



EPIC Office de Tourisme et d'Animation de Villers-sur-Mer

COMITE DE DIRECTION

Réunion du 21 mars 2011

Annexe n°1

RAPPORT D'ACTIVITE 2010

- I) ADMINISTRATION DE L'EPIC
- II) L'EQUIPE
- III) PARTENARIATS INSTITUTIONNELS
- IV) PARTICIPATIONS FINANCIERES ET SUBVENTIONS
- V) PARTENARIATS AVEC LE MONDE ECONOMIQUE LOCAL
- VI) ACCUEIL ET INFORMATION TOURISTIQUE
- VII) INTERNET / FACEBOOK
- VIII) AUTRES ACTIONS DE PROMOTION
- IX) EDITIONS
- X) ANIMATIONS GRATUITES
- XI) PRESTATIONS DE SERVICE
- XII) RECAPITULATIF DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE

I. ADMINISTRATION DE L'EPIC

A. COMPOSITION DU COMITE DE DIRECTION

Suivant les statuts de l'EPIC, article 2 : ORGANISATION – DESIGNATION DES MEMBRES, *Alinéa 1^{er}*, le comité de Direction comprend 8 membres du Conseil Municipal et 7 membres nommés représentant des professions, associations ou personnes représentatives intéressées au tourisme et à l'animation de Villers sur Mer.

Il est présidé par M. Gérard Vauclin, Maire de Villers-sur-Mer.

Mise à jour :

Suite au changement de Direction du Casino de Villers sur mer et à la radiation de Monsieur Kerfuric :

- M Christian Pycke, représentant du Casino de Villers sur mer
- M. Cyril Placier, représentant des commerçants indépendants

8 conseillers municipaux : M. Gérard Vauclin – Mme Patricia Forin – M. Bruno Sautelet – Mme Céline Constensoux-Bequet – M. André Casna – M. Alain de Rouvray – Mme Catherine Genain – Mme Marie-Isabelle Hodiesne

7 représentants des professions ou personnes intéressées au tourisme :

Au titre de l'Association des Propriétaires de Villers-sur-Mer :

- Membre titulaire : M. Gérald Hostater
- Membre suppléant : M. Dominique Chedru

Au titre du Casino de Villers sur Mer :

- Membre titulaire : M Christian Pycke
- Membre suppléant : M. Benjamin Tranchant

Au titre des Hôteliers :

- Membre titulaire : M. Arnaud Besnier
- Membre suppléant : M. Patric Crosnier

Au titre des personnalités qualifiées en matière de tourisme :

- Membre titulaire : Mme Karine Boutillier
- Membre suppléant : M. Jean-Pierre Loevenbruck

Au titre des commerçants indépendants :

- 2 membres titulaires : M. Francis Coquet et M. Cyril Placier
- Membre suppléant : M. Alexandre Douchement

Au titre des Restaurateurs :

- Membre titulaire : M. Dominique Tolmais
- Membre suppléant : Mme Marie-Annick Honoré

B. TRAVAUX DU COMITE DE DIRECTION

Conformément aux textes en vigueur, le Comité de Direction doit se réunir à six reprises. En raison des fortes chutes de neige, le Comité de Direction prévu le 20 décembre a dû être exceptionnellement annulé portant à cinq le nombre de réunions.

Parmi les temps forts de cette année 2010 : les grandes décisions budgétaires et de programmation annuelles, ainsi que le suivi de la stratégie marketing et du plan d'action.

→ 18 janvier :

- Adoption du procès-verbal de la réunion du 14 décembre 2009
- Régie : nouveaux tarifs
- Budget 2009 : décision modificative 1
- Budget 2009 : décision modificative 2
- Budget 2009 : tableau des amortissements
- Programme des animations 2010
- Tarifs des partenariats des animations 2010
- Plan de promotion 2010
- Plan de communication des animations 2010
- Convention entre la commune de Villers sur Mer et l'EPIC (mise à jour)
- Règlement intérieur de l'Office de Tourisme
- Constitution d'un groupe de travail local pour le suivi de la démarche qualité

→ 29 mars :

- Adoption du procès-verbal de la réunion du 18 janvier 2010
- Constitution du Comité de Direction
- Rapport d'activité 2009
- Compte financier de l'exercice 2009
- Budget 2010 : Décision modificative
- Personnel : primes de résultats
- Régie : nouveaux tarifs
- Nomination d'un suppléant pour la signature des mandats et des salaires
- Compte rendu des mises en concurrence
- Compte rendu des contrats de plus de 3 750 €
- Compte rendu des conventions
- Convention entre la commune de Villers sur Mer et l'EPIC
- Convention annuelle avec le Casino de Villers-sur-Mer
- Produit : Villers Pass'Privilège 2010
- Produit : Club de plage 2010

→ 07 juin :

- Adoption du procès verbal de la réunion du 29 mars 2010
- Décision modificative : budget 2010
- Intérim de la Directrice
- Licence d'entrepreneur de spectacle
- Personnel : recrutement des saisonniers
- Régie Boutique : nouveaux tarifs
- Modification du règlement intérieur des salles de réception
- Compte rendu des conventions
- Nomination d'un régisseur suppléant pour le Club de Plage
- Régie : tarifs brochure groupe 2010/2011
- Personnel : remplacement maternité de Mme Camille JARROUX
- Régie : Nouveaux tarifs du Club du Méridien

→ 13 septembre :

- Adoption du procès verbal de la réunion du 7 juin 2010
- budget : décision modificative
- Nomination de la Directrice
- Nomination d'une directrice de l'animation
- Personnel : recrutement d'Ondine Varlez en CDD

- Compte rendu des conventions et partenariats financiers des animations
- Compte rendu des mises en concurrence
- Edition d'un livret historique sur les villas villersois
- Fête de la coquille 2010 : tarifs tente des saveurs
- Nomination d'un régisseur suppléant pour la fête de la coquille 2010
- Composition du Comité de Direction : nomination d'un nouveau membre
- Fête de la Tulipe : réflexion sur un grand événement printanier
- Tarifs des partenariats 2011

→ 8 novembre :

- Adoption du procès-verbal de la réunion du 13 septembre 2010
- Budget 2011
- Régie : changements de prix boutique
- Personnel
- Budget 2010 : annulation DM N°3 – N42/2010
- Compte-rendu des contrats d'un montant supérieur à 3.750 €
- Compte rendu des partenariats logistiques et financiers /15ème Fête de la coquille et des fruits de mer
- Bilan de la 15ème Fête de la Coquille et des fruits de mer et de la vente de tickets culinaires

→ 20 décembre : annulation exceptionnelle

II. L'EQUIPE

Changements :

1/ Départ de Sophie MILLET DAURE , Directrice en juin 2010 > Intérim par Marie DARRIAU le 7 juin 2010 > remplacée par Clotilde CASSOT le 01 octobre 2010.

2/ Départ de Marie DARRIAU, Directrice de l'Animation en janvier 2011 > remplacée par Fanny PAUWELS le 3 janvier 2011.

3/ Départ de Christophe VAUCLIN, Webmaster en janvier 2011 > poste non remplacé pour faire appel à la prestation de service

Clotilde CASSOT - Directrice Générale (CDD de 3 ans à temps complet depuis le 1^{er} octobre 2010)

Coordination générale, suivi administratif et financier, stratégie marketing, analyse stratégique et structuration du programme d'animations, élaboration du programme annuel, suivi des prestations de nature commerciale, partenariats, actions de développement et de promotion, relations institutionnelles et relations presse

Fanny PAUWELS - Directrice de l'animation (CDI à temps complet depuis le 3 janvier 2011)

Participation à l'élaboration du programme avec la Directrice, suivi de production des animations, logistique générale, élaboration de nouvelles animations, suivi budget des animations

Isabelle CHENEAU - Secrétaire comptable (mise à disposition par la commune)

Comptabilité, régie d'avance, régie de recettes du cinéma, suivi administratif des personnels, locations de salles

Franck LEBAILLIF - Directeur du Calm (mis à disposition par la commune – temps partiel)

Elaboration du programme d'activités Calm, recrutement et encadrement des saisonniers, animation de stages (été et petites vacances), appui technique aux Ateliers du Méridien

Nicolas GUERBET - Assistant de production (mis à disposition par la commune)

Suivi administratif des animations, suivi logistique, accueil des artistes et des exposants, accueil téléphonique du service animation

Nadine BOUVOT - Responsable accueil information touristique (CDI à temps complet)

