

## OFFICE DE TOURISME

# Conférence de presse du 15 novembre 2012



Plus de 190 000 visiteurs seront venus chercher conseils et informations à l'office de tourisme au 31 décembre de cette année soit une hausse de fréquentation de 55% depuis 2008, alors même que la tendance nationale de fréquentation est à la baisse. Près d'un million de connexions aux sites web de l'office en 2012, soit 77% de plus qu'en 2008. Les habitudes de consommation touristique sont en pleine mutation, les actions de l'office pour 2013 également !

## LA SAISON VUE PAR LES PROFESSIONNELS DU TOURISME

Données issues de l'enquête de conjoncture régionale réalisée par Sud de France développement et à laquelle l'OT de Sète participe en interrogeant tous les mois une cinquantaine de professionnels.

### - UNE BONNE SAISON 2012

Pour l'ensemble de la saison 2012 (mai à septembre) 63% des prestataires interrogés (hébergement, restauration, loisirs) ont déclaré une activité identique ou en hausse, comparativement à 2011, alors même que la saison dernière avait globalement été une très bonne saison. Ces résultats sont relativement identiques au niveau régional.

### - UNE ACTIVITÉ EN FORME DE MONTAGNE RUSSE

Les vacances de Pâques avaient lancé la saison tambour battant avec *Escale à Sète*, le mois de mai a été également très bon avec 74% des professionnels déclarant leur activité identique ou en hausse.

Quant à juin, l'activité touristique a été plutôt morose (43% en baisse), et cette morosité s'est poursuivie en juillet avec 58% des entreprises touristiques qui déclaraient une activité en baisse.

Heureusement les mois d'août et septembre ont vite fait oublier ce passage à vide avec respectivement 79% et 63% d'activité identique ou en hausse (alors même que septembre 2011 avait été excellent).

### - DES DISPARITÉS ÉGALEMENT SELON LES SECTEURS D'ACTIVITÉ

Les prestataires d'activités de loisirs et culturelles représentent le secteur qui tire le mieux son épingle du jeu avec 73% qui ont déclaré une stabilité ou une augmentation de leur activité comparativement à 2011.

Quant aux restaurateurs, ils sont 71% à estimer leur activité identique ou en hausse (61% au niveau régional).

Les hébergeurs sont les moins bien lotis, seuls 59% déclarant une activité identique ou en hausse par rapport à 2011. Le taux de départ en vacances étant en diminution depuis plusieurs années, le bassin de population proche devient également l'été une importante source d'émission de consommateurs touristiques.

Sète Activités	en hausse		identique		en baisse	
	répondants.	%	répondants	%	répondants	%
mai	18	43%	13	31%	11	26%
juin	17	32%	13	25%	23	43%
juillet	12	24%	9	18%	29	58%
août	19	36%	23	43%	11	21%
septembre	17	35%	14	29%	18	37%
<b>saison</b>	<b>83</b>	<b>34%</b>	<b>72</b>	<b>29%</b>	<b>92</b>	<b>37%</b>

### Accueil des visiteurs et billetterie

#### Fréquentation de l'OT



**183 000 visiteurs au 31 octobre 2012- projection de 193000 visiteurs au 31/12 ?**

(179 700 pour tout 2011 /161 000 en 2010 / 142 000 en 2009 /122 500 en 2008)

**838 visiteurs reçus le 2 novembre !**

Pic de fréquentation atteint avec 1903 personnes le dimanche 8 avril (Escale à Sète)

#### Nombre d'appels téléphoniques

26 000 appels au 31 octobre soit 12% de progression comparativement à 2011.

500 appels pour la journée du samedi 7 avril (Escale à Sète)

#### Nombre de billets vendus (spectacles et loisirs)

37 399, soit une progression de 127% par rapport à 2011; (l'impact d'Escale à Sète représente 18% de ces ventes), et une augmentation de 20% du chiffre d'affaires.

