

PLAN D' ACTIONS 2018 ANGLET TOURISME



CONTEXTE ET PRINCIPAUX OBJECTIFS - 2018

QUELQUES ELEMENTS DE CONTEXTE ESSENTIELS SONT A RELEVER :

Anglet Tourisme a renouvelé la Marque Qualité Tourisme en Janvier 2018 permettant de préserver son classement en catégorie 1. Condition essentielle pour conserver un office de tourisme indépendant.

RAPPEL DES PRINCIPAUX AXES STRATEGIQUES

Stratégie Touristique Pour Anglet – Compte-Rendu Séminaire LANCEA 2015-2020 (décembre 2014) / Séminaire d'équipe Anglet Tourisme du 20 juin 2017

FINALITE : POSITIONNER L'OFFICE COMME L'ACTEUR EMBLEMATIQUE DU TOURISME SUR LE TERRITOIRE.

SERVICE ACCUEIL

1. Répondre au mieux aux attentes des visiteurs (locaux et vacanciers)*
2. Maintenir une qualité de service des offres proposées à l'accueil (Billetterie, prêt de vélos, vente de sites et activités)*
** Poursuivre la Démarche Qualité et les engagements envers les visiteurs*
3. Renforcer l'accueil physique dans les murs et hors les murs
Mettre en place une stratégie d'accueil physique dans les murs et hors les murs
Maintenir les exigences du cahier des charges du label Tourisme et Handicap
4. Renforcer l'accueil digital/numérique
Améliorer la stratégie digitale et numérique considérée fin 2014 comme un point faible de la stratégie de l'Ot

SERVICE COMMERCIAL

1. Maintenir une qualité de services des offres proposées par le Service Réservation et de l'accueil client.
Augmenter le nombre de réservations de la Centrale de Réservation
Poursuivre la Démarche Qualité et les engagements envers les visiteurs
Privilégier autant les Hôteliers que les propriétaires de meublé classé de tourisme (présents en grand nombre sur Anglet)
2. Poursuivre le niveau de qualité des prestations proposées et de l'accompagnement commercial.
Atteindre les objectifs fixés du contrat d'affermage avec la Mairie d'Anglet.
3. Animer le réseau des socio-professionnels et des acteurs en lien avec l'Office de Tourisme
Recréer le lien avec les socio-professionnels et redevenir le principal interlocuteur touristique du territoire.

PROMOTION/COMMUNICATION

1. Développer la Promotion/Communication de la destination
 - *Intensifier les partenariats à l'échelle de la Côte Basque, du Pays Basque et de la Nouvelle Aquitaine. (CRT, AADT64, CAPB, OT voisins)*
 - *Informier et intégrer au maximum nos socio-pros aux actions de promotion.*
 - *Saisir toutes les opportunités permettant la promotion d'Anglet : RP / Salon / Guides T...*
 - *Entretenir de bonnes relations avec les autres acteurs institutionnels du Tourisme*
 - *Mener parallèlement des actions propres à Anglet*
 - *Maintenir une qualité d'information dans les éditions papiers et web*
2. Renforcer le Service Promotion/Communication
 - *Renforcer les moyens humains et budgétaires*
3. Développer une stratégie digitale et numérique en adéquation avec les nouveautés du marché numérique (site web, site mobile, applications, Réseaux Sociaux, ...)
 - *Améliorer la stratégie digitale et numérique considérée fin 2014 comme un point faible de stratégie de l'OT*

DIRECTION / MARKETING

1. Suivre année par année les Plans d'actions et le Bilan des actions correctives
 - *Poursuivre la Démarche Qualité*
2. Travailler en collaboration avec la Mairie d'Anglet
 - *Participer à des groupes de travail Ville / Office de Tourisme*
3. Travailler davantage par thématique et entre service : Transversalité
 - *Décloisonner les services et travailler plus en collaboration*
4. Commander une étude sur le poids économique du tourisme à Anglet (Schéma de Développement Touristique)
(Objectif : mieux connaître le tissu économique touristique anglois)
 - *Prendre en compte les réformes institutionnelles*
 - *Redéfinir une nouvelle stratégie plus actuelle et en adéquation avec les changements que nous connaissons aujourd'hui.*
5. Analyser les flux de population sur Anglet à l'aide de l'outil Flux Vision proposé par Orange
(Objectif : mieux connaître et quantifier la population touristique sur Anglet)
 - *Poursuivre la Démarche Qualité : Mieux connaître nos vacanciers en saison*

OBJECTIF 2018 : Poursuivre les axes stratégiques de 2017 en appliquant les actions correctives du Bilan Qualité et en s'appuyant davantage sur les indicateurs clefs par service. Suivi trimestriel.

PLAN D' ACTIONS 2018

1. ACCUEIL

• SATISFAIRE LES VISITEURS

- Veiller à la satisfaction des visiteurs en respectant les procédures d'Anglet Tourisme.
 - ↳ Maintenir un très bon taux de satisfaction des visiteurs
- Etendre la veille de la satisfaction des visiteurs à l'ensemble des services proposés à l'OT.

• ACCUEIL DANS LES MURS

- Améliorer l'accueil des visiteurs
 - ↳ Rafraîchir le bureau des Sables d'Or en mettant un coup de peinture intérieur et extérieur du bâtiment
 - ↳ Installer un écran dédié à la billetterie à l'accueil des Cinq Cantons
 - ↳ Réfléchir à une meilleure présentation des brochures dans les deux bureaux et à une meilleure signalétique des services de l'Ot
 - ↳ Sensibiliser et former à l'activité commerciale les équipes d'accueil afin de développer les ventes au comptoir.
- Animer l'espace Accueil
 - ↳ Prévoir une ligne budgétaire pour financer la théâtralisation des animations dans les murs (Pot d'accueil, animations, jeux, ...)
- Renforcer l'accueil pour tous : clients en situation de handicap et clientèles étrangères.
 - ↳ Anticiper le reclassement pour le label Tourisme et Handicap
- Créer un « corner » avec des produits de créateurs anglois ou locaux
- Se servir des bureaux d'accueil pour informer sur les services proposés à l'Ot : création de nouveaux supports d'information à diffuser à l'Ot.