Gestion de l'espace boutique, régie de recettes de l'Office de Tourisme, coordination des personnels d'accueil, plannings, recrutement des saisonniers, mise à jour du guide et du plan

Johan BOUCHER - Conseiller en séjour et chargé de promotion (CDI à temps complet)

Accueil physique et téléphonique, secrétariat (suivi fournisseurs), actions de promotion, participation aux salons, chargé des partenaires pour la brochure touristique et le guide de séjour, gestion du panneau lumineux, commercialisation des mini-sites, gestion des bases de données

Paméla BARTHELEMY - Conseillère en séjour et chargée des balades nature (CDI à temps complet)

Animation des balades nature, élaboration du programme des balades pour individuels, réalisation de la brochure Balades Nature, développement des balades nature et conception de nouveaux circuits, conception des dossiers pédagogiques (niveaux maternelle et lycée), inscription aux opérations nationales et régionales, appui accueil

Camille JARROUX (anciennement LEMONNIER) - Chargée des groupes et des Ateliers du Méridien - Conseillère en séjour (CDI à temps complet)

Animation des balades nature, élaboration de la brochure groupes, partenariats brochure groupes, développement de nouveaux produits groupes et scolaires, conception des dossiers pédagogiques (niveaux primaire et collège), réservations groupes et développement de la clientèle groupes, développement et animation des Ateliers du Méridien, appui accueil

Hélène BASLE - Chargée de communication et partenariats (CDI à temps complet)

Elaboration du plan de communication et de promotion avec la Directrice, promotion des animations, relations presse, élaboration du guide Famille Plus, réalisation et suivi insertions publicitaires, mise à jour fichiers contacts, suivi budget communication et promotion, partenariats animations, gestion du cinéma

Fabrice BLOT - Projectionniste cinéma (CDI à temps complet)

Christine MANTELET- Agent d'entretien (CDI à temps partiel)

Cf. > Organigramme du personnel de l'Office de Tourisme mis à jour en janvier 2011

→ Les personnels saisonniers

Afin de faire face à un traditionnel surcroît d'activité, l'EPIC a fait appel pendant l'été 2010 à des saisonniers pour les services suivants :

1 poste à l'accueil OT	CDD 2 mois – plein temps	Agent d'accueil Groupe 3	1 368,06 € brut mensuel
1 poste espace boutique et accueil OT	CDD 2 mois – plein temps	Agent d'accueil Groupe 3	1 368,06 € brut mensuel
1 poste espace boutique OT	CDD 2 mois – plein temps	Agents d'accueil Groupe 3	1 368,06 € brut mensuel
1 poste animateur guide nature et animateur « Ateliers du Méridien »	CDD du 8 juillet au 28 août – temps partiel > 214 heures au total	Agent d'animation Groupe 3	9,2013 € brut de l'heure
Véronique WARDEGA	CDD 2 mois – mi-temps	Directrice artistique Groupe 6	955,32 € brut mensuel
1 poste animateur « Club du Méridien »	CDD du 5 juillet au 28 août – temps plein + heures les week end	Agent d'animation Groupe 3	9,2013 € brut de l'heure
1 poste animateur « Club du Méridien »	CDD du 5 juillet au 28 août – temps plein + heures les week end	Agent d'animation Groupe 3	9,2013 € brut de l'heure
1 poste animateur « Club du Méridien »	CDD du 5 au 31 juillet – temps plein + heures les week end	Agent d'animation Groupe 3	9,2013 € brut de l'heure
1 poste animateur « Club du Méridien »	CDD du 1 au 28 août – temps plein + heures les week end	Agent d'animation Groupe 3	9,2013 € brut de l'heure
1 poste animateur « Calm » tennis	CDD du 5 juillet au 27 août – temps partiel – 27h par semaine	Animateur sportif Groupe 3	12 € brut de l'heure
1 poste animateur « Calm » tir à l'arc	CDD du 5 juillet au 20 août – temps partiel – 20h par semaine	Animateur sportif Groupe 3	12 € brut de l'heure
1 poste animateur « Calm » zap club + golf + volley	CDD du 5 juillet au 20 août – temps plein	Animateur sportif Groupe 3	12 € brut de l'heure
2 postes animateurs « Calm » gym	CDD de 4 semaines et de 4 semaines – temps partiel – 15h par semaine	Animateurs sportifs Groupe 3	23 € brut de l'heure
1 poste animateur « Calm » dessin	CDD du 5 juillet au 13 août – temps partiel – 12h30 par semaine	Animateur socio culturel Groupe 3	23 € brut de l'heure
1 poste saisonnier « Pass Privilège »	CDD du 12 juillet au 22 Temps partiel	Agent d'animation Groupe 3	9,2013 € brut de l'heure

Accueil et boutique

Un personnel a été recruté à plein temps du 1^{er} juillet au 31 août pour renforcer l'équipe accueil info touristique.

Deux personnels ont été recrutés du 1^{er} juillet au 31 août à temps complet pour assurer l'accueil, la vente des produits de l'espace boutique ainsi que l'inscription à l'ensemble des activités organisées ou relayées par l'Office de Tourisme.

Ateliers du Méridien – Balades nature

Un personnel à temps partiel titulaire du BAFA a été recruté du 5 juillet au 28 août pour l'animation des Ateliers du Méridien, sur la plage, en complément des animateurs spécialisés intervenant sur chacun des thèmes. Ce personnel est également venu en renfort des balades natures.

Calm

Six animateurs en CDD à temps partiel ont été recrutés pour l'animation des stages et des activités à la carte du Calm pendant la période estivale.

Club de plage « Club du Méridien »

Deux animateurs en CDD à temps plein en juillet/août, 1 animateur en CDD à temps plein en juillet et 1 animateur en CDD à temps plein en août ont été recrutés pour assurer l'animation du Club de plage.

Nouveaux Talents

Véronique WARDEGA, directrice artistique, a effectué un CDD de 2 mois à mi-temps pour la préparation et le suivi du Festival.

Les artistes Nouveaux Talents sont recrutés par l'intermédiaire du GUSO et leur cachet est compté en prestations de services.

III. CONVENTIONS DE PARTENARIAT

En tant qu'acteur du paysage institutionnel local, l'EPIC a tissé des partenariats avec plusieurs collectivités, associations et entreprises. Ces partenariats sont formalisés par des conventions.

Commune

→ Avenants (12 janvier 2010 et 12 février 2010) à la convention approuvée le 16 juin 2008

- Moyens : participation financière / locaux/ matériel
- Personnel
- Bilan d'exploitation
- assurances

Comité régional du Tourisme

→ Convention de partenariat approuvée le 17 janvier 2005

- adhésion de l'Office de Tourisme au Système d'information touristique normand (Tourinsoft)
- mise à disposition par l'Office des informations sur les manifestations de son territoire de référence
- possibilité de consultation par l'Office de l'ensemble des informations de la base de données régionale

Villers Animation et Loisirs

→ L'EPIC ne peut pas s'appuyer sur du bénévolat. L'association Villers Animation et Loisirs permet à une équipe de bénévoles passionnés d'œuvrer pour l'animation de la station, et de maintenir l'esprit familial qui fait l'identité de cette dernière.

L'EPIC soutient l'association par :

- la communication sur les animations
- la prise de réservation des animations de l'été
- la revente des prestations de l'association sans commission > convention du 11 mars 2010
- la mise à disposition gratuite des salles > convention approuvée le 19 avril 2010

Association de Paléontologie

→ L'EPIC et l'Association de Paléontologie sont intimement liées du fait de la présence du Musée paléontologique dans les locaux de l'Office et de l'implication de l'Office dans les balades nature.

L'Office de Tourisme et d'Animation assure :

- l'accueil du Musée par le service accueil information touristique
- l'accueil des groupes au Musée par Paméla Barthélémy, guide nature de l'Office
- la communication sur les activités grand public de l'association
- la revente des produits dérivés de l'association sans commission > convention du 25 mars 2004
- la mise à disposition gratuite des salles > convention signée le 11 mars 2010

Tennis Club

→ Les deux structures sont notamment partenaires pour les activités d'été du Calm > protocole du 5 avril 2004.