#### Vente en ligne proposée depuis juin 2012

1 149 billets représentant 7% des recettes en billetterie. La vente à distance par téléphone restant stable, ce nouveau service répond à une réelle demande et permet d'enrichir l'offre de l'Office de Tourisme.

#### Ventes au Théâtre de la Mer

925 billets vendus sur place ; soit, une progression de 26% par rapport à 2011, pour dépasser le niveau de 2010

#### L'accueil des croisières

20 accueils d'escales de croisière en gare maritime

#### L'équipe d'accueil



Une équipe de 6 conseillers en séjour permanents et le recrutement d'un conseiller supplémentaire, guide interprète.

Un renfort de 14 saisonniers d'avril à septembre, avec des prises de fonctions échelonnées, afin de couvrir tous les secteurs d'intervention de l'Office : accueil en ville et au point d'information situé au camping du Castellas, billetterie au Théâtre de la Mer, vente à distance

Accueil  
des croisières



## INTERNET ET SES DÉRIVÉS

### Internet et ses dérivés

Nb de connexions aux sites :

→ [www.tourisme-sete.com](http://www.tourisme-sete.com)

→ [www.saveursdethau.com](http://www.saveursdethau.com)

Au 1<sup>er</sup> novembre 911000 connexions sur les sites web de l'Office de Tourisme (+8% par rapport à 2011)- projection du million de connexions au 31 décembre ?

20% des connexions proviennent de l'étranger

Pour mémoire : 941000 connexions en 2011 - 880 000 en 2010 – 563 000 en 2008

### Déploiement web mobile

Mise en place du site mobile début 2012 : 34000 connexions au 1<sup>er</sup> novembre

### Les réseaux sociaux

Lancement du Facebook de l'office de tourisme en avril 2012  
446 fans au 6 /11 /12 - Potentiel vues "amis des fans" 95 103

Lancement twitter et scoop it en avril 2012

97 650 vues pour les 3 vidéos actuelles sur You tube

### Applications pour smartphone

2128 (soit 45 /semaine) téléchargements depuis le début de l'année pour l'application de découverte de la ville (français, anglais, allemand, catalan)

### L'équipe Web/promotion

Création d'1,3 poste : 1 webmaster à 70% et un mi-temps consacré à la gestion de l'info pour renforcer l'équipe et les actions de e-marketing initiées



## LA PRESSE

### La presse

63 journalistes accueillis pour des reportages liés au tourisme et 17 renseignés  
45 journalistes français et 35 étrangers

### Nombre d'articles parus, d'émissions réalisées

16 articles presse française, 10 articles presse étrangère, 10 articles web  
10 accueils et émissions de télévision  
3 émissions de radios

### Nombres de jour de présence radio

95 jours (partenariat France Bleu Hérault)

## LES PRINCIPALES RÉALISATIONS 2012

- Mise en place de la billetterie en ligne en juin 2012
- Mise en place du site mobile début 2012
- Mise en ligne d'applications de découverte en anglais, allemand catalan en plus du français
- Présence sur les réseaux sociaux depuis avril 2012 : facebook, twitter, Scoop it
- Edition en partenariat avec Midi Libre d'un livret de recettes sétoises « saveurs de Thau »



## LES GRANDS PROJETS DE L'OFFICE DE TOURISME POUR 2013

### S'ADAPTER ET ANTICIPER LA CONSOMMATION TOURISTIQUE D'AUJOURD'HUI ET DE DEMAIN

Avec en 2012\* :

. 58% des Français partis en vacances ont préparé leur séjour sur internet (44% en 2007), dont 35% à partir de leur téléphone mobile (soit +74%/à 2010)

. 42% des Français partis en vacances ont réservé en ligne (25% en 2007) dont 73% de ceux préparant leur séjour sur internet (58% en 2007)

. 20% des Français partis en vacances ont consulté les réseaux sociaux pour préparer leur séjour et 72% des touristes ont lu des commentaires

Internet et ses déclinaisons sont clairement les moteurs principaux de la promotion des destinations et des professionnels du tourisme que ce soit lors de la préparation du séjour ou pendant son déroulement.

