

OFFICE DE TOURISME DE SÈTE



Bilan 2016 et perspectives 2017

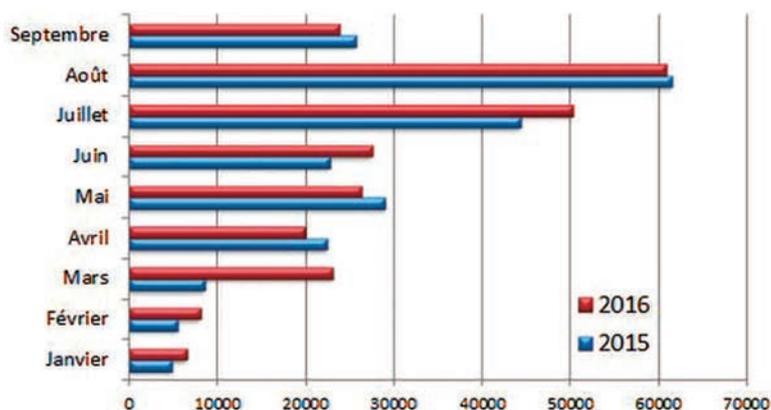
LE TOURISME CONSTITUE L'UN DES PRINCIPAUX VECTEURS DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE SUR LE TERRITOIRE DE L'AGGLOMÉRATION.

RETOUR SUR LES ACTIONS MISES EN PLACE PAR L'OFFICE DE TOURISME DE SÈTE EN 2016 ET LES PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION AU NIVEAU COMMUNAUTAIRE.

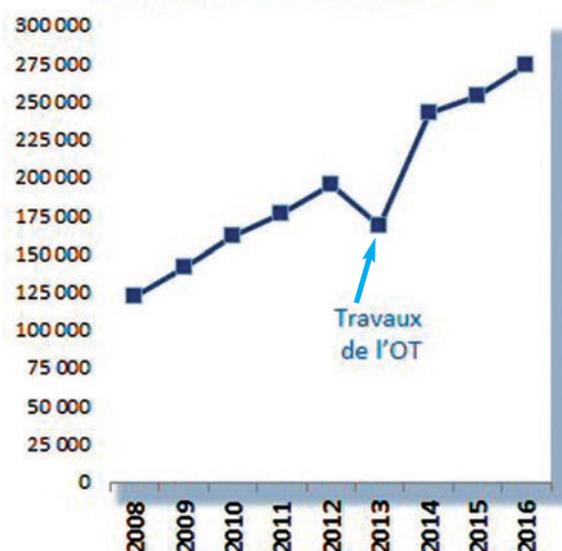
Une attractivité en progression constante

Alors que les études menées au niveau national indiquent en 2016 une baisse de la fréquentation touristique variant de 7 à 14%, Sète s'en sort remarquablement bien avec une hausse de 8%. Ce résultat s'explique par le boom enregistré au moment d'Escale à Sète mais aussi par les nombreuses actions de promotion menées par l'Office de tourisme et par une notoriété qui ne cesse de s'accroître. Les diverses manifestations culturelles, festives ou sportives organisées ou soutenues par la Ville, ou encore les nombreux tournages de films qui s'y déroulent et qui offrent à Sète une vitrine médiatique exceptionnelle contribuent très fortement à cette attractivité en progression constante.

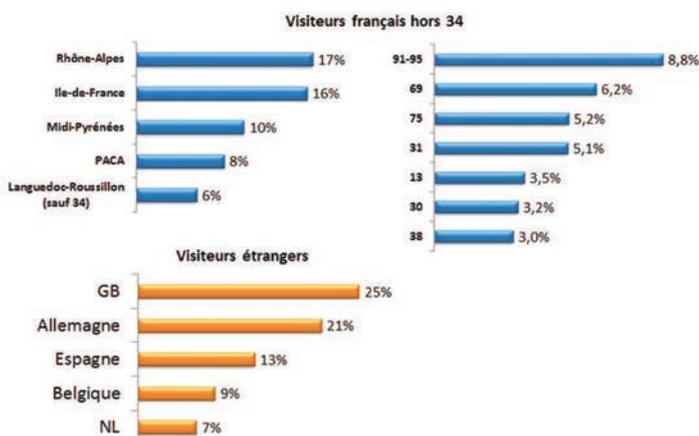
257 711 visiteurs au 24/10
275 000 visiteurs estimés fin 2016
 +8% = 757 visiteurs/jour en moyenne
 3808 visiteurs accueillis le 4 août