Casino groupe Tranchant

→ Le Casino groupe Tranchant est un partenaire majeur de l'Office de Tourisme, notamment sur le volet animations > convention de partenariat approuvée le 30 mars 2010

- participation financière du Casino aux animations de la station
- collaboration constante pour la communication (conférences de presse communes)

Pays d'Auge Expansion – Pays d'Art et d'Histoire

→ L'Office de Tourisme et d'Animation et Pays d'Auge Expansion ont décidé de mettre leurs moyens en commun pour le développement d'une offre de visites découverte du patrimoine villersois > avenant de la convention du 2 juillet 2010

- mise à disposition par Pays d'Auge Expansion des guides conférencières du Pays d'Art et d'Histoire pour assurer 18 visites guidées programmées par l'Office de Tourisme d'avril à octobre
- facturation à l'Office de Tourisme à tarif préférentiel
- billetterie des 18 visites assurée par l'Office de Tourisme à son profit exclusif
- communication dans les supports de promotion des deux structures

Partenaires du Villers Pass'Privilège

→ La création du Pass'Privilège a permis de faire émerger un nouvel outil d'animation du réseau des prestataires locaux. Comme en 2009, cette collaboration a été formalisée par des conventions de partenariat avec les professionnels des secteurs suivants :

- conventions offres privilège > commerces
- conventions offres privilège > restaurants et bars
- conventions offres privilège > loisirs

Partenaires des animations organisées par l'Office de Tourisme

→ Comme en 2009, de nombreux partenaires (commerçants et entreprises locales) ont soutenu financièrement ou matériellement les manifestations de l'office de tourisme.

Ouest France

→ L'Office de tourisme de Villers sur mer et le Journal Ouest France ont convenu de la diffusion gratuite du quotidien Ouest France les samedis de la saison aux visiteurs de l'Office de tourisme
> convention du 02 juin 2010.

Radio France bleu Basse Normandie

→ La radio France Bleu Basse Normandie a soutenu les principaux événements de la station au travers de jeux, interviews, chroniques, agendas, communiqués... > Festival Sable Show, Pique-nique Géant, Festival Danse sur le sable, Fête de la Coquille St-Jacques et des fruits de mer. En contrepartie l'EPIC Office de Tourisme et d'Animation a fait figurer le logo de France Bleu Basse Normandie sur ses supports de communication et aux abords des manifestations.
> convention du 19 mai 2010.

IV. PARTICIPATIONS FINANCIERES ET SUBVENTIONS

En tant qu'Etablissement Public Industriel et Commercial, l'Office de Tourisme et d'Animation perçoit des financements publics sous forme de subventions ou de participations financières.

Commune

- La subvention de la commune s'est élevée à 413 000 € au titre de l'année 2010 (baisse de 75 000€ de la subvention initiale de 488 000 € suite à la décision modificative du Conseil municipal du 26 mars 2010).
- Pour la mise à disposition du personnel communal, la participation financière s'est élevée à 105 645 €

Taxe de séjour

- Les Offices de Tourisme, constitués en EPIC, reçoivent le produit de la taxe de séjour. Celle-ci s'est élevée à 26 869,20€ en 2010.

Conseil Général du Calvados

- Le Conseil Général du Calvados soutient le festival des Nouveaux Talents. En 2010, une subvention de 1600€ a été versée.

Canal + / TPS

- Ces deux entreprises versent ensemble une subvention d'exploitation aux cinémas de proximité aux termes de leur cahier des charges avec l'Etat. Cette aide s'est montée à 646,44 € en 2010 pour le Cinéma du Casino.

V. PARTENARIATS AVEC LE MONDE ECONOMIQUE

Institutionnellement dépourvu d'adhérents, un Office de Tourisme en EPIC se doit néanmoins pour fonctionner de tisser des relations avec le monde économique local.

Casino

→ Le Casino a vocation à apporter son soutien à la station, notamment en matière d'animations. Il constitue un partenaire majeur de l'Office de Tourisme.

- La participation financière du Casino aux animations de la station représente à elle seule plus de 42,8 % (44% en 2009) du montant total des prestations de services/ partenariats financiers de l'Office

- S'y ajoute la prise en charge directe par le Casino de certaines dépenses (organisation de points presse, de cocktails d'inauguration et de repas offerts aux artistes)

Prestataires touristiques

→ L'Office de Tourisme et d'Animation assure la promotion des prestataires de la station au travers de ses éditions et de son service accueil information touristique. De leur côté, la plupart des prestataires sont partenaires de l'Office :

- pour l'édition du guide de Villers
- pour l'édition de la brochure touristique
- pour l'édition de la brochure groupes
- pour l'édition du guide des animations
- pour les mini-sites de l'Office de Tourisme
- pour les animations (Sable show, Fête de la Coquille, Ateliers du Méridien, animations enfants), sous forme de participations financières ou de contributions diverses (chambres d'hôtels, repas, friandises, lots, etc.).

Exposants

→ La participation des exposants de la Fête de la Coquille et des animarchés aux frais d'animation et de communication s'ajoute depuis 2005 au traditionnel droit de place versé directement à la Mairie.

VI. ACCUEIL ET INFORMATION TOURISTIQUE

L'activité d'accueil et d'information touristique se subdivise en :

- accueil physique et téléphonique
- envoi de documentations par fax, mail ou courrier

→ Données chiffrées

Sont comptabilisées officiellement les demandes à l'accueil (une demande peut représenter plusieurs visiteurs). Les statistiques sur l'envoi de courriers apportent des indications complémentaires sur les origines et les comportements des visiteurs.

Accueil physique et téléphonique

	2009	2010	Evolution en %
Fréquentation totale	38 262	36 289	-5,2
Avant saison	14 859	14 919	+0,4
Eté	15 266	14 712	-3,6
Arrière saison	8 137	6 658	-18,2
<i>Etrangers</i>	<i>1 465</i>	<i>1427</i>	<i>-2,6</i>

Nombre de demandes > via courrier, téléphone, fax et mail

	2009	2010	Evolution en %
Total	856	953	11,3
Téléphone	644	636	-1,2
Courrier	77	99	28,6
Fax	1	5	400,0
E-mail	134	213	59,0

Origines des demandes d'envois de courriers

		2009	2010
1	Ile de France	444	416
2	Haute Normandie	68	70
3	Nord Pas de Calais	85	113
4	Centre	45	49
5	Basse Normandie	34	83
6	Pays de Loire	5	29

→ Enseignements

- Baisse de fréquentation de l'Office surtout perceptible sur l'arrière saison (-18,2%). Cette tendance s'explique par les pénuries d'essence en octobre et une météo particulièrement mauvaise en fin d'année (neige). Les franciliens (principale clientèle) ont été plus particulièrement touchés par cette mauvaise conjoncture.
- Progression forte du media Internet et des demandes d'informations par email. Proposer le téléchargement des brochures et répondre sous forme dématérialisée permet de maîtriser les coûts liés aux demandes d'informations en constante progression et de retenir grâce à notre réactivité une clientèle sollicitée de toutes parts.

→ Actions 2010

- Délivrance des Codes WIFI
- Poursuite de la démarche qualité dans la perspective d'une labellisation Qualité Tourisme (avec l'appui technique de la FROTSI) : management d'équipe, mise en place d'un guide d'accueil, gestion des réclamations, diffusion de questionnaires de satisfaction...
- Spécialisation des saisonniers sur la partie boutique inscriptions, laissant aux permanents l'exclusivité de la partie information touristique, domaine vaste et difficile à maîtriser rapidement
- Formations du personnel :
 - o découverte du territoire : participation aux éductours départementaux, visites partenaires (CNV, Paléospace, chambres d'hôtes), visites de sites
 - o formation gestion d'équipe
 - o accueil adapté aux enfants

→ Perspectives 2011/2012

- Obtention du label Qualité tourisme en 2011 (novembre)
- Développement du plan de formation (langues, boutique, guidage)
- Déménagement des vitrines paléontologiques avec l'ouverture du Paléospace
- Projet de réaménagement global de l'espace accueil et l'espace de travail du personnel (étude et devis en cours)

VII. INTERNET / FACEBOOK

→ Internet est un outil majeur de promotion de la station

Le site Internet fait l'objet de

- Mises à jour permanentes
- Référencement et liens vers les sites partenaires + Pages jaunes.fr
- Envoi gratuit et régulier d'une E-newsletter aux abonnés (alerte info grandes animations, programme mensuel, programme hebdomadaire)

Nombre de visiteurs sur le site depuis 2006 :

	2006	2007	2008	2009	2010
janvier	6419	7824	9428	9942	9478
février	5970	8303	10528	11539	11236
mars	9777	9818	11720	12546	13657
avril	10014	12071	14248	14179	17107
mai	10012	11509	14017	14382	16529
juin	9766	13556	13942	14017	15395
juillet	14145	18192	18252	20220	23949
août	9994	14882	15342	20032	19515
septembre	7066	8726	9569	11896	12702
octobre	8552	10001	11472	13539	13311
novembre	5386	6778	8718	8178	9634
décembre	5674	7364	7989	8382	9166
Moyenne mensuelle	8565	10752	12102	13238	14307
Evolution	+33,12%	+25,54%	+12,56%	+9,38%	+8,07%
Total annuel	102775	129024	145225	158852	171679

Origines des visiteurs :

Moteurs de recherche : 78 %

	En 2009	En 2010
1	Google = 86.93 %	Google = 72,5%
2	Yahoo = 3.83 %	Direct = 11.1%
3	Bing = 2.44 %	Bing = 2,3 %
4	Voila	Yahoo
5	aol	Search

Sites référents :

Les sites référents ont généré 15 661 visites via 765 sources, soit au total 9,1% des visites contre 10% en 2009.