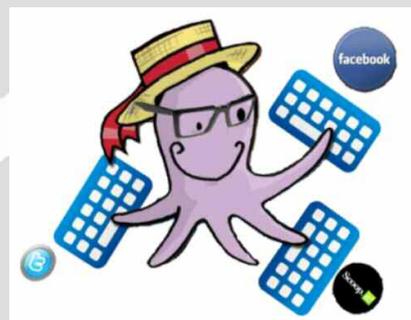
Aussi les grands projets pour 2013 s'appuient sur cette évolution de la consommation touristique

\*Source : baromètre annuel Raffour interactif

#### ⇒ VERS UN E-TOURISME PARTICIPATIF

*Connecting sétois !* La mise en place du tourisme participatif ou comment introduire du « storytelling » dans notre communication. Ce qui devrait se matérialiser concrètement par la recherche de partage d'expériences de nos visiteurs et de nos ambassadeurs sétois à déposer sur la page Facebook et qui alimentera également notre site et une rubrique dans Midi Libre.

Une communication traditionnelle devra accompagner cette action et les professionnels seront également associés.



#### ⇒ VERS UN ACCUEIL NUMÉRIQUE

• La mise en ligne de nouvelles applications de découverte. Après l'application de découverte générique en 4 langues, l'application jeu « Sur les traces de Barberoussette » pour les familles. Il est prévu une application thématique « sur les Pas de Brassens » pour 2013

• La mise en place d'un accueil numérique dans les locaux de l'office de tourisme : tablettes, Ipads, écrans ainsi qu'un nouveau modèle de borne multilingue en vitrine, basée sur la cartographie, permettant un accès à toute l'information durant et hors horaires d'ouverture.

Ces outils numériques doivent permettre de « délester » l'accueil des personnes recherchant une information précise et de consacrer davantage de temps à conseiller les touristes recherchant des informations spécifiques.



## ⇒ VERS L'INTERNET DE SÉJOUR



Un positionnement plus fort sur l'internet de séjour : la nécessaire adaptation à l'information en mobilité : intégration de la billetterie dans le site mobile et mise en ligne de versions en langues étrangères.

Ces versions en langues étrangères seront d'autant plus pertinentes que les étrangers pourront trouver dans la ville des spots wifi leur permettant de se connecter sans surcoût de leurs opérateurs. Aussi une expertise spécifique sera réalisée en partenariat avec Hérault Tourisme pour étudier les possibilités de mise en place de spots wifi dans la ville.

## ⇒ LES TRAVAUX ET LA RECONFIGURATION DE L'OFFICE DE TOURISME

Ils sont rendus nécessaires pour accompagner l'évolution de la fréquentation touristique et les nouvelles consommations touristiques : accueil numérique, billetterie, boutique, espace wifi...

Les travaux seront conduits par les services techniques municipaux, la commune étant le signataire principal du bail de location des locaux.

Prévus au printemps et évalués à 400 000 euros, ils devraient permettre d'offrir aux visiteurs un office de tourisme réaménagé dans lequel les espaces dédiés à l'accueil du public seront repensés ; l'achèvement des travaux est programmé pour le début de la saison estivale.



## ⇒ LE CLASSEMENT DE L'OFFICE DE TOURISME EN CATÉGORIE 1

Le dossier de demande de classement de l'Office de tourisme en catégorie 1 est en cours de finalisation.

Une première soumission aux services chargés de l'instruction des demandes laisse présager une issue favorable, l'Office de tourisme de Sète remplissant déjà les critères précédents de classement en 4 étoiles.

Les travaux à venir, la professionnalisation du personnel, les stratégies définies en matière de promotion touristique devraient permettre de faire de l'Office de tourisme de Sète le premier établissement de catégorie 1 dans l'Hérault.





Offices de  
Tourisme  
de France

**OFFICE DE TOURISME**

60 Grd'rue Mario Roustan - **Sète**

Tél. : 0499047171

[www.tourisme-sete.com](http://www.tourisme-sete.com)