Evolution de la fréquentation



Origine des clientèles

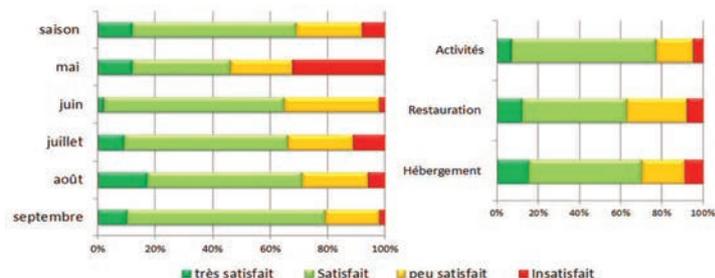


Du côté des pros

Données issues de l'enquête de conjoncture régionale pour les professionnels sétois.

Une bonne saison comparée au contexte national

Satisfaction des professionnels



Loi NOTRe : le point sur l'évolution législative en matière de tourisme

La loi NOTRe impose le transfert de la compétence tourisme aux intercommunalités à partir du 1^{er} janvier 2017. Néanmoins, les élus des communes de montagne souhaitant obtenir une dérogation, la proposition de loi dite « loi montagne 2 », qui prévoit la possibilité pour les stations classées de tourisme de conserver un office de tourisme municipal, devrait être votée d'ici la fin de l'année.

Dans les deux cas, un office de tourisme intercommunal sous forme de service public administratif sera créé au sein de la communauté d'agglomération le 1^{er} janvier ; l'office de tourisme de Vic la Gardiole sera transformé en bureau d'information touristique (BIT) et celui de Gigean sera maintenu.

Si la loi NOTRe s'applique comme prévu initialement, les offices de tourisme de Sète, Marseille et Frontignan deviendront des offices de tourisme intercommunaux à vocation communale. Les élus membres de leurs comités de direction devront donc tous être des élus communautaires et les autres communes de l'agglomération devront être représentées. Quant à l'office de Balaruc-les-bains, il pourra demeurer municipal car la commune dispose de plusieurs marques territoriales protégées.

En revanche, si la « loi montagne » s'applique, Sète, Balaruc-les-bains, Frontignan et Marseille, pourront conserver leurs offices de tourisme tels qu'ils existent aujourd'hui.

Mais même dans ce cas, il conviendra que tous les acteurs touristiques du territoire se coordonnent pour œuvrer ensemble à la promotion de la destination avec plus d'efficacité. Ainsi, des groupes de travail coordonnés par Thau agglomération et réunissant tous les offices et bureaux d'information touristiques ont d'ores et déjà été mis en place pour élaborer un schéma de développement touristique correspondant au territoire de la future communauté d'agglomération élargie et définir une stratégie, se doter d'un observatoire du tourisme au niveau communautaire, déterminer une politique de ressources humaines commune, avec une mutualisation du plan de formation, des recrutements concertés etc., ainsi qu'une communication et promotion de la destination.

Des partenariats pour être plus forts

De nouveaux partenariats sont en train de se mettre en place. En tant que membre du conseil d'administration de l'OT de Montpellier métropole, le Sénateur-Maire de Sète participe à l'élaboration d'une stratégie touristique sur le territoire du pôle métropolitain.

L'Office de tourisme de Sète collabore activement avec celui de Montpellier sur différents projets : échanges de visibilité, présence partagée sur des salons, accueils presse et éducatifs pour les tours-opérateurs partagés etc. Résultat : une force de frappe plus importante. D'autres collaborations seront mises en œuvre prochainement, par exemple avec l'OT de Brest car la nouvelle ligne Volotéa place Brest à 2h de Sète.

A l'invitation de l'aéroport de Montpellier, l'Office de tourisme participe aussi à une réflexion stratégique avec d'autres offices, les ADT de l'Hérault et du Gard sur la meilleure manière de promouvoir une destination touristique encore méconnue au niveau international (territoire d'Arles à Perpignan en passant par Millau et Carcassonne) afin de convaincre de nouvelles compagnies aériennes de la desservir. Il en va de même avec le Club croisières qui est dans une démarche similaire vis-à-vis des compagnies de croisières.