	En 2009	En 2010
1	calvados-tourisme.com	sfr.fr
2	cabourg.net	calvados-tourisme.com
3	Office-de-tourisme.org	Google.fr
4	Fermeleschampsrabats.com	Search.free.fr
5	Coeurcotefleurie.org	cabourg.net
6	sfr.fr	Facebook.com
7	Wikipedia.fr	Normandie-tourisme.fr

8	Normandie-tourisme.fr	Lo.st
9	Pagesjaunes.fr	Tourisme.fr
10	Paysdauge.fr	Efsc.fr

Principaux mots clés :

- villers sur mer
- Villers
- Viller sur mer
- Meteo villers sur mer
- Hotel villers sur mer

→ Actions 2010

- Mise en place d'outil intranet de gestion des disponibilités pour l'ensemble des prestataires d'hébergement
- Valorisation des offres spéciales groupes dans l'espace pro
- Mise en ligne des informations sur les sites institutionnels, diffuseurs nationaux, partenaires (ViaFrance...)
- Création d'une rubrique « Location de salles »
- Création d'une rubrique « Boutique de l'Office de Tourisme »
- Création du rubrique « Démarche Qualité » dans l'espace pro
- Développement des minis-sites
- Création d'une page Facebook > référencement des événements de la station et modération
- Diffusion de newsletters

→ Perspectives 2011/2012

- Habillage du site Internet pour les 1100 ans de la Normandie
- Mise à jour régulière des contenus
- Sensibilisation des partenaires à la gestion des disponibilités des hébergements
- Développement des publications, alertes, événements sur la page Facebook

VIII. AUTRES ACTIONS DE PROMOTION

→ Promotion locale

- Annonces micro (en centre-ville et sur la plage) destinées à promouvoir les animations du jour.
- Diffusion d'informations sur le panneau lumineux installé place Jeanne d'Arc
- Diffusion mensuelle des tracts de l'Office (cinéma, animations, etc.) auprès des commerçants de la station, et une fois par semaine pendant l'été.
- Tournée de sensibilisation des acteurs locaux du tourisme (hôtels, agences de location) par la Directrice au début de l'été.

→ Tournées de diffusion

- L'Office de Tourisme a effectué des tournées de diffusion dans les principales zones touristiques du département au printemps et au cours de l'été (Offices de Tourisme, campings, résidences de tourisme, sélection d'hôtels, restaurants...).

→ Insertions publicitaires

- La quasi totalité de la publicité effectuée par l'Office a été consacrée aux animations via des encarts dans la presse écrite, des campagnes radio et de l'affichage en gare :

- Journaux locaux : Ouest-France, Le Pays d'Auge, L'Eveil, Dimanche Ouest-France
- Magazines : Pays de Normandie, La Tartine, Rouen Normandie Magazine
- Affichage : gares de Caen (24 faces de 2m²) pour la Fête de la coquille et des fruits de mer
- Les autres insertions ont concerné les balades nature : Guide du visiteur du CDT, Guide des vacances de Ouest-France et Le Nouvel Observateur Basse-Normandie.

→ Salons et manifestations

- 2^{ème} participation au Salon des Seniors à Paris en mars (+ de 30 000 visiteurs en 3 jours)
- 1^{ière} participation au MAP Pro en septembre à Paris (en partenariat avec le Paléospace)
- Participation à la Journée rencontres départementales du Tourisme à Cabourg, organisée en avril par la CCI

→ Contacts presse

- Tout au long de l'année 2010, des médias étrangers, nationaux, régionaux et locaux sont intervenus à Villers et ont contribué à la promotion de la station ou de ses événements :

Avant saison

- 8 Février Point presse > Guide des Falaises des Vaches Noires - Brochure balades nature et Déjeuner presse > Présentation des Grandes orientations et animations 2010 - Vacances de février
- 16 février Point presse > Ateliers du méridien - Programme des vacances de février
- 20 février Interview France Bleu Basse Normandie > Fête des crêpes
- 25 février Interview France Bleu Basse Normandie > Musée paléontologique - Nuit des musées
- 17 mars Point presse > Bilan vacances de février - Présentation Journées Florales
- 10 avril Interview France Bleu Basse Normandie > Journées Florales
- 26 avril Point presse > Guide de séjour - Guide de randonnées pédestres - Villers Pass'Privilège - Soirée contée du 1er mai - Evénements de l'été
- 3 mai Accueil de quatre journalistes allemands > Vacances en famille sur l'Eure, l'Orne et le Calvados.>> Visite guidée de la station et circuit rapide « Falaises Dinosaures » (3 articles parus)
- 12 mai Présentation à la presse du Villers Pass'privilège 2010, en présence des partenaires
- 10 juin Point presse > Fête du Dinosaur - Guide des familles
- Interview Cocktail FM > Fête du Dinosaur et Sable Show
- 23 juin Cocktail FM > Reportage dans la station
- 30 juin Conférence de presse > Présentation des événements de l'été

Eté

- Agenda Cocktail FM > Annonces régulières des balades nature
- 13 Juillet : Interview Oui FM (chronique « Les bons plans du week-end ») > 1,30mn sur la station
- 17 Juillet : Interview France Bleu Basse Normandie > Sable Show - Pique-nique Géant
- 23 Juillet : Interview Cocktail FM > Ministère Magouille à Sable Show
- 24 Juillet : France 3 Normandie - Caen > Reportage sur le Skimboard School Tour au JT 19-20h
- 2 août : TF1 > Reportage sur le sable fin de la station avec le système Ecoplage
- 3 août Direct France 3 Normandie Caen > Sable Show Noussondia - Reportage sur la station
- 4 août: Conférence de presse > Bilan mi-saison - Evénements du mois d'août

- Interview Cocktail FM > Danse sur le Sable - Nouveaux Talents - Bilan à mi-saison
- 16 août : France 3 Normandie - Caen > Reportage sur le Festival des Nouveaux Talents au JT 19-20h
- Interview France Bleu Basse Normandie > Véronique Wardega présente les Nouveaux Talents
- 22 août : Interview France Bleu Basse Normandie > Dernier concert Sable Show - Danse sur le sable - Feux de l'été
- 25 août : France 3 Normandie - Caen > Reportage sur le Festival Danse sur le sable et les Ateliers du Méridien au JT 19-20h
- 31 août : Conférence de presse > Bilan de la saison (statistiques accueil et retours sur les animations) > Interview de Cocktail FM > Bilan de la saison touristique

Arrière saison

- 14 octobre : Déjeuner presse > Présentation de Clotilde Cassot, nouvelle directrice de l'Office de Tourisme > Présentation de la 15ème Fête de la Coquille et des fruits de mer
- 19 octobre: Point presse > Activités des vacances de la Toussaint : Ateliers du Méridien - Halloween > Cinéma : mise en place de cycles thématiques
- 23 octobre : Interview France Bleu Basse Normandie > Fête de la Coquille
- M6 - Emission 100% Mag > Reportage sur la teurgoule lors de la Fête de la Coquille (Diffusion le 26 novembre 2010)
- 14 décembre: Point presse > Grands événements 2011 - Retour sur la réunion de présentation du Débarquement Viking
- 18 décembre : Interview France Bleu Basse Normandie > Marché de Noël - Concours de gourmandises
- 19 décembre : Interview France Bleu Basse / Haute Normandie (chronique « Envie de Normandie ») > Musée paléontologique - L'Odysée Paléospace
- 21 décembre : Interview Tendances Ouest (« La boîte à idées ») > Fête du chocolat - Animations de Noël
- 25 décembre : Interview France Bleu Basse Normandie > Fête du chocolat

→ **Mise à jour des guides touristiques**

L'Office de Tourisme a contribué à la mise à jour de plusieurs guides touristiques : Guide du Routard, Petit Futé, Loisirs Lieux de Visite Calvados, Guides La Balise...