• ACCUEIL HORS LES MURS

- Poursuivre les démarches d'accueil hors les murs (Marché de Quintaou, accueil en segway, opérations ext. de communication, ...) et rajeunir le stand de l'Ot
 - ↳ Prévoir une ligne budgétaire pour l'équipement Anglet Tourisme : Tente, Oriflammes, kakémonos, aménagement du stand)
- Poursuivre l'alimentation en documentation touristique l'Agence postale de Blancpignon.

• ACCUEIL VIRTUEL

- Etre disponible, répondre et traiter les demandes sur Messenger Facebook / Instagram / Twitter

2. MARKETING

- Actualiser le Plan d'Actions 2018 dans le respect de la Stratégie Touristique d'Anglet 2015-2020 et selon les préconisations du Séminaire d'équipe de 2017.
- Travailler sur les résultats de l'Etude FLUX VISION d'Orange pour la période juillet-novembre 2017 et assurer le suivi de l'étude FLUX VISION d'Orange dans le cadre du nouveau partenariat avec l'AADT64 (service observatoire)
- Lancer l'Etude d'un nouveau Schéma de Développement Touristique et assurer le suivi
- Mettre en place la Politique Qualité en analysant les indicateurs de chaque service et apporter les actions correctives nécessaires.
- Travailler sur le nouveau Plan d'Action pour 2019
- Elaborer le Rapport d'Activité de l'année 2017
- Améliorer l'offre d'activité d'Anglet – Mise en place d'une chasse au trésor 2.0 – Terra Aventura

3. PROMOTION/COMMUNICATION/INTERNET

• PROMOTION / COMMUNICATION

En cohérence avec les marchés/cibles d'Anglet, cibler les opportunités les plus pertinentes :

- **Poursuivre** les actions de promotion avec Atout France et les actions de promotion collectives en particulier avec les OT de la Côte Basque, l'AADT64 et la Marque Biarritz Pays Basque.
 - ↳ Opération en France : Paris en Mode Basque / Bordeaux Basque / Travaux en bout de ligne (Marseille, Lille, Lyon, strasbourg)
 - ↳ Opération Internationale sous la Marque Biarritz Pays Basque : Allemagne / Grande-Bretagne / Espagne / Pays du nord (Suède, ...)
- **Accompagner et développer** les actions autour du partenariat avec Pauline Ado
- **Créer** nos propres actions de promotion sur Anglet pour les vacanciers (animations originales, jeux concours, ...)
 - ↳ Poursuivre avec le service accueil les animations pendant les vacances
- **Accompagner** les services « Accueil » et « Commercial » dans leurs actions.
 - ↳ En les dotant d'outils adaptés : Plaquette de présentation d'Anglet Tourisme / Nouveaux dépliants sur Anglet par thématique / Nouvelle PLV accueil / Stand pour les accueils hors les murs / ...
- **Rafraichir** les éditions présentation + contenu + traduction
 - ↳ Révision complète du Guide Vacances 2018
 - ↳ Réfléchir pour les années à venir sur une refonte possible des éditions avec de nouvelles traductions (Espagnol et Allemand).

- Développer les relations presse / accueil presse / éductour / instameet
 - ↳ Poursuivre les relations presse et médias (Formation à Bordeaux les 7 et 8 Février)
 - Poursuivre la veille média
 - Travailler sur la vidéothèque et la photothèque
 - ↳ Vidéos à retoucher avec les nouveautés du littoral
 - ↳ Création de mini-vidéos pour les réseaux sociaux
 - ↳ Création de vidéo publicitaire pour les réseaux sociaux (Pub Facebook et Instagram)
 - ↳ Création d'une nouvelle vidéo SURF
 - ↳ Vidéo Espace de l'Océan
 - **INTERNET / MOBILE / RESEAUX SOCIAUX**
 - Développer le site internet anglet-tourisme.com
 - ↳ Rafraîchissement de la page d'accueil / de la barre de menu et du pied de page
 - Poursuivre le développement de la fréquentation du site internet anglet-tourisme.com
 - ↳ Campagne web
 - Refonte du site internet de l'E2O
 - Actualiser et gérer les outils mobiles en collaboration avec les OT de la Côte basque* - évolution possible de l'outil
 - Poursuivre et assoir la notoriété d'Anglet Tourisme sur les réseaux sociaux, notamment Facebook, Instagram et Twitter
 - ↳ Accompagnement sur les RS avec Cotebasque.net / Cf : stratégie RS 2018
 - ↳ Veiller au remplacement d'Ainhoa : Recrutement d'une stagiaire pour nos accompagner dans ce développement
 - Poursuivre l'actualisation de la Chaine Youtube
 - Actualiser notre Chaine info – évolution possible de l'outil
 - Actualiser les données TOURINSOFT ainsi que toutes les informations sur le site internet
 - Actualiser le site internet anglet-tourisme.com
 - Assurer la maintenance des outils numériques
- *Réflexion stratégique et collective autour de ces deux outils : obsolescence + changement de prestataire + contexte différents avec les autres OT

4. COMMERCIAL

• RESERVATION

- Augmenter le nombre de dossier total (hébergements, activités, visites et sites) de 5% par rapport à 2017
- Valoriser le service réservation et déclencher la réservation par la qualification de l'offre : poursuivre le travail sur le classement des meublés.
- Proposer des offres attractives avant et après saison en collaboration avec le service promotion (Opérations de promo ex : Paris en Mode Basque)
- Améliorer l'accueil par téléphone des clients étrangers de la centrale de réservation
- Fidéliser davantage les clients et travailler le fichier à travers l'envoi de devis personnalisés et de newsletters spécifiques
- Améliorer la formation commerciale du personnel de la centrale de réservation et du personnel d'accueil
- Faire connaître les différents services commerciaux de l'OT (Création et mise en place de support)
- Mettre en place des procédures de relance commerciale après chaque envoi de devis aux clients

• BILLETTERIE (ACCUEIL)

- Augmenter le nombre de billetteries en vente à l'OT et le chiffre d'affaires réalisé de 5%
- Améliorer la visibilité du service billetterie (signalétique, plaquettes d'informations)...