La richesse de son patrimoine environnemental est sans nul doute l'un des atouts majeurs du bassin de Thau en matière touristique. Qu'il s'agisse de la Gardiole, de la lagune de Thau, des Pierres blanches, ou des bords de mer, cela fera l'objet d'un vaste plan de valorisation et de promotion.

En 2016, une promotion ambitieuse sous le signe des 350 ans

La communication de l'Office de tourisme pour promouvoir la ville s'appuie sur la double signature : Sète, cité maritime de caractère et Sète, cité culturelle de caractère.

Une gamme d'éditions ciblées

La ligne éditoriale et la charte graphique ayant évolué en 2015, 2016 a vu la montée en puissance de cette nouvelle communication.

255 000 documents ont été édités pour promouvoir Sète et les professionnels du tourisme sétois.

Des cibles régionales bien identifiées

Les principales zones de chalandise se situent dans les bassins de population placés à 3 heures de Sète où des progressions en part de marché sont encore réalisables. L'Office de tourisme a donc plus particulièrement ciblé Toulouse, avec pour ambition de devenir le port et la cité balnéaire de la région Occitanie, Lyon et l'île de France. Le bassin de vie est également une cible prioritaire.



Les éditions de l'office



20 000 ex en français
+ version GB, All, Esp



25 000 ex



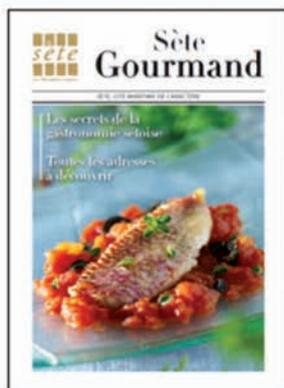
64 000 ex
d'avril à octobre



5 000 ex



6 000 ex



5 000 ex



64 000 ex
d'avril à octobre



80 000 ex
diffusé par
Totem de l'info



50 000 ex

Un plan média 2016 multicanaux :

- Campagne d'affichage avec 120 affiches de 8m² à Lyon et Toulouse diffusées en amont des vacances de printemps pour valoriser la cité maritime de caractère et favoriser les courts séjours.

- 41 insertions presse ou publi-rédactionnels dans des médias nationaux, régionaux ou étrangers : Elle, Femme actuelle, Madame Figaro, Télé Loisirs, Marmiton, Midi Libre, la Gazette de Montpellier...

- Des présences radios sur France Bleu et RTL2
- Des insertions sur des sites web : lebonguide, epaillotte, 750g, easyvoyage



sete Les insertions publicitaires - grand public

> La presse locale / régionale

Midi Libre / les hors-séries	La Gazette Nîmes et Mto	Les enfants à bord
AirLife Magazine	Magazine MagSud	En Avant partout
	Programme Saint Pierre	Le Mag team Med

sete Les insertions publicitaires

> La presse nationale

ELLE	Marmiton	Télé Loisirs	Femme Actuelle	Madame Figaro	Le petit Corsair

> La presse et la clientèle internationales

France	Leven-in-frankrijk	Frankreich magazin	France today	Le petit futé

La communication numérique au cœur de la promotion

L'animation des réseaux sociaux

En 2016 l'office de tourisme a continué à renforcer sa présence sur les réseaux sociaux notamment sur Facebook avec la création de contenus vidéos désormais incontournables car générateurs de vues, de partages, de réactions et commentaires.

Facebook

9000 fans - Doublement du nombre de fans depuis le 1er janvier 2016

640 804 vues de vidéos

8 346 réactions, commentaires et partages

L'envoi de newsletters

Pour le marché français et de proximité, 19 newsletters ont été envoyées par l'Office de tourisme ou par Hérault Tourisme en partenariat avec Thau aggro.

12 newsletters ont été envoyées vers d'autres pays européens grâce à ce même partenariat. Belges (Wallons et Flamands), Italiens, Espagnols, Catalans, Anglais, Allemands, Italiens, Néerlandais, Danois et Norvégiens ont ainsi été destinataire d'informations sur notre destination.