→ **Tour Opérateurs**

L'Office de Tourisme est sollicité pour la fourniture d'informations ou de photos par les Tour opérateurs.

→ **Nouveauté 2010**

- Création d'une offre pour groupes (conférences, visites guidées, balade découverte en petit train, cours de cuisine...), réalisation d'une brochure complète présentant les produits de l'Office, la location de salles et les offres des partenaires

IX. EDITIONS

→ Supports d'information touristique et produits réalisés en 2010

Intitulé	Modalités du support
Brochure touristique <i>Sortie en janvier</i>	11 000 ex. Format fini A4 - 28 pages - Quadri R/V Couché brillant 135g - Couverture couché brillant 170g Vernis acrylique sur toutes les pages - Façonnage : 2 piqûres métal
Brochure balades nature <i>Sortie en février</i>	20 000 ex. Format fini A5 - 16 pages - Quadri R/V Couché brillant 135g - Couverture couché brillant 170g avec vernis Façonnage : 2 piqûres métal
Coupon d'accueil <i>Sortie en février</i>	3 000 ex. Format A5 - 1 couleur R/V - Couché brillant 250g
Guide de séjour <i>Sortie en mars</i>	12 500 ex. Format fini A5 - 128 pages - Dos carré collé - Quadri R/V Intérieur satiné mat 90g - Couverture couché brillant 200g Vernis acrylique sur toutes les pages - Façonnage : 2 piqûres métal
Agenda des animations <i>Sortie en avril</i>	15 000 ex. Format fini A5 - 20 pages - Quadri R/V Couché brillant 135g - Couverture couché brillant 170g avec vernis Façonnage : 2 piqûres métal
Livret Falaises des Vaches Noires <i>Sortie en janvier</i>	4 000 ex. Format fini A5 - A l'italienne - 12 pages - Quadri R/V Couché brillant 135g - Couverture couché brillant 170g Façonnage : 2 piqûres métal
Livret Ateliers du Méridien <i>Sortie en février</i>	2 000 ex. Format fini A5 - 28 pages - Quadri R/V Couché brillant 135g - Couverture couché brillant 170g Façonnage : 2 piqûres métal
Guide de randonnées pédestres	4 000 ex. Format fini A5 - A l'italienne - 28 pages - Quadri R/V Couché brillant 135g - Vernis sur couverture - Façonnage : 2 piqûres métal
Pass Privilège <i>Sortie en avril</i>	Carnets : 1 000 ex. Quadri R/V - Format 5 x 10cm fini Flyers : 7 000 ex. Quadri R° - Format A6 Affiches : 60 ex. Quadri R° - Format 32 x 45cm
Feuillet scolaire	500 ex. Format A4 - Impression quadri R/V - Vernis

→ Supports autour des animations 2010

Intitulé	Supports de communication
Vacances de février <i>Du 13 février au 7 mars</i>	Tracts vacances de février : 3 000 ex. Quadri R/V - Format A5
Fête des crêpes <i>Samedis 20 et 27 février</i>	Affiches : 20 ex. Quadri R° - OT - Format A3
Conférences	Affiches : 20 ex. par conférence Quadri R° - OT - Format A3
Ateliers des Chefs	Affiches : 20 ex. par thématique Quadri R° - OT - Format A3
Ateliers des P'tits Chefs	Affiches : 20 ex. par thématique Quadri R° - OT - Format A3
Vacances de Pâques <i>Du 10 avril au 2 mai</i>	Dépliant vacances de Pâques : 4 000 ex. Quadri R/V - Format A5 fini
Pâques en fête <i>Samedi 3 et dimanche 4 avril</i>	Affiches : 30 ex. Quadri R° - OT - Format A3
Journées florales <i>Samedi 10 et dimanche 11 avril</i>	Affiches : 200 ex. Quadri R° - Format 32 x 45cm Flyers : 10 000 ex. Quadri R/V - Format A5
Activités jeunesse de l'été <i>Sortie début juin</i>	Plaquette Activités Jeunesse : 8 000 ex. Quadri R/V - Format A5 fini - 3 volets
Fête du Dinosaur <i>Samedi 19 et dimanche 20 juin</i>	Affiches : 60 ex. Quadri R° - Format 32 x 45cm Flyers : 3 000 ex. Quadri ou R/V - Format A5
Festival Sable Show <i>Du 9 juillet au 24 août</i>	Plaquette Sable Show : 13 000 ex. Quadri R/V - Format fini A6 - Façonnage 2 piqûres
Guinguettes du bord de mer <i>Dim. 11 juillet et sam. 7 août</i>	Affiches : 20 ex. Quadri R° - OT - Format A3
Pique-nique géant <i>Dimanche 18 juillet</i>	Affiches : 60 ex. Quadri R° - Format 32 x 45cm Flyers : 3 000 ex. Quadri ou R/V - Format A6
Feux d'artifice <i>Mardi 13 juillet et samedi 14 août</i>	Affiches : 20 ex. par feu Quadri R° - OT - Format A3
Feux de l'été juillet <i>Samedis 31 juillet et 28 août</i>	Affiches : 20 ex. par feu Quadri R° - OT - Format A3
Olympiades en famille <i>Dimanche 8 août</i>	Affiches : 30 ex. Quadri R° - OT - Format A3
Festival des Nouveaux Talents <i>Du 16 au 22 août</i>	Dépliant Nouveaux Talents : 11 000 ex. Quadri R/V - Format fini A6 - 4 plis accordéon Affiches : 150 ex. Quadri R° - Format 32 x 45cm Tickets : 1 600 ex. (8 modèles x 200 ex.) Cartes d'abonnement : 100 ex.

Festival Danse sur le sable <i>Du 25 au 27 août</i>	Affiches : 60 ex. Quadri R° - Format 32 x 45cm Flyers : 3 000 ex. Quadri ou R/V - Format A6
Fête de la Coquille St-Jacques <i>Sam. 23 et dim. 24 octobre</i>	Dépliant Fête de la Coquille : 40 000 ex Quadri R/V - Format A5 fini - 3 volets Affiches : 1 000 ex. Quadri R° - Format 32 x 45cm Billets exposants 5 modèles (N°1-100) - Format 190 x 60mm - Noir R° - Papier coul. Billets démos 14 modèles (N°1-50) - Format 190 x 60mm - Noir R° - Papier coul. Affiches gare de Caen : 22 ex. Quadri R° - Format 118 x 174cm
Vacances de la Toussaint <i>Du 23 octobre au 3 novembre</i>	Dépliant vacances de Toussaint : 4 000 ex. Quadri R/V - Format A5 fini

→ Perspectives 2011/2012

- Optimiser la lisibilité des publications, uniformiser et affiner les tirages des supports de communication
- Réactualiser notre charte graphique.
- Généralisation de l'externalisation de la mise en page et de l'impression pour les supports de communication des événements, dans l'optique du maintien de l'image de marque de l'Office.
- Optimiser les panneaux et affiches grand format « Programme des Animations ».

X. ANIMATIONS GRATUITES

Le programme d'animations de Villers fait partie de l'image de la station et en renforce le côté familial et convivial.

L'EPIC intervient dans ce domaine sous deux formes : par la mise en œuvre de l'essentiel du programme d'animations de la station et par la contribution aux animations mises en œuvre par des partenaires.

