteurs d'avoir l'information sur leur lieu de séjour.

## **B – Débat et conclusion :**

Veulettes sur Mer qui n'appliquait pas la convention collective (dimanche à 150 % et jours fériés à 200 %) n'est pas satisfait de la proposition. La Commune de Veules les Roses avait proposé de prendre en charge le ménage en contre partie d'heures d'accueil.

Il a été décidé que les bureaux devaient avoir le même fonctionnement et les hôtesse assurent le ménage des locaux (sauf sur Doudeville où la Com Com finance avec la commune l'entretien des locaux de l'OT et du Carrefour du lin).

Un RDV sera pris avec Veulettes pour trouver une solution.

Un RDV sera pris avec la Com Com entre mer et lin pour les horaires d'ouverture de la cabine de St Aubin où la convention collective n'était pas appliquée.

Quand les horaires d'ouvertures des bureaux d'accueil seront validés, le guide pratique 2010 pourra être imprimé (une page étant réservée aux OT-SI pour renvoyer les visiteurs vers les lieux ouverts).

Informations complémentaires faites ou décidées après le 24 novembre :

- Horaires de Veulettes et St Aubin définis.
- La Com Com entre Mer et Lin a constitué un groupe de travail pour la mise en place d'une taxe de séjour à l'échelle communautaire en 2011
- Deux RDV ont été pris avec le CNPE de Paluel pour améliorer l'accueil des entreprises lors des arrêts de tranche (800 à 1000 salariés sur 6 à 8 semaines en avril/mai et septembre/octobre 2010). Du personnel de l'OT pourrait être financé pour assurer des permanences sur le site 3 x 2 jours par arrêt de tranche. Un important travail de sensibilisation est à effectuer auprès des hébergeurs (disponibilités, services), des restaurateurs (tarifs et heures de services) et des prestataires de loisirs (accessibilité, offres promotionnelles).
- Une première réunion avec le personnel des OT-SI a été faite. 6 groupes de travail thématiques ont été composés :
  - o Hébergement : accueil des chantiers, gestion des disponibilités, qualité et services
  - o Site internet : quel site pour le Plateau de Caux Maritime, application de Tourinsoft
  - o Démarche qualité : de la FNOTSI, Label Tourisme et Handicap, les boutiques, ...
  - o Observatoire du Tourisme
  - o Travail avec les prestataires : selon les typologies travail sur des thématiques
  - o Communication : interne, presse, prestataires, touristique

Durant le premier trimestre, le personnel participera à 1 ou 2 réunions thématique par semaine dans un site différent. L'objectif est d'apprendre à travailler ensemble, de connaître les différents bureaux d'accueil, d'harmoniser leur fonctionnement, ...