• ANIMATION SOCIO-PROS ET ACTEURS EN LIEN AVEC LE TOURISME

- Echanger avec les propriétaires de meublé et anticiper la collecte de la taxe de séjour par le service réservation de l'Ot
- Inviter les Socio-pro
- Informer les Socio-pro sur l'actualité et les services de l'OT
 - ↳ Envoyer les indicateurs clefs de l'OT aux socio-pros
- Assister aux différentes inaugurations et représentations organisées par les socio-pros

• ESPACE DE L'OCEAN

- Maintenir le niveau de qualité des prestations proposées et de l'accompagnement commercial
- Maintenir un CA permettant l'équilibre de l'exploitation (180 K€ minimum)
- Améliorer la visibilité de la salle de l'Espace de l'Océan avec la refonte de son site internet
- Renforcer les conditions de sécurité du travail du personnel et de l'accueil des clients/visiteurs

5. QUALITE TOURISME

- Poursuivre la démarche engagée conformément au manuel qualité
- Poursuivre le travail collaboratif entre les différents services d'Anglet Tourisme
- Informer nos visiteurs de la démarche (Faire savoir)
- Participer au Groupe Local Qualité des Eaux de Baignade
- Simplifier et adapter les procédures qualité à des procédures spécifiques à Anglet Tourisme

6. ENGAGEMENT ENVERS LA COLLECTIVITE

- Participer aux différents groupes de travail en Mairie
- Assister aux différentes inaugurations et représentations organisées par la Mairie en lien de près ou de loin au Tourisme

FONCTION SUPPORT

• ADMINISTRATION/GESTION/FINANCES

- Gérer et tenir les 5 comptes bancaires (suivi quotidien)
- Suivre les différents budgets des services de l'Office de Tourisme : Engagements, mandats, titres, ...
- Facturer les clients de l'Office de Tourisme (prestataires et producteurs de spectacles)
- Tenir la comptabilité de la Centrale de Réservation (suivi hebdomadaire) : encaissements, paiement des propriétaires et hôteliers, re-facturation Offices de Tourisme voisins
- Suivre la fiscalité : TVA et Taxe sur les salaires
- Suivre les 2 régies de dépenses (suivi mensuel)
- Mettre en place le marché des assurances ; prise d'effet au 1^{er} janvier 2019

• RESSOURCES HUMAINES

- Déclarer le personnel entrant (accueil, promotion et espace de l'océan)
- Rédiger les contrats de travail du personnel d'accueil saisonnier et ceux des vacataires de l'Espace de l'Océan
- Tenir le tableau des congés de l'ensemble du personnel
- Organiser des moments de convivialité pour le personnel
- Adapter le planning des formations au plan d'actions de l'année en cours

ACCUEIL					
ETAT DES LIEUX	OBJECTIFS 2018	ACTIONS 2018	QUI ?	QUAND ?	COUT & MESURE DE PERFORMANCE
Satisfaire nos visiteurs	Accueil dans les murs « Satisfaire les visiteurs »	<p>AMELIORER L'ACCUEIL PHYSIQUE DES VISITEURS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Avoir des bureaux propres et agréables. Bureau des Sables d'Or intérieur et extérieur repeint + coin boutique installé dans les 2 bureaux + nouvelle signalétique intérieure. - Améliorer la présentation des brochures dans les deux bureaux. Changement d'emplacement de doc à l'annexe + Cinq Cantons (nouvel agencement de la doc) - Améliorer la visibilité des services de l'OT et de l'information (Cinq-cantons). Nouvelle signalétique intérieure + corner transport + corner boutique + habillage comptoir+ signalétique extérieure côté Avenue de la Chambre d'Amour - Prise en compte des suggestions et des réclamations des visiteurs 	<p>Accueil + Com</p> <p>Accueil + Com</p> <p>Accueil + Com</p> <p>Conseillers en séjour + binôme qualité</p>	<p>Printemps</p> <p>Printemps & septembre</p> <p>Juillet</p> <p>TA</p>	<p>Peinture pris en charge par la ville + nouvelle signalétique</p> <p>Travaux réalisés en interne par l'équipe</p> <p>Facture de 804 €</p> <p>17 réclamations traitées et 19 suggestions formulées dans les 2 accueils.</p>

	Assurer un accueil personnalisé	<ul style="list-style-type: none"> - Installer un nouvel écran à l'accueil pour la billetterie. - Veiller à la satisfaction des visiteurs en respectant les procédures d'Anglet Tourisme. Questionnaires administrés à nos visiteurs en français, anglais et espagnol. - Sensibiliser et former à l'activité commerciale, les équipes d'accueil afin de développer les ventes au comptoir. Formation commerciale menée par Karine Estaun fin juin 2018 avec les services résa et accueil. - Création d'un « corner » avec des produits réalisés avec une illustratrice locale : Sticker I love Anglet, Tote bag, fouta et mise en place de produits estampillés Anglet Côte-Basque dans les 2 bureaux d'Anglet Tourisme. 	<p>Pantxika François +</p> <p>Pantxika Fabienne, Camille + Sophie</p> <p>Com Accueil +</p> <p>Pantxika Com +</p>	<p>Mai 2018</p> <p>Saison 2018</p> <p>Printemps pour être prêt pour l'été</p> <p>Vacances scolaires d'été</p>	<p>Facture de 3 172 €</p> <p>82 questionnai. administrés aux 5 cantons – 100% clients satisfaits; 139 questionnai. administrés à l'annexe : 99% clients satisfaits</p> <p>2600 € HT pris en charge par les AGEFOS – + 46.26 % des ventes au comptoir par les CS</p> <p>2 770€ HT CA réalisé</p> <p>Conception d'un</p>
--	---------------------------------	---	--	---	---