→ Organisation de manifestations en 2010

- 22^e édition du Festival Sable Show en juillet et en août : 14 concerts
- Danse sur le Sable à la fin du mois d'août avec la Compagnie François Mauduit
- Fête de la Coquille en octobre sur le thème des Pays slaves, avec des dégustations de coquilles et des démonstrations de recettes avec les disciples d'Escoffier, une animation musicale festive, des défilés et des intronisations de confréries gastronomiques, le passage d'un vieux gréement au large de Villers, la vente de 20 tonnes de Coquilles avec Port Marée et des pêcheurs de la région et une foire aux vins devant le Casino
- Animarchés : Fête de la Tulipe en avril, deux guinguettes du bord de mer, Fête du Chocolat en décembre
- La Fête du Dinosaur en juin
- Un Pique nique géant au Marais pendant le week-end du 14 juillet
- Feux d'artifice en juillet et en août
- Feux de l'été programmés fin juillet et fin août sur la plage face au Casino
- Animations enfants pendant les petites vacances (fête des Crêpes, chasse aux œufs de Pâques, Halloween, Semaine du chocolat à Noël, Enfants Rois début janvier)

→ Contributions 2010

- Concours d'Agility, randonnée ATSCAF
- Activités Villers Animation et Loisirs
- Activités de l'Association de Paléontologie
- Concert de la Chorale d'Elbeuf

→ AXES PRIORITAIRES en 2011

- Répondre en priorité aux attentes des résidents permanents et secondaires
- Développer les animations tournées vers les familles et les enfants
- Enrichir qualitativement les animations traditionnelles à succès
- Réorienter ou réorganiser certaines manifestations (événement printanier)

L'année 2011 sera une année marquée les 1100 ans de la Normandie et le maintien des nouveautés proposées en 2010 :

- Reconstitution humaine du drapeau normand sur la plage en juillet
- Reconstitution d'un camp et d'un débarquement Viking en août
- Programmation Sable show 100% normande
- Fête de la coquille et des fruits de mer sur le thème de la Normandie
- La tournée nationale de « Skimboard » (sport de glisse du bord de mer)
- « Olympiades familiales »

XI. PRESTATIONS ET PRODUITS GRAND PUBLIC

En tant qu'Etablissement Public Industriel et Commercial, l'Office de Tourisme et d'Animation se doit de générer un chiffre d'affaires et d'assurer une part substantielle d'autofinancement.

Le chiffre d'affaires global des prestations et produits grand public commercialisés par l'Office de Tourisme et d'Animation (hors partenariats et subventions) a cru de 15,2 % en 2010 pour s'établir à 225 263,48 € HT.

Cette évolution est le résultat

- de la très bonne fréquentation du cinéma
- l'acquisition d'un stock boutique sur 2 ans (impact sur le chiffre d'affaires de la boutique) mais ne reflétant pas le résultats des ventes .

La plupart des activités sont en effet stable ou en baisse par rapport à 2009.

	CA 2010		CA 2009	
	<i>en euros HT</i>	<i>en %</i>	<i>en euros HT</i>	<i>en %</i>
Cinéma*	68 058,68	30,2%	49 200,18	25,17 %
Boutique	53 367,75	23,7%	43 160,09	22,09 %
<i>Dont stock</i>	<i>21.941,52 €</i>		<i>8.916,57 €</i>	
Calm	17 915,86	8%	18 483,59	9,46 %
Location de salles*	15 523,43	6,9%	19 593,67	10%
Balades nature	16 816,30	7,5%	18 883,83	9,66 %
Vente pour compte de tiers	18 011,06	8%	11 353,38	5,81 %
Nouveaux Talents	8 049,29	3,6%	6 824,65	3,50 %
Ateliers du Méridien	4 337,21	1,9%	4 582,70	2,34 %
Culture	2 396,65	1,1%	2 732,99	1,40 %
Pass'Privilège	6 210,00	2,8%	6 437,63	3,29 %
Club de plage	14 577,25	6,5	14 187,29	7,27 %
Total	225 263,48	100%	195 440,00	100 %

* en 2010 les locations de la salle de cinéma ont été affectées dans le service « Cinéma » soit 3 043,49 € et non pas dans le service « Location de salles » contrairement à 2009.

A. Cinéma

Avec 68 058,68 € HT en 2010 (contre 49 200,18 € en 2009), le cinéma assure 30,2 % des recettes de l'EPIC. Notons qu'en 2010 les locations de la salle de cinéma ont été affectées dans le service « Cinéma » soit 3 043,49 € et non pas dans le service « Location de salles » contrairement à 2009.

→ Le contexte

- Le nombre de spectateur progresse sous l'effet d'une programmation plus importante mais le nombre moyen de spectateur a tendance à diminuer.

	2006	2007	2008	2009	2010
Nombre de spectateurs	9 196	8 232	9 317	10 511	11 954
Nombre de séances	194	202	284	358	456
Nombre de spectateurs par séance	47	41	33	29	26

→ Actions 2010

Actions sur la programmation

- Programmation de qualité, originale, attractive et ciblée sur les familles (films d'animations, comédies)
- Augmentation du nombre de séances notamment pendant les petites vacances scolaires (2 séances par jour)
- Programmation sur jours et horaires fixes

Amélioration du confort de la salle

- Automatisation de la cabine de projection avec l'installation d'un système de démarrage en caisse (subventionné par le CNC)
- Achat de rehausseurs pour les enfants
- Vente de confiseries/ glaces et développement de la gamme de produits afin d'augmenter sensiblement la marge (pop corn, barbe à papa)

Communication

- Annonces micro régulières en centre ville
- Diffusion mensuelle d'affiches et de tracts au Casino, chez tous les commerçants + écoles de Villers
- Pose de deux grandes affiches sur les panneaux en centre ville et devant le cinéma
- Diffusion du programme de cinéma auprès des abonnés de la E-newsletter
- Annonce des séances sur le panneau lumineux du centre ville

Politique tarifaire, promotion, fidélisation

- Limitation à 1 gratuité dans le Pass'Privilège
- Edition une carte de fidélité pour les enfants > 5 séances à 15€

→ Perspectives 2011/2012

- Evolution mesurée des tarifs
- Création d'offres couplées en partenariat avec les restaurants et bars de la station > ex. : dîner au restaurant + 1 entrée au cinéma + 1 cocktail dans un bar
- Installation un panneau d'affichage cinéma sur le parking de Villers 2000
- Organisation de séances ou cycles + conférences / débats adaptés à différentes cibles en fonction des saisons (programmation famille en période de vacances / cycles seniors hors vacances)
- Participation aux événement nationaux (Printemps du Cinéma, Fête du cinéma)
- Passage au numérique et création d'une régie publicitaire

- Développement des ventes de confiseries, glaces pop corn, barbe à papa

B. Ventes espace boutique

L'espace boutique de l'Office de Tourisme s'impose comme le deuxième service de l'EPIC, avec 23,7 % du chiffre d'affaires global.

L'espace boutique a vu son chiffre d'affaires globalement progresser par rapport à 2009. Cette progression ne reflète pas cependant une évolution positive des ventes.

	CA 2009 en € HT	CA 2010 en € HT	Evolution 2009/2010
Total	43 160,09	53 367,75	+ 23,6%
<i>Stock</i>	8.916,57 €	21.941,52 €	+146%
<i>Hors stock</i>	34 243,52	31 426,23	- 8,2%

→ Le contexte

- Développement d'une gamme produits marqués « Villers » avec acquisition d'un stock sur 2 ans
- Réduction des ventes de livres, produits du terroir, jeux ludiques sur les dinosaures, la mer, les fossiles, les pirates, la Normandie en l'absence de réassort en cours d'année.
- Sur fond de crise économique, les vacanciers réduisent leurs dépenses et privilégient les produits accessibles .
- Météo plutôt maussade durant les deux mois ayant un impact sur la fréquentation de l'office et de la station .

→ Actions 2010

- Création d'une nouvelle gamme de produits dérivés à l'effigie de Villers (parapluie, bloc-note, autocollant, carte postale, affiche marque page, crayons de couleurs, tee-shirts et polos pour enfants, sacs de plage, sacs à dos, porte-clés, parapluies, briquets, etc....)
- Création et vente d'un carnet de découverte « Falaises des Vaches Noires » (3,5 €)
- Création et vente d'un livret d'activités « Les Ateliers du Méridien » (4 €)
- Réduction des vols grâce à des pancartes dissuasives et la mise en place d'un « système de surveillance »
- Création d'une rubrique « Boutique » sur le site internet de Villers

→ Perspectives 2011 /2012

- Réassort de la boutique pour élargir la gamme des produits vendus
- Echange de produits en stock avec le Paléospace
- Développement de produits autour des 1100 ans de la Normandie (thème Vikings, Normandie)
- Création et vente d'un Guide des villas en partenariat avec Pays d'art et d'Histoire (2012)
- Création et vente d'un livret jeu de piste, ludique et interactif « Chasse au Trésor pour toute la famille »
- Agencement plus spacieux pour accueillir le public et allonger la durée de visite
- Développement d'une gamme de produits autour des événementiels : fête de la coquille, Sable Show, Nouveaux Talents...

C. Location de salles

L'activité location de salles confiée à l'EPIC par la Mairie constitue une importante source de recettes avec 15523,43 € HT en 2010 (contre 19593,67 € en 2009) soit 6,9 % du chiffre d'affaire total.