Le site Internet, pilier de la communication de l'Office

Refondu en 2015 pour s'adapter automatiquement à tous les formats, tourime-sete.com est l'outil principal pour promouvoir la destination, préparer un séjour ou rechercher de l'information pendant les vacances. Il est traduit en 8 langues : anglais, allemand, italien, espagnol, catalan, néerlandais, portugais et russe.

Les internautes étrangers sont en baisse de 5%, ce qui s'explique par le contexte sécuritaire actuel.

<p>987 936 visiteurs +8% Dont 697 757 français + 14% et 290179 étrangers -5 %</p>

<p>Le top 5 des rubriques les plus consultées Agenda : 358 781 visiteurs Découvertes - visites : 197 147 Location de vacances : 67 638 Restaurants : 64210 Hôtels : 60 243</p>
--

2016, une présence remarquable dans les médias

Les 350 ans du port, Escale à Sète, l'incroyable richesse de la programmation festivalière, soutenue par de nombreuses actions presse, ont particulièrement séduit les journalistes de la presse écrite, télévisée ou radio.

Les actions 2016 tournées vers la presse

- o Présence au salon Dep'Tours (Le rendez-vous des journalistes spécialisés en tourisme) avec Hérault Tourisme et Béziers aggro, Capestang, Vias, Marseillan, Agde sur la thématique 350 ans du Canal du Midi et du port de Sète. Cette action a donné lieu à l'organisation d'un rallye presse sur le territoire en avril.

- o Conférence de presse à Barcelone le 18 mars avec Escale à Sète
- o Tournoi de pétanque presse le 9 juin pour le lancement des festivals
- o Carré presse pendant le festival *Quand je pense à Fernande*, du 16 au 20 juin
- o Joutes de la presse, le 18 août

Les médias attirés par Sète

201 journalistes ont été accueillis ou renseignés dont 16 journalistes étrangers (italiens, espagnols, nord-américains)

- 148 journalistes ont été accueillis à Sète avec l'appui de l'Office de tourisme
 - o 66 accueils presse réalisés
 - o 43 journalistes sont venus pour les festivals

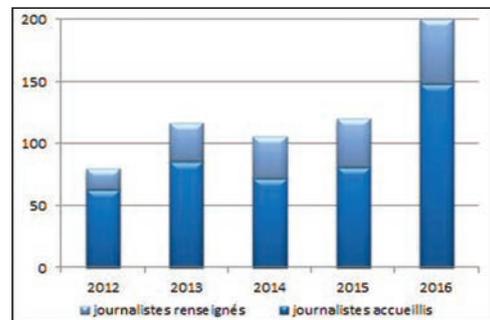
- o 22 journalistes et communicants pour les « joutes de la presse »
- o 17 pour le tournoi pétanque.

- 53 journalistes ont été renseignés à distance par l'Office de tourisme

Le Monde, Maxi, AFP, Elle, 20 minutes, Grazia, la Gazette, Régala, la Dépêche du Midi, le Télégramme...

Télévision : 14 documentaires, émissions françaises (TF1, France 3 national, France 3 région, *Météo à la carte*, TV SUD, *Télématin*,) 1 TV étrangère (finlandaise)

Radio : 14 interventions radio (RTL, Radio France Bleu Hérault, RFM43, catalane) dont 2 interventions sur la radio belge Vivacité



Des retombées très importantes avec plus de 56 pages publiées dans les magazines à fort tirage :

L'Express, Maxi, Marie-France, Télé 7 jours, Prima, Rustica, Femme actuelle, Régala, Les veillées des chaumières, Maxi cuisine, Télé 7 jours, Historia, Ouest France, Le Télégramme, La Montagne, le Parisien, Top Parents...

Et sur le web : le Routard, Association des journalistes du Patrimoine, le magazine.info, la vie est belle, Indigo.mag, Le Monde...

Les journalistes mais aussi les blogueurs

Influenceurs du web, les blogueurs ont également été démarchés par l'office de tourisme avec :

- l'organisation d'une journée spéciale blogs culinaires pour Escale assiette en présence de Guy Savoy avec 6 blogueurs.