Accueil hors les murs		<ul style="list-style-type: none"> - Prendre le temps d'informer chacun des visiteurs (accueil personnalisé) et les informer sur les activités de l'Ot. Création et mise en page des services marchands proposés par Anglet tourisme (billetterie, activités, excursions, hébergements) via une fiche info. 	Pantxika + Comm	A partir des Vacances d'été + maj mensuelle à partir de sept.	nouveau flyer sur les services proposés par AT
Accueil virtuel	Renforcer les actions d'accueil hors les murs	<ul style="list-style-type: none"> - Prévoir une ligne budgétaire pour financer la théâtralisation des animations dans les murs (Pot d'accueil, animations, jeux, ...). Organisation d'un pot d'accueil hebdomadaire en collaboration avec des partenaires de produits locaux pour proposer un pot d'accueil tous les mardis de 11h30 à 12h30 en saison - Poursuivre l'accueil au marché de Quintaou en saison. Achat d'une tente aux couleurs de l'Ot + mobilier + jeune et plus adapté. - Poursuivre l'initiative d'accueil en segway le long du littoral. Espace d'accueil en commun avec Chronoplus. 	Pantxika + Accueil Com	Vacances d'été	Gratuité Ibaialde Coût des achats. Achat Kupela / Fromages & Compagnies pour un total de 429 €
			Pantxika + Accueil	Début juillet et tous les jeudis en juil-août	500 personnes vues sur le Marché de Quintaou +195 en segway. 351 docs distribués sur le marché + 164 en segway

	<p>Etendre la satisfaction des visiteurs à l'ensemble des services de l'OT. (Veille de la satisfaction)</p>	<p>ACCUEIL VIRTUEL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Test d'un chat en ligne ZENDESK pour accompagner les personnes qui visitent les pages hébergements du site Anglet Tourisme en novembre 2018. - Etre disponible, répondre et traiter les demandes sur Messenger Facebook / Instagram / Twitter + Traitement des avis réseaux sociaux + avis google - Améliorer la visibilité des services de l'Ot sur les Réseaux Sociaux : création de visuel sur la billetterie : Hormadi, Tournée Charles Barret, Ballets, événements, ... création de rubriques « services » sur Facebook et Instagram 		<p>Novembre 2018</p> <p>Toute l'année</p>	<p>4 demandes reçues via le chat. Test peu concluant, à réessayer en avril 2019</p> <p>Moyenne Facebook : 4.6/5 pour 96 avis Moyenne google 4.6/5 pour 72 avis</p>
--	---	---	--	---	--

MARKETING					
ETAT DES LIEUX	OBJECTIFS 2018	ACTIONS 2018	QUI ?	QUAND ?	MESURE DE PERFORMANCE
		<ul style="list-style-type: none"> - Actualiser le plan d'actions 2018 dans le respect de la stratégie touristique d'anglet 2015-2020 et selon les préconisations du séminaire d'équipe de 2017. 	François + Pascale + Pantxika + Aurore + Emmanuel	2 fois par an	
		<ul style="list-style-type: none"> - Travailler sur les résultats de l'étude flux vision d'orange pour la période juillet-novembre 2017 et assurer le suivi de l'étude flux vision d'orange dans le cadre du nouveau partenariat avec l'aadt64 (service observatoire) 	François + Aurore	Présentation au CD du mois d'avril	5 CR Flux vision / an
		<ul style="list-style-type: none"> - Lancer l'Audit Stratégique « Tourisme » pour Anglet Tourisme - nouveau Schéma de Développement Touristique et assurer le suivi. Consultation : Juin-Août / COPIL de lancement : octobre / Copil fin phase I (Diagnostic et Etude sur le Poids Eco du Tourisme) 	Emmanuel + Aurore + Pantxika	Juin (à poursuivre en 2019)	2018 = fin de la phase I
		<ul style="list-style-type: none"> - Mettre en place la politique qualité en analysant les indicateurs de chaque service et apporter les actions correctives nécessaires. 	Binôme Qualité Pantxika + Pascale et les chefs de services	4 fois par an	

	Améliorer l'offre d'activité d'Anglet	<ul style="list-style-type: none"> - Travailler sur le nouveau plan d'action pour 2019 Exceptionnellement le nouveau plan d'actions d'Anglet Tourisme sera réalisé fin février - début mars avec le cabinet d'étude en charge de l'étude stratégique tourisme, HORWATH - Elaborer le rapport d'activité de l'année 2017 - Mise en place d'une chasse au trésor 2.0 – Terra Aventura Projet collaboratif entre le CRTNA + l'AADT64 + les OT : 3 parcours sur la Côte en 2018 : Anglet, Bayonne et Bidart Anglet : Surfe qui peut ! 4km / durée : 2h30 où : La Barre/ Blancpignon et Chiberta / poi'z : Zisséo <p><i>Réflexion pour la création d'un deuxième parcours pour l'été 2019 à la Chambre d'Amour.</i></p>	<p>HORWATH + Chefs de Service + Mairie Anglet</p> <p>Chefs de Service + Aurore</p> <p>Pantxika, François et Aurore</p>	<p>Voir 2019 excepti.</p> <p>Août 2018</p> <p>Du 9 Juin 2018</p>	<p>Bilan du 9 Juin 2018 au 31 décembre : 470 équipes soit 2 350 joueurs</p>
--	---------------------------------------	---	--	--	---