	2009	2010	Evolution 2009/2010
Chiffre d'affaires	19 593,67 €	15523,43	-20,7%

→ Le contexte

- Rappelons qu'en 2010 les locations de la salle de cinéma ont été affectées dans le service « Cinéma » soit 3 043,49 € et non pas dans le service « Location de salles » contrairement à 2009
- Les locations de salles ont généré un CA d'affaires moins important mais restant satisfaisant. En effet, le contexte est stable et l'offre répond à la demande
 - o les clientèles sont fidèles (syndics de copropriétés)
 - o les tarifs sont avantageux face à la concurrence
 - o la salle panoramique avec vue sur mer, est unique sur la côte

→ Actions 2010

- Evolution des tarifs de location de la salle panoramique > hors saison et juillet/août
- Insertion dans la E-brochure séminaires du Comité départemental du Tourisme
- Promotion de cette activité dans la nouvelle brochure Groupes 2010 de l'Office de Tourisme de Villers
- Nouvelle rubrique « Location de salles » sur le site Internet (avec photos, détails techniques et tarifs)

→ Perspective 2011-2012

- Valorisation de l'offre au travers une fiche produit dans la brochure groupes et le Guide de séjour
- Fidélisation de la clientèle

D. Le Calm

Après une année 2009 stable et mitigée, le chiffre d'affaires du Calm baisse pour s'établir à 17 915,86 € HT en 2010 (contre 18 483,59 € HT en 2009).

Ce service représente 8 % du chiffre d'affaires total.

	2009	2010	Evolution 2009/ 2010
Chiffres d'affaires	18 483,59 €	17915,86	-3,1%

→ Le contexte

- Une météo estivale mitigée et des températures fraîches n'ont pas joué en faveur d'activités pratiquées à l'extérieur
- Annulation de stages en raison de l'occupation du stade par les gens du voyage
- Cependant le Calm est une activité qui rend un réel service aux vacanciers

→ Actions 2010

- Augmentation du nombre de flyers « Activités Jeunesse » et organisation des tournées de diffusion dans les lieux stratégiques accueillant un public jeune et sportif
- Promotion du CALM dans les dépliant « Petites vacances scolaires » et sur tous les panneaux d'animation
- Rachat de matériel neuf pour certaines activités
- Amélioration de la coordination entre la boutique de l'OT et les moniteurs sur le nombre de participants maximum
- Hausse des tarifs

E. Balades nature

De toutes les prestations de l'Office de Tourisme, le produit « Balades Nature » est sans doute le plus porteur de l'identité touristique de la station.

Avec 16 816,30 € HT en 2010 (contre 18 883,83 € HT en 2009 et 13 172,66 € en 2008), les recettes des balades nature représentent 7,5 % du chiffre d'affaire global.

Au total, les balades ont attiré 5 747 visiteurs en 2010, soit 706 visiteurs de moins qu'en 2009, malgré une stabilité du nombre de sorties individuelles (176 en 2010 et 170 en 2009).

	2008	2009	2010
Nombre de balades pour individuels	203	170	176
Nombre de visiteurs individuels	4 183	4 575	3664
Moyenne par balade	20,6	26,9	20,8
5			
Nombre de visiteurs groupes	1 667	1878	2083
Moyenne par balade groupes	33,13	37,71	52,1

L'Office de tourisme a accueillis des groupes plus importants qu'en 2009 mobilisant souvent les 2 guides.

→ Le contexte

- Le succès des visites est toujours très étroitement lié à la météo (plutôt défavorable en 2010) mais on observe un intérêt croissant des visiteurs pour la nature et l'environnement.
- Ces derniers apprécient à Villers la qualité des visites et la programmation tout au long de l'année.

→ Actions 2010 :

Actions sur la programmation

- Maintien du nombre de balades individuelles à 170 par an
- Développement des visites découverte du marais, découverte du milieu marin et de la balade dégustation avec l'association « Goûtez le Pays d'Auge »
- Evolution de la balade « Campagne et colombages » > partenariat avec la mairie de St Vaast en Auge > découverte de l'église et du mémorial de St Vaast + pause rafraîchissante > 4 sorties à la journée avec pause pique-nique
- Evolution de la balade « Côté mer et côté campagne » dégustation de produits du terroir en partenariat avec la crèmerie Normande en fin de parcours
- Organisation de balades événements : balades nocturnes aux Falaises, traversées « Villers-Houlgate » avec retour par la campagne et arrêt dégustation
- Participation aux événementiels régionaux ou nationaux : « La Normandie se découvre » en avril-mai, « la Nuit des Musées » en Mai, « Les Buissonnières » et « La journée du patrimoine de pays » en juin, « Train animé de la côte Fleurie » en juillet et en août, « Les Journées du Patrimoine » en septembre
- Poursuite de la politique de programmation des balades nature en semaine en moyenne saison (mai, juin, septembre et octobre) et pendant les petites vacances scolaires

Communication

- Edition d'un programme annuel à 20 000 exemplaires et diffusion en Basse-Normandie
- Poursuite des accueils presse sur la thématique balade et développement des insertions presse
- Panneau d'information dans l'espace accueil de l'Office de Tourisme

Politique tarifaire, promotion, fidélisation

- Augmentation des tarifs : 4,80 € au lieu de 4,50 € + tarif enfant 2,50 € au lieu de 1€, gratuit pour les moins de 3 ans
- Développement de la clientèle groupes > création de fichiers mailings groupes

→ **Perspectives 2011/2012 :**

- Privilégier un accueil de qualité en maîtrisant la taille de certains groupes
- Adaptation du calendrier des visites à la demande et aux périodes de fréquentation de la station
- Meilleure visibilité des balades adaptées aux enfants avec le positionnement du logo « Famille Plus » dans la brochure + visites accessibles en poussette
- Maintien du nombre de balades à 170 malgré l'ouverture du Paléospace qui prendra en charge les visites du marais
- Développement de la clientèle groupes
- Poursuite du partenariat avec Calvados littoral espaces naturels dans le cadre des Escapades nature proposées par le Conseil Général du Calvados
- Participation aux événementiels régionaux ou nationaux
- Création de nouveaux outils d'animation
- Réflexion sur de nouvelles balades sur le thème de la nature et des villas

F. Nouveaux Talents

Le Festival Nouveaux Talents joue un rôle éminent dans la vie culturelle de la station et contribue à son image.

Il représente un chiffre d'affaires de 8049,29 € HT (contre 6824,65 € en 2009) soit 3,6 % du chiffre d'affaire total. L'augmentation du CA est principalement liée à l'évolution des tarifs car le nombre d'auditeur reste stable.

	2008	2009	2010	Evolution 2009/2010
Nombre de spectateurs	1 409 201 spectateurs en moyenne par concert	1 284 183 spectateurs en moyenne par concert	1 353	+5,3%

→ **Le contexte**

- Le Festival a aujourd'hui un rythme de croisière
- Ce 20^{ème} anniversaire a satisfait un public fidèle (1/3 sont des abonnés), mélomane, et toujours très enthousiaste.

→ **Actions 2010**

- Programmation spéciale de grande qualité en phase avec les goûts du public : 20^e édition > date anniversaire (budget exceptionnel pour accueillir des artistes connus et les invités des éditions antérieures)
- Mailing clients accompagné d'une lettre personnalisée
- Augmentation des tarifs : 7 € au lieu de 6 € - carte d'abonnement 7 concerts à 40 € au lieu de 30 - Gratuité pour les moins de 7 ans et non plus pour les moins de 12 ans
- Achat d'espaces publicitaires dans des magazines spécialisés : « Diapason »
- Campagne radio et insertions publicitaires dans la presse locale
- Evolution graphique (plus esthétique) des supports de communication et changement de format du programme
- Signalisation plus visible au sein de l'Office de Tourisme avec, dès le mois de juin, la mise en place d'une pancarte promotionnelle et une plus grande présence sur nos panneaux d'animations.

- Annonces micro plus régulières en centre-ville
- Diffusion des dépliants plus ciblée > lieux culturels : médiathèques, bibliothèques, salles d'exposition, musées, hôtels, mairies, espaces culturels... et plus large dans le Calvados, l'Eure et la Seine Maritime

→ Perspectives 2011-2012

- Recrutement d'une nouvelle Directrice artistique suite au départ de Véronique Wardega
- Maintien de la qualité de la programmation
- Programmation en lien avec des événements nationaux (si possible)

G. Ateliers du Méridien

Les Ateliers du Méridien ont généré un chiffre d'affaires de 4 337,21 € HT (contre 4 582,70 € en 2009) soit 1,9 % du chiffre d'affaire total.