- l'accueil de blogueurs français et étrangers : 3 blogs anglophones en partenariat avec une agence réceptive et de 4 blogs espagnols avec Atout France Espagne
Ces accueils ont tous donné lieu à des publications.

sète Les retombées presse

Articles publiés dans les magazines :

L'Express, Maxi, Marie-France, Télé 7 jours, Prima, Rustica, Femme actuelle, Régala, Les veillées des chaumières....

sète Les retombées presse

Suite à l'action « 350 ans du port »

➤ Au total : 22 parutions dont Maxi cuisine, Télé 7 jours, Historia, Ouest France, Le Télégramme, La Montagne, le Parisien, Top Parents,

➤ Et sur la toile : le Routard, AJP (association des journalistes du Patrimoine), le magazine.info, la vie est belle, Indigo.mag...

Des cibles spécifiques et des professionnels engagés

Un plan d'action partagé avec les professionnels

Les professionnels sétois ont été à plusieurs reprises consultés pour déterminer ensemble des actions à mettre en place ou des cibles prioritaires à travailler : réunion bilan et perspective, réunions d'information pour l'opération Escalade assiette, club des partenaires groupe... Les socio-professionnels sont bien sûr présents également au sein du comité de direction, organe délibérant de l'Office de tourisme.



Les groupes

Afin de promouvoir et séduire les organisateurs de voyages, un club groupe est constitué depuis le début d'année avec 16 professionnels qui ciblent particulièrement ce public afin de mettre en place des actions à coût partagé : insertions publicitaires, accueil de tour-opérateurs (français, russes et chinois), participation au salon spécialisé Rendez-vous en France, participation à un workshop à Barcelone, création du catalogue groupe en français, anglais et espagnol.

Les familles

Très présente à chaque vacance scolaire, la cible familiale est importante à séduire. Le label Famille Plus détenu par la Ville a été renouvelé cette année suite à un audit réalisé au mois d'août. Une vingtaine de partenaires ont ainsi été récompensés pour leur politique familiale. Le guide Sète en famille, une rubrique dédiée sur le site Internet, des insertions publicitaires dans des magazines famille, des newsletters vers cette cible et le jeu concours mis en place cet été « imagine Sète dans 350 ans » sont les principales actions 2016.





Concours de dessin

Jusqu'au 30 août





**Tu as entre 6 ans et 15 ans ?
Dessine Sète dans le futur !**



40 super lots à gagner :
Tablette numérique,
caméra de sport,
casque de réalité virtuelle...

**VIENS CHÉRCHER
LE BULLETIN DE JEU
À L'OFFICE
DE TOURISME**

Concours organisé par l'Office de tourisme
Jeu gratuit sans obligation d'achat - règlement sur tourisme-sete.com




Enrichir l'offre touristique en valorisant le patrimoine maritime

Escale à Sète

L'Office de tourisme a accompagné cet événement, fer de lance de la valorisation de notre patrimoine maritime et générateur de fortes retombées économiques et médiatiques. Les actions se sont portées sur sa promotion grand public, les relations avec la presse et les groupes, l'opération Escale Assiette avec les restaurateurs. L'Office de tourisme a également géré l'ensemble de la billetterie

Brest 2016

Présence de l'Office de tourisme dans le village méditerranéen organisé par l'association Escale à Sète au grand rassemblement maritime Brest 2016 du 13 au 19 juillet qui a accueilli 700 000 visiteurs. Les lignes Volotéa Brest - Montpellier et Nantes - Montpellier place Sète à moins de 2 heures de la Bretagne. 5200 adresses de prospects ont ainsi été recueillies grâce au jeu concours mis en place avec cette compagnie aérienne.



Ouverture du phare Saint-Louis, le seul ouvert au public en Méditerranée

Le 29 juillet, date anniversaire de la fondation de la ville et du port, le phare Saint Louis a été ouvert au public grâce à un partenariat avec de la Direction interrégionale de la mer Méditerranée et du service Phares et balises de Sète. Cette visite qui offre un panorama inédit est très appréciée par les visiteurs : plus de 7000 personnes auront visité le phare cette année.

Sète au fil de son histoire

Sétois, visiteurs d'un jour et vacanciers fidèles peuvent désormais enrichir leur connaissance de la ville grâce aux 14 panneaux de valorisation de l'histoire et du patrimoine sétois mis en place le long du canal, au belvédère de Saint Clair, à la Pointe courte ou encore à la plage du Lazaret. Ces panneaux, en grés émaillé, illustrés d'anciennes vues et cartes postales ont été conçus avec le concours de La Société d'études historique et scientifique de Sète et sa région.