PROMOTION / COMMUNICATION / INTERNET					
ETAT DES LIEUX	OBJECTIFS 2018	ACTIONS 2018	QUI ?	QUAND ?	MESURE DE PERFORMANCE
En cohérence avec les marchés cibles d'Anglet.	PROMOTION ET COMMUNICATION Saisir les opportunités Poursuivre les actions de promotion avec atout France et les actions de promotion collectives en particulier avec les OT de la côte basque, l'aadt64 et la marque Biarritz Pays Basque.	- Renouvellement du contrat de partenariat avec l'AADT64 Participation aux différents groupes de travail autour de la promotion de la Destination Pays Basque. Participation aux opérations de promotion en France et à l'international : Opération en France : Paris en Mode Basque / Bordeaux Basque / Travaux en bout de ligne (Marseille, Lille, Lyon, Strasbourg) / Opération International sous la Marque Biarritz Pays Basque : Allemagne ITB Berlin / Grande-Bretagne Workshop Presse Londres / Espagne - Madrid / Pays du nord (Suède, ...)	Aurore	Février Mars Avril Décemb.	5 opé. de promo : 3 pour marché IT 2 pour marché FR
		- Adhésion Atout France Participation à Rendez-Vous France à Paris	Pantxika + Aurore	Mars	Rdv France 2018 10 TO rencontrés sur place 16 TO travaillés 2 TO aboutis
		- Adhésion au Cluster Tourisme Littoral Suite du projet Imagine France en bord de mer / Opérations en Belgique – Suisse et Corée du Sud	Aurore	Toute l'année	

<p>La ville d'Anglet a stoppé son partenariat avec la FFS concernant le label Ville de Surf **</p> <p>Cependant, Fort de sa notoriété, Anglet n'a pas besoin d'un label pour conserver son statut de Ville de Surf ! Il est convenu de poursuivre le partenariat avec la surfeuse, Championne du Monde ISA 2017, Pauline ADO en 2018.</p>	<p>Accompagner et développer les actions autour du partenariat avec pauline ado</p> <p>Créer nos propres actions de promotion sur anglet pour les vacanciers (animations originales, jeux concours, ...)</p>	<p>- Dans la continuité des opérations menées en 2017 du partenariat avec Pauline, la plupart des opérations de communication ont été reconduites en 2018. (Cf contrat 2018)</p> <p>Suivi sur le web : post régulier sur Anglet via ses réseaux sociaux / post sur Pauline Ado sur notre page Anglet Tourisme facebook / 1 article de blog sur l'Anglet urf Avenue / Jeux concours avec Rip Curl / Suivi print : rédaction d'une double page dans le guide vacances 2018 sur les incontournables de Pauline à Anglet.</p> <p>Autres : Participation aux shootings d'ambiance surf d'Anglet Tourisme (Banque d'image : photos+vidéos) / Participation aux événements principaux d'Anglet / ...</p> <p>- Poursuivre avec le service accueil les animations pendant les vacances. (Cf ACCUEIL)</p> <p>Jeux concours sur les réseaux sociaux Fête des mères + vacances d'été + Halloween + Soirée des Nouveaux Arrivants</p> <p>Reconduction de l'opération « Anglet Tourisme en mode Fêtes de Bayonne » : Impression de foulards I love Anglet pour le grand public avec mise en vente à l'accueil des deux bureaux + articles de blog + posts réseaux sociaux + live</p>	<p>Aurore + Rémi Blanc photographe + Frank Delage vidéaste</p> <p>Com + Accueil</p> <p>Com + Accueil + RH + Cotebask.net Philippe</p>	<p>Toute l'année</p>	<p>Instagram</p> <p>Jeu Juillet : Pauline x Anglet Tourisme 2900 likes 300 commentaires 23500 personnes atteintes</p> <p>Jeu Août : Pauline X Rip Curl x Anglet Tourisme 3400 likes 500 commentaires 29500 personnes atteintes</p> <p>Participants jeux Accueil : Halloween : 20 Noël : 57 NewAngloys : 25</p> <p>Jeux Facebook Fêtes des mères : 378 likes / 400 commentaires / 13 794 p. atteintes</p>
---	---	--	---	----------------------	--

	<p>Accompagner Les Services « Accueil » Et « Commercial » Dans Leurs Actions.</p>	<p>facebook + animations du live avec musique et cadeaux + habillage de l'OT de la Chambre d'Amour + Corner Fêtes de Bayonne dans les deux bureaux + Vente de Bracelets + Participation à la Foulée des Entreprises (1^{ère} place volée !!!!!)</p> <p>Reconduction de l'opération Anglet Tourisme en mode Fêtes de Fin d'Année » en version allégée (1 année sur 2) Post sur les réseaux sociaux / Jeu concours à l'accueil en partenariat avec les Halles des Cinq-Cantons. Décoration du bureau des Cinq-Cantons.</p> <p>- Faire connaître les services de l'OT et améliorer la visibilité des services auprès des visiteurs physique et virtuel.PRINT Nouvelle signalétique dans le bureau d'info des Cinq-Cantons extérieure-intérieure. Double page dans le guide vacances 2018 sur les services de l'OT Création et mise en page des services marchands proposés par Anglet tourisme (billetterie, activités, excursions, hébergements) via une fiche info. Création + Mise en page d'un document sur l'actualité de l'OT via une Lettre hebdo envoyée aux hôteliers + aux clients de la centrale (les accueils hors les murs, horaires, actu, animations, billetterie du moment).</p>	<p>Condamine</p> <p>Aurore Camille (stagiaire 2018)</p>	<p>+ Avril-mai-juin</p>	<p>Total fans gagnés grâce aux jeux : Juillet +1293 sur insta et +781 sur facebook Août +219 sur facebook +546 sur insta</p> <p>Buzz passage sur TVPI + Tweet de l'OT de Bayonne</p>
--	---	---	---	-------------------------	--