	2009	2010	Evolution2009/2010
Chiffre d'affaires	4 582,70 €	4337,21	-5,3%

→ Le contexte

- Cette animation n'a pas connu le succès escompté durant le mois d'août (météo délicate pour les ateliers en extérieur). Néanmoins, elle a souvent affiché complet pendant les petites vacances scolaires.
- Les familles qui dépensent moins (surtout la clientèle du mois d'août) ont tendance à privilégier les activités gratuites et préférer partager les joies de la plage avec leurs enfants

→ Actions 2010

- Inflexion des activités vers la découverte ludique (cirque, théâtre, danse, dinosaure etc.)
- Parc plus attractif avec des barrières blanches et des drapeaux
- Abri esthétique pour protéger les enfants de la pluie et surtout du soleil
- Diffusion plus ciblée du dépliant « Activités Jeunesse »
- Mailing clients

H. Club de plage

Le Club de Plage, inauguré en 2009, a généré un chiffre d'affaires de 14 577,25 € HT (contre 14 187,29 € HT en 2009) soit 6,5 % du chiffre d'affaire total.

	2009	2010	Evolution2009/2010
Chiffre d'affaires	14 187,29 €	14 577,25 €	+ 2,7%

→ Le contexte

- Comme pour les ateliers du Méridien, les familles qui dépensent moins privilégient les activités gratuites.
- L'adhésion au Club Mickey a permis une meilleure visibilité de cette animation

→ Actions 2010

- Simplification de la grille tarifaire
- Augmentation mesurée de certains tarifs
- Création d'un tarif « Semaine supplémentaire »
- Adhésion au CLUB MICKEY > + de cadeaux et de lots, fiches de jeux, goûters offerts, promotion au niveau national > meilleure visibilité
- Révision des jours d'ouverture permettant une réduction des charges de personnel
- Investissement dans des jeux et équipements pour la tranche d'âge 9-12 ans

- Commande d'une cabine de plage supplémentaire pour stockage du matériel
- Diversification du programme des animations : concours, chasse au trésor, Olympiades, tournois, grands jeux...

→ Perspective 2011/2012

- Installer des toilettes sur place dans une cabine de plage
- Diversification du programme des animations : concours, chasse au trésor, Olympiades, tournois, grands jeux...

I. Culture

Les produits culturels (visites guidées de l'architecture, conférences artistiques, ateliers culinaires) ont généré 2 396,65 € HT (contre 2 732,99 € HT en 2009), soit 1,1 % du chiffre d'affaire global.

	2009	2010	Evolution 2009/2010
Chiffre d'affaires	2 732,99	2396,65	-12,3%

→ Le contexte

- Un allongement de la saison touristique avec la présence de résidents secondaires sur les mois de moyenne saison
- Un attrait croissant des clients pour les activités culturelles et le patrimoine au sens large
- Léger essoufflement des ateliers des chefs malgré des efforts de renouvellement des chefs, des recettes et des produits travaillés

→ Actions 2010

- Développement du fichier culturel
- Pérennisation des visites guidées avec le Pays d'Art et d'histoire
- Création d'une nouvelle conférence sur le thème des Dinosaures

→ Perspectives 2011/2012

- Création d'un jeu de piste familial pour découvrir le patrimoine architectural de la station
- Renouvellement et attractivité du programme de conférences
- Amplification des actions de communication et de promotion
- Meilleur ciblage de la diffusion des informations

J. Pass Privilège

Pour sa quatrième édition, le Villers Pass'Privilège a généré un chiffre d'affaires de 6 210 € HT (contre 6 437,63 € HT en 2009), soit 2,8 % du chiffre d'affaire global.

	2009	2010	Evolution 2009/2010
Chiffre d'affaires	6 437,63 €	6 210,00 €	- 3,5%

→ Le contexte

- La nouvelle formule a trouvé son public.

→ Actions 2010

- Changement de nom > Pass'Privilège au lieu de Pass'Tourisme
- Augmentation du tirage > 1 000 exemplaires au lieu de 800
- Installation d'une PLV attractive à l'intérieur de l'Office
- Réduction de la gratuité « cinéma » > 1 seul ticket adulte au lieu de 2
- Nouvelle formule plus attractive : 12 gratuits au lieu de 10
- Nouveau format plus pratique pour les utilisateurs : chéquier à coupons détachables

- Prolongement de la validité du Pass > jusqu'au 31 mars 2010
- Augmentation du nombre de privilèges > plus attractifs et comportant des gratuités
- Edition de supports de promotion plus vendeurs : tract A6 et petites affiches adaptées aux vitrines des commerçants > slogan court, clair et percutant
- Promotion du produit assurée par une mascotte DINO en peluche : en centre-ville et sur la digue
- Visuel publicitaire à l'entrée de l'Office, et sur tous les panneaux d'animations en ville
- Annonces micro régulières en centre-ville et sur la digue

→ Perspectives 2011

- Multiplier les points de vente > valider tarif revendeur et signer conventions avec commerçants de Villers (hôtels, bars-tabacs, restaurants...)

K. Vente pour compte de tiers

Afin d'offrir le service le plus large possible à ses clients, l'Office de Tourisme et d'Animation assure la revente de prestations ou de produits pour le compte de tiers. Seule la commission est prise en compte dans le chiffre d'affaires de l'EPIC.

Conformément à sa mission d'animation locale, l'Office de Tourisme soutient les initiatives qui contribuent le plus à l'animation touristique et culturelle de la station en assurant la revente des produits et prestations concernés sans percevoir de commission.

Chacune de ces prestations donne lieu à des conventions :

- convention avec l'Association Paléontologique pour la vente de revues, ouvrages et produits divers
- convention avec Villers Animation et Loisirs pour la vente des prestations et produits dérivés de l'association (brochures audiovisuelles, promenades visites, des rallyes)
- convention avec Keolis Calvados pour la revente des tickets bus verts (5% de commission rétrocédée à l'Office).
- convention avec la mairie pour la location des tennis couverts (nouveau 2010 qui explique l'évolution par rapport à 2009).

	en 2008	en 2009	en 2010
CA généré TTC	11 340,40	11 353,38	18 011,06

XII. RECAPITULATIF DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE

L'année 2010, année charnière de la mise en œuvre de la stratégie (2009-2011), a vu la concrétisation des actions suivantes :

Axe 1 : Qualité - fidélisation

- Amélioration de l'accueil permettant d'envisager d'obtention de la marque Qualité tourisme dès 2011
- Développement et diversification des animations hors saison (ateliers des chefs, visites guidées, conférences, expositions...)
- Amélioration de la communication auprès de la cible des résidents secondaires et permanents
- Développement des nouvelles technologies (wifi, internet)
- Affirmation de l'identité familiale de la station
- Création d'un nouveau Club de plage sécurisé et adhésion « Club Mickey »
- Création de nouveaux produits pour les groupes : conférences « Falaises Vaches Noires », « Campagne Augeronne » et « Dinosaures » (groupes scolaires), goûter normand en partenariat avec la Crèmerie Normande, découverte de la station en petit train sonorisé ; et adaptation de nos circuits actuels

- Optimisation du Pass'Privilège

Axe 2 : promotion

- édition de dépliants attractifs
- amélioration de la diffusion de nos informations : distribution plus régulière chez les commerçants, envoi de mailings par courrier et par mail, e-newsletters...
- création de fichiers ciblés : familles, groupes (mairies, autocaristes, associations, clubs...),
- édition d'un guide Famille
- édition de sets de table pour promouvoir nos activités à destination des familles (sets distribués chez les partenaires)
- distribution de courriers de bienvenue dans les hôtels partenaires (présentation de la station, agenda des animations, invitation à venir à l'Office pour découvrir le musée et la boutique, coupon gratuité pour une balade nature)
- participation à des salons touristiques et des journées de rencontre
- Développement des mini-sites

Axe 3 : notoriété, image

- Relations presse : Articles et insertions publicitaires dans la presse locale et les médias nationaux (reportages sur France 3, Interviews sur France Bleu Basse Normandie, Cocktail FM) + Conférences de presse programmées régulièrement pour annoncer les grands événements
- Participation aux réunions départementales, régionales et nationales, aux ateliers thématiques, aux éductours, aux formations
- Développement d'une gamme de produits dérivés avec la marque Villers
- Elaboration d'une stratégie de communication pour optimiser la lisibilité de nos publications > édition de supports de qualité
- Amélioration du plan de signalétique des grands événements