Une application permettant d'accéder à plus d'information, des images et des vidéos sera prochainement mise en place.



Visite du chalutier Louis Nocca

La pêche est une composante importante de l'identité sétoise. C'est pourquoi l'Office de tourisme a accompagné un ancien patron pêcheur dans la mise en tourisme de son chalutier, celui-ci vient d'ouvrir à la visite pour les vacances de toussaint. L'Office de tourisme gère l'accueil du public à bord et participe à la promotion de cette nouvelle activité identitaire et originale pour un port.



Sète, vitrine officielle du Festival International de Photographie Culinaire

Qu'elle vienne de la mer ou de l'étang, la cuisine sétoise est une cuisine de pêcheurs, héritière d'un riche passé qui a vu s'installer sur nos côtes plusieurs civilisations méditerranéennes. Chacune d'elles a laissé un patrimoine culinaire dans lequel les recettes de l'île singulière puisent leurs sources.

Macaronade, tielle, coquillages, encornets farcis, bourride de baudroie... Les spécialités sont nombreuses et ses habitants en tirent une grande fierté.

Parallèlement, la culture est le fer de lance de l'action municipale depuis plus d'une décennie. La ville est active dans tous les domaines : théâtre, musique, arts plastiques, cinéma, sans oublier la photographie.

C'est donc tout naturellement que la municipalité a accepté avec enthousiasme la proposition d'accueillir à Sète le Festival international de la photographie culinaire, créé par Jean-Pierre Stephan et parrainé cette année par Guillaume Gomez, chef des cuisines de la Présidence de la République, qui fait admirablement le lien entre culture et gastronomie. Pour la première fois, Sète sera donc une étape officielle du parcours culturel du FIPC.

Du 6 au 26 novembre, cette manifestation, dont le thème sera cette année « l'art de la table », prendra place dans les Halles centrales, véritable temple des produits et saveurs de notre terroir. Les visiteurs seront appelés à élire leur photographie favorite, de même qu'un jury composé de personnalités locales afin de décerner le prix Ville de Sète qui sera spécialement créé pour l'occasion et remis le mercredi 30 novembre à Paris.

Les apprentis du CFA seront eux aussi partie prenante de cette manifestation qui allie si bien plaisir des yeux et des papilles et proposeront plusieurs démonstrations pendant toute la durée du festival.

Festival International de la Photographie Culinaire

7^{ème} édition Paris/Sète

du 3 au 27 novembre 2016 - Thème : La Table
Parrain : Guillaume Gomez, chef des cuisines de l'Elysée

Dimanche 6 novembre à 11h dans les Halles de Sète

Ouverture officielle du Festival en présence de François Commeinhes, Sénateur-Maire de Sète, de Jean-Pierre PJ Stéphan, président fondateur du FIPC, du photographe officiel du FIPC 2016 ChangKi Chung et des parrains du CFA : Charles Fontes, chef de la Réserve Rimbaud, Pierre-Olivier Prouhèze, chef de Prouhèze saveurs et Patrick Guiltat, restaurant Castel Ronceray.

17h : Espace le Palace - Avenue Victor Hugo

Projection du film documentaire sur la photographie culinaire « L'œil et la bouche », suivie d'un débat avec l'auteur Jean-Pierre PJ Stéphan.

Mercredi 9 novembre de 9h à 12h

Démonstration des apprentis cuisiniers du CFA dans les halles, stand Halles et manger.

Jeudi 17 novembre de 9h à 12h

Démonstration des apprentis pâtisseries du CFA dans les halles, stand Halles et manger.

Vendredi 25 novembre

Organisation du concours des Toques blanches au CFA Nicolas-Albano en présence de chefs étoilés et de Guillaume Gomez, chef des cuisines de la Présidence de la République, parrain du FIPC 2016 et de Jean-Pierre PJ Stéphan, président fondateur du FIPC- remise des prix et réception officielle.

Samedi 26 novembre à 11h dans les halles

Clôture du Festival en présence de François Commeinhes, Sénateur-Maire de Sète, Guillaume Gomez, chef des cuisines de la Présidence de la République, parrain du FIPC 2016 et de Jean-Pierre PJ Stéphan, président fondateur du FIPC, autour d'un atelier de dégustation et de démonstration par les apprentis et formateurs du CFA.