	<p>Développer Les Relations Presse / Accueil Presse / Eductour / Instameet</p>	<p><i>Réfléchir pour 2020-2021 à venir pour deux nouvelles versions du Guide Vacances en Allemand et en Espagnol</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Poursuivre les relations presse et médias (Formation à Bordeaux les 7 et 8 Février) - Poursuivre et saisir toutes les opportunités pour Anglet : Demandes du CRT de l'AADT64 (Eductour + accueil presse / Demandes spontanées / Demandes de la part d'autres OT) - Entretenir de bonnes relations avec les différents Guides Touristiques : ROUTARD, PETIT FÛTE, MICHELIN, BASK COUNTRY, ... - Réalisation d'un Dossier de Presse sur Anglet. - Envoi des vœux à la presse (Tri du fichier média) - Poursuivre la veille média locale avec archivage des Sud-ouest en pdf (nouvel abonnement digital) + veille média nationale avec kantar média <p><i>Mettre fin à l'abonnement CISION (Logiciel payant pour agent de presse) / réflexion pour les années à venir de prendre une agence de presse pour un accompagnement plus complet sur cette thématique.</i></p>	Aurore	Février	
				Mars	
				Janvier	
				Toute l'année	

	<p>Travailler sur la vidéothèque et la photothèque</p> <p>Développer le site internet anglet-tourisme.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Vidéos à retoucher avec les nouveautés du littoral - Création de mini-vidéos pour les réseaux sociaux à partir des vidéos existantes 2018-2019 (tournage + montage pour certaines scènes) - Création de vidéo publicitaire sur les hébergements pour les réseaux sociaux (Pub Facebook et Instagram) tournage + montage 2018-2019 - Tournage et montage d'une nouvelle vidéo SURF 2018-2019 - Création de nouvelles vidéos sur Espace de l'Océan (tournage et montage) 2018-2019 - Organisation de tournage et de shooting photos d'ambiance (spécial surf, surf lifestyle, famille sunset, apéro-sunset entre amis, ...) Commande d'un shooting spécial automne-hiver pour la communication en hors-saison. - Mise en ligne et actualisation du compte Youtube Anglet Tourisme - Refonte de la page d'accueil / de la barre de menu et du pied de page. Ajout d'un social wall avec reprise d'articles Facebook, Tweeter et Instagram Utilisation de la nouvelle charte avec le I love Anglet 	<p>Aurore + Rémi BLANC photographe + Frank DELAGE vidéaste</p> <p>François</p> <p>François + Aurore + Laétis + OT Bayonne</p>	<p>Début de la mission mai 2018</p> <p>A poursuivre en 2019</p> <p>Toute l'année</p> <p>Mise en ligne mars 2018</p>	<p>33 vidéos mises en ligne</p> <p>626 924 visiteurs +26% (N-1)</p> <p>Depuis un mobile 55,72% des visites</p>
--	---	---	---	---	---

		<ul style="list-style-type: none"> - Maintien de l'existant pour le reste du site internet. - Mise à jour / Remplacement de webcams du littoral : Travaile collaboratif avec le service communication de la ville pour revoir le parc de webcams du littoral avec de nouveaux modèles + de nouvelles fonctionnalités 	François Anthony Bleuze	+	Fin 2018 Livraison au 1 ^{er} semestre 2019	
	Poursuivre le développement de la fréquentation du site internet anglet-tourisme.com	<ul style="list-style-type: none"> - Communication digitale : Campagne de pub Hi-média (voir plus haut) Pub trafique vers notre site web via Facebook et Instagram Envoi de newsletters Rédaction et mise en ligne des articles du blog Achat Adwords Google 	François Aurore Camille (stagiaire 2018)	+ +	Toute l'année	<p>16 newsletters envoyées en 2018</p> <p>3 500 € d'achat Adwords</p>
	Actualiser et gérer les outils mobiles en collaboration avec les OT de la côte basque* - évolution possible de l'outil	<ul style="list-style-type: none"> - Refonte du site de l'Espace de l'Océan Nouvelle présentation du site / nouvel arborescence + Choix photos, rédaction des contenus ... - Participation à toutes les réunions sur plagescotebasque.com : aucun changement en 2018 pour l'application. Pour 2019, une mutualisation de l'outil est en bonne voie. L'Agglomération Pays Basque a récupéré la gestion de cet outil. * - Appli macotebasque.com toujours «en standby»* 	François Dominique Jean-Manuel + Leatis	+ +	Mise en ligne Mai 2018	<p>9 380 visiteurs (-11,33% N-1)</p>
			François Aurore Pantxika	+ +		

	<p>Poursuivre et assoir La notoriété d'Anglet Tourisme sur les Réseaux Sociaux, Facebook, Instagram et Twitter</p>	<p>- Poursuivre l'accompagnement avec Cotebask.net pour les Réseaux Sociaux. 8 mois : 2 rendez-vous de 2h pour préparer la ligne éditoriale des différents réseaux + intervention sur différents évènements forts de la ville.</p> <p>Facebook : Anglet Tourisme Objectif au 31 décembre 2018 : 18 000 fans Instagram : iloveanglet Objectif au 31 décembre 2018 : 5000 abonnés Twitter Objectif au 31 décembre 2018 : 2500 abonnés Pour ce faire : Publier régulièrement sur l'année et quotidiennement en saison ou pendant les vacances scolaires (photos, vidéos, infos, actu, services de l'Office de Tourisme) Alimenter le blog Répondre aux internautes via les différentes messageries Booster les publicités type pub notoriété et pub hébergements Mise en place de jeu concours pendant les vacances et pour certaines occasions (Fête des mère, ...) Promotion de certains temps forts de la ville avec une forte couverture de l'évènement (live, reportage photo, résumé, retour d'expérience, test, ...)</p>	<p>Aurore + François + Camille (stagiaire 2018) + Marina (remplaçante du congés mat d'Ainhoa)</p>	<p>D'avril à novembre 2018 avec Cotebask.net et toute l'année pour l'équipe promo-com</p>	<p>Instagram 6 456 Facebook 18 261 Twitter 2 316 au 31/12</p>
--	--	--	---	---	---

	<p>Actualiser notre chaine info – évolution possible de l’outil</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Recrutement d’une stagiaire pour nos accompagner dans ce développement : Camille Barrère pour un stage de 5 mois (avril-août2018) - Nouveauté 2018 : Booster le Blog pour créer du contenu sur les réseaux sociaux – le recrutement de Camille nous a permis de dynamiser fortement notre présence sur les réseaux sociaux. - Actualisation des infos en fonction de l’actualité et des bons plans / intégration des vidéos et photos promotionnelles - Assurer l’actualisation de la Chaine Info pendant le congé maternité d’Ainhoa. Marina (recruté pour remplacer Ainhoa à l’accueil) et Camille (Stagiaire au service promo-com) se sont occupées de cette mission, sous le contrôle des Responsables Promo-Com. - Actualisation des données Tourinsoft de tous les prestataires, des lieux de visite pour la mise à jour du site internet et des éditions. 	<p>Ainhoa + Marina + Camille + Aurore + François</p> <p>François + Camille (du Service Accueil)</p>	<p>Toute l’année</p> <p>Toute l’année</p> <p>Octobre-Décem. (suivi en janvier 2019)</p>	<p>25 articles de blog en 2018 (9 en 2017)</p> <p>9 points de diffusion</p>
--	---	--	---	---	---

	<p>Actualiser le site internet d'Anglet Tourisme</p>	<p>- Actualisation du contenu du site internet – mise en ligne de toutes les animations et événements – création de contenu – bons plans hebdo et mensuel - mise à jour des informations et des photos, des vidéos et des documents libres au téléchargement.</p>	<p>François + Camille (du service Accueil) + Aurore</p>	<p>Toute l'année</p>	<p>Pour l'agenda : 855 saisies</p>
	<p>Assurer la maintenance des outils numériques</p>	<p>- Veiller au bon fonctionnement des outils numériques d'Anglet Tourisme</p> <p>Ecrans, Ordinateurs, Serveur, Applications, Site Web, ...</p>	<p>François</p>	<p>Toute l'année</p>	

COMMERCIAL					
ETAT DES LIEUX	OBJECTIFS 2018	ACTIONS 2018	QUI ?	QUAND ?	MESURE DE PERFORMANCE
	RESERVATION	<ul style="list-style-type: none"> - Augmenter le nombre de nouveaux clients. - Assurer un service de qualité et se démarquer de la concurrence en proposant un service personnalisé à chaque client. - Maintenir le nombre de clients fidèles et proposer un pot d'accueil aux clients. Envoi d'une newsletter aux clients en séjour pour les inviter aux pots d'accueil du mardi + cadeau offert aux clients fidèles (tote bag + fouta) Envoi d'une newsletter à tous les clients de la Centrale en début d'année 2018 pour mettre en avant les offres de l'année 	<p>Service Résa + Accueil</p> <p>Service Résa</p> <p>Service Résa</p>	<p>Sur l'année</p> <p>TA</p> <p>En saison</p>	<p>703 dossiers / CA de 283 203 € pour 714 dossiers réalisés en 2017 pour un CA de 326 319 €.</p> <p>Objectif atteint uniquement pour la partie activités et visites.</p> <p>Aucun litige client</p> <p>95% d'avis clients positifs 93 % de propriétaires interrogés satisfaits des services de la centrale</p> <p>15/% de clients fidèles</p>

		Améliorer l'accueil par téléphone des clients étrangers de la centrale de réservation. Poursuite de la formation en anglais par Sophie.	Sophie		Hiver	
		Améliorer les résultats du service de la centrale de réservation et mieux optimiser les contacts en mettant en place une formation commerciale	Pantxika + Karine Estaun		Juin	
		Mis en place de procédures de relance commerciale après chaque envoi de devis clients.	Sophie & Pantxika		Depuis juin	
		Poursuite des annonces sur vacances.com	Pantxika		TA	8 résas fermes – 4500 € de ca réalisé
		Améliorer le faire savoir sur les services proposés à l'Ot : flyer sur les services marchands de l'Ot et lettre hebdomadaire en saison avec les services de l'Ot envoyés aux clients de la Centrale	Pantxika + com		Avant l'été A partir de sept. 1 fois par mois	
	BILLETTERIE (ACCUEIL)	Augmenter le nombre de billetteries en vente à l'Ot et mise en avant des billetteries. Augmenter le ca de 5%. 2 nouvelles billetteries : bracelets des Fêtes de Bayonne+ Matches de l'Anglet Hormadi Club	Pantxika + service accueil		Eté et automne	Vente bracelets des FDB pour un CA de 34 168 € corresp. à 4 271 bracelets. CA total des billetteries 2017 : 77 932 € 2018 : 101 962 € + 30,83 %