Perrick Bourgault

7^{ème} Édition

Festival International de la Photographie Culinaire

3-27 novembre 2016

www.festivalphotoculinaire.com

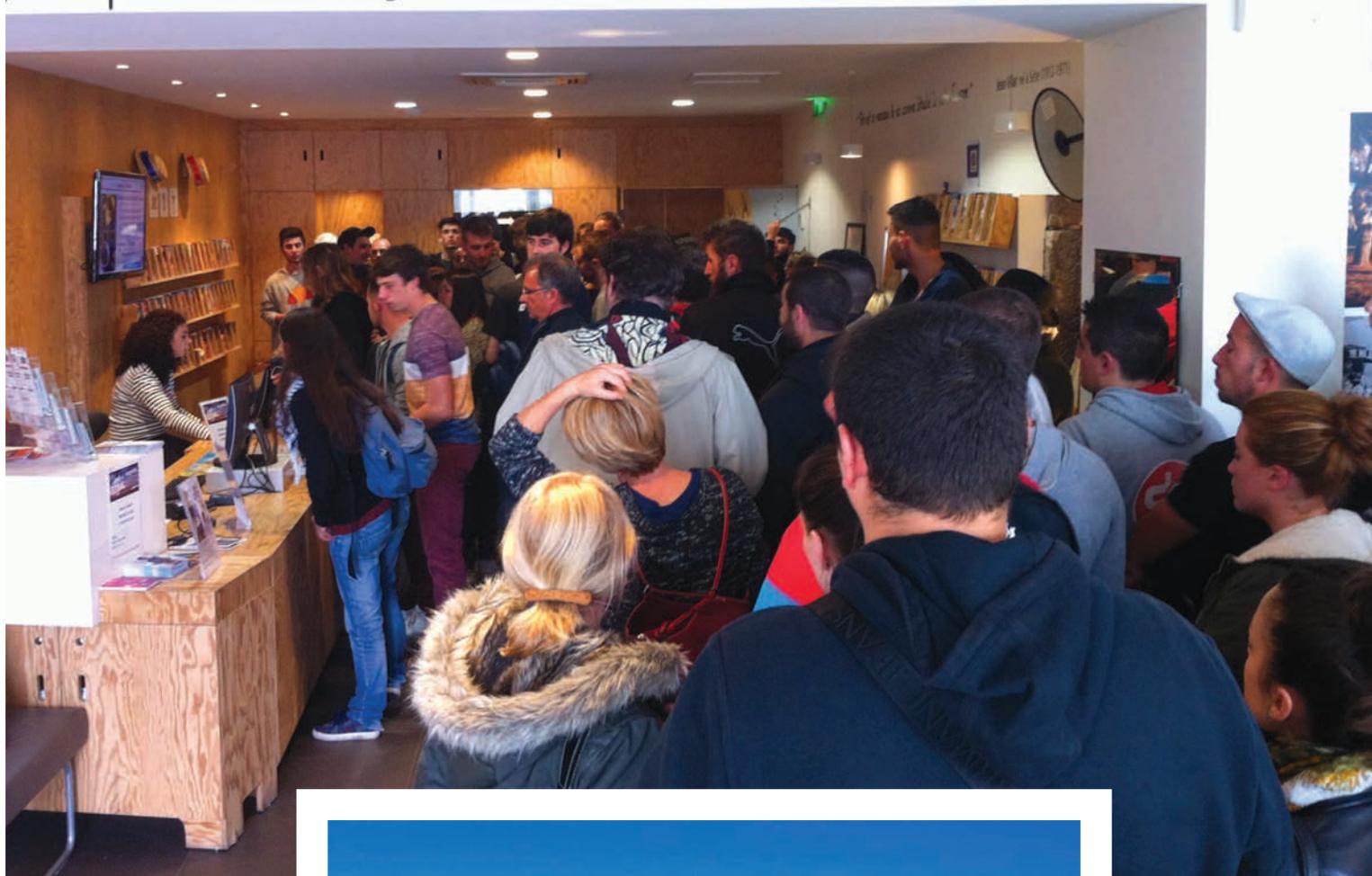
HALLES DE SÈTE



ville de **sète**

er le pont ”

Georges Brassens, né à Sète (1921-1981)



OFFICE DE TOURISME DE SÈTE