	<p>ANIMATION SOCIO-PROS ET ACTEURS EN LIEN AVEC LE TOURISME</p> <p>ESPACE DE L'OCEAN</p>	<p>- Proposer de nouveaux services aux propriétaires de meublés. Travail sur la collecte de la taxe de séjour à compter du 1^{er} janvier 2019 pour tous les séjours d'hébergements vendus par le service réservation d'Anglet Tourisme. Travail sur le paramétrage de la collecte à compter de septembre avec citybreak.</p> <p>- Informer les socios-pros sur les chiffres clés de l'Ot et sur les taux d'occupation des hébergeurs et de certains sites touristiques. Newsletter mensuelle envoyée par Camille aux Socio-Pro.</p> <p>- Assister aux différentes inaugurations et présentations organisées par les socios pros. Poursuite des visites des hébergements et des prestataires d'activités par les conseiller en séjour.</p> <p>Maintenir le niveau de qualité des prestations proposés et l'accompagnement commercial de l'E2O. Maintenir un ca permettant l'équilibre de l'exploitation (170 K€ MINIMUM).</p> <p>Améliorer la visibilité de la salle de l'Espace de l'Océan. Refonte de son site internet.</p> <p>Renforcer les conditions de sécurité du travail du personnel et de l'accueil des clients / visiteurs.</p>	<p>Pantxika</p> <p>Camille</p> <p>Chefs de service + service Accueil</p>	<p>A compter de septembre</p> <p>Tous les mois</p> <p>TA</p>	<p>12 lettres envoyées Chiffres du Tourisme en 2018</p> <p>26 visites de sites ou de prestataires par le personnel d'accueil + 14 visites de biens par l'agent de réservation.</p> <p>CA réalisé : 187 230 €</p>
--	--	---	--	--	--

QUALITE TOURISME					
ETAT DES LIEUX	OBJECTIFS 2018	ACTIONS 2018	QUI ?	QUAND ?	MESURE DE PERFORMANCE
		<p>Poursuivre la démarche engagée conformément au manuel qualité.</p> <p>Poursuivre le travail collaboratif entre les différents services d'Anglet Tourisme.</p> <p>Informers les visiteurs de la démarche (logo qualité à intégrer sur toutes les brochures).</p> <p>Participer au groupe local qualité des eaux de baignade.</p> <p><i>Sur l'Audit Stratégique « Tourisme » en cours il est impératif de rapprocher la politique qualité de l'Office de Tourisme avec la nouvelle stratégie 2019-2021. (Phase II : Mars 2019)</i></p>	Pantxika + Pascale	Toute l'année	

ENGAGEMENT ENVERS LA COLLECTIVITE					
ETAT DES LIEUX	OBJECTIFS 2018	ACTIONS 2018	QUI ?	QUAND ?	MESURE DE PERFORMANCE
		<p>Participer aux différents groupes de travail en mairie (réunions adjudications, réunions qualité des eaux de baignade, réunion biennale d'Art Contemporain, COTECH Forêt Pignada et Lazaret, réunions vélos et mobilités douces, ...).</p> <p>Assister aux différentes inaugurations et représentations organisées par la mairie en lien de près ou de loin au tourisme.</p>	<p>Chef de service concerné par le sujet</p> <p>Chefs de services de l'OT</p>	<p>TA</p> <p>TA</p>	

FONCTION SUPPORT					
ETAT DES LIEUX	OBJECTIFS 2018	ACTIONS 2018	QUI ?	QUAND ?	MESURE DE PERFORMANCE*
	ADMINISTRATION ET GESTION/FINANCES	<ul style="list-style-type: none"> - Gérer et tenir les 5 comptes bancaires (suivi quotidien). - Suivre les différents budgets des services de l'office de tourisme : engagements, mandats, titres... - Facturer les clients de l'Office de Tourisme (Prestataires et producteurs de spectacles). - Tenir la comptabilité de la centrale de réservation (Suivi hebdomadaire) : encaissement, paiement des propriétaires et hôteliers, re-facturation offices de tourisme voisins. - Suivre la fiscalité : TVA et taxes sur les salaires - Suivre les 2 régies de dépenses (suivi mensuel) 	<ul style="list-style-type: none"> - Pascale - Pascale - Pascale - Pascale/Agent Comptable de l'OT - Pascale 	<ul style="list-style-type: none"> - Tous les jours - 1 fois par an pour les hôteliers et 1 fois par mois pour les producteurs - 1 fois par semaine - 1 fois par mois - Tous les mois 	<ul style="list-style-type: none"> - 703 dossiers traités en centrale pour 283 203 € de CA soit une baisse de CA de 14.47 %

	RESSOURCES HUMAINES	<p>Mettre en place le marché des assurances : prise d'effet au 1^{ER} janvier 2019</p> <p>Déclarer le personnel entrant (Accueil, promotion et Espace de l'Océan).</p> <p>Rédiger les contrats de travail du personnel d'accueil saisonnier et ceux des vacataires de l'Espace de l'Océan.</p> <p>Tenir le tableau des congés de l'ensemble du personnel.</p> <p>Organiser les moments de convivialité pour le personnel : Inscription à la Foulée des Entreprises (4p)</p> <p>Adapter le planning de formations au plan d'actions de l'année en cours*</p>	<p>Pascale/Cabine t spécialisé/ Service Marché public Mairie</p> <p>Pascale</p> <p>Pascale</p> <p>Pascale</p> <p>Pascale/Aurore Pantxika</p> <p>Pantxika</p>	<p>Entre juin et décembre 2018</p> <p>Avant chaque période d'emploi/vacation</p> <p>Avant chaque période d'emploi/vacation</p> <p>Au fur et à mesure des demandes de congés</p> <p>2 fois par an</p> <p>1 fois par an</p>	<p>Les 5 lots constituant le marché ont été attribués.</p> <p>65 DPAE et contrats rédigés</p>
--	----------------------------	---	--	---	---

* Les indicateurs de performance seront renseignés en fin d'exercice.